



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE LA
EQUIDAD DE GÉNERO EN ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
EXTENSIÓN QUEVEDO.

AUTOR:

EVELYN JARITZA RODRIGUEZ BRITO

TUTOR:

PhD. WILLAM BARRAGÁN MOROCHO

QUEVEDO - SEPTIEMBRE

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Hoy he cumplido una meta más en mi vida por lo que este proyecto dedico con todo mi amor y cariño a mis padres Edilberto y Ana por su sacrificio, esfuerzo, apoyo moral y económico, además, a mi hija Hannah que fue el pilar fundamental para culminar con mi objetivo, a mis hermanos que con sus palabras me motivaron para salir adelante.

Y por último a mi esposo Jackson, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales. Gracias por que tu ayuda ha sido fundamental, has estado conmigo en los momentos más turbulentos. Este proyecto no fue fácil, pero estuviste motivándome y ayudándome hasta donde tus alcances lo permitían. A ellos mi eterno amor y gratitud.

Evelyn Jaritza Rodríguez Brito



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTOS

Expreso mi especial agradecimiento a Dios, ser divino que guía y cuida mis pasos día a día y que con su infinito amor me bendice en cada acción que la vida me presenta, a mis padres por el apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo, por acogerme en sus aulas universitarias y permitirme formar como una profesional, para servir con ética y transparencia a la sociedad con la firme convicción de dejar siempre en alto el nombre del Alma Mater.

Evelyn Jaritza Rodríguez Brito



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad medir el impacto los medios de comunicación en la promoción de la Equidad de género de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, la misma con el propósito contribuir a lograr la equidad de género, orientando en la utilización adecuada de los medios de comunicación y a partir de ahí desarrollar una propuesta.

Ya que se puede evidenciar que los estudiantes hacen uso reiterado de los medios de comunicación, sin embargo, existe un bajo nivel de conocimiento en la aplicación de ellos, no lo ven de una mera de crecer profesional, si no que, para otros fines, hoy en día no se respetan el derecho de igualdad entre hombres y mujeres, si no que solo se debe dedicar al hogar, sin embargo, es algo que ambos sexos pueden realizar los mismos deberes y obligaciones y merecemos ser tratados por igual.

Se utilizó diferentes metodologías que nos permitió fundamentar nuestra investigación como el método inductivo y método deductivo, la técnica utilizada fue la encuesta, y los instrumentos para la recolección de la información fueron cuestionarios esto nos permitió obtener resultados para nuestra investigación y dar una solución a la misma.

Palabras claves: Medios de comunicación, Equidad de Género e Influencia.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



SUMMARY

The purpose of this research is to measure the impact of the media in the promotion of gender equity of the students of the Social Communication Career, the same with the purpose of contributing to achieving gender equity, guiding the adequate use of media. the media and from there develop a proposal.

Since it can be evidenced that students make repeated use of the media, however there is a low level of knowledge in the application of them, they do not see it as a mere professional growth, but for other purposes, today Nowadays, the right to equality between men and women is not respected, but it should only be dedicated to the home, however it is something that both sexes can perform the same duties and obligations and we deserve to be treated equally.

Different methodologies were used that allowed us to base our research such as the inductive method and the deductive method, the technique used was the survey, and the instruments for collecting information were questionnaires, this allowed us to obtain results for our research and provide a solution to the problem. same.

Keywords: Media, Gender equality and Influence

ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>CARÁTULA</i>	<i>i</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTOS</i>	<i>iii</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>iv</i>
<i>SUMMARY</i>	<i>v</i>
<i>ÍNDICE DE CONTENIDO</i>	<i>vi</i>
ÍNDICE DE TABLA.	x
<i>ÍNDICE DE GRÁFICO.</i>	<i>xi</i>
<i>ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN</i>	<i>xii</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
<i>CAPÍTULO I. DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</i>	2
1.1. Idea o tema de investigación	2
1.2. Marco contextual	2
<i>1.2.1 Contexto Internacional.</i>	2
<i>1.2.2 Contexto Nacional.</i>	4
<i>1.2.3 Contexto Local.</i>	5
<i>1.2.4 Contexto Institucional.</i>	6
1.3. Situación problemática	7
1.4. Planteamiento del problema	8
<i>1.4.1 Problema General o Básico</i>	9
<i>1.4.2 Subproblemas o Derivados.</i>	9
1.5. Delimitación de la investigación	9
1.6. Justificación	10
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	11
<i>1.7.1 Objetivo general</i>	11

1.7.2	<i>Objetivos específicos</i>	11
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL		12
2.1.	Marco teórico.	12
2.1.1.	<i>Marco Conceptual</i>	12
2.1.1.1	<i>Medios de comunicación.</i>	12
2.1.1.1.1	Evolución de los medios de comunicación.	12
2.1.1.1.2	<i>Importancia de los medios de comunicación</i>	14
2.1.1.1.3	<i>Características de los medios de comunicación.</i>	15
2.1.1.1.4	<i>Influencia de los medios de comunicación.</i>	15
2.1.1.1.5	<i>Ventajas y desventajas de los medios de comunicación.</i>	16
2.1.1.1.5.1	<i>Ventajas.</i>	16
2.1.1.1.5.2	<i>Desventajas</i>	17
2.1.1.1.6	<i>Tipos de medios de comunicación.</i>	18
2.1.1.1.6.1	<i>La prensa escrita</i>	18
2.1.1.1.6.2	<i>La revista</i>	18
2.1.1.1.6.3	<i>La radio</i>	19
2.1.1.1.6.4	<i>La televisión</i>	19
2.1.1.1.6.5	<i>El cine</i>	20
2.1.1.1.6.6	<i>Internet.</i>	20
2.1.1.1.7	<i>Clasificación de los medios de comunicación.</i>	21
2.1.1.1.7.1	<i>Medios Primarios.</i>	21
2.1.1.1.7.2	<i>Medios Secundarios.</i>	21
2.1.1.1.7.3	<i>Medios Terciarios.</i>	22
2.1.1.1.7.4	<i>Medios Cuaternarios.</i>	22
2.1.1.1.7.5	<i>Medios audiovisuales.</i>	22
2.1.1.1.7.6	<i>Medios radiofónicos.</i>	22
2.1.1.1.7.7	<i>Medios impresos.</i>	23
2.1.1.1.7.8	<i>Medios digitales.</i>	23
2.1.1.2	<i>Medios de comunicación aplicados en la educación.</i>	23
2.1.1.3	<i>Equidad de género.</i>	24
2.1.1.3.1	<i>Equidad de género en Ecuador.</i>	25
2.1.1.3.2	<i>La equidad de género en la educación</i>	26

2.1.1.3.3	<i>Género.</i>	26
2.1.1.4	<i>Estereotipos de género.</i>	27
2.1.1.4.1	<i>Estereotipos de género los Medios de Comunicación.</i>	28
2.1.1.5	<i>Lenguaje sexista en los medios de comunicación.</i>	29
2.1.1.6	<i>El discurso androcéntrico en la publicidad de la prensa y estereotipos de género.</i>	29
2.1.1.7	<i>Feminismo como una igualdad de derechos.</i>	30
2.1.1.8	<i>Género y educación.</i>	31
2.1.1.9	<i>Género y currículo.</i>	32
2.1.1.10	<i>Universidad y género.</i>	34
2.1.1.11	<i>El género en el curriculum universitario</i>	34
2.1.1.12	<i>Equidad de género en el pênsum académico en la Carrera de Comunicación Social.</i>	36
2.1.2.	<i>Marco referencial sobre la problemática de la investigación.</i>	39
2.1.2.1	<i>Antecedentes investigativos.</i>	39
2.1.2.2	<i>Categorías de análisis</i>	42
2.1.3	<i>Postura teórica.</i>	43
2.2.	Hipótesis	45
2.2.1	<i>Hipótesis General o Básica</i>	45
2.2.2	<i>Sub-hipótesis o Derivadas</i>	46
2.2.3	<i>Variables</i>	46
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		47
3.1	Resultados obtenidos de la investigación	47
3.1.1	<i>Pruebas estadísticas aplicadas</i>	47
3.1.1	<i>Análisis e interpretación</i>	48
3.2	CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	59
3.2.1	Conclusiones General.	59
3.2.2	Conclusiones específicas.	59
3.3	RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	59
3.3.1	Recomendación general	59
3.3.2	Recomendaciones específicas	60
CAPÍTULO IV PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS		61
4.1	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	61
4.1.1	Alternativa obtenida	61
4.1.2	Alcance de alternativa	61

4.1.3	Antecedentes	61
4.1.4	Justificación	62
4.1.5	Componentes	63
4.1.6	Temas de los talleres	64
4.1.7	Duración de los talleres	64
4.1.8	Planificación de los Talleres de capacitación	64
4.1.9	Afiche de los talleres	66
4.1.10	Resultados esperados de la alternativa	67
<i>BIBLIOGRAFÍA.</i>		68
<i>ANEXOS</i>		73

ÍNDICE DE TABLA.

Tabla 1 Tipo medios de comunicación utilizan con mayor frecuencia para informarse	49
Tabla 2 Los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes.....	50
Tabla 3 Tipos de programas observa en los medios de comunicación	51
Tabla 4 Tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género	52
Tabla 5 Cual sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género	53
Tabla 6 Cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación	54
Tabla 7 La amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres	55
Tabla 8 Solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos.	56
Tabla 9 Debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes	57
Tabla 10 Gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género dentro de la institución	58

ÍNDICE DE GRÁFICO.

Gráfico 1 Tipo medios de comunicación utilizan con mayor frecuencia para informarse	49
Gráfico 2 Los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes.....	50
Gráfico 3 Tipos de programas observa en los medios de comunicación	51
Gráfico 4 Tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género	52
Gráfico 5 Cual sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género ...	53
Gráfico 6 Cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación	54
Gráfico 7 La amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres	55
Gráfico 8 Solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos	56
Gráfico 9 Debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes	57
Gráfico 10 Gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género dentro de la institución	58

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Proceso del trabajo	63
Ilustración 2 Planificación del trabajo	64
Ilustración 3 Cronograma del proyecto	73
Ilustración 4 Encuesta	75
Ilustración 5 Aplicación de la Encuesta	76

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son básicamente una forma mediante la cual se llega a la población, la mayoría de estos medios son muy grandes y muchos de ellos son audiovisuales, texto, etc., para que puedan llegar a cualquier parte del mundo.

El hecho de ser seres humanos y pertenecer a cualquier grupo social, ante la ley todos somos iguales por lo tanto todos tenemos, derecho, libertad y obligaciones lo cual nos permite tener igualdad de derecho en todo sentido tanto hombres como mujeres sin impedimento y ser considerados por todos y cada una de las personas, se lograría tener igualdad en los diferentes ámbitos en los que los seres humanos se desenvuelven, mencionando el derecho a la libertad de expresión, a la libertad social, a la protección frente a cualquier persona extraña que discrimine ya sea a una persona extraña o cercana, a nuestro entorno.

La equidad de género en responsabilidad de los derechos humanos ha sido un tema que se ha tratado de manejar con la mayor rigurosidad posible, haciendo del mundo un mejor lugar, teniendo clara que la mejor herramienta para lograr dicha equidad son los medios de comunicación.

Es por esto que la presente investigación, tiene como objetivo presentar cual es el impacto de los medios de comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo, puesto que se conoce la falta de fomentación en temas como es la equidad de género y derechos humanos en dicha institución.

Por lo tanto, mediante este estudio se pretende conocer cuál es el impacto de los medios de comunicación para la promoción de la equidad de género y cumplimiento de los derechos humanos en estudiantes de la carrera de comunicación social.

CAPÍTULO I. DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Idea o tema de investigación

Impacto de los medios de comunicación en la promoción de la equidad de género en estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

1.2. Marco contextual

1.2.1 Contexto Internacional.

A nivel mundial existe un gran porcentaje de desigualdad de género, esto afecta en su gran mayoría a las mujeres, hechos que determinan el gran número de mujeres que enfrentan este tipo de situaciones de desigualdad a querer acceder a un trabajo, educación y a oportunidades de participar en la política, en si esto afecta en la convivencia entre niños y niñas.

A nivel de América Latina se menciona los siguiente:

Las mujeres y las niñas constituyen la mitad de la población mundial y por consiguiente la mitad de su potencial. La igualdad de género, además de ser un derecho humano fundamental, es imprescindible para lograr sociedades pacíficas, con pleno potencial humano y capaces de desarrollarse de forma sostenible. Además, está demostrado que el empoderamiento de las mujeres estimula la productividad y el crecimiento económico. (Naciones Unidas, s.f.)

De acuerdo con las Naciones Unidas la igualdad de género es importante para así lograr una sociedad más justa y equilibrada, teniendo en cuenta que todos tenemos igualdad de oportunidades y de derechos en cualquier empresa sea pública o privada.

La Unesco menciona que:

Por "género" nos referimos a las estructuras socioculturales que distinguen y dan forma a los roles, percepciones y estatus de mujeres y hombres en la sociedad. La "igualdad de género" se refiere a la existencia de igualdad de oportunidades y derechos para hombres y mujeres en los sectores público y privado, asegurándoles y garantizándoles la oportunidad de tener la vida que merecen. Actualmente, el mundo ha reconocido que la igualdad de género es un elemento clave del desarrollo sostenible.

El progreso hacia la igualdad de género a menudo se mide mediante indicadores, resultados clave como el porcentaje de acceso y la distribución equitativa de recursos y oportunidades. Gracias a estos indicadores objetivos, puedes ver hasta qué punto las mujeres y los hombres pueden disfrutar los mismos derechos básicos y oportunidades para el desarrollo personal y profesional y apoyar al desarrollo de su país.

La organización internacional del trabajo menciona que:

La discriminación basada en género atenta contra los principios y derechos fundamentales del trabajo, los derechos humanos y la justicia social. Además, debilita el crecimiento económico y el óptimo funcionamiento de las empresas y los mercados de trabajo. Al igual que otras regiones del mundo, América Latina y el Caribe afronta grandes retos para alcanzar la igualdad de género en el ámbito laboral. (Organización Internacional del trabajo, s.f.)

Esta cita da a entender que todos tenemos derecho a perseguir el desarrollo de la felicidad material y espiritual en condiciones de libertad y dignidad, seguridad económica e igualdad de oportunidades. Esto significa la misión de promover la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres.

1.2.2 Contexto Nacional.

Referente al tema de equidad de género en nuestro país existen investigaciones que manifiestan que:

La Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014-2017 reivindica a las y los sujetos de derechos, propone intervenciones públicas para la superación de las brechas de desigualdad. Su propósito radica en la transformación de las relaciones sociales discriminatorias hacia un Estado en el que la igualdad real o sustantiva sea garantizada. (Zurita, 2015)

En nuestro país, diversos programas son creados por el Consejo Nacional para la Igualdad de Género, porque busca lograr una amplia igualdad entre mujeres y hombres para evitar la discriminación y las malas relaciones provocadas por la desigualdad, encaminándose al Buen Vivir y permitir que se destruyan los legados coloniales neoliberales.

Ecuador es un país que se caracteriza por su interculturalidad; tiene una población de 14,5 millones, 50,4% de mujeres y 49,6 hombres. La población ecuatoriana se autodenomina en un 65% como mestizos, 13% como indígenas, 7,2% como afro-descendientes, 7,4% como montubios y 19% como blancos. Nueve nacionalidades y tres pueblos indígenas están reconocidos en el país. Desde hace 4 años, está calificado como un país de renta media y se encuentra en el lugar número 89 en el Informe de Desarrollo Humano. (Organización de las Naciones Unidas Mujeres, s.f.)

La violencia contra la mujer tiene efectos inmediatos y duraderos en la vida, el bienestar y el desarrollo de las familias, las comunidades y las naciones. Es uno de los principales obstáculos para el empoderamiento, el desarrollo de capacidades y la realización de los derechos de las mujeres, además de ser una de las formas más extremas de desigualdad y discriminación de género.

