



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA COMUNICACIÓN**

**Título del Proyecto: “Difusión de contenido de género en los medios  
televisivos de Riobamba, periodo 2022”**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en  
Comunicación**

**Autor:**

Christian Andrés Montero Ibarra

**Tutor:**

Phd. Galo Xavier Vásconez Merino


**Riobamba, Ecuador 2023**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **CHRISTIAN ANDRÉS MONTERO IBARRA**, con cédula de ciudadanía 18050975-7, autor del trabajo de investigación titulado: **“DIFUSIÓN DE CONTENIDO DE GENERO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS EN RIOBAMBA, PERIODO 2022”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 2 de Febrero del 2024.



Christian Andrés Montero Ibarra

C.I:180501975-7

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **GALO XAVIER VÁSCONEZ MERINO** catedrático adscrito a la Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“DIFUSIÓN DE CONTENIDO DE GENERO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS EN RIOBAMBA, PERIODO 2022”**, bajo la autoría de **CHRISTIAN ANDRÉS MONTERO IBARRA**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 01 días del mes de enero de 2023



---

Galo Xavier Vásquez Merino

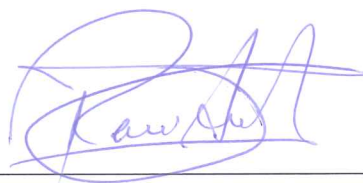
C.I: 0604245332

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “**DIFUSIÓN DE CONTENIDO DE GENERO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS EN RIOBAMBA, PERIODO 2022**” por **CHRISTIAN ANDRÉS MONTERO IBARRA**, con cédula de identidad número 180501975-7, bajo la tutoría de **Dr. GALO XAVIER VÁSCONEZ MERINO**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 01 días del mes de enero del año 2024.

Mcs. Réne Avila  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mcs. Guillermo Zambrano  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mcs. Jenny Zavala  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**





Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO

*en movimiento*  
**SGC**  
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD  
UNACH-RGF-01-04-08.15  
VERSIÓN 01: 06-09-2021

# CERTIFICACIÓN

Que, **MONTERO IBARRA CHRISTIAN ANDRÉS** con CC: **1805019757**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE GÉNERO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS DE RIOBAMBA, PERIODO 2022**", cumple con el 1%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 21 de noviembre de 2023



Firmado electrónicamente por:  
**GALO XAVIER VASCONEZ MERINO**

---

PhD. Galo Vásconez Merino  
**TUTOR**

## DEDICATORIA

A Dios, fuente inagotable de amor y guía,

Este trabajo está dedicado a la memoria de mi amado abuelito Jorge Ibarra, cuya sabiduría y cariño continúan iluminando mi camino.

A mis queridos tíos Ing. Gina Ibarra, Ing. Enrique Ibarra, Ing. Geovanny Ibarra cuyo apoyo incondicional y sabios consejos han sido fundamentales en mi formación.

A mi adorada abuelita Gladis Acurio, cuya ternura y amor han dejado una marca imborrable en mi corazón.

A mis queridos primos David Ibarra, Karla Álava quienes han compartido risas y desafíos, convirtiendo mi vida en un viaje inolvidable.

A mi amada madre y a mi padre, cuyo amor y sacrificio han sido mi mayor inspiración y motivación para alcanzar este logro.

A mi querida hermana Guadalupe Montero, compañera de aventuras y confidente, quien ha estado a mi lado en cada paso de este camino.

Con gratitud y cariño,

Andrés

Montero

## AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido de manera significativa en la realización de este trabajo de tesis.

En primer lugar, quiero dedicar unas palabras de profundo agradecimiento a mis padres, Patricia Ibarra y Byron Montero, por su apoyo incondicional, paciencia y amor constante a lo largo de este arduo proceso. Su aliento y comprensión han sido la fuerza que me impulsó a seguir adelante incluso en los momentos más desafiantes. Gracias por ser mi fuente de inspiración y por creer en mí siempre.

También quiero expresar mi gratitud a mis respetados profesores, en especial a Dr. Julio Bravo, Msc. Carlos Larrea, Phd. Galo Vásconez, Msc. Guillermo Zambrano, Msc. Jenny Zavala, Msc. Rene Ávila y Msc. Alejandra Carpio cuya dedicación y orientación experta han sido fundamentales en el desarrollo y éxito de este proyecto. Sus enseñanzas no solo han ampliado mis conocimientos, sino que también han moldeado mi enfoque hacia la investigación y el aprendizaje continuo. Aprecio profundamente su paciencia, mentoría y el valioso tiempo que han dedicado para guiarme en este proceso académico.

Agradezco también a mis amigos y compañeros de clase que, con su compañía y apoyo, han hecho este viaje más enriquecedor y llevadero, en especial a Nicole Ortiz por la ayuda con la cercanía a las fuentes de la investigación.

Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de todas estas personas extraordinarias, y estoy sinceramente agradecido por cada aporte, consejo y aliento que he recibido a lo largo de esta travesía académica.

Gracias a todos los que han sido parte de este viaje y han contribuido a convertir este sueño en una realidad.

Andrés

Montero

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	14
<b>1. MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>14</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.1 OBJETIVOS:.....	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	15
2.2 TEORIA DE LA COMUNICACIÓN.....	16
2.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	17
2.6 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN .....	18
2.7 DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE GÉNERO .....	19
2.10 INFLUENCIA DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS.....	21
<b>3. MARCO METODOLOGICO .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 METODO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>22</b>
3.2.2 SEGÚN EL ALCANCE TEMPORAL .....	23
3.2.3 SEGÚN LA AMPLITUD.....	23
3.2.4 SEGÚN EL CARÁCTER .....	23
3.2.5 SEGÚN LAS FUENTES .....	23
3.2.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: .....	23
3.3 VARIABLES .....	23
3.5 ENTREVISTA:.....	25
3.6 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUALITATIVA. ....	25
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA: .....	26
3.7.2 POBLACIÓN .....	26
3.7.3 MUESTRA.....	26
3.7.4 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.....	26
3.8 MÉTODO DESCRIPTIVO .....	26



3.8.2	MÉTODO CIENCITIFICO.....	26
3.8.3	MÉTODO DESCRIPTIVO.....	26
6.	4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	27
4.1	ANÁLISIS .....	29
4.2.1	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	51
<b>1.</b>	<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>53</b>
	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>53</b>

## **ÍNDICE DE TABLAS.**

TABLA 1: OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	23.
TABLA 2: ENTREVISTA AL PRODUCTOR DE TVS.....	26.
TABLA 3: ENTREVIST ECUAVISIÓN.....	27.
TABLA 4: ANÁLISIS ECUAVISIÓN.....	30.
TABLA 5. ANÁLISIS DE TVS CANAL 13.....	38.

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**FIGURA 1.....18.**

## **RESUMEN**

El presente estudio tiene por objetivo analizar la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba, periodo 2022. Dentro de la metodología se utiliza un análisis cualitativo mediante la interpretación y análisis profundo del significado que tienen para las personas involucradas, de esa forma podemos conocer el tratamiento de los contenidos sobre género en los medios televisivos Tvs y Ecuavisión.

A través del análisis detallado de los programas transmitidos, se ha observado un claro compromiso por parte de los medios en fomentar la equidad y la inclusión de género. A través de la categorización y evaluación de los mensajes y temáticas presentados, se ha observado cómo estos canales abordan una amplia gama de asuntos que van desde la participación femenina en la sociedad hasta la promoción de la salud y el bienestar para todos los géneros.

A través de una combinación de análisis cuantitativos y cualitativos, se han presentado conclusiones fundamentadas sobre la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba durante el periodo 2022.

Palabras clave: Contenidos de género, medios televisivos, participación, contenidos.

## Abstract

The objective of this study is to analyze the dissemination of gender content in Riobamba's television media during 2022. For the methodology, a qualitative analysis is used through the interpretation and in-depth analysis of the meaning they have for the people involved; in this way, it was possible to learn about the treatment of gender content in the television media, TV, and *Ecuavisión*. A clear commitment on the part of the media to promoting gender equity and inclusion has been observed through detailed analysis of the broadcast programs. Through the categorization and evaluation of the messages and themes presented, it has been observed that these channels address a wide range of issues ranging from female participation in society to promoting health and well-being for all genders. Through a combination of quantitative and qualitative analyses, substantiated conclusions have been presented on the dissemination of gender content in Riobamba's television media during the period 2022.