El artículo 70 de la Constitución Política del Ecuador establece que el Estado deberá desarrollar e implementar una política encaminada a lograr la igualdad entre mujeres y hombres a través de un mecanismo especializado, y al mismo tiempo incorporar la perspectiva de género en las leyes del país en planes y programas, y brindar técnicas de apoyo de uso obligatorio en el sector público.

Por otra parte, el artículo 331 indica que el Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. También se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo. (Fabara, 2020)

1.2.3 Contexto Local.

A nivel de la provincia de Los Ríos se menciona:

La delegada provincial de la Defensoría del Pueblo de Los Ríos, Mirelli Icaza Mackliff, identificó siete municipios que no cumplen con la disposición de garantizar la paridad de género, estos son: Quevedo, Babahoyo, Valencia, Vinces, Buena Fe, Palenque y Montalvo, a excepción de Quinsaloma donde todo el Concejo está constituido por varones.

“La paridad de género trata de garantizar la participación de la mujer en el nivel de gobierno, sea en la Alcaldía o en la Vicealcaldía. El Cantón garantiza que debe existir paridad de género en estos dos cargos, hemos identificado a nivel provincial cantones que no han cumplido con este principio” (Hora, 2019)

El gobierno provincial está tomando en cuenta este asunto con respecto a la desigualdad de género en los distintos cantones que conforman la Provincia de Los Ríos, esperando que las personas respeten la igualdad de género y claro que los estereotipos no van a cambiar de la

noche a la mañana, es por ello que se debe realizar un trabajo arduo y permanente.

Es importante saber que hoy en día todos tenemos las mismas oportunidades, las mismas condiciones, tanto en preparación como experiencia laboral, que debemos ser tomadas en cuenta, ya que no solos los hombres tiene derecho a trabajar o tomar decisiones, ahora tanto hombre como mujeres tenemos derecho a la libertad de expresión y el derecho a tomar nuestras propias decisiones.

1.2.4 Contexto Institucional.

Este trabajo de investigación que trata sobre el impacto de los medios de comunicación en la equidad de género se centra en la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, Provincia de Los Ríos, está ubicada, en San Camilo Pital, vía a Valencia-Quevedo.

En la Universidad en la que se trabajó se ha detectado que existe un bajo conocimiento sobre la igualdad de género puesto que los estudiantes no respetan el derecho a la igualdad entre hombres y mujeres y no realizan actividades compartidas entre ambos sexos para así eliminar ideas de que los solo las mujeres deben dedicase al hogar y que solo los hombres pueden ejercer altos cargos ejecutivos, hoy en día tanto hombres como mujeres pueden realizar la misma labor, todos tenemos los mismos deberes y obligaciones y merecemos ser tratados por igual.

Los jóvenes no utilizan los medios de comunicación para informarse, tanto así que, por medio de las redes sociales, en ocasiones lastiman a sus compañeros poniéndoles apodosos ofensivos, iniciando así una discriminación y maltrato psicológico, cuando los medios de comunicación deben utilizarlos de forma productiva, para realizar algún trabajo o para informarse sobre temas como la equidad de género y los derechos humanos.

1.3. Situación problemática

El mundo siempre ha sufrido contradicciones socioculturales que varían de acuerdo a muchos factores y que son complejos precisar, sin embargo, el mundo de hoy enfrenta muchos retos que buscan solucionar. Los medios de comunicación son aquellos que nos permiten estar informados de lo que sucede día tras día, así como también nos ayuda a adquirir nuevos conocimientos siempre y cuando se utilice adecuadamente en la educación.

La igualdad de género en la educación es uno de los principales requisitos previos para garantizar la integración de diferentes sectores de la población que, de otro modo, estarían expuestos a recibir una educación eficaz y de alta calidad.

En la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, se evidencio que los estudiantes hacen uso reiterado y a diario de los medios de comunicación, ya sean impresos, auditivos y audiovisuales de los cuales obtiene la información que desean acerca de diferentes temáticas, que influye en la promoción de la equidad de género. De esta apreciación se puede evidenciar que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y Comunicación, no utilizan la información para informarse o para su superación personal, más bien utilizan para otros fines, como para desprestigiar a algún compañero por sus particularidades y/o diferencias o limitaciones.

El género permite agrupar roles culturales, políticos, ocupacionales, religiosos y socioeconómicos para determinar cuál es el comportamiento de hombres y mujeres en la sociedad, Sin embargo, tanto hombres como mujeres pueden trabajar; Este es un ejemplo de lograr la igualdad de género.

Con la presente investigación se pretende contribuir a lograr la equidad de género, orientando en la utilización adecuada de los medios de comunicación y a partir de ahí

desarrollar una propuesta que permita fortalecer la equidad de género entre estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión-Quevedo.

1.4. Planteamiento del problema

Las generaciones actuales gozan pasando varias horas deleitándose de los distintos medios de comunicación, en donde se puede observar distintos contenidos, para sus edades, como películas, noticias, novelas, entre otros. Es importante que los padres de familia estén pendientes de lo que hacen sus hijos, durante las horas que pasan utilizando estos medios, ya que pueden acarrear una mala información, que puede ocasionar periodos de aislamiento, desadaptación social y bajo rendimiento académico.

Los jóvenes no utilizan los medios de comunicación de manera correcta en ocasiones las utilizan para burlarse de algún compañero, por situación económica, etnia, inclinación sexual; además existe falta de comunicación entre compañeros al interior de la institución, por distintos estereotipos que refleja la inexistencia de unidad dentro de la sociedad actual.

Existe una abusiva presencia de medios de comunicación a diario en nuestras vidas, hasta las relaciones familiares y personales se encuentran muchas veces mediatizadas por la inconsciente actuación de los medios. Lo grave de esto es que la población no toma conciencia. La mayoría de veces somos meros receptores por no reaccionar antes las manipulaciones ideológicas que la comunicación lleva consigo.

Por eso para mejorar este problema que hasta la actualidad es evidente deberíamos realizar charlas sobre la igualdad que debe existir entre mujeres y hombre de distintas clases sociales, preferencias sexuales y así eliminar los estereotipos que con el pasar de los años solo genera violencia.

1.4.1 Problema General o Básico

- ¿De qué manera impacta los medios de comunicación en la promoción de la equidad de género en estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo?

1.4.2 Subproblemas o Derivados.

- ¿Cuáles son los tipos de medios de comunicación que promocionar la equidad de género?
- ¿De qué manera inciden los medios de comunicación en los estudiantes de la carrera de comunicación social?
- ¿Con la propuesta de talleres de capacitación sobre el correcto uso de los medios de comunicación ayudará a fomentar la equidad de género en los estudiantes?

1.5. Delimitación de la investigación

El presente proyecto investigativo se delimitó de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El presente trabajo de investigación se efectuó en la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

Campo: Socio – Educativo

Área: Equidad de Género

Línea de investigación de la Universidad: Educación y Sociedad

Línea de investigación de la facultad: Comunicación intercultural y participativa

Línea de investigación de la carrera: Lenguaje, comunicación y estilos periodísticos

Sub-Línea de investigación: Comunicación y su relación con grupos humanos: género, grupos vulnerables e interculturales

Delimitador temporal: La investigación se realizó en el presente año

Delimitador demográfico: La investigación buscó analizar cómo los medios de comunicación influyen en la promoción de la equidad de género en estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

1.6. Justificación

En el presente trabajo de investigación se pretende determinar la manera como los medios de comunicación impactan, con sus estrategias en la promoción de la equidad de género, en función de los derechos humanos y como algunos estereotipos de género persisten en la sociedad, pero si bien se ha avanzado mucho en este ámbito, también es cierto que cada día surgen nuevos ámbitos donde la desigualdad de género impide el crecimiento económico equitativo, el desarrollo social y, sobre todo, el desarrollo social manifestando equidad entre hombres y mujeres; cabe mencionar que en la actualidad poseen un concepto equivocado de equidad de género por lo que se ha creado diversas conductas machistas y esto es a lo que se aferran muchas de las personas y lo siguen manteniendo de generación en generación.

Es importante conocer como los medios de comunicación tratan de promover la equidad de género, pues debido a la capacidad de llegar a todas las personas tienen el rol de nivelar las oportunidades existentes para que estas sean divididas de forma justa entre hombres y mujeres.

Como se mencionó anteriormente, el término "género" se utiliza hoy en día para referirse a las diferentes características que la sociedad asigna a mujeres y hombres. qué papel juegan en la sociedad en determinados momentos de la vida, por eso suponen que tanto hombres como mujeres difieren no cuantitativa sino cualitativamente.

Con este estudio se beneficiará a la sociedad en general mediante la difusión del

impacto que tienen los medios de comunicación en la promoción de la equidad de género, en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo general

Determinar el impacto de los medios de comunicación en la promoción de la equidad de género en estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

1.7.2 Objetivos específicos

- Identificar los tipos de medios de comunicación que promocionan la equidad de género.
- Analizar la incidencia de los medios de comunicación en los estudiantes de la carrera de comunicación social.
- Proponer talleres de capacitación sobre el correcto uso de los medios de comunicación ayudará a fomentar la equidad de género en los estudiantes

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1.Marco teórico.

2.1.1. Marco Conceptual

2.1.1.1 Medios de comunicación.

Un medio de comunicación es un sistema técnico para llevar a cabo cualquier forma de comunicación. El término suele referirse a los medios de comunicación de masas, es decir, aquellos que proporcionan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio. Sin embargo, hay medios que no son medios interpersonales. Las medidas interpersonales son aquellas que facilitan la comunicación entre las personas, como por ejemplo los teléfonos.

Los individuos y las comunidades tienen acceso a una variedad de medios para obtener materiales informativos que describen, interpretan y analizan datos y eventos de varios tipos (políticos, económicos, sociales) o culturales) a nivel local o global. A cambio, las personas obtienen acceso a medios de comunicación interpersonal entre personas o grupos.

2.1.1.1.1 Evolución de los medios de comunicación.

Durante siglos, el discurso ha sido fuente de mitos y los cuentos de hadas se han utilizado como una forma de afirmar los valores sociales y las ideas que se transmiten de generación en generación. En muchas sociedades, una figura importante es el "pregonero" que se dedica a anunciar verbalmente las principales noticias sobre una ciudad o pueblo.

La comunicación oral y escrita mediante manuscritos, símbolos o imágenes dominó la sociedad hasta la llegada de la imprenta en el siglo XV. Inventada por el alemán Johannes Gutenberg, se considera el inicio de los medios de comunicación. Este invento es un hecho histórico que dio origen a la distribución de los primeros folletos y periódicos.

En el siglo XIX, diversos inventos (telégrafo por cable, telégrafo inalámbrico y teléfono) iniciaron el desarrollo de los sistemas de comunicación. Muchos tipos diferentes de medios, tanto masivos como interpersonales, han evolucionado a lo largo de los años.

Los medios se utilizan como un sistema técnico utilizado para cualquier tipo de comunicación, ya sean comunicaciones que contengan material de información que describa, interprete y analice datos y hechos de diversos tipos (económicos, sociales o culturales) a nivel local o mundial. A su vez, los individuos obtienen acceso a medios de comunicación interpersonal entre individuos o grupos.

En Estrasburgo, en Junio de 1605 fue publicado el primer periódico por un joven alemán llamado Johann Carolus, quien escribía un boletín de noticias a mano con la información que le proporcionaba una red de corresponsales a su servicio y que para ampliar su negocio compró una imprenta, publicando así el primer periódico llamado “Colección de todas las noticias distinguidas”; en 1622 en Londres, se publicó el periódico impreso llamado “Weekley News of London”, y en América el primer periódico que permaneció con tiraje continuo se fundó en EEUU en 1704 nombrado el “Boston News-Letter”. (Utel Blog, 2019)

Desde los primeros días de existencia, los seres humanos han sido capaces de comunicarse de muchas maneras, utilizando muchas herramientas y sistemas diferentes, logrando así el objetivo de comunicar y transmitir pensamientos e ideas.

Así, desde las primeras civilizaciones del mundo nos hemos encontrado con estilos de comunicación muy concretos y destacados, donde si se quiere transmitir un mensaje o transmitir una idea, se hace mediante señales de humo, palomas mensajeros o palabra de gente boca. información de una ciudad a otra y se les llama mensajeros. Luego aparecieron las primeras inscripciones en piedra, y más tarde se hicieron papiros y pergaminos de lino y arcilla.

2.1.1.1.2 Importancia de los medios de comunicación

Los medios de comunicación vienen jugando un papel clave en el desarrollo humano y social. Su principal objetivo es dotarse de un canal a través del cual los seres humanos se comunican y reciben información. Por un lado, los medios de comunicación de masas permiten que las personas se comuniquen entre sí independientemente de la distancia. A lo largo de los años, y gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, los medios de comunicación han conectado a personas de distintas partes del mundo no solo por voz sino también por imagen.

Actualmente, la eficiencia se considera la principal ventaja de las redes sociales. Como resultado, los consumidores pueden enterarse instantáneamente de noticias y eventos importantes del resto del mundo.

Desde tiempos inmemoriales, las personas intentan comunicarse con sus compañeros. Como resultado, la transición del siglo XX del texto a las estrategias y formas de comunicación digital y virtual se ha vuelto más compleja. Debe distinguirse entre los medios de comunicación interpersonal, como el teléfono, y los medios masivos a través de los cuales la sociedad en su conjunto puede recibir información.

Los medios de comunicación desempeñan un papel preponderante en el desarrollo humano y social. Su objetivo principal es servir como un canal a través del cual los seres humanos se comunican o reciben información.

Por un lado, los medios de comunicación permiten que las personas se comuniquen entre sí a distancia. A lo largo de los años, y gracias al desarrollo de la tecnología, los medios de comunicación han conectado a personas de distintas partes del mundo no solo por voz sino también por imagen. Los medios de comunicación modernos le permiten comunicarse con todo el mundo en un tiempo récord.

Los medios de comunicación, por su parte, cumplen distintas funciones: informar, divertir, formar opinión, iluminar. Estos son los canales a través de los cuales se entrega información específica a la sociedad. Recientemente, la inmediatez se ha convertido en la principal característica de los medios de comunicación. Como resultado, los consumidores se enteran instantáneamente de noticias y eventos importantes de muchas partes del mundo. La tecnología permite que los medios sean masivos e instantáneos.

2.1.1.1.3 Características de los medios de comunicación.

En nuestro tema nos centraremos en las principales características de los medios. Es decir, esas medidas nos permitirán transmitir un mensaje o nuestra imagen como marca. Las más relevantes son:

- ✚ La comunicación se establece para ser principalmente unidireccional. En otras palabras, es importante que la marca como editor pueda llegar al grupo objetivo con el mensaje.
- ✚ Los mensajes transmitidos se pueden enviar a diferentes destinatarios o a destinatarios específicos.
- ✚ La percepción del mensaje por parte del receptor o de los destinatarios del mensaje no es más precisa que la comunicación cara a cara. Puedes prestar más o menos atención según el contexto, la necesidad, el interés por el producto o servicio, etc. otros factores externos.
- ✚ Se pueden llevar a cabo con diferentes tipos de medios sonoros, escritos, audiovisuales o digitales. (COMUNICARE, 2022)

2.1.1.1.4 Influencia de los medios de comunicación.

Los medios moldean gustos y preferencias, influyen en las percepciones de la realidad y contribuyen así a formar la opinión pública. A su vez, los medios son susceptibles a los cambios sociales, que afectan el contenido que entregan.