**Keywords:** Gender content, television media, participation, content.



Reviewed by:  
Lic. Jenny Freire Rivera  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0604235036

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN.**

La presente investigación reflexiona acerca de la difusión de contenidos de género en los medios de televisión de Riobamba, periodo 2022. La televisión es considerada un medio de difusión masiva tradicional cuyo fin es transmitir contenido audiovisual, nos permite tener una cercanía a distintos problemas sociales que atraviesa el país o la ciudad, algunos contenidos de este medio han generado una controversia en la sociedad y dentro de las ciencias de la comunicación.

A pesar de que el significado de identidad de género ha cambiado adaptándose a los nuevos cambios sociales, es importante analizar la forma en que los medios televisivos van abordando los temas con relación a género e identidad de género, en su mayoría los medios de comunicación suelen hablar de la equidad dentro de sus valores, los estereotipos referentes a la identidad de género suelen ser constantes.

Contribuye al análisis crítico de los contenidos televisivos en términos de su representación y visibilización de género. La televisión es un medio masivo que influye en la construcción de la identidad de género de las personas, por lo que es crucial entender cómo los contenidos transmitidos afectan la percepción y comprensión de la diversidad de género.

### **1. MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El problema que se plantea es la falta de difusión de contenidos de género en los medios de televisión de Riobamba en el año 2022. Esto significa que, a pesar de la existencia de una amplia gama de temas de género que podrían ser tratados en los medios de comunicación locales, estos no están siendo abordados adecuadamente en la programación televisiva de la ciudad.

Esta falta de difusión de contenidos de género puede llevar a una falta de conciencia sobre la igualdad de género, y puede contribuir a la perpetuación de estereotipos y discriminación de género. Además, también puede limitar la representación de las mujeres y otros grupos de género en los medios de comunicación, lo que puede tener un impacto negativo en su participación en la sociedad y su acceso a oportunidades.

#### **1.1 OBJETIVOS:**

##### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Analizar la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba, periodo 2022.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar mediante una revisión bibliográfica las temáticas de género en medios de comunicación televisivos.
- Realizar un abordaje metodológico para determinar el tipo de contenido de género que compone la programación de los medios de comunicación televisivos TVS y Ecuavisión.
- Elaborar un artículo científico con la finalidad de presentar los resultados obtenidos de esta investigación.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 COMUNICACIÓN**

Según el libro de periodismo *Apuntes Teóricos y Técnicos*, el autor, Erick Torrico (2010), define la comunicación como un recurso indispensable para la supervivencia humana y el desarrollo social, o viceversa, el subdesarrollo. Durante este proceso, elementos como el emisor, el mensaje y el receptor se definen como partes básicas, si el destinatario también se convierte en el remitente y el remitente se convierte en el destinatario, se considera horizontal.

La esencia del periodismo, materia prima. Las noticias son hechos nuevos que son de interés para los lectores de periódicos. La materia prima es la base de cualquier producto final, es la noticia, la base de los periódicos impresos, el pan de cada día de los informativos de televisión, la esencia de los informativos emitidos y el valor de hoy para los medios a través de Twitter o Facebook (Frank, 2017).

Parsons citado por Pont (2018) el término "medios" se utiliza para describir los objetos que facilitan los procesos fundamentales de la comunicación social. Según Luhmann, la comunicación se refiere a cualquier herramienta o mecanismo utilizado en la sociedad de los años 80 para organizar el proceso de comunicación.

Los tres medios de comunicación social ideados por el autor son el lenguaje, los medios de comunicación (tecnología y medios masivos) y los medios de generalización simbólica (dinero, amor, poder y verdad) (Aguado, 2004).

Cuando se refiere al concepto de comunicación, existen varias perspectivas y conceptos provenientes de diferentes disciplinas y campos del conocimiento. Pero independientemente de la apariencia, se considera un intercambio de información cuando el remitente envía algo por un canal que recibirá una respuesta del receptor (Ladino, 2017).

Según Osgood citado por González *et al.* (2022), represente el proceso y los elementos y genere la dirección del proceso de comunicación en el cual el emisor envía mediante un canal, los contenidos generan respuestas por parte del receptor, las cuales dependen de la interpretación individual de cada participante en el proceso. Posturas como esta

promueven la construcción de premisas o acciones necesarias: la comunicación se basa en una interdependencia en la que solo una mirada crítica del proceso puede aumentar los niveles de conciencia y permitir una intención clara en un proceso que suele ser inconsciente en la comunicación.

## **2.2 TEORIA DE LA COMUNICACIÓN**

La teoría de la comunicación es un campo de estudio interdisciplinario que se ha desarrollado a lo largo del tiempo. Esta teoría se enfoca en cómo se lleva a cabo la comunicación entre individuos, grupos y organizaciones, y cómo se puede mejorar la comunicación para lograr los objetivos deseados.

La comunicación es un fenómeno complejo que está sometido a cambios y modificaciones continuas. Por lo tanto, la teoría de la comunicación debe ser actualizada constantemente para reflejar estos cambios y adaptarse a las nuevas formas de comunicación. Es así que, la teoría de la comunicación se basa en los aportes de diferentes disciplinas, como la sociología, la economía y la psicología social, entre otras, esto permite una comprensión más completa y profunda de la comunicación y sus efectos (Rizo, 2014).

Por otro lado, la teoría de la comunicación es esencial para la formación de profesionales de la comunicación, ya que les proporciona las herramientas necesarias para entender cómo funciona la comunicación y cómo pueden mejorarla, es fundamental para entender cómo los medios de comunicación influyen en la sociedad y en la percepción de la audiencia sobre diferentes temas. Por ello, es importante para entender cómo se lleva a cabo la comunicación dentro de una organización y cómo se puede mejorar la comunicación para lograr los objetivos de la organización (Díaz, 2021).

Finalmente, la teoría de la comunicación es un campo de estudio interdisciplinario y dinámico que es fundamental para entender cómo se lleva a cabo la comunicación entre individuos, grupos y organizaciones. La teoría de la comunicación es esencial para la formación de profesionales de la comunicación y para entender el papel de los medios de comunicación en la sociedad. Además, la teoría de la comunicación es importante para mejorar la comunicación organizacional y lograr los objetivos de la organización.

## **2.3 ESTRUCTURALISMO**

El marco conceptual del estructuralismo, o corriente de pensamiento estructuralista, aunque abarca múltiples fundamentos, no puede considerarse estrictamente como uno de los modelos teóricos centrados exclusivamente en la Comunicación Social surgidos durante la modernidad y la expansión de los medios de comunicación de masas (Velasquez, 2018).

El campo de la comunicación, al ser multidisciplinario, ha recibido aportes teóricos, análisis empíricos y enfoques críticos desde otras disciplinas científicas bien establecidas, como la filosofía, sociología, lingüística, historia, psicología, antropología, entre otras, en esta perspectiva, los supuestos estructuralistas pueden ser invocados y comprendidos dentro del ámbito de los estudios de Comunicación (Aristizábal, 2020).



El pensamiento estructuralista, surgido del curso de lingüística general impartido por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure y publicado en 1916 por sus alumnos tras su fallecimiento, representa la corriente de pensamiento más completa que ha surgido de las ciencias humanas (García, 2017).

## **2.4 FUNCIONALISMO**

Esta perspectiva adopta una visión materialista no reduccionista, en la cual se establece una comparación entre los estados mentales y los estados funcionales de las máquinas. Además, el funcionalismo, como corriente filosófica, plantea que los estados mentales y el comportamiento humano son influenciados por el entorno. En otras palabras, el funcionalismo busca comprender cómo se relacionan los estados mentales con la conducta y el entorno en el cual un organismo humano se desenvuelve (Esparza, 2020). Por lo tanto, se considera necesario estudiar causalmente los fenómenos mentales, teniendo en cuenta que cualquier organismo está directamente relacionado con el entorno que lo moldea.