Actualmente, al analizar la educación de los niños, niñas y adolescentes, no se puede argumentar que esto se hace sólo en las escuelas porque están constantemente rodeadas por los medios de comunicación, puede intercambiar Internet, TV, teléfonos móviles, periódicos, etc., es de gran importancia en la educación de los jóvenes y enfatiza los conteos de mensajes que son parte de su vida diaria. Esta es la razón por no puede ser ignorado y debe ser tomado en cuenta factores que tienen un impacto significativo en la educación de los jóvenes. Además, Castillo menciona lo siguiente en su informe de los medios de comunicación en la educación actual “Los medios de comunicación no sólo influyen en la educación que reciben los niños, sino que también lo hacen muy directamente en el tipo de sociedad que tenemos y tienen a su alrededor”. (Santiago, 2017, pág. 2)

2.1.1.1.5 Ventajas y desventajas de los medios de comunicación.

2.1.1.1.5.1 Ventajas.

Estas son las más destacadas:

- La capacidad de notificar rápidamente y simplemente a través de la prensa, la radio, la televisión o el portal digital.
- Opinar es una opción, ya que la mayoría de los medios permiten que las personas comenten en sus medios digitales, más aún si tienen sus propios perfiles en las redes sociales para que pueda crear discusiones sobre noticias importantes.
- Gracias a las nuevas tecnologías, la comunicación se vuelve más bidireccional, puedes comentar los mensajes y guardarlos. Antes era imposible.
- Además de la información, proporcionan entretenimiento. Por ejemplo, puede encontrar películas, una serie y una variedad de opciones para realizar vacaciones familiares.
- Los hechos se transmiten en tiempo real y te mantienen al tanto de todas las novedades que existen en cualquier parte del mundo.
- Son medios ideales para la distribución masiva, y también eliminan las diferencias culturales.
- Ofrecen a comercios y establecimientos colocar sus anuncios ya que esto les permite promocionar sus productos y llegar a un gran número de personas.

2.1.1.1.5.2 *Desventajas*

Las principales desventajas son mencionadas a continuación:

- La tecnología debe funcionar al máximo para entregar todos los mensajes. Si Internet no funciona, está conectado a las cámaras o hay algún aspecto técnico que bloquea la transmisión, será muy difícil de resolver hasta que se solucione técnicamente.
- La información puede no ser verdadera o precisa. Esto significa que gran parte de los medios pueden estar reportando noticias falsas o poco realistas. El hecho de que aparezcan en un medio no significa que todas las noticias difundidas sean reales.
- Los intereses de los partidos políticos. Muchos medios están amenazados o restringidos por los intereses de los partidos políticos. De hecho, algunos de ellos pueden tener un gran impacto en la ruta de las noticias, por lo que cada uno tiene sus propias líneas editoriales y depende de ellos cómo abordan las noticias. Es bien sabido que los partidos políticos tienen un arma de doble filo en los medios: por un lado, les interesa influir en las masas a su favor, por otro lado, temen que pueda aparecer información sobre su red. Por ello, debes valorar los medios y ser consciente de que una misma noticia puede interpretarse de forma diferente según el medio que la publique.
- El costo de iniciar una tienda de medios es considerable, especialmente cuando se trata de licencias, equipos y personal para crear una tienda de medios.
- Muchas zonas, debido a su ubicación y falta de estructura, pueden quedar excluidas de los medios. En este caso, son lugares aislados donde las noticias no llegan y la gente no está informada, creando una brecha cultural importante.
- La dependencia de dispositivos tecnológicos como los teléfonos celulares, que son uno de los dispositivos más utilizados para estar al tanto de todo lo que sucede en el mundo y por lo tanto causan problemas de adicción.
- La autoría de los responsables de la noticia puede perderse porque Internet puede fragmentarse o pasar desapercibida después de la difusión de la noticia.

2.1.1.1.6 Tipos de medios de comunicación.

2.1.1.1.6.1 La prensa escrita

Conocemos a la prensa escrita como el conjunto de publicaciones impresas que tiene como función ser un vehículo de la información en los distintos ámbitos de interés público, como la política, la economía, la educación, el deporte, farándula, entre otras publicaciones.

Las comunicaciones escritas pueden ser personales o estar diseñadas para un público masivo. Además, pueden tener diferentes objetivos como informar, convencer o entretener y representa un antes y un después para la humanidad. (Steffens, 2021)

En este contexto, permite la difusión del conocimiento con la redacción y publicación de contenidos de todo tipo, ya no está en manos de unos pocos y rompe con el monopolio de la información. En cuanto a los medios de comunicación, estos se constituyen en fuentes de observación más activas de las que disponen los ciudadanos para captar y comprender el clima político, económico y social. (Steffens, 2021)

2.1.1.1.6.2 La revista

Una revista es una publicación impresa que se publica periódicamente (normalmente semanal o mensualmente). Al igual que los diarios, las revistas forman parte del medio gráfico, aunque también pueden ser digitales o provenir directamente de internet.

Es así. Con el auge de las nuevas tecnologías y de Internet han tenido lugar dos acontecimientos dentro de lo que es el ámbito de las revistas. Así, por un lado, nos hemos encontrado con el nacimiento y desarrollo de revistas web que no se realizan en papel, sino que sus lectores sólo pueden leerlas en la Red. Y, por otro lado, se ha producido una gran apuesta por parte de las revistas que salen de la imprenta que han tomado la decisión de tener también su versión en Internet. (Significadoconcepto, 2018)

2.1.1.1.6.3 *La radio*

En la actualidad, ante estos avances en las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, es en estas condiciones que Internet se ha convertido en algo indispensable en la sociedad, pues gracias a este es posible utilizar diversas aplicaciones o avances que se encuentran en el campo de la tecnología y en la creación de nuevos dispositivos. Internet es, por tanto, la principal herramienta en la construcción de lo que podría llamarse "sociedad en red". En ese contexto, la radiodifusión digital nació como uno de los productos de los avances tecnológicos frente a una sociedad que daba la impresión de que nunca dejaba de comunicar.

Lo que se denomina "radio digital" es el producto de transformar el sonido por medio de una señal eléctrica, transformándolo en combinaciones numéricas o números. La radio convencional se transmite por medio de señales eléctricas, este proceso hace que en la estación de radio se emitan señales eléctricas y se produzcan con datos de audio, que a su vez es convertido por un transmisor de radio digital en una señal compuesta por una serie de números.

Las radios digitales o por internet están cobrando impulso en Internet y creciendo rápidamente, pero no son tan efectivas como las redes sociales o los periódicos digitales.

2.1.1.1.6.4 *La televisión*

Los medios gráficos fueron el pilar de la comunicación durante siglos, hasta la llegada de la televisión a principios de 1900. El dispositivo evolucionó para lograr el rendimiento que tiene hoy.

La primera transmisión de televisión pública fue transmitida por la BBC en el Reino Unido en 1927 utilizando un sistema mecánico. En 1937, comenzó la transmisión electrónica en Francia e Inglaterra. Esta radiación se creó gracias al desarrollo de tubos de rayos catódicos y lentes iconoscopios (sensores electrónicos). En 1952, apareció en el aire el primer programa de televisión en color.

Los sistemas de televisión han evolucionado rápidamente a lo largo de su existencia, basados en los mismos principios de producción, pero diferentes en cuanto a los métodos de transmisión y la calidad del servicio prestado a los usuarios. Sin embargo, la televisión abierta está limitada por la falta de canales y contenido repetible, y los servicios de pago por cable o satélite han surgido como alternativas.

La televisión digital es el conjunto de tecnologías para transmitir y recibir imágenes y sonido a través de señales digitales. A diferencia de la televisión analógica (la imagen y el sonido se convierten en una señal eléctrica que se adapta convencionalmente y se transmite por aire a los televisores de los abonados), la televisión digital codifica las señales en forma binaria, generando así la posibilidad de generar ingresos entre el consumidor y el consumidor. productor de contenidos, los cuales pueden ser recibidos a través de diferentes canales. Entre ellos: televisión digital terrestre, ADSL, antena satelital, cable y dispositivos móviles.

2.1.1.1.6.5 *El cine*

El cine es un medio audiovisual con orígenes a finales del siglo XIX y es asociado principalmente con el arte y el entretenimiento. Sin embargo, en las primeras décadas en las que se utilizó, es la principal herramienta de propaganda e información. Aquí fue donde la población se dio cuenta de la efectividad del cine para transmitir mensajes, aunque esta función fue desplazada después de la aparición de la televisión. (Content, 2020)

2.1.1.1.6.6 *Internet.*

Internet se creó originalmente a partir de la necesidad de conectar computadoras. Arpanet es la primera red informática que fue creada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Su objetivo es establecer una relación entre diferentes organizaciones que se le acudirán.

Esta idea fue replicada a nivel mundial antes de que se creara la gran red global que hoy se conoce como Internet. El desarrollo de Internet se debe a muchos científicos e ingenieros que han desarrollado diferentes tecnologías. En la década de 1990, el advenimiento de Internet (WWW), inventado por el científico Tim Berners-Lee, fue un hito importante en el acceso a la información disponible en Internet. Fue este invento el que popularizó Internet, porque aseguraba y facilitaba el acceso público a la misma.

La red ha hecho posible el acceso a la información y la comunicación en todo el mundo. Su auge comenzó en 1993 con la introducción del primer buscador de internet.

2.1.1.1.7 Clasificación de los medios de comunicación.

2.1.1.1.7.1 Medios Primarios.

Estos son los medios que están conectados al cuerpo, no necesitan ninguna tecnología de comunicación, de ahí que sean asincrónicos, se consideran medios masivos porque cuando un grupo supera las siete personas ya no se considera que es otro grupo. es un propagandista de masas, por lo que el profesor que imparte la lección puede verse como un propagandista de masas.

2.1.1.1.7.2 Medios Secundarios.

Esto requiere el uso de métodos por parte del remitente del contenido para transmitir el mensaje. Los destinatarios del mensaje no necesitan ningún método (tecnología) para recibir el mensaje, lo que significa que cuando las personas caminan por la calle, no necesitan ningún equipo especial para ver o escuchar los anuncios que se crean. en este directorio.

2.1.1.1.7.3 Medios Terciarios.

Medios terciarios (medios electrónicos): requiere el uso de métodos tanto del emisor del contenido como del receptor, es decir, para recibir un mensaje enviado necesitamos un dispositivo que decodifique el mensaje cuando la gente quiere ver la televisión. necesitan un televisor que muestre programas de televisión.

2.1.1.1.7.4 Medios Cuaternarios.

Medios cuaternarios: Los llamados nuevos medios son producto del progreso tecnológico. Permiten que las personas se comuniquen de manera bidireccional y masiva simultáneamente, reducen la distancia entre las personas y utilizan las últimas tecnologías para facilitar la comunicación con mensajes enviados y recibidos de alta calidad, lo que se traduce en calidad. La baja del vehículo se incluye en las otras clasificaciones.

2.1.1.1.7.5 Medios audiovisuales.

Estos son medios cuyos mensajes se pueden ver y escuchar al mismo tiempo. Se basan en dispositivos tecnológicos que difunden imágenes y sonidos para transmitir información, como la televisión y el cine. La televisión existe desde la década de 1930 y es el medio de comunicación de masas más visto del mundo. Los espectadores de todo el mundo pueden recibir la señal de este motor de noticias en tiempo real, en vivo o en diferido. Casi cualquier evento en el mundo puede transmitir video y audio a cualquier parte del mundo.

2.1.1.1.7.6 Medios radiofónicos.

Este medio se basa únicamente en la información proporcionada en formato de audio. Esto requiere un proceso de fabricación mucho más simple que los televisores. La limitación principal está relacionada con el volumen de transmisión, porque la distancia geográfica evita

la transmisión o afecta la calidad del sonido. En las últimas décadas, la radio por Internet y el contenido de audio, como los podcasts, se han desarrollado, creados por estaciones de radio y luego distribuidos digitalmente. (Etecé, 2020)

2.1.1.1.7.7 Medios impresos.

Incluye todas las publicaciones que contienen información cargada, como revistas, periódicos, revistas, folletos y folletos. Actualmente, debido a los altos costos de producción y la penetración de Internet, estos vehículos se encuentran en declive. Hoy en día, el público está utilizando herramientas más rápidas para acceder a la información y muchas publicaciones se están adaptando a la nueva era digital al hacer que su contenido esté disponible en línea. (Etecé, 2020)

2.1.1.1.7.8 Medios digitales.

Las "nuevas tecnologías" que surgieron en la década de 1980 estaban ampliamente disponibles. A través de Internet, la información llega de manera rápida e instantánea a un gran porcentaje de la población mundial. Los medios digitales utilizan computadoras personales, teléfonos móviles, tabletas y otros tipos de dispositivos móviles como medio para transmitir información a velocidades que superan cualquier otro medio. Información a miles de personas en segundos. Los medios digitales juegan un papel informativo y de entretenimiento. Algunos medios tradicionales se están adaptando a la realidad de este siglo, por lo que en Internet se pueden encontrar contenidos de televisión y radio. (Etecé, 2020)

2.1.1.2 Medios de comunicación aplicados en la educación.

La sociedad del siglo XXI se encuentra en un proceso de continuos cambios intentando dar respuesta a todas las necesidades que van surgiendo en todos los sectores, y en concreto,

en el de la educación. Los medios de comunicación, como instrumento de difusión social, están al alcance de cualquier persona en la actualidad. Ya no solo los tradicionales, como la prensa escrita, la televisión o la radio, si no también hoy en día los alumnos manejan otros más avanzados, como Internet, las redes sociales, las aplicaciones de mensajería móvil tipo WhatsApp, entre otros. (Dominguez, 2019)

La educación contemporánea debe desviarse de los métodos de enseñanza tradicionales cuando los maestros son vistos como meros transmisores de conocimiento. Ahora tenemos que luchar por un aprendizaje más dinámico y motivado para los estudiantes. Un tema interesante de discusión para los expertos es la relación entre educación y medios, ya que son dos temas íntimamente relacionados. (Dominguez, 2019)

Hay muchos canales de comunicación en la sociedad de la información actual, y aunque a menudo es difícil responder a demasiada información, los educadores se han esforzado por crear materiales escolares y desarrollar muchas teorías sobre el papel que desempeñan como expertos en la educación de los niños.

2.1.1.3 Equidad de género.

La equidad intenta promover la igualdad, más allá de las diferencias en el sexo, la cultura, los sectores económicos a los que se pertenece, etc. Es por ello que suele ser relacionado con la justicia social, ya que defiende las mismas condiciones y oportunidades para todas las personas, sin distinción, solo adaptándose en los casos particulares. (issuu, 2021)

En otras palabras, para que se haga justicia, es posible que la regla no se aplique a todas las personas, pero hay algunas excepciones que deben observarse caso por caso. Además, cada persona necesita hacer valer sus derechos, vengan de donde vengan. El poder judicial combate la pobreza, la discriminación, el racismo, la xenofobia, la homofobia y otras cuestiones que contribuyen a la alienación y la diferencia entre las personas.

2.1.1.3.1 Equidad de género en Ecuador.

Equidad de género es un concepto afinado y forjado a consecuencia de múltiples prácticas y organizaciones de mujeres que durante los últimos años se han encargado de elaborar agendas de justicia genérica. En este sentido el progreso del concepto de igualdad de género es testigo de una dialéctica en la interrelación de la progresiva influencia del movimiento social globalizado decidido a la modificación de las relaciones desiguales entre sexos y la elaboración teórica del descubrimiento y visibilización de la opresión femenina. (Seraquive, 2021)

En este sentido, Mayorga (2018): menciona que la igualdad de género puede definirse como un conjunto de normas y valores personales que definen el carácter de una persona, contribuyendo en cada oportunidad que se le presenta. El término "género", unido a la igualdad tanto para hombres como para mujeres, es un concepto que actualmente se debate abiertamente en varios sectores de nuestra sociedad. Además del enfoque mediático y la falta de claridad conceptual, es importante considerar las diferentes perspectivas teóricas que los definen.

Para (Seraquive, 2021) las posiciones de igualdad de género buscan representar las oportunidades que enfrentan las mujeres al hombre en el ámbito educativo trata de reflejar si existe algún tipo de desventaja con respecto uno del otro. Se puede inferir que las mujeres y los hombres poseen características y oportunidades diferentes, este punto debe ser analizado para en el caso de existir desigualdades referentes al acceso a la educación se rectifique. Ya sea aplicando políticas o estrategias que parta desde el gobierno central y pasen a las universidades.