## **2.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En las últimas décadas, hemos visto y experimentado transformaciones tecnológicas, políticas, económicas y narrativas en los sistemas de medios. Si bien las herramientas del lenguaje audiovisual siguen siendo el núcleo de su oferta, el contenido creado se trata cada vez más no solo de cómo se produce y distribuye, sino también de cómo se consume. En este sentido, el análisis de los cambios tecnológicos y productivos nos ayuda a pensar en los cambios de cultura, conciencia y lenguaje (Scolari, 2019).

Andrade (2021), manifiesta que, a lo largo del camino de la evolución humana, el desarrollo del cerebro y los sentidos que le sirven, la creciente claridad de la conciencia, la abstracción y la discriminación, responden nuevamente al trabajo y a las palabras, a los estímulos. Se desarrolla cada vez más; está directamente relacionado con el proceso de formación de la sociedad humana, el proceso de aprendizaje humano influye en sus compañeros a través de la comunicación.

Los medios de comunicación son sistemas técnicos utilizados para llevar a cabo cualquier forma de comunicación. Cuando se trata de los medios, la élite económica se infiltra y controla, y recuerda, a la mayoría de la élite masculina. Esta situación dominante requerirá una clara retroalimentación de conceptos y visiones desde el mundo económico al mundo de la comunicación, donde también dominarán las visiones patriarcales (González, 2020).

A su vez, son los canales que utilizan las empresas para enviar anuncios a los consumidores. Si el mensaje se transmite a través de medios masivos como: radio, noticias y televisión; y actividades no tradicionales conocidas como offline, que pueden ser patrocinios, marketing directo, juegos promocionales (Sotomayor *et al.*, 2018). Por lo tanto, reconociendo que la transnacionalización de la comunicación masiva, especialmente la comunicación electrónica, debe vincularse en primer lugar a la propiedad de los medios, la captación, manipulación, transmisión y consumo de la

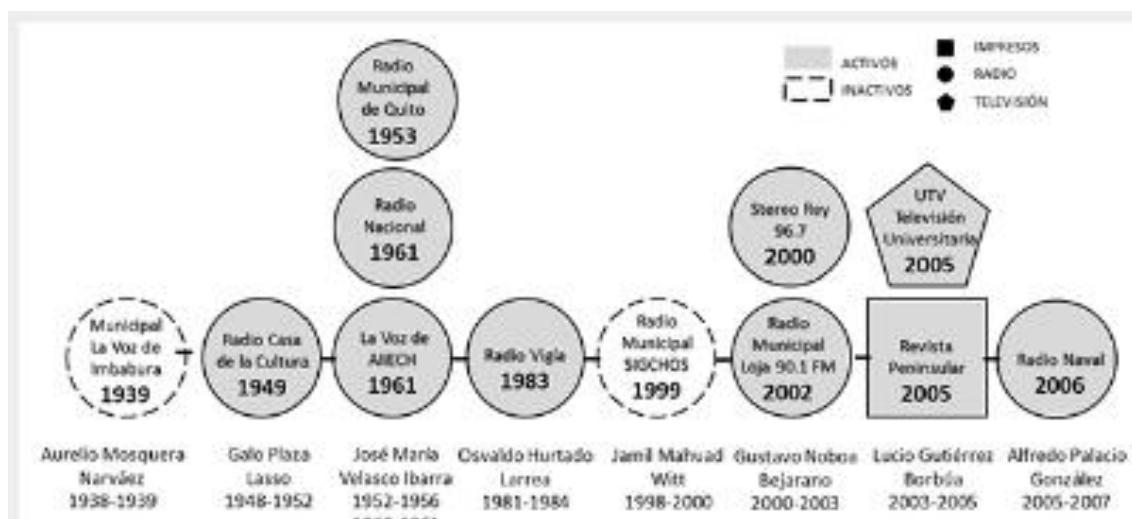
información, cuyos factores y el desarrollo tecnológico son determinantes en la medida en que responden a diversos intereses públicos.

Según Carlón (2021), las condiciones espaciales que se revelan en las expresiones culturales y mediáticas se transforman en los contextos contemporáneos y afectan las redes simbólicas de nuestras vidas, la circulación de los sentimientos. Este proceso tiene lugar gracias a los desarrollos tecnológicos que, junto con los procesos políticos y económicos, profundizan la convergencia de los medios y crean un ecosistema de medios que tiende a concentrarse entre los actores de la comunicación de la información, a saber, las empresas de medios, las editoriales, los cines y las industrias culturales como las telecomunicaciones.

Cada vez que aparece un nuevo medio permite una mejor adaptación y focalización del mercado, pero elegirlos puede ser difícil debido a la gran cantidad de medios publicitarios existentes (Martínez y Franch, 2014). Cada vez se debe pensar más en la elección y el uso de los medios publicitarios, ya que la estrategia de medios debe elegirse en relación con el negocio al que se dedica la empresa, así como con los segmentos de mercado que opera y quiere alcanzar.

Del mismo modo, los medios de comunicación son parte central de la estructuración de las entidades sociales y de la agenda pública. De esta forma, el control mediático es una parte importante del control social, por lo que la construcción y centralización de derechos de propiedad en diversos proyectos de info comunicación conduce a la homogeneización del discurso, lo que fortalece la influencia social de algunos. Dominación de grupos, consolidación de relaciones de poder económico, político y cultural (Federación Internacional de Periodistas, 2016).

**Figura 1.** Medios de comunicación en el Ecuador



**Fuente:** Tomado de (Panchana y Mena, 2020).

## 2.6 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Velázquez (2020) asegura que las principales funciones de la comunicación son:

- Los medios de comunicación imponen patrones de comportamiento y consumo.

- La comunicación juega un papel esencial, es la difusión del conocimiento y la supervivencia de los valores sociales.
- Vigilancia ambiental: recogida y distribución información generada por la empresa.
- Función de referencia: define la relación entre el mensaje y el remitente.
- Funciones metalingüísticas: significado de los símbolos utilizados en el comportamiento comunicativo, reglas gramaticales.
- Función emocional o expresiva: expresar la actitud del hablante, sentimientos verdaderos o fingidos
- Normas sociales: surgieron cuando la sociedad dejó de ser simple y se volvió altamente industrializada y por lo tanto más compleja; los medios presentaban lo que era "conveniente" para el público.

## **2.7 DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE GÉNERO**

El proceso de aprender a utilizar un lenguaje no sexista en las tareas de comunicación es constante. El rol del equipo de comunicación es fundamental para evitar la exclusión de las mujeres y otros colectivos diversos de los espacios relevantes del contexto social. Para evitar esta práctica, aquí hay algunos consejos para estructurar mensajes inclusivos. Es por ello que, desarrollar contenidos comunicativos con enfoque de género requiere una práctica deliberada y persistente. Por eso, es imperativo evitar reproducir ideas y patrones que violan los derechos humanos de las personas a través de la redacción de contenidos (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2022).

En América Latina, la etiqueta #NiUnaMenos es una etiqueta de redes sociales para la violencia de género por abortos clandestinos. Según Alcader Peñalver *et al.* (2018), estos movimientos utilizan las redes sociales porque no pueden crear movimientos, pero pueden ser plataformas ideales para difundir ideas, influir en la opinión pública y, si quieren, unir grupos que no se conocen.

En otro caso, no directamente relacionado con el efecto de concentración, pero sí con otras referencias que tienen rasgos fundamentales como la diversidad y el pluralismo para fortalecer la democracia y una sociedad más justa, es el papel de los medios de comunicación en relación con la igualdad (González, 2020).

## **2.8 MEDIOS TELEVISIVOS**

En el caso de la televisión, ha pasado de ser una forma de comunicación que reúne a familias y comunidades en espacios privados a presentarse en múltiples pantallas de forma continua y discontinua (Marino, 2016). La televisión comunitaria, alternativa y popular surgió como parte del sector de los medios audiovisuales comunitarios con experiencias de difusión gremial, sindical, periodística comunitaria, partidaria y educativa en nuestra América desde mediados del siglo XX.

Con base en la investigación, podemos identificar cuatro puntos de inflexión principales en la historia de la televisión social, alternativa y popular en nuestro país. Ante el

abandono de la idea de un único medio hacia el multimedia o, más precisamente, hacia un ecosistema mediático que cruza la producción y el consumo de medios el modelo de televisión tradicional se ve así limitado tanto en términos de contratos de producción como de recepción.

A medida que evolucionó la televisión, también lo hicieron las tecnologías de grabación, como las cámaras de video y las grabadoras. Periodistas empezaron a producir más material audiovisual que entonces. Por lo tanto, el gobierno tuvo que enfrentar un gran desafío: censurar por primera vez este tipo de medios. Estados Unidos no podría haber previsto esta revolución tecnológica, pero ciertamente podría haber aprendido de la próxima guerra (Merino, 2018).

La televisión comunitaria, alternativa y popular surgió como parte del sector de los medios audiovisuales comunitarios con experiencias de difusión gremial, sindical, periodística comunitaria, partidaria y educativa en nuestra América desde mediados del siglo XX. Con base en la investigación, podemos identificar cuatro puntos de inflexión principales en la historia de la televisión social, alternativa y popular en nuestro país (Vinelli, 2019).

Las estrategias de medios actuales integran diferentes métodos, tales como: la organización de eventos, la creación y distribución de noticias en diferentes medios, el uso de publisreportajes y otras formas tradicionales de publicidad, como cuñas de televisión o anuncios en medios especializados, y el uso de los canales que ofrecen las herramientas digitales, por ejemplo, en las redes sociales o Internet (Sotomayor *et al.*, 2018).

## **2.9 MEDIOS TELEVISIVOS EN EL ECUADOR**

La democracia, que se refiere a la comunicación, será analizada como un acto público que desde hace tiempo promueve la participación de los individuos a través de los medios de comunicación. Practicar la democracia implica compartir el poder y la participación pública en los asuntos de gobierno, priorizando la esfera pública, un lugar donde los individuos pueden discutir y debatir temas de interés mutuo (Ramírez, 2019). Como se mencionó anteriormente, la formación de la opinión pública, que, por supuesto es parte de la actividad pública, está determinada en gran medida por la influencia de los medios de comunicación.

Desde el año 2006 se aprobó la Ley de Comunicación en Apoyo a la Sociedad Pluralista del Ecuador para garantizar el derecho de todos los ciudadanos, tanto individual como colectivamente, a la participación activa y dominante. Asimismo, la obligatoria a Ley Orgánica de Comunicación (LOC) crea un espacio para la creación de medios comunitarios. Sin embargo, el desarrollo del nuevo documento legal no promueve la participación a nivel de comunicación, ya que gran parte de la población ecuatoriana todavía no cuenta con un lugar para ejercer estos derechos, su expresión, voces y opiniones no tienen un lugar propio, canales de comunicación, porque no son parte de la opinión pública, excluida del imaginario social en la creación de una sociedad democrática (Barragán y Garzón, 2016).

De 2007 a 2017, Rafael Correa asumió la presidencia de Ecuador e inició un proceso de transformación y fortalecimiento de los medios públicos con el objetivo, según Guijarro (2020), de elevar y fortalecer el sistema propagandístico del país, que encontraba su agenda política reñida con el progresismo correísta de algunos dirigidos por medios privados. Este proceso de polarización mediática, que separa a los medios públicos asociados al gobierno de sus contrapartes privadas, refleja la estrecha relación que tuvieron los medios tradicionales, como la televisión y la prensa, con la administración anterior.

La notable influencia de la televisión en la gente de todos los países es absolutamente extraordinaria y nos hace creer todo lo que nos envían. Si la noticia es real o falsa depende de cada espectador. La opinión pública sobre el contenido de la televisión no es importante en este momento. Hoy es casi imposible interpretar libremente las noticias, porque a lo que se refieren los medios es al único mensaje válido que deja de lado los pensamientos del espectador, como se dice: la televisión afecta las emociones, tiene un efecto enorme sobre los deseos y los miedos en la sociedad y en la vida personal (Ferrés y Roca, 2006).

Los sentimientos, emociones o deseos de las personas pasan ahora a un segundo plano a la hora de expresar una opinión colectiva por el bien común. La comunicación con la audiencia es una de las estrategias más visibles de los medios, que enfatizan el contenido de actualidad para mantener a sus consumidores interesados en los programas, entregando un mensaje a una audiencia que necesita estar interesada y conectada para llevar a cabo su misión, cuando el público está convencido de todo lo que se ha dicho en su programa, sólo tiene que creerlo y hablar la información como apoyo de una fuente auténtica (Sánchez García, 2013)

La elección de un medio de comunicación como la televisión está muy comprometida porque se elige cualquier canal de noticias lo único que se quiere es que cualquier noticia sea fiable como defiende Ramonet (2013), es un contrato de confianza que creamos con los medios, y cada uno de nosotros es consciente de que la dificultad de crear este contrato de confianza aumenta día a día, pero en este momento es muy difícil hablar de confiabilidad, porque se vive en un mundo de mentiras y corrupción.

Es claro que las fuerzas políticas, económicas y sociales del país tienen una gran influencia en la toma de decisiones y, por tanto, en la difusión de la información, mantener la confianza pública brindando información más veraz, confiable y objetiva es lo que tienen que hacer todos los países, pero el mismo Ecuador ha perdido todos estos valores, como se ha dicho, si los medios o periodistas violan ciertos indicadores de calidad, como sucedió en Ecuador, esta situación tiene el potencial de convertirse en uno de los principales argumentos para criticar a la industria (Rodrigo, 2016).

## **2.10 INFLUENCIA DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES DE GÉNERO.**

La sociedad contemporánea se encuentra inmersa en un entorno mediático omnipresente, donde los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la formación de la identidad individual y colectiva. En este contexto, los medios

televisivos desempeñan un papel destacado en la construcción de identidades de género, influyendo en la percepción y representación de hombres y mujeres.

Los medios televisivos son poderosos agentes socializadores que transmiten valores, creencias y comportamientos relacionados con el género desde temprana edad. Por otro lado, la televisión expone a las audiencias a una variedad de modelos de género, tanto positivos como negativos, que pueden influir en la construcción de la identidad de género de las personas (Berni, 2022).

Es por ello, que los medios televisivos a menudo perpetúan estereotipos de género, presentando a hombres y mujeres de manera limitada y reduccionista, lo cual puede afectar la forma en que las personas se perciben a sí mismas y a los demás, tienden a representar a hombres y mujeres de acuerdo con roles tradicionales y estereotipos de género preexistentes, limitando las posibilidades de expresión y desarrollo individual (Moncayo y Sánchez, 2020).

La televisión a menudo muestra a las mujeres como objetos sexuales y enfatizando la apariencia física por encima de otras cualidades, promueve una idea de masculinidad hegemónica, asociada con la fortaleza física, el control emocional y el éxito económico, lo que puede afectar negativamente a los hombres que no se ajustan a estos estándares.

A pesar de los estereotipos predominantes, los medios televisivos también han presentado narrativas alternativas y personajes empoderados que desafían los roles de género tradicionales (Hoyos, 2019). La presión de los movimientos sociales y la demanda de una representación más diversa han llevado a algunos cambios en la representación de género en la televisión, abriendo espacio para nuevas identidades y experiencias. Fomentar la alfabetización mediática es fundamental para que las audiencias desarrollen un pensamiento crítico y sean capaces de cuestionar las representaciones de género en los medios televisivos.

Los medios televisivos desempeñan un papel significativo en la construcción de identidades de género, tanto reforzando estereotipos y normas como abriendo camino a nuevas representaciones y roles. Es esencial reconocer la influencia de los medios televisivos en la formación de la identidad individual y colectiva, y fomentar una mayor diversidad y representación equitativa en la pantalla.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLOGICO**

#### **3.1 METODO DE INVESTIGACIÓN**

Según Merriam (2009), el método cualitativo se define como “una estrategia de investigación que se enfoca en el estudio de fenómenos sociales complejos, desde una perspectiva interpretativa, en la que se busca comprender el significado que tienen para las personas que los viven” (p. 6). Este método se basa en la idea de que los fenómenos sociales no pueden ser comprendidos únicamente a través de la medición de variables o la aplicación de pruebas estadísticas, sino que requieren una interpretación y análisis profundo del significado que tienen para las personas involucradas, de esa forma

podemos conocer el tratamiento de los contenidos sobre género en los medios televisivos Tvs y Ecuavisión.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1 SEGÚN SU FINALIDAD**

La investigación aplicada es definida como “un tipo de investigación que busca la solución de problemas prácticos o la toma de decisiones a través de la aplicación de los conocimientos y técnicas científicas” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014, p. 21). Este tipo de investigación se enfoca en la transferencia de conocimientos a situaciones prácticas y cotidianas, buscando resultados concretos y aplicables. En la investigación será aplicada ya que su objetivo es cambiar la forma de tratamiento de los temas referentes al género en los medios televisivos de Riobamba.