El concepto de género plantea interrogantes sobre cómo se configura la sociedad en términos de las opiniones de los hombres sobre las mujeres, y cómo se han visto disminuidas sus contribuciones en muchas áreas de la vida pública, privada o doméstica. Investigación del mercado de valores

2.1.1.3.2 *La equidad de género en la educación*

La normativa constitucional establece el ejercicio progresivo de los derechos para las personas bajo los principios de igualdad y no discriminación como garantía de su desarrollo, lo cual, es tarea fundamental del Estado y la sociedad. Téngase en cuenta que, los derechos humanos son universales, irrenunciables e imprescriptibles, situación que se reconoce en la normativa nacional e internacional. De ahí, emerge la necesidad de promover y proteger los derechos humanos y dentro del marco de las competencias, elaborar e implementar normativas y prácticas efectivas de derecho, de tal manera que, se perennice la vigencia de las garantías constitucionales y se prohíba toda forma de discriminación. (Vela, 2020)

En Ecuador, pese a los avances normativos y el imperativo constitucional, las políticas públicas del Estado y otros esfuerzos en torno a la igualdad de género; la brecha de desigualdades entre hombres y mujeres es ampliase aparta, así, de la realidad está muy apartada de los planteamientos constitucionales. Por tanto, es necesario que todos los poderes públicos del Estado dinamicen su contenido y tutela del derecho sobre la equidad y género desde el marco de institucionalidad, incluyendo planes y programas efectivos que se conviertan en herramientas efectivas para el mejoramiento de la calidad de vida desde la materialización de este derecho. (Vela, 2020)

2.1.1.3.3 *Género.*

Género se refiere a roles, ciertas características y oportunidades en la sociedad que se consideran adecuadas para hombres, mujeres, niños, niñas y personas con identidades no binarias. El género también es un producto de las relaciones humanas y puede reflejar la división de poder entre ellas. No es un concepto estático, cambia con el tiempo y el lugar.

Cuando las personas o los grupos no se adhieren a las normas (incluidos los conceptos de hombre o mujer), los roles de género, las responsabilidades o las relaciones, a menudo enfrentan el estigma social y la exclusión social y la discriminación, lo que puede tener efectos

negativos para la salud. El género interactúa con el sexo biológico, pero ese es un concepto diferente. (Salud, 2018)

2.1.1.4 Estereotipos de género.

Un estereotipo de género es una visión generalizada o una idea preconcebida sobre los atributos o las características, o los papeles que poseen o deberían poseer o desempeñar las mujeres y los hombres. Un estereotipo de género es perjudicial cuando limita la capacidad de las mujeres y los hombres para desarrollar sus capacidades personales, seguir sus carreras profesionales y/o tomar decisiones sobre sus vidas. (Unidas, 2022)

Ya sean abiertamente hostiles (como "las mujeres son irracionales") o aparentemente benignos ("las mujeres son cariñosas"), los estereotipos perjudiciales perpetúan las desigualdades. Por ejemplo, la visión tradicional de las mujeres como cuidadoras significa que las responsabilidades del cuidado de los niños suelen recaer exclusivamente en ellas. (Unidas, 2022)

Además, los estereotipos de género agravados y cruzados con otros estereotipos tienen un impacto negativo desproporcionado en ciertos grupos de mujeres, como las mujeres de grupos minoritarios o indígenas, las mujeres con discapacidades, las mujeres de grupos de castas inferiores o con un estatus económico más bajo, las mujeres migrantes, etc. (Unidas, 2022)

Los estereotipos de género se refieren a la práctica de atribuir a un individuo, mujer u hombre, atributos, características o roles específicos por la sola razón de su pertenencia al grupo social de mujeres u hombres. Los estereotipos de género son ilícitos cuando dan lugar a una o varias violaciones de los derechos humanos y las libertades fundamentales. (Unidas, 2022)

2.1.1.4.1 Estereotipos de género los Medios de Comunicación.

Todavía podemos encontrar estereotipos de género en los medios de comunicación, entendiendo por medios de comunicación incluyendo televisión, prensa, radio y medios digitales (periódicos, blogs e incluso redes sociales).

Aunque los estereotipos no deben ser negativos o tener significados negativos, eventualmente son parte de las etiquetas utilizadas por el cerebro humano para analizar la realidad en un entorno desconocido, pero la verdad es muchas veces simplificar los patrones que conducen a la creación de prejuicios y discriminación, especialmente cuando estos moldes son absorbidos y creados prejuicios inconscientes.

Los estereotipos de género no resuelven este problema, y en muchos casos la simplificación excesiva de la realidad de género (que es una construcción cultural y social) lleva a discriminar a las mujeres y a mantener una visión de la realidad basada en las diferencias percibidas. biológicos, sino que en realidad se basan en estructuras y tradiciones de género.

Así, los estereotipos de género afectan a los medios de comunicación de dos formas; Por un lado, son en parte responsables de que, incluso hoy en día, las mujeres en la industria de los medios sean más pequeñas que los hombres (especialmente en la prensa escrita) y ocupen menos puestos de liderazgo en los medios, aunque hay más mujeres que hombres entre los graduados en periodismo. Los medios de comunicación, por su parte, mantienen algunos de los estereotipos de género y roles tradicionales asociados a las mujeres, situándolas en el ámbito privado y familiar y casi siempre al servicio de los demás. (Antico4, 2022)

Los estereotipos de género en los medios de comunicación se pueden encontrar en todo tipo de contenidos, desde noticias y artículos de opinión hasta entretenimiento como películas y series. Aunque el rol y la presencia de las mujeres y sus roles en el contenido han cambiado y evolucionado con el tiempo, en gran parte debido al uso de principios de comunicación basados en el género, la comunicación en los medios aún puede cambiar dinámicamente y

todavía queda un largo camino por recorrer. podemos decir que ya no contienen estereotipos negativos sobre el género.

2.1.1.5 Lenguaje sexista en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la imagen pública de las mujeres que se nos crea a través del lenguaje que utilizan. Este lenguaje puede ocultarlas, discriminarlas e incluso denigrarlas. Por el contrario, un tratamiento igualitario en el discurso mediático puede contribuir, no solo a visibilizarlas, sino a acelerar el avance hacia la igualdad en muchos otros ámbitos. (Guerrero, 2022)

Es, pues, necesario que el lenguaje periodístico refleje procedimientos lingüísticos destinados a no discriminar por razón de género, ya que esto promueve la toma de conciencia y contribuye a la sensibilización hacia una determinada sociedad más igualitaria.

2.1.1.6 El discurso androcéntrico en la publicidad de la prensa y estereotipos de género.

Los medios de comunicación, desde un punto de vista estricto, podrían ser considerados como instrumentos o medios técnicos destinados a la transmisión de información. Sin embargo, éstos no son un mero medio de transmisión de información (concepción que todavía, desde determinados ámbitos pretenden hacernos creer), son también un medio de incitación al consumo y, por tanto, de transmisión y generación de deseos, conductas, actitudes... En la actualidad, los medios de comunicación inundan nuestras vidas. Pretenden captar y hablar sobre la realidad social. Sin embargo, ésta no es algo objetivable y medible (se miden determinados aspectos o hechos de esa realidad), sino que está constituida también por ideas, creencias, valores y opiniones. (Fernández, 2016)

Esa realidad se representa en nuestras mentes por medio de percepciones. Y los medios de comunicación no transmiten informaciones “objetivas”, sino que están sesgadas por las propias percepciones, cuando no por intereses, de los medios y/o sus profesionales. Los medios de comunicación no transmiten toda la información, nos dan una y no otra, hacen hincapié en unos aspectos y no en otros, nos dan esa información de una determinada manera, resaltan unos personajes y no otros..., y todo ello en base a criterios diversos: culturales, económicos, políticos... Los medios colaboran en la percepción que de la realidad tenemos, pudiendo llegar a crear, determinar o conformar nuestro mundo simbólico, nuestros deseos. (Fernández, 2016)

Y dentro de los medios de comunicación, un importante papel lo desempeña la publicidad. Si bien en sus comienzos la publicidad se daba de manera espontánea, actualmente se basa o sustenta en los adelantos científicos y tecnológicos.

2.1.1.7 Feminismo como una igualdad de derechos.

El feminismo es igualdad, promueve la igualdad y lucha por la igualdad entre mujeres y hombres en todo el mundo. Lo decimos desde el Movimiento por la Paz -MPDL- porque no hay un solo país donde la igualdad sea un hecho. Ni siquiera solo. Entonces, como parte del Día Internacional de la Mujer de 8M y el eslogan de este año Tener derechos, sin barreras. Feministas Sin Fronteras, pedimos a la sociedad:

- No nos discriminan por ser mujeres. La brecha salarial, el mayor desempleo, las actitudes laborales indeseables y las pensiones mínimas están haciendo que la pobreza sea femenina y existencial. A ello hay que sumar la falta de reconocimiento del valor del cuidado, el tiempo desigual que dedican a él mujeres y hombres, la desigualdad de cristales y la escasa presencia en lugares apartados de las decisiones y en la política. y entorno social.
- Luchan contra la violencia sexual, asesinato, violación, hostigamiento, abuso, mutilación de genitales femeninos, matrimonio forzado, comercio humano, suprimió a los líderes y tutores. La violencia de género en sus diversas formas ha matado,

esclavizado y devorado la vida de millones de mujeres y niñas en todo el mundo. Violan los derechos humanos.

- Romper los roles que nos impiden ser libres. El sexo y el placer son derechos de hombres y mujeres y su papel como cuidadores, como criaturas emocionales, vulnerables, sumisas y débiles, empujados al hogar, al matrimonio y al sector privado... Son los roles impuestos que moldean nuestras vidas desde la niñez, restringiendo nuestras libertades y los nuestros. futuro.

2.1.1.8 Género y educación.

Género se refiere al conjunto distinto de características que cada sociedad asigna a hombres y mujeres. Defina y priorice roles, expectativas y permisos. En nuestra sociedad, el género se basa en relaciones de poder desiguales que limitan el disfrute de los derechos, principalmente de las mujeres, pero posiblemente también de algunos hombres.

La UNESCO define la igualdad de género como el estado en el que "las mujeres y los hombres disfrutan del mismo estatus y de las mismas oportunidades para ejercer plenamente sus derechos humanos y su potencial para contribuir al desarrollo y beneficiarse del desarrollo nacional, político, económico, social y cultural". según sus resultados. (SITEAL, 2019, pág. 2)

La mayor parte de los países latinoamericanos han desarrollado planes o políticas de igualdad de género para las mujeres que toman en cuenta los esfuerzos nacionales para corregir las muchas desigualdades que aún existen.

En general, los ejes estratégicos propuestos en este trabajo se relacionan con la economía (empleo, patrimonio, feminismo de lucha contra la pobreza), la salud (con énfasis en la salud sexual y reproductiva y el acceso a los recursos), la anticoncepción) y la educación (analfabetismo, acceso, distancia). en cuanto a la extensión y uso de las TIC), la violencia y su impacto en las diferentes clases sociales y en las niñas y los niños, la participación política y los puestos de poder, los recursos, el desarrollo sostenible y la seguridad alimentaria.

En menor medida, también se menciona la corresponsabilidad familiar y la conciliación familia/trabajo, la cultura y la comunicación, el desarrollo de prácticas deportivas, el acceso a la vivienda y la igualdad jurídica.

Por otro lado, la igualdad de género en la educación no es solo una preocupación nacional sino también una de las principales exigencias de diversos organismos internacionales.

La mayoría de los países destacan en sus documentos de planificación los avances que se han logrado en el área de género, enfocados a reducir la brecha de género en los diferentes niveles del sistema educativo. En general, no se observan diferencias de género en el acceso a los niveles inicial, básico e intermedio. (SITEAL, 2019, pág. 3)

Incluso en los últimos años, el número de mujeres admitidas en las universidades ha aumentado notablemente. Sin embargo, a través de un análisis más profundo de las realidades educativas de mujeres y hombres, se hacen evidentes ciertas bases problemáticas basadas en roles y estereotipos de género.

Así se menciona, por ejemplo, la distinción sexista en el caso de los motivos de abandono, principalmente en el nivel medio, en tanto los varones dejan de estudiar para incorporarse al mercado laboral y las mujeres lo hacen por razones de cuidado, ya sea respecto de sus hijos, hermanos menores u otros miembros dependientes del hogar (SITEAL, 2019, pág. 3)

2.1.1.9 Género y currículo.

Los estereotipos de género se perpetúan y reproducen en la educación que recibimos tanto dentro como fuera de la escuela. Sin embargo, la escuela como edificio público no se

detuvo. En México, el género se ha incorporado al contenido curricular de varias materias y planes de estudios desde que el Programa Básico y el Currículo 2017 entraron en vigencia en 2011, aunque con resultados sorprendentes. (Benavides & Gálvan, 2020, pág. 5)

Por otro lado, la inclusión de una perspectiva de género en los planes de estudios de secundaria superior no es uniforme. Esto se debe en parte a la amplia estratificación de este nivel educativo y al hecho de que, en los niveles más altos, la inclusión de contenidos dependerá más de lo que se conoce como lógica disciplinar. (Benavides & Gálvan, 2020, pág. 6)

Para el caso de la Educación Superior (es), el género en los planes de estudio es un tema que no está consolidado, pues, a pesar de que distintos programas de estudio, principalmente de las ciencias sociales y humanidades, incorporan contenidos de género como parte de sus estructuras curriculares, la proporción que lo hace no es significativa (Buquet, 2011; Cardaci, 2005). Habría que preguntarse si este hecho se justifica por el sentido profesionalizante de este nivel de estudios y, si es así, la necesidad de replantear el tema de género en los currículos de áreas como las ciencias duras o las ingenierías. (Benavides & Gálvan, 2020, pág. 7)

Si bien la inclusión de la perspectiva de género en los planes de estudio de las instituciones de educación superior no es una condición suficiente para responder a la violencia de género y la violencia contra las mujeres, es una condición necesaria que puede conducir a cambios significativos en las universidades.

El currículo se entiende no solo como un documento técnico e instrumental, sino también como una organización integral de la vida académica, en la que se expresan abierta o clandestinamente lo político, lo estético, lo epistemológico, lo ético, la raza y lo político. Piso. Esto dejará el género más allá de la afirmación o el contenido del currículo aislado o neutral. (Benavides & Gálvan, 2020, pág. 8)

El currículo, entendido como una práctica educativa que se desarrolla en el aula y en la escuela, pone en el centro de la discusión la importancia de la inclusión de género como punto de vista que interpela los roles de género que reproducimos en la cotidianidad. De igual forma, se plantea la cuestión de cómo se construye el conocimiento y la cultura de las disciplinas de la educación superior, que, en lugar de destruir, en algunos casos puede perpetuar los estereotipos de género y una cultura sexista. (Benavides & Gálvan, 2020, pág. 8)

2.1.1.10 *Universidad y género.*

Durante la década de 1980, apareció un número importante de programas de estudios sobre la mujer y el género en las universidades e instituciones de educación superior de América Latina, y especialmente en México; En la década de 1990 se expandieron los estudios de género y se institucionalizó el tema en las universidades, por lo que se crearon cursos, programas, centros y áreas afines, dando como resultado la creación de una red.

Cuando se trata de investigar sobre el tema, se destaca la investigación de los científicos universitarios como creadores de conocimiento y contribuyentes a la ciencia, reconociéndolos como portadores y transmisores de sabiduría y conocimiento despierto.