#### **3.2.2 SEGÚN EL ALCANCE TEMPORAL**

La investigación puede ser clasificada según su alcance temporal en tres categorías: investigación transversal, investigación longitudinal y estudio de caso (Creswell, 2014). El alcance será Sincrónico pues se indagará en período corto que concierne un tiempo definido: 2022.

#### **3.2.3 SEGÚN LA AMPLITUD**

Microsociológica, pues se enfocará a espacios de relevancia cotidiana y a trabajar con universos será los medios televisivos más significativos de Riobamba. Se centrará en el origen de las interacciones y la actividad social de un evento cultural, este estudio se desarrollará a pequeña escala.

#### **3.2.4 SEGÚN EL CARÁCTER**

Será de carácter cualitativo pues pretendemos comprender el conjunto de cualidades que se corresponden y caracterizan a un fenómeno específico. La visión cualitativa de este estudio pretende aproximarse a la realidad social de los medios televisivos más significativos de Riobamba.

#### **3.2.5 SEGÚN LAS FUENTES**

- Primarias: utilizan datos o información de primera mano generada por los investigadores.
- Secundarias: utilizan información de segunda mano generadas con anterioridad o de forma ajena a la investigación (registros, bases de datos y entrevistas oficiales).

#### **3.2.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Será un diseño basado en la descripción, pues el interés está en describir la situación bajo el estudio de entrevista y análisis de contenido. Este diseño está fundamentado en la teoría que se adquiere a través de la recopilación de los contenidos de los medios televisivos de Riobamba.

### **3.3 VARIABLES**

**Variable independiente:** Difusión de contenidos de género.

**Variable dependiente:** Medios televisivos de Riobamba, periodo 2022.

### 3.4 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>Variable independiente: Difusión de contenidos de género.</p>	<p>La Perspectiva de Género constituye una visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres, que se propone eliminar las causas de la opresión de género como la desigualdad, la injusticia y la jerarquización de las personas basada en el género. entre los géneros. Buedo (2023)</p>	<p>Sociocultural Representación de género Roles de género presentes en unas sociedades. Temas de género</p>	<p>Proporción de hombres y mujeres en los contenidos.  Representación estereotipada de género.  Roles y características de los personajes.  Lenguaje y tono Utilizado</p>	<p>Técnica: Análisis de contenido Instrumento: Ficha de análisis de contenido</p>



<p>Variable dependiente = Medios televisivos de Riobamba .</p>	<p>La igualdad de género se refiere a "la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para todas las personas, independientemente de su género" (Naciones Unidas, 2018). Esto significa que hombres y mujeres tienen el mismo valor y los mismos derechos en todas las esferas de la vida, incluyendo el acceso a la educación, el empleo, la salud, la política y la toma de decisiones.</p>	<p>Representación de los medios. Contenidos de género. Dirección de programas sobre el género. Presencia de desigualdades de género en los medios televisivos.</p>	<p>Audiencia. Cobertura. Programación. Publicidad.</p>	<p>Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de preguntas</p>
----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

### 3.5 ENTREVISTA:

La entrevista es una técnica de recolección de datos que consiste en una conversación estructurada o semi-estructurada entre el entrevistador y el entrevistado, con el objetivo de obtener información relevante acerca de un tema específico. En este caso, la entrevista se enfoca en el tema de la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba durante el periodo 2022.

### 3.6 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUALITATIVA.

El análisis de información cualitativa se refiere al proceso sistemático y reflexivo de examinar y comprender datos no numéricos, como texto, imágenes, audio o video, con el propósito de identificar patrones, temas, significados y relaciones subyacentes, en lugar de depender de medidas cuantitativas, este enfoque se enfoca en capturar la riqueza y complejidad de la información en su contexto original,, mediante técnicas como la codificación, categorización y triangulación, los investigadores exploran las perspectivas, opiniones y experiencias de los participantes, permitiendo una comprensión profunda y contextualizada de los fenómenos estudiados (Espinosa et al., 2020).

### **3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA:**

#### **3.7.2 POBLACIÓN**

En este estudio, la población o universo total se refiere al contenido televisivo emitido por los canales TVS y Ecuavisión. Dado que el objetivo es analizar la difusión de contenidos de género, se considera que la muestra más relevante y representativa consiste en la programación emitida por estos canales. Es importante aclarar que, en el contexto de esta investigación, la 'población' no se refiere a un grupo de personas, sino más bien al conjunto total de contenidos televisivos que podrían haber sido analizados. Sin embargo, debido a limitaciones prácticas, se selecciona una muestra representativa de esta población.

#### **3.7.3 MUESTRA**

La muestra se compone de programas emitidos durante 24 fechas diferentes, seleccionadas aleatoriamente a lo largo del año 2022. Esta estrategia de muestreo tiene como objetivo capturar una visión representativa de la programación habitual de ambos canales, evitando sesgos que podrían surgir al seleccionar fechas específicas o períodos de programación especiales. La elección aleatoria de las fechas asegura que la muestra refleje de manera justa la variedad y el enfoque general de los contenidos transmitidos a lo largo del año.

#### **3.7.4 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA**

Para cada una de las 24 fechas seleccionadas, se analizó toda la programación emitida por ambos canales. Esto incluyó diferentes géneros de programas como noticias, reportajes, entrevistas y otros formatos relevantes. Se registró el tipo de programa, los temas tratados, la representación de género y la manera en que se abordaron los temas de género. Esta descripción detallada de la muestra proporciona claridad sobre la naturaleza y alcance del contenido analizado.

### **3.8 MÉTODO DESCRIPTIVO**

#### **3.8.2 MÉTODO CIENTÍFICO**

Está compuesto por una serie de pasos en secuencia para su ejecución, la primera fase implica la identificación del problema a abordar, que puede surgir debido a la falta de conocimiento, una pregunta sin respuesta o la necesidad de aclarar información existente. En la segunda fase, se formula una suposición con el propósito de encontrar una solución provisional al problema planteado. En la tercera fase, se emplea la experimentación u observación para verificar las hipótesis propuestas; en este punto, se lleva a cabo la recolección, análisis e interpretación de los datos (De Hoyos, 2020).

#### **3.8.3 MÉTODO DESCRIPTIVO**

Se centra en la descripción objetiva y detallada de fenómenos, eventos, situaciones o características, con el propósito de comprender su naturaleza y características sin modificar o manipular deliberadamente las variables involucradas. A través del método descriptivo, se busca capturar información precisa sobre lo que está siendo estudiado, utilizando observaciones, mediciones y análisis sistemáticos para presentar una representación fiel y completa de los aspectos examinados (Sánchez *et al.*, 2018).