2.1.1.11 *El género en el curriculum universitario*

Marinsalta señala que se deben cambiar radicalmente los hábitos educativos para actualizar los planes de estudio con clasificación de género. Argumenta que el modelo curricular actual se basa en supuestos de centralidad, plasmados en conceptos, metodologías y tácticas educativas, dejando así a las mujeres ausentes y en silencio. Como solución, propone restablecer y revalorizar los aportes de las mujeres para remover los modelos y formas de producción que la ideología dominante reproduce a través de los estereotipos sociales tradicionales. (Camarena & Saavedra, 2018, pág. 41)

Así, según Bolaños, una carrera universitaria sensible al género e inclusiva fomenta la reflexión crítica sobre la sociedad, teniendo así en cuenta las relaciones de género y las características patriarcales comunes para generar procesos que transformen esas relaciones y construyan una sociedad justa, justa y pacífica. (Camarena & Saavedra, 2018, pág. 41)

Como proceso de mediación/imposición histórica, en la formulación de los currículos universitarios para formar profesionales en un determinado campo, todos los integrantes del bloque académico juegan un papel central al contribuir a su cosmovisión, a sus creencias. proceso participativo y reflexivo, ya que es, sobre todo, una oportunidad de profundización profesional y disciplinar para afinar la selección y organización de los contenidos educativos. Por lo tanto, es necesario desarrollar un marco sociohistórico de la profesión y un marco epistemológico de la disciplina. (Camarena & Saavedra, 2018, pág. 41)

En consecuencia, establecer metas de carrera para seleccionar contenidos y priorizarlos y alinearlos en el currículo, y estrategias para implementar, monitorear, evaluar y administrar el currículo.

La perspectiva de género debe presentarse correctamente al momento de desarrollar estos dos marcos, pues a través del análisis del contexto histórico-político-social de la profesión, la práctica profesional, el desarrollo de la disciplina, cómo se construye el conocimiento desde quienes conforman la comunidad científica en esta Profesión, desde el aspecto ético de la profesión, a partir de los elementos teóricos y metodológicos que encarna la teoría de género y el modelo cultural del humanismo, debe ir más allá del género únicamente. cuestión, simplemente un tema o curso, con respecto al concepto de la materia en su totalidad.

2.1.1.12 *Equidad de género en el p nsun académico en la Carrera de Comunicación Social.*

Durante la década de 1980, apareció un número importante de programas de estudios sobre la mujer y el género en las universidades e instituciones de educación superior de América Latina, y especialmente en México; Durante la década de 1990 aumentó el interés por los estudios de género y se institucionalizó el tema en las universidades, por lo que se crearon cursos, programas, centros y áreas afines al mismo, dando lugar a la conformación de una red. En el ámbito de investigación en torno a este tema, se destaca la investigación sobre los científicos universitarios como creadores de conocimiento y contribuyentes a la ciencia, reconociéndolos como portadores y transmisores de sabiduría y conocimiento. (Camarena & Saavedra, 2018, pág. 43)

La definición de género se refiere a la estructura social de mujeres y hombres, así como a las relaciones entre ellos, entendidas como los factores sociales, ideológicos, políticos, psicológicos o culturales en sus roles, roles, espacios, atributos asignados a hombres y mujeres en la base de las diferencias biológicas, es decir, el sexo. Debido a la reproducción de estereotipos socioculturales a través de la censura pedagógica en los procesos de educación y formación profesional, se profundiza el problema de incluir un enfoque igualitario en los procesos hacia el sur.

En la Universidad de Babahoyo, especialmente en su malla curricular, la igualdad de género no est  incluida en el plan de estudios, donde el problema es que la desigualdad afecta por igual a todas las condiciones sociales de las mujeres y otros grupos discriminatorios, enfatizando el carácter patriarcal del sistema en subordinación a ambos sexos. debido a la indiferencia, como el género, la raza, el género, la etnia y el estatus social.

Art. 3.- Principios para la igualdad de oportunidades. - Para respetar, proteger, garantizar y promover la igualdad de oportunidades, el Sistema de Educación Superior se regirá por los principios de igualdad, equidad y protección, participación y no discriminación, interculturalidad, desarrollo integral e incluyente, progresividad y no regresión, y opción preferencial para todos los actores del sistema. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

En lo referente a la población estudiantil, el ejercicio efectivo de dichos principios, asegura el ejercicio del derecho a la educación superior en igualdad de oportunidades, garantizando sin discriminación el acceso, permanencia, movilidad, egresamiento y titulación. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Art. 4.- Principio de Igualdad. - Consiste en garantizar las mismas posibilidades y condiciones a todos los actores del Sistema de Educación Superior para promover la igualdad de trato y el ejercicio de los derechos y libertades fundamentales. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

La igualdad plantea la adopción de medidas afirmativas tendientes a superar formas sociales, económicas, culturales y políticas excluyentes y discriminatorias, e involucra la apertura de oportunidades en respuesta a condiciones de desigualdad y asimetría estructuralmente generadas. (LEXISFIDER, 2020, pág. 5)

Art. 5.- Principio de Equidad y Protección. - Constituye el conjunto de prácticas y acciones afirmativas tendientes a la superación de condiciones de discriminación, desigualdad y exclusión estructuralmente creadas, principalmente aquellas que incidan en la distribución y redistribución de recursos y la apertura de oportunidades. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Art. 6.- Principio de Participación y no discriminación. - Las IES adoptarán políticas y mecanismos específicos para promover y garantizar la participación equitativa y paritaria de todos los actores en todos los niveles de las funciones sustantivas de la educación superior. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Están prohibidas las prácticas o normas internas que generen exclusión, restricción, o violencia física, psicológica o moral entre personas en razón de fundamentos arbitrarios o irracionales que restrinjan el reconocimiento, o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades. (LEXISFIDER, 2020, pág. 5)

Art. 7.- Principio de Interculturalidad. - Es la construcción de relaciones equitativas y paritarias, prácticas institucionales, académicas y culturales que se desarrollan en términos de intercambio y diálogo horizontal entre personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, grupos culturales, instituciones, países y culturas que buscan la superación de la exclusión histórica estructural y la construcción de la democracia y la gobernabilidad de sociedades diversas y heterogéneas. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Art. 8.- Principio de Desarrollo Integral e Incluyente. - Consiste en la generación de condiciones para que todas las personas, con énfasis en aquellas que por razones asociadas o no a la discapacidad han sufrido exclusión y marginación del sistema de educación superior, puedan desarrollar sus potencialidades, aporten al bien común y participen plenamente en la vida académica, social, cultural, política y económica que implica la educación superior. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Significa que las normas internas de las IES, políticas y prácticas deben diseñarse, planificarse, evaluarse y adaptarse para garantizar el libre, pleno e independiente desarrollo de las personas, con base en el respeto y aceptación de las diferencias. (LEXISFIDER, 2020, pág. 6)

Art. 9.- Principio de Progresividad y no regresión. - Es la adopción de medidas, especialmente pedagógicas, económicas y técnicas, hasta el máximo de los recursos que disponga la IES, para lograr progresivamente la plena efectividad de la igualdad, así como exigir a las instancias institucionales y demás autoridades y actores, el respeto y promoción de los derechos y libertades fundamentales. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

No se permitirán medidas, políticas o normas que impliquen un retroceso en el avance de los principios y derechos establecidos en este Reglamento, normativa institucional y demás normativa que rige el Sistema de Educación Superior. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

Art. 10.- Principio de Opción preferencial. - Consiste en la aplicación preferente de medidas especiales, becas no meritocráticas, no competitivas, oportunidades académicas acorde a las necesidades específicas, tutorías, etc., para personas que por motivos de sexo, identidad de género, orientación sexual, discapacidad, origen nacional o étnico, estado de salud y condición socioeconómica no tienen las mismas oportunidades; con el fin de favorecer las trayectorias académicas o profesionales de los actores del Sistema de Educación Superior. (LEXISFIDER, 2020, pág. 4)

2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación.

2.1.2.1 Antecedentes investigativos.

Proyecto de (Larenas, 2018) sobre la igualdad de género nos permite evidenciar las desigualdades que afectan a hombres y mujeres en los diferentes ámbitos del desarrollo profesional, planificando actividades que promuevan la igualdad destacando la desigualdad de género debida a las estructuras culturales y sociales propias de cada uno de esos ámbitos. una persona que se identifica como hombre y mujer por el poder desigual que crean entre ellos, las diferentes oportunidades, relaciones y los diferentes roles que la sociedad les asigna.

La ley constitucional de la República de Ecuador, aprobada en 2008, se centró en los derechos de género a través de sus artículos, asegurando la igualdad entre ambos sexos, incluido el método de género para programas. Televisión, proyectos en educación.

La Universidad Técnica de Babahoyo, de acuerdo a la Constitución, la Ley Orgánica de Educación (LOES) y el Reglamento de la UTB, se encuentra en proceso de hacer una perspectiva de género, esta investigación se basa en la propuesta de incluirlo en el currículo educativo de la sociedad. La profesión de los medios es un tema de igualdad de género para

que los estudiantes promuevan la igualdad de oportunidades, la inclusión y la no discriminación, reduzcan la desigualdad, reevalúen los derechos en el aprendizaje y la formación profesional.

El primer capítulo revela el tema de estudio, en el que se destacan diferentes aspectos de la contextualización a nivel internacional, nacional, local e institucional. El análisis de causa y efecto del problema como objeto de investigación nos conduce a las premisas que determinan la importancia de la investigación y el abordaje del problema. El segundo capítulo presenta un marco teórico estructurado por un marco teórico, referencial y conceptual, basado en el concepto de variables de investigación que nos conducirá a la hipótesis y variables. (Larenas, 2018, pág. 2)

El tercer capítulo detalla las metodologías utilizadas para desarrollar la investigación, así como los métodos, tipos, métodos y herramientas utilizadas para recolectar la información. El cuarto capítulo incluye la propuesta teórica de la aplicación, es decir, los resultados obtenidos al desglosar la alternativa, los aspectos principales y la estructura general de la aplicación junto con sus elementos. (Larenas, 2018, pág. 2)

(Pintado, 2015) en su tesis de grado sobre Análisis del Impacto de los contenidos discriminatorios y violentos en los programas de televisión y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes del colegio San José La Salle expresan que:

Trata de demostrar que los contenidos discriminatorios y actos de violencia que se muestran en la televisión ecuatoriana, en diferentes programas y series animadas, son imitados por uno de los grupos más vulnerables de la sociedad como son los jóvenes, que absorben lo que la televisión les ofrece en su parrilla de programación, que se consideran fuente de información, educación y entretenimiento. En ocasiones esos personajes que se ven en las series y comics (héroes) se convierten en un ejemplo a seguir para algunos jóvenes, que no diferencia entre lo real y lo imaginario que se proyectan en dichos programas, por lo cual

asumen comportamientos que pueden formar parte de una sociedad violenta y sobre todo en contra de la mujer. (Pintado, 2015, pág. 12)

Contenidos que en algunos casos también delimitan el papel de la mujer como un objeto sexual, que puede ser expuesto en una vitrina y que puede consumirlo cualquier persona, a cualquier hora. Se describe en el marco teórico cómo nace la violencia en los medios de comunicación y cómo llegaron estos a posicionarse en nuestra sociedad; más adelante, apreciamos el análisis de los resultados de las encuestas realizadas a un grupo de estudiantes del colegio San José La Salle de la ciudad de Guayaquil. Los resultados sirvieron para afirmar las presunciones que empíricamente determinamos. Ya en la propuesta planteamos soluciones para disminuir el índice del mal uso de los contenidos discriminatorios en los jóvenes. El trabajo termina con un aporte práctico para padres, docentes y estudiantes de la institución educativa, con la iniciativa de concientizar a los jóvenes sobre los aspectos negativos que tienen estos comportamientos de violencia y contenidos discriminatorios en una sociedad. (Pintado, 2015, pág. 12)

Los medios de comunicación, en especial el televisivo son los encargados de difundir discursos, información, comercial, que permiten comprender muchos factores y condiciones como son la edad, el género, la condición socioeconómica entre otras. Por ello, es importante que los canales cuiden la manera como narran la realidad, que no sobrepasen la línea que divide la realidad y la fantasía, puesto que muchas veces el medio desinforma al realizar un show sensacionalista con una noticia sobre todo de crónica roja. Es evidente que en la actualidad los medios de comunicación no son un elemento abstracto que participa de la vida social, por el contrario, son actores con intereses económicos y políticos. (Pintado, 2015, pág. 14)

Con esto se deduce que la influencia que tienen los medios sobre los televidentes es alta. Y pese a que la violencia existe y seguirá existiendo por décadas, los canales de televisión deben evitarla, para ir contribuyendo a que exista una sociedad más cordial y justa. En el presente trabajo de titulación, tratamos los siguientes capítulos: En el capítulo I, el desarrollo y conocimiento del problema que voy a exponer y a su vez sustentar, un problema que va de la mano y que afecta a una sociedad a un cierto grupo de la sociedad como son los estudiantes de

la secundaria, un problema que se ve enfrascado y a su vez utilizado por los medios de comunicación. Porque la violencia y los contenidos discriminatorios están expuestos hoy en día en la paleta pública de los televidentes, a través de la variedad de programas, la violencia un comportamiento negativo que afecta a cierto grupo como son los adolescentes. (Pintado, 2015, pág. 15)

Capítulo II, desarrollamos la excavación y recopilación acerca del problema como es contenidos discriminatorios y violentos que se ven en la televisión nacional, un estudio juicioso acerca de la violencia que existe en los medios de comunicación, documentales que exponen acerca del consumo de programaciones violentas y contenidos discriminatorios, un análisis que realizado a través de la IBOPE, organización que se encuentra en nuestro país, el cual realizó un estudio sobre los canales nacionales que durante años se exponían durante la franja de programaciones. En el capítulo III se da la utilización de los diferentes métodos y técnicas de investigación sobre los contenidos discriminatorios y actos violentos que están expuestos los jóvenes, el uso de encuestas a los jóvenes cierto grupo débil de la sociedad, entrevistas a docentes, psicólogos, periodistas, estos últimos que a través de sus diferentes comentarios y recomendaciones sobre este problema como es la violencia y contenidos discriminatorios televisivos, cuales afectan negativamente a los jóvenes. Utilización de los programas de Microsoft Office, como es Excel, para el desarrollo de las tabulaciones de las encuestas, realizadas a los estudiantes del plantel educativo. (Pintado, 2015, pág. 15)

Capítulo IV, gracias a los resultados arrojados por las tabulaciones realizadas a las encuestas de los estudiantes, podemos analizar las conclusiones expuestas.

2.1.2.2 Categorías de análisis

- **Categorías de análisis 1: Medios de Comunicación**

Definición: Un medio de comunicación es un sistema técnico para llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. El término se puede referir a los medios de comunicación,

es decir, aquellos que proporcionan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio.

Operacionalización de las subcategorías

- Comunicación
- Comunicación social
- Difundir información

- **Categorías de análisis 2:** Equidad de Género

Definición: La equidad de género se refiere a la dignidad y los derechos que tienen todas las personas. El término se refiere al derecho de hombres y mujeres a ser tratados por igual, sin distinción de sexo, ya esforzarse por garantizar que todos tengan acceso a los derechos sociales, económicos, políticos y domésticos.

Operacionalización de las variables.

- Genero
- Equidad
- Estereotipos
-

2.1.3 Postura teórica.

Para Ayala Ramírez Carlos dice que:

La comunicación consiste en la transmisión de informaciones, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras. El comunicador o comunicadora emite su mensaje (su artículo periodístico, su programa de radio, su impreso, su vídeo, etc.) desde su propia visión, con sus propios intereses y contenidos, a un lector, oyente o espectador al que no se le reconoce otro papel que el de receptor de informaciones o consumidor de cosas e ideas.

El esquema clásico se ha visto matizado por el denominado esquema de comunicación persuasivo que reconoce un papel relativamente activo al receptor (perceptor), pero sin lograr

superar su carácter vertical. En efecto, en este modelo sigue habiendo un emisor (E) protagonista, controlador del proceso comunicativo. que envía un mensaje (M) a un receptor (R), el cual, por consiguiente, continúa reducido a un papel secundario, subordinado. dependiente; pero ahora aparece una respuesta o reacción del receptor, denominada retroalimentación (r) o, en inglés feedback, la cual es recogida por el emisor. (Ramírez, s.f.)

Un medio de comunicación son todos aquellos sistemas técnicos para llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. El término puede referirse a los medios de comunicación de masas, es decir, aquellos que proporcionan información o contenidos, como la televisión o la radio. Sin embargo, hay medios de comunicación que son medios entre individuos.

Las medidas interpersonales son aquellas que facilitan la comunicación entre personas, como por ejemplo los teléfonos. Los individuos y las comunidades tienen acceso a una amplia variedad de medios para acceder a materiales de información que describen, interpretan y analizan datos y hechos de varios tipos (políticos, económicos y políticos, económicos, sociales o culturales) a nivel local o global. A cambio, los individuos obtienen acceso a medios de comunicación interpersonal entre individuos o grupos.

La Unesco menciona que "La relación entre hombres y mujeres juega un papel importante tanto en el plasma como en la evolución y transformación de valores, estándares y prácticas culturales de la sociedad, identificando así las relaciones. Esto". De hecho, es una relación de desarrollo con el tiempo y, en la que la matriz de los factores socioeconómicos, políticos y culturales influye.

Los cambios en la combinación de estos factores pueden afectarlos tanto positiva como negativamente. Por ejemplo, cambios importantes en el siglo pasado, como la inclusión de un mayor número de mujeres en la fuerza laboral y la política, o la mayor disponibilidad de métodos anticonceptivos para ellas, cambiaron significativamente la relación entre mujeres y hombres.

Un aspecto clave de esta dimensión se refiere a cómo estos factores socioeconómicos y políticos se desarrollan y combinan para influir en la relación entre mujeres y hombres y así contribuir a la estructura de hombres y mujeres, patrones de valores, normas y prácticas, y cultura.

Sin embargo, la igualdad de género aún no se ha convertido en la norma en ningún país y las disparidades siguen siendo grandes reparar. El progreso hacia la igualdad de género a menudo se mide mediante indicadores resultados clave como el porcentaje de acceso y la distribución equitativa de recursos y oportunidades. Gracias a estos indicadores objetivos, puedes ver hasta qué punto las mujeres y los hombres pueden disfrutar los mismos derechos básicos y oportunidades para desarrollarse personal y profesionalmente y contribuir a su desarrollo nación.

Esta imagen empírica de la igualdad de género es importante para entender la capacidad de mujeres y hombres de participar por igual en la vida pública, en el ámbito cultural, política y económica que reflejan y dan cuenta de los intereses y experiencias de ambos sexos.

2.2.Hipótesis

2.2.1 *Hipótesis General o Básica*

Determinando el impacto de los medios de comunicación mejorara la promoción de la equidad de género en estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

2.2.2 *Sub-hipótesis o Derivadas*

- Identificando los tipos de medios de comunicación mejorará la promoción de la equidad de género.
- Analizando la incidencia de los medios de comunicación en los estudiantes se conocerán más detalles sobre conductas.
- Elaborando una propuesta alternativa mejorará la equidad de género en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión-Quevedo.

2.2.3 *Variables*

Variable Independiente:

Impacto de los medios de comunicación

Variable Dependiente:

Equidad de genero

CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Resultados obtenidos de la investigación

3.1.1 Pruebas estadísticas aplicadas

Para la obtención de la información se realizaron encuestas a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión de la ciudad de Quevedo.

La población para la investigación son todos los estudiantes de la carrera de comunicación social de la ciudad de Quevedo, como se muestra en la siguiente tabla, siendo el total de población 136 estudiantes de comunicación social en general.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

En donde:

n = Muestra

N = Población o número de elementos. 136 estudiantes.

P/Q = Probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (50 / 50%).

Z = Nivel de confianza (90%) Equivale a 1.65

E = Margen de error permitido (5%).

$$n = \frac{(1.65)^2 (136)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2 (136 - 1) + (1,65)^2 (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(2.72) (136)(0,50)(0,50)}{(0.0025) (135) + (2.72) (0,50)(0,50)} = \frac{92.48}{(0.33) + (0.68)} = \frac{92.48}{1.01} = 91.5$$

$$n = 92$$

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	%	MUESTRA	%
ESTUDIANTES	136	100%	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez

Fuente: Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo

3.1.1 Análisis e interpretación

Encuesta aplicada a estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

1. ¿Qué tipo medios de comunicación utilizan con mayor frecuencia para informarse?

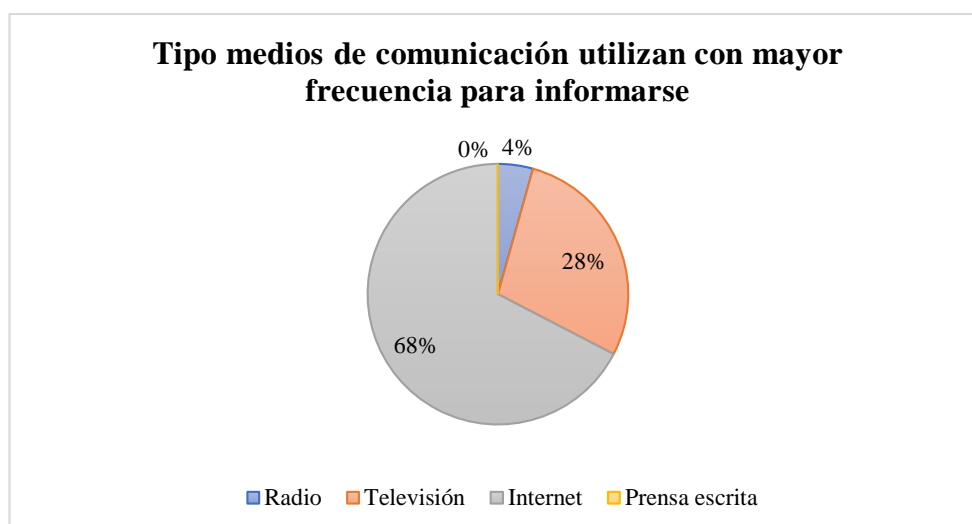
Tabla 1 Tipo medios de comunicación utilizan con mayor frecuencia para informarse

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	4	4%
Televisión	26	28%
Internet	62	67%
Prensa escrita	0	0%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 1 Tipo medios de comunicación utilizan con mayor frecuencia para informarse



Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – Entre los estudiantes encuestados, el 68% de los estudiantes afirmó que el medio de comunicación más utilizado para recolectar información fue Internet, el 28% dijo que el medio de comunicación que utilizó para recolectar información fue la televisión y el 4% restante dijo que la radio. Podemos ver que la mayoría prefiere Internet como medio de comunicación porque es de fácil acceso, sin embargo, en ocasiones se utiliza indebidamente para investigar temas como la igualdad de género, o, mejor dicho, para calumniar a las personas.

2. ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes?

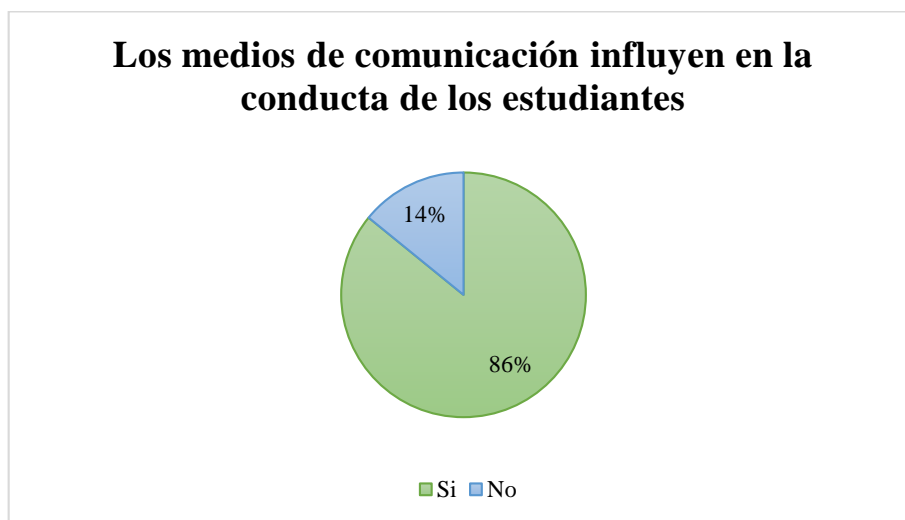
Tabla 2 Los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	86%
No	13	14%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 2 Los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los estudiantes encuestados el 86% refirieron que los medios de comunicación si influyen en la conducta de los estudiantes y el 14% afirmó que los medios de comunicación no influyen en la conducta de los estudiantes. La respuesta a esta interrogante, deja en evidencia que los medios de comunicación en la mayoría de casos si influye en la conducta de los estudiantes.

3. ¿Qué tipos de programas observa en los medios de comunicación?

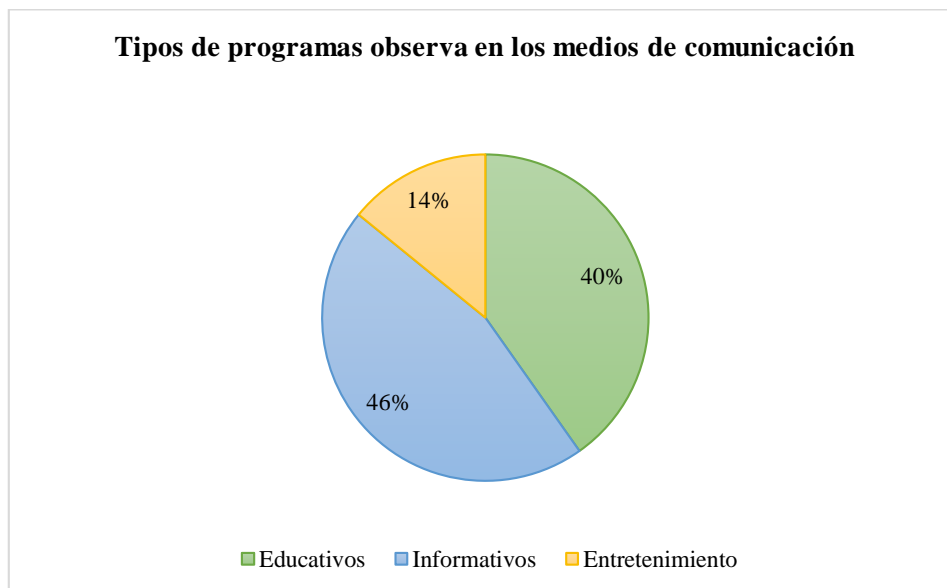
Tabla 3 Tipos de programas observa en los medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Educativos	37	40%
Informativos	42	46%
Entretenimiento	13	14%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 3 Tipos de programas observa en los medios de comunicación



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 46% afirma que ve programas informativos en los medios de comunicación, el 40% contestó que el tipo de programa que visualiza es Educativo y el 14% restante confirmaron que ellos observan programas de entretenimiento. En esta pregunta observamos que el tipo de programa que es más visto por los estudiantes es de carácter informativo. Pues ellos creen que ahí es donde se pueden encontrar temas basados en la igualdad de género.

4. ¿Considera que este tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género?

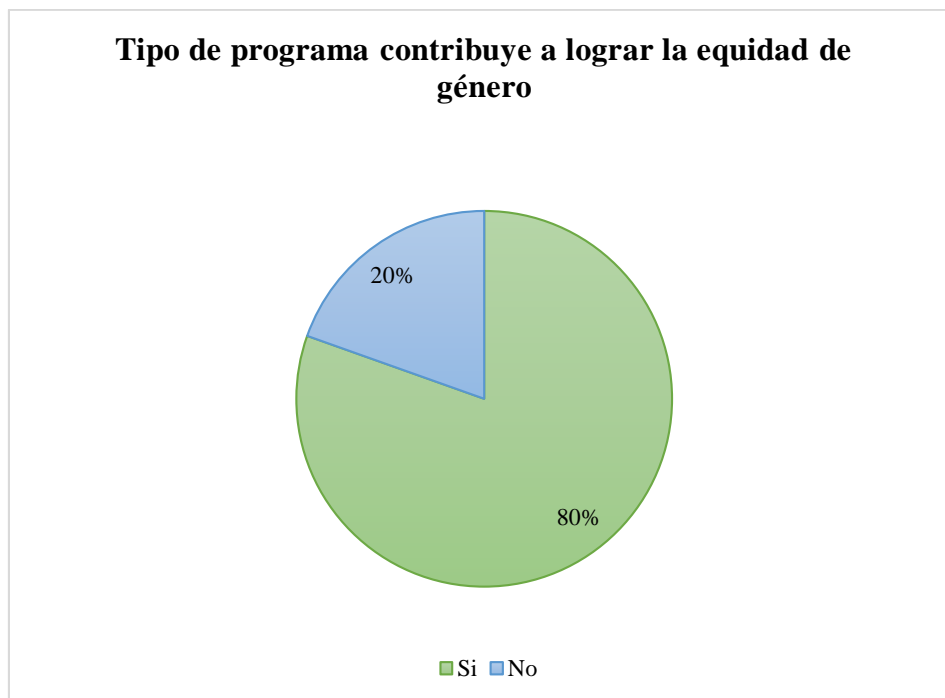
Tabla 4 Tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	80%
No	18	20%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 4 Tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 80% afirmó que los programas que ellos visualizan sí contribuyen a lograr una equidad de género y el 20% contestó que no. Podemos ver que sí existen programas en los medios de comunicación donde se fomenta la equidad de género, pero a pesar de esto, aún existe la desigualdad tanto en hombres como en mujeres, pero hoy en día es más notoria en las mujeres, ya que si una profesional desea ingresar a trabajar en un medio de comunicación primero es humillada por ser mujer y si tienes alguna palanca como le dicen pueden ingresar inmediatamente, puesto que no se valora los méritos de cada mujer.

5. ¿Cuál cree que sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género?

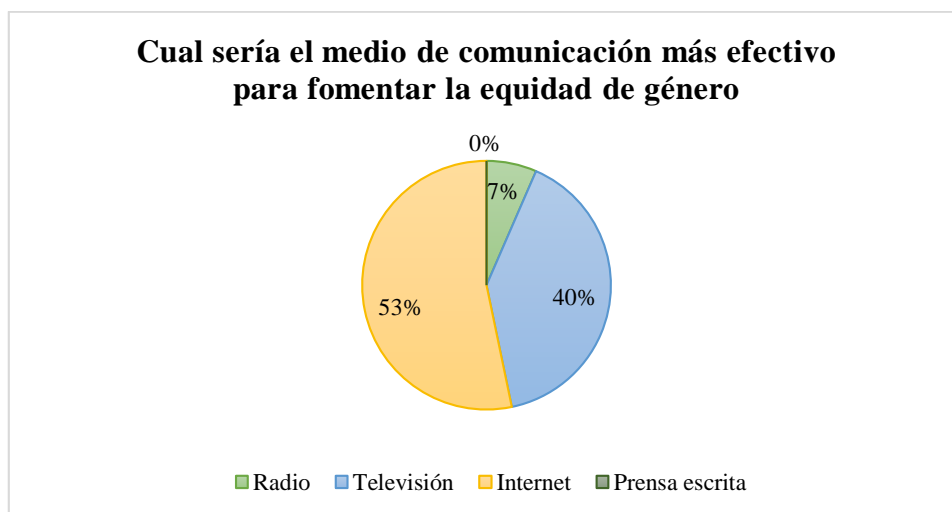
Tabla 5 Cual sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	6	7%
Televisión	37	40%
Internet	49	53%
Prensa escrita	0	0%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 5 Cual sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género



Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 53% consideran que el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género es el Internet, el 40% considera que la televisión es la manera más efectiva y el 7% restante considera que la radio. Los medios de comunicación en la actualidad brindan un papel principal en la sociedad ya que nos mantiene informados de todo lo acontece a nivel mundial y pues como nos podemos dar cuenta el Internet es el medio más efectivo donde se puede fomentar la equidad de género, para así eliminar ciertos estereotipos y erradicar la violencia de género.

6. ¿Ud. cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación?