## **CAPÍTULO IV**

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

**Tabla 2.** Entrevista al productor de TVS Revista Familiar Estamos contigo (Ronald Villalva)

Preguntas	Respuestas
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué significa el género para usted?</li> </ul>	El género se entiende por un hombre o mujer, dentro del canal se maneja bastante porque siempre hay un hombre una mujer, dos hombres y dos mujeres.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo aborda usted el tema de género en el programa?</li> </ul>	Se aborda de diferentes ámbitos en el ámbito profesional y en los entrevistados no se manejaba tanto más en diferencia en cuestión de programación es decir no se repetía los segmentos como es el caso de emprendimientos es decir si llamamos un helado casero un día ya no se repetía, ese mismo helado casero en la semana esa era la diferencia, que se realizaba ahí no se notaba tanto el género,
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Considera importante abordar temas de género en la programación?</li> </ul>	Por supuesto yo creo que la igual y la equidad de género no deben abordarse no solamente en las programaciones si no en todo ámbito, interno externo en todo generalmente.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿La programación está dirigida para un género en específico?</li> </ul>	No para toda una poca más población juvenil.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo aporta la programación en promover la igual de género?</li> </ul>	Primero con el ejemplo, con el ejemplo de que existen presentadores hombres y también mujeres, de igual manera en los diversos programas del canal,
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿La revista aborda temas relacionados con género?</li> </ul>	Si, si dentro del contenido si existen lideresas que llegan al programan y hablan netamente de eso, de igual de género de equidad de género de factores psicológicos de ayuda de temas de violencia de genero todos esos aspectos si los topábamos.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Para la elaboración de contenido se da preferencia a alguno de los géneros?</li> </ul>	No, para ambos géneros.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Dentro de la programación se pretende educar sobre la violencia de género?</li> </ul>	El programa al ser más que informativo no sea buscado ser más que específicamente algo de capacitar sobre aquello, pero indirectamente si se lo realiza, porque obviamente si se escucha de que se trata la igual de género o la equidad de género ya está aprendiendo entonces es una capacitación indirecta.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Dentro de su programa se abordan temas de los derechos de la mujer?</li> </ul>	Si por supuesto y aprovechábamos también el tema del día de la mujer, del día de la violencia contra la mujer el tema de derechos laborales aprovechábamos todo este espacio para poder también hacer llegar a las personas que han luchado.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es su plan a futuro para abordar de una forma efectiva temas relacionados a género?</li> </ul>	<p>Justamente lo que había mencionado que es el tema de no solamente informarles si no capacitarles en el tema de igualdad y equidad de género, eso me encantaría en lo personal no solamente informar que es una violencia de género o que es una lucha de género si no enseñar cómo luchar como defenderse cuáles son sus derechos.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 3.** Entrevista Ecuavisión Revista Familiar Vamos 2 (Henry Puetate)

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué significa el género para usted?</li> </ul>	<p>Para mí el género tiene diversidad de conceptos de acuerdo con perspectiva de la educación o formación del individuo, en este caso para mí el género viene a ser lo que tú te identificas como persona,</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo aborda usted el tema de género en el programa?</li> </ul>	<p>En cuestiones de producción y como uno le saca a relucir el programa nosotros más nos en no inmiscuir ninguna tendencias o inclinaciones, nos manejamos en un nivel estándar ósea cada uno da su opinión aquí contamos con personas de sexo masculino y femenino no tenemos ninguna discriminación hacia cualquier persona.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera importante abordar temas de género en la programación?</li> </ul>	<p>Claro, es muy importante para que la gente se dé cuenta que vivimos en una época, en una sociedad donde ya no estamos mucho en cuanto a estar cuestionando ni nada por el estilo sino más bien vemos tanto al hombre como a la mujer en el ángulo que todo el mundo tiene su capacidad para cualquier cuestión.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La programación está dirigida para un género en específico?</li> </ul>	<p>Claro, tenemos un público de programación ósea la revista se maneja en un rango de edad de 18 años para arriba.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo aporta la programación en promover la igualdad de género?</li> </ul>	<p>Como lo había mencionado nosotros no discriminamos a nadie, aquí contamos con personal tanto masculino y femenino ósea y trabajamos en conjunto ósea la idea es ver el trabajo en conjunto y las cosas salgan bien sea proyectado hacia la ciudadanía y posterior vean que tanto el hombre como la mujer pueden hacer las cosas al mismo tiempo y son capaces de cualquier cosa.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La revista aborda temas relacionados con género?</li> </ul>	<p>Si contamos con eso, como nos manejamos diario por temas en este caso tenemos un tema diferente para cada día entonces hay días en los cuales les dedicamos a eso, escogemos un tema y buscamos un</p>

	profesional para que nos hable de la cuestión y posterior que la ciudadanía también sepa de lo que nosotros queremos proyectar
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Para la elaboración de contenido se da preferencia a alguno de los géneros?</li> </ul>	No, creo que estamos en una época donde esas cosas ya se han ido quitando se han ido dispersando ya, cada uno vive en un mundo en el cual lo que nos interesa es el producto mas no la parte superficial de las personas.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Dentro de la programación se pretende educar sobre la violencia de género?</li> </ul>	Claro eso es lo que siempre se ha venido trabajando, cambiando a como se manejaba antes la televisión, las mujeres no se les tomaba en cuenta, o que este segmento sea solo para hombres o que este segmento sea solo para mujeres, la nueva es hacer todo en conjunto que todos sepan el valor tanto de hombre y mujeres,
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Dentro de su programa se abordan temas de los derechos de la mujer?</li> </ul>	En cuestiones de derechos no, lo que tiene que ver con leyes no ya nosotros nos enfocamos es en el producto que va a salir, si hemos tenido invitados así que comentan estos temas en este caso como nos manejamos con autoridades también en la revista entonces si han abordado temas porque tengo entendido que el día de hoy la alcaldía promueve eso ósea que exista una igualdad de género, que no exista la violencia contra la mujer, entonces eso hemos traído a plasmarlo acá,
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es su plan a futuro para abordar de una forma efectiva temas relacionados a género?</li> </ul>	A futuro concientización seria lo primero, concientización para que la ciudadanía se nutra de lo que nosotros queremos proyectar a la ciudadanía en este caso para que ya no exista el menos precio hacia el género opuesto, eso es lo que queremos manejarse, y salga a relucirse que cada uno tiene las mismas características y las mismas capacidades para realiza cualquier proyecto.

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.1 ANÁLISIS

En base a los resultados se evidencia que los participantes entienden que el género se refiere a ser hombre o mujer, y su relevancia en el canal radica en la representación de ambos géneros en diferentes contextos, al igual, que el programa aborda el género desde múltiples perspectivas, incluyendo el ámbito profesional y la programación. Aunque no

se enfoca directamente en el género en la programación, se destaca que hay diversidad en los segmentos para evitar la repetición.

Por otro lado, se enfatiza la importancia de abordar la igualdad y la equidad de género no solo en la programación, sino en todos los ámbitos, tanto internos como externos, al igual, de la programación no está dirigida a un género específico, sino a una audiencia más amplia, incluyendo a la población juvenil.

La programación contribuye a promover la igualdad de género al brindar ejemplos de presentadores de ambos géneros y al abordar temas relacionados con la igualdad y equidad de género en los diversos programas, por ello, incluye temas relacionados con género, tales como liderazgo femenino, equidad de género, factores psicológicos y violencia de género.

Por ello, enfatiza que no se da preferencia a un género en la elaboración de contenido, sino que se considera a ambos géneros por igual, aunque el programa no se centra en capacitar directamente sobre la violencia de género, indirectamente contribuye a la capacitación al abordar el tema y educar al público sobre igualdad de género. El programa aborda temas de derechos de la mujer, como el Día de la Mujer y la violencia contra la mujer, para crear conciencia y reconocer a quienes han luchado por estos derechos.

Dentro de los planes futuros, se menciona un enfoque no solo informar, sino también capacitar a la audiencia sobre la igualdad y equidad de género. Se busca brindar herramientas para luchar, defenderse y conocer sus derechos. Por ello, en general, la entrevista refleja un enfoque integral hacia el género en la programación, abordando diversos aspectos de la igualdad y la equidad de género, así como el compromiso de educar y empoderar a la audiencia en estos temas.

**Tabla 4.** Análisis Ecuavisión

N.	Fecha	Medio de Comunicación	Tema	Género periodístico				Tipos de mensaje estructura de la Nota (Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Porqué)
				Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	
1.	3 de enero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propósitos para el nuevo año.</li> <li>Cocina.</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>Está dirigido para hombres y mujeres sobre cómo cuidar el cuerpo, pero hace más énfasis en las mujeres</li> <li>Está dirigido para mujeres, durante la programación se interactúa con mujeres interesadas en la programación mediante comentarios de Facebook y mensajes en WhatsApp.</li> </ul>
2.	6 de enero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pases del niño.</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>La programación está dirigida a Hombres y mujeres, en él se ve como los dos géneros pueden ser partícipes del tradicional pase del niño muy significativo en la ciudad de Riobamba.</li> </ul>
3.	21 de enero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Día Internacional del abrazo.</li> <li>Manualidades para regalar a la pareja.</li> <li>Lolicas (Tip de belleza y como cuidar la salud).</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirigido a Hombres y mujeres se muestran imágenes de hombres y mujeres que se abrazan, lo cual da a entender la igualdad de ambos sexos.</li> <li>Esta actividad es para hombre y Mujeres, el encargado de este segmento impulsa que los detalles se dan tanto hombres como mujeres.</li> <li>Dentro de este segmento está dirigido especialmente a la mujer, se habla de cómo cuidar la postula al momento de</li> </ul>