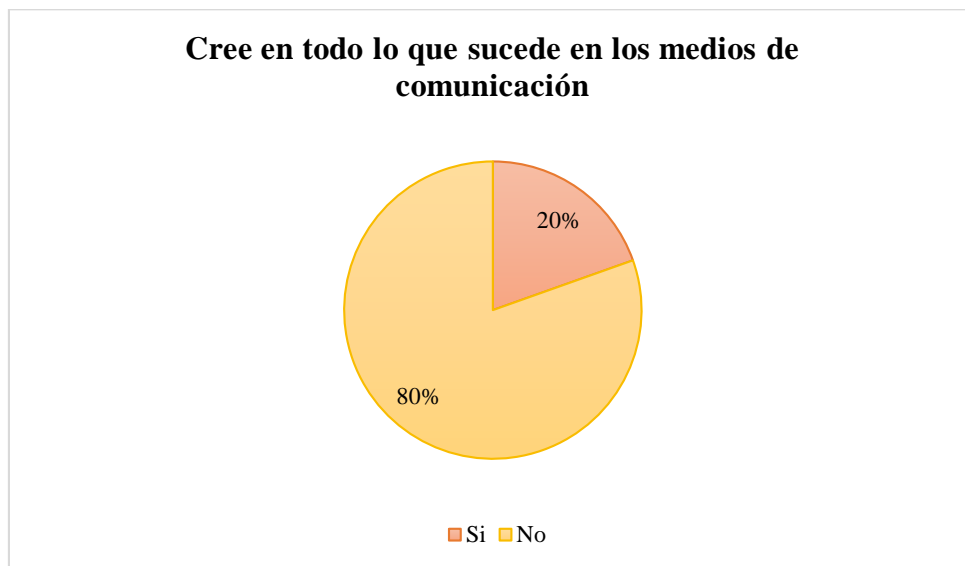
Tabla 6 Cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	20%
No	74	80%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 6 Cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación



Elaborado por: Jaritza Rodríguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, 80% afirma que no cree en todo lo que sucede en la televisión y el Internet porque en ocasiones esa información puede ser publicada por cualquier persona o muchas veces son publicadas para tener mayor audiencia y el 20% restante afirma que, si cree en todo lo que sucede en la televisión y el Internet, debido a que se estima que es información ya confirmada y aprobada para su publicación.

7. Considera que la amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres?

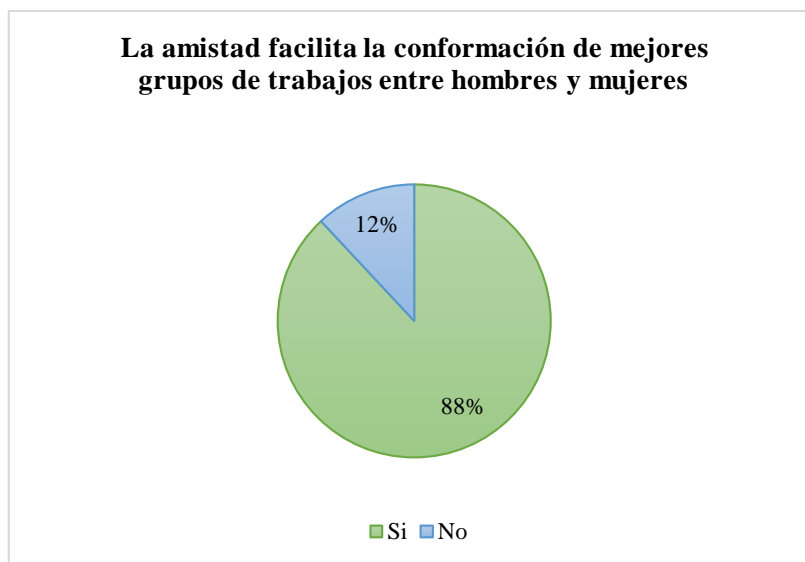
Tabla 7 La amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	88%
No	11	12%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 7 La amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 88% contestó que la amistad facilita la conformación de grupos de trabajos entre hombre y mujeres y el 12% afirmó que no. En esta pregunta se puede observar que la mayoría de estudiantes prefieren hacer sus grupos de trabajos con amigos, es decir que para una mejor conformación de grupos de trabajos es importante que exista amistad ya que facilita el trabajo y esto depende con las relaciones con los demás compañeros de clase, demostrando que tanto hombre como mujeres tienen el mismo potencial.

8. ¿Considera que solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos?

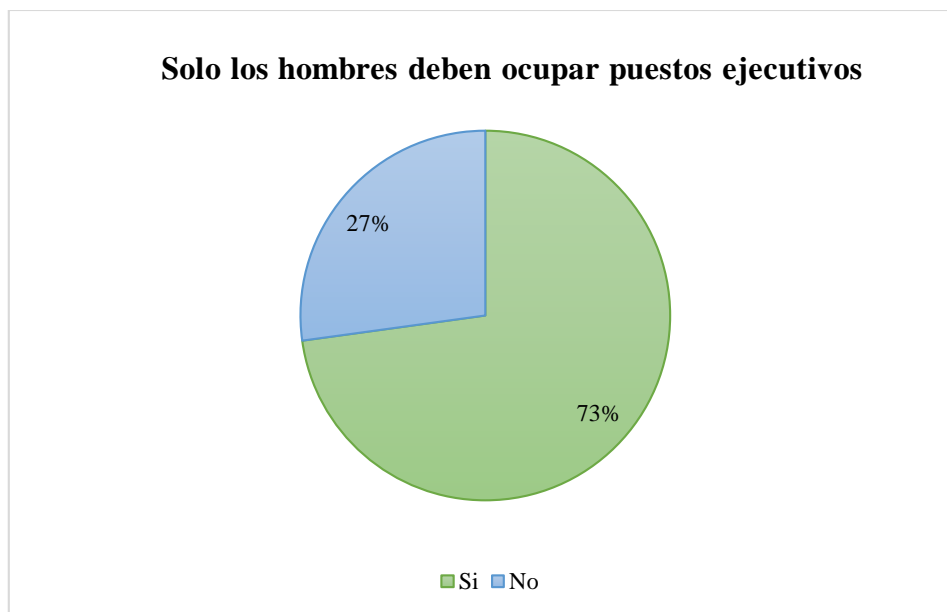
Tabla 8 Solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	73%
No	25	27%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 8 Solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 73% de estudiantes afirman que solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos y el 27% expresan que no solo los hombres pueden ocupar puestos ejecutivos. Es evidente que aún se menosprecia el trabajo que puede realizar una mujer en una empresa y ese alto número que dicen que la mujer no puede ocupar un alto cargo ejecutivo es muestra de que hoy en día, todavía no se respeta la igualdad de derecho y oportunidades.

9. ¿Qué debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes?

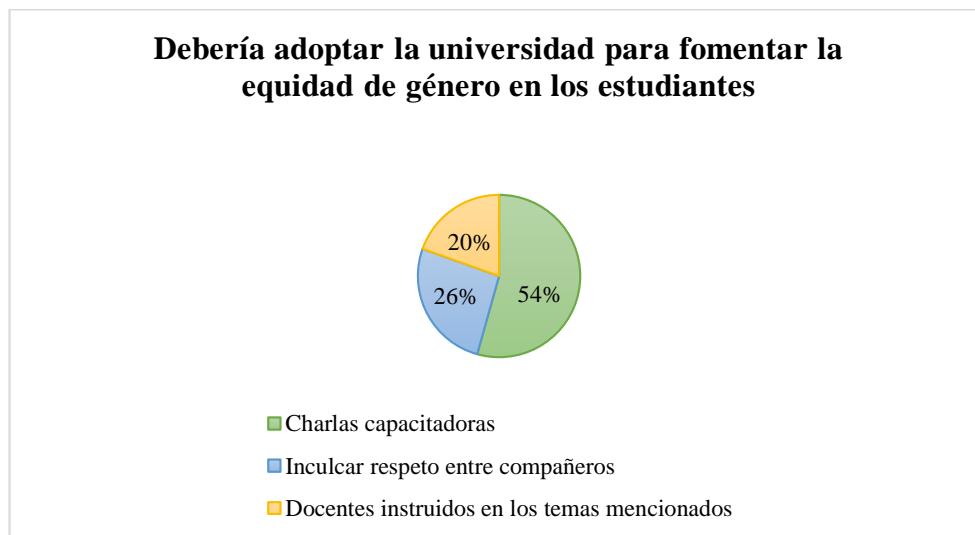
Tabla 9 Debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Charlas capacitadoras	50	54%
Inculcar respeto entre compañeros	24	26%
Docentes instruidos en los temas mencionados	18	20%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 9 Debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 54% de estudiantes contestaron que se debería adoptar charlas capacitadoras para fomentar la equidad de género en la institución, el 30% se inclinó en que los docentes deben estar instruidos en los temas ya mencionados y el 26% restante consideraron que se debe inculcar el respeto entre compañero, para así tener una relación cordial entre todos y ser tratados por igual.

10. ¿Le gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género dentro de la institución?

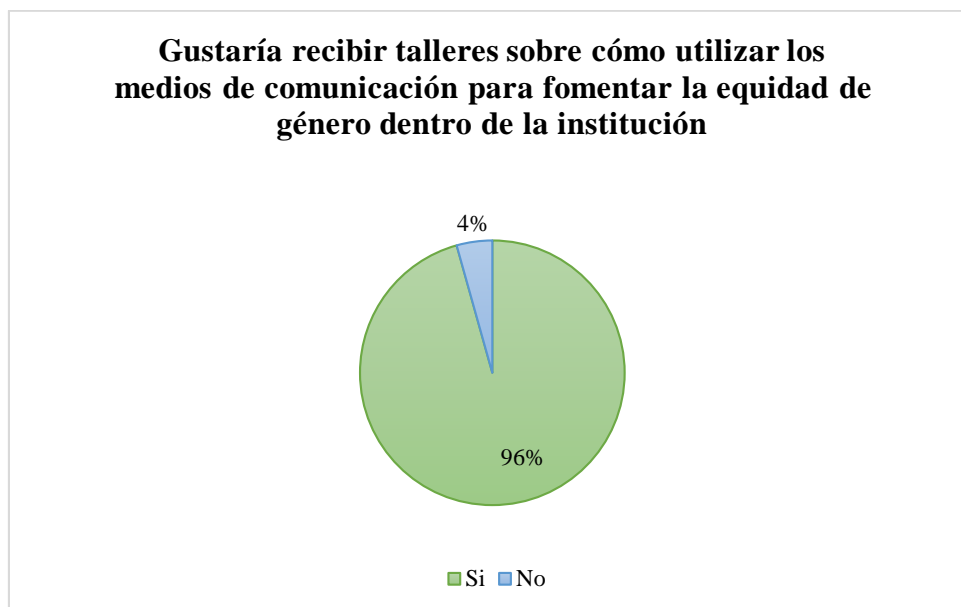
Tabla 10 Gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género dentro de la institución

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	96%
No	4	4%
Total	92	100%

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Gráfico 10 Gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género dentro de la institución



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social

Análisis e interpretación. – De los encuestados, el 96% afirmó que le gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para fomentar la equidad de género en la institución y el 4% afirmó que no le gustaría. La respuesta a esta interrogante es que la mayoría de los estudiantes desean recibir talleres para instruirse sobre cómo fomentar la equidad de género.

3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1 Conclusiones General.

- Los medios de comunicación social poseen influencia sobre la población a nivel mundial, en muchas ocasiones son utilizados como instrumentos de persuasión en la toma de decisiones de las personas, por la diversidad de información que circula a través de ellos de manera instantánea, los mismos que pueden influir de manera directa en la prevención y producción de la discriminación y lograr la equidad de género en los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión-Quevedo.

3.2.2 Conclusiones específicas.

- Por medio de esta investigación se determinó que el tipo de medio de comunicación más efectivo para la promoción de la equidad de género es el Internet, por medio de las redes sociales que actualmente son utilizadas por todos los jóvenes.
- Los medios de comunicación inciden de gran manera debido a que no se tiene control de la programación diaria que se emiten en cualquier medio, ocasionando en los jóvenes malos hábitos que a ellos les parezcan normales y provocando un mal comportamiento dentro de la institución.
- Desarrollando talleres se fomentará la equidad de género entre los estudiantes y tendrán mejor conocimiento sobre este tema, para así cambiar los estereotipos que persisten hasta la actualidad.

3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1 Recomendación general

- Utilizando adecuadamente los medios de comunicación, proporcionan información educativa y cultural; que influyen positivamente en la valoración y reconocimiento de

las diferencias individuales, la misma que contribuye a erradicar los estereotipos y logra la equidad de género en todos los ámbitos de la sociedad.

3.3.2 Recomendaciones específicas

- Los estudiantes deben informarse sobre la equidad de género utilizando actividades acordes el tema donde involucren tanto a hombres como mujeres para hacer notar la importancia o el rol que cumple cada ser humano en la sociedad y el papel que desempeña dentro del ámbito en el que se desenvuelve.
- Ser selectivos al momento de ver o escuchar alguna información y equilibrar el uso de medios de comunicación.
- Aplicar talleres para concientizar a los estudiantes sobre la equidad de género puntualizando los roles que cumplen tanto hombre como mujeres en la sociedad y así dejando atrás la desigualdad entre géneros.

CAPÍTULO IV PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Alternativa obtenida

La propuesta de este proyecto está dirigido a estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, la misma que les permitirá el desarrollo de habilidades que modifiquen sus conductas y actitudes, para promover la equidad de género.

Estructura general de la propuesta

Título

Talleres de capacitación sobre el correcto uso de los medios de comunicación para la promoción de equidad de género en estudiantes.

4.1.2 Alcance de alternativa

El principal objetivo de los talleres de capacitación es que garantice el incremento de la igualdad de género entre estudiantes, es decir que todas las personas son iguales y gozaran de los mismo derechos, deberes y oportunidades.

4.1.3 Antecedentes

Una vez obtenido los resultados de la investigación, realizada a estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, manifiesta que la mayoría de estudiantes consideran que los medios de comunicación si influyen en la conducta y que el internet es la herramienta más efectiva para fomentar la equidad de género, también contestaron que la Universidad debería adoptar charlas capacitadoras que permitan tener más conocimiento sobre la igualdad que debe existir entre ambos géneros.

A más se dice que los estudiantes creen que las relaciones interpersonales es la base de los sentimientos y emociones. La relación entre las personas como un elemento importante el respeto y comunicación entre alumnos y profesores y por lo tanto el aprendizaje en el aula es importante, por lo que sugerir técnicas que mejoren las relaciones interpersonales con la equidad de género dando a conocer las capacidades que tiene cada persona como tal.

Para ello sería factible realizar actividades con los estudiantes donde se involucre tanto a hombres como mujeres y hacer notar la importancia de la equidad de género en la sociedad y el papel que desempeña.

Por esta razón se propone organizar talleres para educar a los estudiantes en equidad de género, a la defensa de la igualdad y así poder disminuir la discriminación entre sexos y no privilegiar al hombre en ningún ámbito social, para de este modo el estudiante considera a la mujer y al hombre con las mismas oportunidades, condiciones de vida, y formas de trato en una misma sociedad, temiendo en cuenta claro esta las particularidades de cada uno de ellos.

4.1.4 Justificación

En la sociedad actual aún se mantiene en algunos estereotipos acerca de género en todos los ámbitos de la sociedad (educativos, políticos, laborales, sociales, culturales, deportivos, etc.); con el desarrollo de la presente investigación se pretende erradicar las diferencias y/o preferencias existentes entre género; con el desarrollo de diversas actividades enfocadas en la equidad de género y con guías educativas, es posible involucrar a los estudiantes en actividades específicas de hombre y mujeres.

Esta propuesta es muy importante para que el alumnado sea consciente de la igualdad de género y puede ser de gran ayuda en su aprendizaje individual, profesional. En efecto se pretende dar más importancia a la igualdad de género entre los estudiantes, que contribuya a la formación de una sociedad más equitativa.