								levantar peso.
4.	24 de enero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Vial.</li> <li>• Entrevista con Segundo Cují (presidente del Palacio Real)</li> <li>• Cocina.</li> <li>• Entrevista con Doña Marianita (Habitante del Palacio real)</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este contenido está dirigido para hombres y mujeres que conducen, no especifica que género es el que más infracciones comete, habla de un término en general es decir hombres y mujeres deben mejorar la forma de conducir. Se saltan de la educación vial para comentar de los malos hábitos de los latinos sin discriminar ni al hombre ni a la mujer, por otra parte, consideran que la licencia no es solo para el hombre sino también para la mujer.</li> <li>• Se invita al Turismo y se valora a la mujer dentro del tema de la gastro mía propia del pueblo Palacio Real, se involucra a la mujer dentro de la producción agroecológica.</li> <li>• Dentro de este segmento se demuestra las habilidades destacadas de la mujer indígena en su gastronomía.</li> <li>• Esta entrevista está dirigida para hombres y mujeres en donde se da a conocer a la importancia para Doña Marianita dar a conocer su cultura como mujer indígena, sobre todo su conocimiento dentro de la medicina natural.</li> </ul>

5.	25 de enero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tips para la buena alimentación</li> <li>• Rutinas de Ejercicio.</li> <li>• Entrevista con Slap</li> </ul>		X	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este contenido está dirigido para hombres y mujeres, enfoca la clasificación de los alimentos, lo malos hábitos de las personas se enfoca tanto en hombres como mujeres, se interactúa con los dos géneros.</li> </ul>
----	----------------------	------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---	---	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



			Music				<ul style="list-style-type: none"> <li>• En este espacio es un instructor barón quien da rutinas de ejercicios dirigidas para personas de todos los géneros.</li> <li>• Dirigida para hombres donde el artista manifiesta que su inspiración es en la mujer, dando a conocer que la vida tiene sentido por la existencia de las mujeres, en esta parte se entiende que en el programa también hay espacio para hombres.</li> </ul>
6.	6 de agosto del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de la cerveza</li> <li>• Manualidades</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, menciona lo beneficioso que es el consumo de la cerveza dentro de la salud de cualquier individuo, dentro de las mujeres tiene propiedades favorables ante la menopausia, dentro del organismo de las mujeres ayuda a la inmunidad ante enfermedades, es beneficiosa para la recuperación de deportistas.</li> <li>• Dirigido para todo tipo de género, enseña y promueve a realizar imanes de refrigeradora con material reciclable, pero lo relaciona como un detalle de un hijo a una madre o de un esposo a una esposa, es así como se promueve una igualdad de género por medio de un detalle.</li> </ul>
7.	16 de febrero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención musical sobre el carnaval.</li> <li>• Entrevista con José Daquilema (presidente del GAD Quimiag), José Luis Guerrero (Taita Carnaval), Angelina</li> </ul>		X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido a tanto hombres como mujeres, se muestra a un grupo musical donde sus integrantes son hombre y mujeres, dando a entender que dentro de la cultura del carnaval se integra a los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido a toda la población en general sin distinción de género, se muestra la importancia de la mujer la participación de la mujer y el hombre.</li> </ul>

			<p>Andino (Mama Shalva).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con Lupita Dueña del Chacarero</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para la sociedad en general (hombres y mujeres), muestra la lucha constante de Lupita para poder levantar su emprendimiento, a su vez da a entender la capacidad que tienen las mujeres para manejar sus negocios.</li> </ul>
8.	9 de mayo del 2022		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de la Madre.</li> <li>• Goku Day (día de Goku).</li> <li>• Festival de Música (Rainbow)</li> <li>• Cocina.</li> </ul>	X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres da a entender la importancia de la madre en dentro de las familias, se valora mucho el trabajo de la mujer.</li> <li>• Está dirigido para mujeres y hombre, puesto a que Goku un programa de un anime Japonés es de gusto de los dos géneros, también se da información de día de Pícolo un personaje de la misma serie, además una de las presentadoras relata su vivencia de su niñez donde sus familiares hombres le decían que era un programa solo para niños, pero hoy ya se han roto estereotipos.</li> <li>• Es dirigido para todo público es decir hombre y mujeres, una entrevista con Frank Ilaga realizando una invitación para el festival de música en Quinta Macají.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, dentro del programa se observa a un cocinero preparando un refrigerio gourmet, lo que nos da a entender que no solo la mujer puede cocinar.</li> </ul>
9.	23 de febrero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnaval.</li> <li>• Anécdotas en familia sobre el carnaval.</li> <li>• Espacio de conversación y felicitación a la presentadora Andy.</li> </ul>	X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigida para masculino y femenino, dando a entender que el carnaval es celebrado por todo el mundo, dentro de esta tradición incluye a hombre y mujeres.</li> <li>• Es una actividad dirigida para todo género, consiste en escribir al WhatsApp o comentar en redes sociales una anécdota en familia.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina.</li> <li>• Entrevista con una asesora Jurídica del grupo JVC Cordesol.</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para la presentadora Andy donde se le felicita por su premiación en la ciudad de Quito, en esta parte se ve como el programa y el canal valora mucho los logros de sus empleadas o empleados.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, enseña la gastronomía de Guaranda, en esta ocasión se muestra el arte de Doña Piedad Miño donde se muestra el arte y habilidad de esta señora para preparar este plato tradicional.</li> <li>• Está dirigido para todo tipo de genero sin discriminación, se muestra la capacidad de la mujer para realizar importantes labores corporativas, se habla del ahorro como fuente de emprendimiento para toda la familia.</li> </ul>
10.	21 de febrero del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día del Médico.</li> <li>• Cocina.</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para los hombres y mujeres que se dedican a la medicina, sobre todo en esa época de la pandemia.</li> <li>• Este espacio es dirigido para hombres y mujeres, se dan recetas que las pueden emplear los hombres y mujeres para poder cuidar del hogar.</li> </ul>
11.	25 de febrero del 2022	Ecuavisión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personaje del Carnaval Wuarmi Tucushca.</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, es un hombre vestido de mujer que solo aparece en las fiestas del Pawkar Raymi, en esta parte el indígena realiza un homenaje a todo lo femenino, no cualquiera puede representar a este personaje, solo una persona respetuosa por lo femenino.</li> </ul>
12.	4 de marzo del 2022	Ecuavisión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Labores del hogar</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, en este contenido se incentiva a ambos géneros a mantener un cuidado del aseo del hogar.</li> </ul>
13.	24 de	Ecuavisión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud de los más</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para padres y madres, con el fin de mostrarle la</li> </ul>

	marzo del 2022		pequeños del hogar. • Cocina				responsabilidad que tienen los dos con la salud del niño o niña. • Está dirigido a hombres y mujeres, con el fin de incentivar la cocina en los dos géneros, a su vez proporciona una nueva idea para realizar comida en el hogar.
14.	6 de abril del 2022	Ecuavisión.	• Día del deporte para el desarrollo y la paz • Turismo		X		• Está dirigido para hombres y mujeres, promoviendo a la práctica deportiva, para llevar una armonía en sociedad sobre todo tiene un vínculo con el desarrollo social, amas de ello hablan como el deporte como un ente que promueve la igualdad y equidad. • Está dirigido a hombres y mujeres y promueve pasar un momento en familia lejos del estrés, cerca del campo, a su vez promociona la hostería la chascona, valora mucho a la mujer dentro de la gastronomía.
15.	18 de abril del 2022	Ecuavisión	• Andrea Alcívar emprendedora riobambeña. • Producción de la segunda temporada Vamos dos tras cámaras.		X		• Está dirigido para hombre y mujeres, pero más se enfoca en la mujer, dando a conocer la capacidad de las mujeres para emprender, al igual que lo hombres tienen gran capacidad para triunfar en un negocio. • Está dirigido para hombres y mujeres, en él se muestran el esfuerzo realizado por los presentadores y presentadoras para obtener un buen contenido dentro de la nueva temporada.
16.	26 de abril del 2022	Ecuavisión	• 26 de abril día internacional del desastre del bosque rojo. • Sudando la gota gruesa.		X		• Este contenido está dirigido tanto como para hombres y mujeres, con el fin de recordar el desastre concientizando a la sociedad sobre el uso radioactivo. • Está dirigido para hombres y mujeres, el entrenador promueve cuidar la salud mediante ejercicio, el deporte es una actividad productiva para todos los géneros.