Los principales beneficiarios son los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión-Quevedo, puesto que se espera crear consciencia, no solo promocionando la equidad de género, si no también enseñar a mantener una convivencia armónica, a involucrarlos en temas inclusión en la vida diaria y no solo en el ámbito educativo.

4.1.5 Componentes

Dictar charlas sobre el manejo de los medios de comunicación para la promoción de la equidad de género, dando a conocer una propuesta que sea factible y que englobe a todos los estudiantes a participar de actividades y tareas que conlleve a trabajar en equipo sin importa que sea hombre o mujer.

Formar grupos de trabajos, es una técnica de gran significación para el desarrollo fundamentalmente de la capacidad crítica en la educación.

Tema #1: Influencia de los medios de comunicación

Dirigido a: Estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo

Objetivo: Expresar mediante talleres educativos la influencia de los medios de comunicación en la conducta de los estudiantes.

Ilustración 1 Proceso del trabajo

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIÓN	EQUIPO DE TRABAJO	ALCANCE
Brindar un amplio conocimiento sobre el correcto uso de los medios de comunicación para la promoción de la equidad de género	Difundir mediante charlas, talleres , los beneficios y contradicciones de los medios de comunicación	Retroalimentar las actividades de manera continua	Estudiantes	Motivar y estimular al estudiante para el uso correcto de los medios de comunicación para promocionar la equidad de género

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

4.1.6 Temas de los talleres

- Estrategias de la equidad de género
- Habilidades y técnicas para mejorar la equidad de género en los medios de comunicación
- Violencia de género en los medios de comunicación
- Rutinas interactivas que conllevan a no existir la equidad de género

4.1.7 Duración de los talleres

Los talleres de la presente propuesta tendrán una duración de 4 semanas respectivamente 4 horas; dando un total de 16 horas en las cuales los estudiantes fortalecerán las falencias que presentan los medios de comunicación social y la equidad de género.

4.1.8 Planificación de los Talleres de capacitación

Ilustración 2 Planificación del trabajo

TALLER	OBJETIVO	TEMAS	ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE
Estrategias de la equidad de género	Establecer estrategias a los estudiantes para desarrollar la equidad de género	Problemas de la equidad de género Introducción a la equidad de género en la actualidad	Charlas Análisis de textos Evaluación práctica	4 horas a la semana	Capacitador Voluntario
Habilidades y técnicas para mejorar la equidad de género en los medios de comunicación	Implementar técnicas académicas para mejorar el manejo de la comunicación social y la equidad de género	Habilidades y técnicas de la comunicación y la equidad de género Dificultades que manifiestan los	Charlas Análisis de textos Evaluación práctica	4 horas a la semana	Capacitador Voluntario

	en los alumnos de la carrera de comunicación social	estudiantes durante la implementación de la equidad de género en la carrera de comunicación social			
Violencia de género en los medios de comunicación	Mejorar las habilidades de la comunicación social de acuerdo a la equidad de género	Producción de la información de la comunicación social Comunicación para la igualdad	Charlas Análisis de textos Evaluación práctica	4 horas a la semana	Capitador Voluntario
Rutinas interactivas que conllevan a no existir la equidad de género	Demostrar los cambios en la calidad de la comunicación social en la equidad de género	Estrategias de las rutinas de interacción en la equidad social La equidad de género y la comunicación social en la actualidad	Charlas Análisis de textos Evaluación práctica	4 horas a la semana	Capitador Voluntario

Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

4.1.9 Afiche de los talleres



Elaborado por: Jaritza Rodriguez Brito

4.1.10 Resultados esperados de la alternativa

La propuesta planteada en este trabajo investigativo, expresa la importancia en que los estudiantes tengan más conocimientos sobre la equidad de género y como promocionar a través de los medios de comunicación para así tener una sociedad libre de estereotipos y de violencia de género.

Se pretende lograr que a partir de estos talleres se incluyan en grupos de trabajos a hombre y mujeres sin distinción alguna de raza, color, sexo, posición económica o cualquiera otra condición.

BIBLIOGRAFÍA.

- Andia, V. G. (2020). La Radio Digital. *Monografía*, 1-35. Obtenido de https://www.academia.edu/44734254/LA_RADIO_DIGITAL_monograf%C3%ADa
- Antico4. (31 de Marzo de 2022). *Estereotipos de género en los medios de comunicación*. Obtenido de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/estereotipos-genero-medios-comunicacion/>
- Arias, E. R. (10 de Diciembre de 2020). *Investigacion de Campo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Benavides, L. M., & Gálvan, A. N. (4 de Julio-Agosto de 2020). Una aproximación al currículo y al género como desafíos para el sistema educativo nacional. doi:doi: <http://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2020.21.4.9>
- Buestán, W. M. (2018). *Análisis del tratamiento periodístico del tema ambiental en los diarios El Tiempo y El Mercurio: caso Kimsacocha, periodo 2008 – 2016*. Obtenido de UCUENCA: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31048>
- Cadena, I. (Septiembre-Noviembre de 2017). *Revista Mexicana* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>
- Camarena, A. M., & Saavedra, G. M. (2018). *La perspectiva de género en los programas de estudio de las licenciaturas contables administrativas*. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales y Humanidades: <https://www.redalyc.org/journal/859/85951006004/html/>
- COMUNICARE. (27 de Julio de 2022). *Características de los medios de comunicación*. Obtenido de COMUNICARE: <https://www.comunicare.es/caracteristicas-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Content, F. (24 de Julio de 2020). *Tipos de medios de comunicación masiva*. Obtenido de <https://www.ipp.edu.pe/blog/tipos-de-medios-de-comunicacion/>

- Dominguez, S. J. (12 de Nombre de 2019). *Los medios de comunicación aplicados a la educación*. Obtenido de OPOSICIONES BLOG:
<https://www.campuseducacion.com/blog/revista-digital-docente/los-medios-de-comunicacion-aplicados-a-la-educacion/>
- Etecé, E. (01 de Octubre de 2020). *Medios de comunicación*. Obtenido de Concepto:
<https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Fabara, C. (10 de 03 de 2020). *Derecho Ecuador*. Obtenido de
<https://derechoecuador.com/derechos-de-las-mujeres/>
- Fernández, P. (2016). *Los estereotipos en la publicidad*. Obtenido de
https://www.aragon.es/documents/20127/674325/estereotipos_publicidad.pdf/db0ff8b9-21d7-3d88-8bc5-4bed7c07aeca
- Gaibor, C. (2018). *Medios de comunicación*. Obtenido de Library:
<https://1library.co/article/medios-primarios-medios-de-comunicaci%C3%B3n.zgwl937y>
- Guamán, F. (2017). Una mirada a la televisión digital por tecnologías IPTV a través de la red de cobre con tecnología ADSL. *Tevista de la Hacultad de Eiencias Su...micas*, 1-15.
- Guerrero, S. S. (22 de Julio de 2022). Obtenido de Mujeres en red El Periodismo Feminista: https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/susana_salazar.pdf
- Hernandez, G. (Diciembre de 2017). *Metodo Analitico*. Obtenido de
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf
- Herrera. (2011).
- Hora, L. (09 de 09 de 2019). *La Hora*. Obtenido de LA Hora:
<https://www.lahora.com.ec/noticias/defensoria-del-pueblo-busca-paridad-de-genero-en-los-rios/>
- issuu. (25 de Mayo de 2021). *Equidades: laboral, étnica, social y de género*. Obtenido de issuu:

https://issuu.com/ash_jonh/docs/proyecto_de_naci_n_5to._compu_daffnne/s/12353104

Larenas, C. A. (2018). *EQUIDAD DE GÉNERO COMO PERSPECTIVA ACADÉMICA PARA LOS*. Obtenido de

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5140/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000094.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LEXISFIDER. (12 de Febrero de 2020). *REGLAMENTO PARA GARANTIZAR LA IGUALDAD EN LA EDUCACION SUPERIOR*. Obtenido de Resolución del Consejo de Educación Superior:

https://www.ces.gob.ec/lotaip/Anexos%20Generales/a3/Reformas_febrero_2020/REGLAMENTO%20PARA%20GARANTIZAR%20LA%20IGUALDAD.pdf

Mejia, J. T. (27 de Agosto de 2020). *Investigación explicativa: características, técnicas, ejemplos*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>

Naciones Unidas. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality>

Organización de las Naciones Unidas Mujeres. (s.f.). Obtenido de <https://lac.unwomen.org/es/donde-estamos/ecuador>

Organización Internacional del trabajo. (s.f.). *Igualdad de género en América Latina y el Caribe*.

Paz, M. p. (2022). *El feminismo es igualdad*. Obtenido de <http://www.mpdl.org/comunicados/global/derechos-humanos/8m-feminismo-es-igualdad#sthash.9bu7Xqrb.dpbs>

Peiró, R. (21 de Febrero de 2020). *Ventajas y desventaja de los medios de comunicacion*. Obtenido de economipedia:

<https://economipedia.com/cultura/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-de-comunicacion.html>

Pintado, C. J. (2015). *ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS CONTENIDOS DISCRIMINATORIOS Y VIOLENTOS EN LOS PROGRAMAS DE*

TELEVISIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ADOLESCENTES DEL COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE, 2015.

doi:<https://docplayer.es/89698453-Universidad-de-guayaquil-facultad-de-comunicacion-social-carrera-de-comunicacion-social.html>

Ramírez, C. A. (s.f.). *Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación.*

Obtenido de [file:///C:/Users/Dell/Downloads/4359%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/4359%20(1).pdf)

Ramos, G. C. (2020). *Los alcances de una investigación.* Obtenido de

<file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475.pdf>

Salud, O. M. (23 de Agosto de 2018). *Género y salud.* Obtenido de

<https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/gender#:~:text=El%20g%C3%A9nero%20se%20refiere%20a,personas%20con%20identidades%20no%20binarias>.

Santiago, M. S. (2017). *Influencia de los medios de comunicación en la educación actual.*

Seraquive, J. E. (2021). *Equidad de género en la educación superior en Ecuador:*

Aproximación a su conceptualización. Obtenido de Revista Científica:

<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.20.18.327-339>

Significadoconcepto. (28 de Enero de 2018). *Revista* . Obtenido de

Significadoconcepto: <https://significadoconcepto.com/revista/>

SITEAL. (2019). *Educación y género* . Obtenido de

https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_informe_pdfs/siteal_educacion_y_genero_20190525.pdf

Steffens. (11 de Julio de 2021). *La Prensa.* Obtenido de Antología:

<https://antologiaglobal.com/la-prensa/>

TodaMateria. (28 de Febrero de 2022). *Método inductivo.* Obtenido de TodaMateria:

<https://www.todamateria.com/metodo-inductivo/>

UNAM. (27 de Mayo de 2019). *UNAM en línea.* Obtenido de

<https://www.unamenlinea.unam.mx/recurso/83050-el-metodo-estadistico>

Unesco. (s.f.). Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Igualdad%20de%20genero.pdf>

Unidas, N. (27 de Julio de 2022). *Estereotipos de género*. Obtenido de <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>

Utel Blog. (2019). *Historia de los medios de comunicación*. UTEL Editorial.

Vela, B. V. (Julio de 2020). *Equidad de género, un reto de la educación superior pública*. Obtenido de Revista Jurídica Crítica y Derecho: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/criticayderecho/article/view/2444/252>
1

Westreicher. (23 de Febrero de 2020). *Encuesta*. <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Zurita, Y. Q. (Mayo de 2015). <https://repositorio.iaen.edu.ec/jspui/bitstream/24000/4473/1/ANMIG%20Actualizada%202015.pdf>

ANEXOS

Ilustración 3 Cronograma del proyecto

Fecha Actividades	Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tema	X															
Contexto internacional	X															
Contexto nacional		X														
Contexto local		X														
Contexto institucional				X												
Situación problemática			X													
Planteamiento del problema																
Problema general			X													
Justificación			X													
Objetivos investigación		X														
Marco conceptual			X													
Marco referencial			X													
Postura teórica			X													
Hipótesis general			X													

Sub hipótesis o derivadas		X													
Metodología		X													
Tipo de investigación		X													
Población y muestra			X												
Técnicas de recolección de datos			X												
Instrumento de recolección de datos			X												
Resultados obtenidos de la investigación									X						
Cronograma de actividades									X						
Bibliografía															
Anexos									X						
Informe Final										X					
Sustentación													X		

Ilustración 4 Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Encuesta aplicada a estudiantes

1. ¿Qué tipo de medios de comunicación utiliza con mayor frecuencia para informarse?

Radio ()

Televisión ()

Prensa escrita ()

Internet ()

2. ¿Considera que los medios de comunicación influyen en la conducta de los estudiantes?

Si ()

No ()

3. ¿Qué tipos de programas observa en los medios de comunicación?

Educativo ()

Informativo ()

Entretenimiento ()

4. ¿Considera que este tipo de programa contribuye a lograr la equidad de género?

Si ()

No ()

5. ¿Cuáles cree que sería el medio de comunicación más efectivo para fomentar la equidad de género?

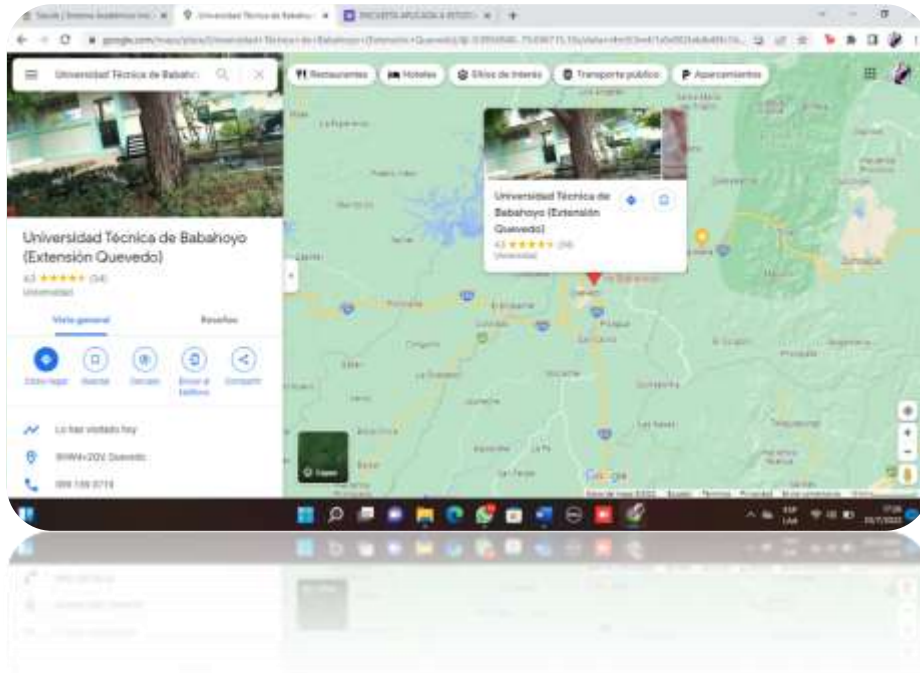
Radio ()

Televisión ()

Prensa escrita ()

- Internet ()
- 6. ¿Ud. Cree en todo lo que sucede en los medios de comunicación?**
Si ()
No ()
- 7. ¿Considera que la amistad facilita la conformación de mejores grupos de trabajos entre hombres y mujeres?**
Si ()
No ()
- 8. ¿Considera que solo los hombres deben ocupar puestos ejecutivos?**
Si ()
No ()
- 9. ¿Qué debería adoptar la universidad para fomentar la equidad de género en los estudiantes?**
Charlas capacitadoras ()
Inculcar respeto entre compañeros ()
Docentes instruidos en los temas mencionados ()
- 10. ¿Le gustaría recibir talleres sobre cómo utilizar los medios de comunicación para promocionar la equidad de género dentro de la institución?**
Si ()
No ()

Ilustración 5 Aplicación de la Encuesta



Por: Jaritza Rodriguez
Fuente: Ubicación a Encuestar



Por: Jaritza Rodriguez
Fuente: Encuesta a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.



Por: Jaritza Rodriguez

Fuente: Encuesta a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.