17.	28 de abril del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinión sobre las nuevas medidas del COE sobre COVID.</li> <li>• Caiga quien caiga.</li> <li>• Promueve que la audiencia diga sus sugerencias vía WhatsApp.</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, con el fin de dar una noticia alentadora sobre el fin del confinamiento, la sociedad ya puede volver a la normalidad, felicitan a tanto a hombres y mujeres por saber llevar la pandemia.</li> <li>• Es un segmento que integra a hombres y mujeres, en se realiza una ronda de preguntas, a tanto hombres como mujeres sobre cultura general, es muy evidente la integración de los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, padres y madres de familia con el fin de mejorar la programación.</li> </ul>
18.	6 de mayo del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día Mundial del acordeón.</li> <li>• Conversación con la propietaria de Edén Company (María Fernanda Zumba)</li> <li>• Intervención musical de Riogel</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, promoviendo la música dentro de la construcción social.</li> <li>• Este espacio está dirigido para hombres y mujeres, se muestra la capacidad de las mujeres para emprender, de esa forma se ve como ya dentro de la sociedad se puede ver una igual.</li> <li>• Este espacio está dirigido para hombres y para mujeres, al dar este espacio a un cantante de género masculino, se ve como el programa ayuda a la igualdad.</li> </ul>
19.	4 de mayo del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de la salud mental Materna</li> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Ponches y crepes.</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido a mujeres y hombres, pero se enfoca en las mujeres, demostrando la importancia del apoyo de las personas que las rodean no solo suelen ser hombres si no también mujeres.</li> <li>• Se muestra la importancia de hombres y mujeres para el crecimiento y desarrollo de este emprendimiento.</li> </ul>
20.	5 de mayo del	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El día internacional de la matrona.</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se hace un énfasis en la importancia en las mujeres dentro de la procreación del ser</li> </ul>

	2022		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio físico.</li> </ul>				<p>humano, sobre todo a las personas que se dedican a ayudar a los partos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, en este espacio se promueve la actividad física como alternativa saludable.</li> </ul>
21.	10 de mayo del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudando la Gota gruesa.</li> <li>• Salud</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, muestra ejercicios que benefician a personas de todo género, sobre todo trata de crear el hábito del ejercicio.</li> <li>• El Lupus una enfermedad que afecta principalmente a las mujeres, por lo cual recomiendan un control para poder identificarlo a tiempo, esto es un llamado tanto para los dos géneros, pues lo hombres pueden contribuir con la recuperación de la mujer que lo padezca.</li> </ul>
22.	2 de junio del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de concurso.</li> <li>• Programa de educación vial impulsado por la Unidad educativa “George Washington”</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, niños y niñas, en él se muestra importancia que las conductoras le dan a sus participantes sin distinción de género o edad.</li> <li>• Está dirigido para los hombres y mujeres que conducen a diario, con el fin de concientizar a los conductores, se da a entender la responsabilidad compartida por los dos géneros dentro de la educación vial.</li> </ul>
23.	6 de junio del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El día mundial de Yoyo</li> <li>• Juegos populares.</li> <li>• Segmento Caiga quien caiga.</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, impulsan a usar este juguete para despejar la mente de los aparatos electrónicos.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, tiene como finalidad incentivar a las familias a jugar estos tipos con juegos, sobre todo pasar un momento en familia lejos de los juegos electrónicos.</li> <li>• Conversación con la candidata del instituto universitario San</li> </ul>

								Gabriel “Erika Salazar”, se muestra la participación de la mujer dentro del canal al igual que a los hombres se les da su espacio, uno de los proyectos de la candidata es enfocarse en capacitar a los alumnos sobre los distintos problemas sociales sobre todo en la violencia de genero.
24.	07 de junio del 2022	Ecuavisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia del Padre de familia.</li> <li>• Cocina</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, en él se enfatiza la importancia tanto del hombre como de la mujer en el núcleo familia.</li> <li>• Está dirigido tanto como para hombres y mujeres, incentivando a realizar tareas de cocina a los hombres y mujeres con ideas innovadoras.</li> </ul>
<b>TOTAL</b>			<b>CANTIDAD</b>	0	21	3	0	
			<b>PORCENTAJES</b>	0,0	87,5	12,5	0,0	

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 5.** Análisis de Tvs canal 13.

N.	Fecha	Medios de Comunicación	Tema	Géneros periodísticos				Tipos de mensaje estructura de la Nota (Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Porqué)
				Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	
1.	28 de enero del	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con Johana Castillo reina saliente de Riobamba.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres en él se observan los proyectos de la reina saliente de Riobamba Johana Castillo, se muestran la capacidad de la mujer para generar proyectos.</li> </ul>

	2022		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iván Arévalo gerente de Karavaca.</li> <li>• Entrevista con la Licenciada Sandra Mendosa gerente de la fundación adulto mayor.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido tanto como para hombres y mujeres en esta entrevista da a entender la capacidad de este emprendedor, el programa da prioridad tanto al hombre como la mujer no discrimina.</li> <li>• Está dirigido para hombre y mujeres, se hace un llamado a cuidar y dar lo mejor a los adultos mayores, valoran mucho a los adultos mayores sin distinción de género, a su vez se ve como la directora realiza una buena gestión, en la entrevista se observa el buen desenvolvimiento de la Licenciada Sandra Mendosa dentro de esta fundación.</li> </ul>
2.	20 de enero del 2022	Tvs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia de la lectura dentro de la Familia.</li> <li>• Importancia del Inglés dentro de los paquetes turísticos.</li> <li>• Segmento de Salud</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, es importante promover la lectura dentro de la familia para poder crear un hábito constructivo en los más pequeños.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, la carrera de turismo de la UNACH da a conocer la importancia de saber inglés sobre todo para el turismo, la licenciada Sofia Rivadeneira es la impulsadora de este proyecto, se ve la capacidad de la licenciada para exponer y su conocimiento sobre el tema.</li> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, habla de un método anticonceptivo alternativo que no depende de la mujer si no del hombre como lo es la vasectomía.</li> </ul>
3.	22 de febrero del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista anónima, Grupo Alcohólicos anónimos “Nuevos Horizontes.”</li> <li>• Entrevista con Liset</li> </ul>			X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, se muestra las actividades del grupo de Alcohólicos anónimos, este problema no solo ataca a los hombres sino también a las mujeres.</li> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, habla sobre el</li> </ul>



			<p>Condor masajista profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación antes de maquillarse</li> </ul>				<p>masaje champi, muy recomendable para tratar el estrés, por otra parte, se muestran las habilidades de esta mujer, su profesionalismo al momento de trabajar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta para hombres y mujeres, pero hace énfasis más en la mujer, esta técnica se usa antes de cualquier maquillaje, en algunas ocasiones el hombre también puede ocuparla en caso de necesitar maquillarse.</li> </ul>
4.	15 de febrero del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de las actividades del Carnaval.</li> <li>• Salud.</li> <li>• Espacio Musical, por parte del GAD San Isidro.</li> </ul>	X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, integra a los géneros para este festejo cultural.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se habla del cuidado para los más pequeños del hogar es de interés de hombres y mujeres porque el cuidado depende tanto de padre y madre.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se observa la importancia de la mujer dentro de esta festividad, como lo es el personaje Mama Shalva, a su vez la representación del Taita Carnaval, en otras palabras, en esta festividad los dos géneros son importantes.</li> </ul>
5.	31 de marzo del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día mundial contra el cáncer de colon.</li> <li>• Reseña del deportivo Olmedo.</li> <li>• El intercultural tema de beca abordada por estudiante de la UNACH.</li> <li>• Salud.</li> </ul>		X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, realizan un llamado a realizarse exámenes para prevenir esta grave enfermedad.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se relata la representación de este equipo de la ciudad y de la provincia.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, el estudiante Joel Guevara, se muestra en esta parte que el programa da espacio tanto a hombres como mujeres.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, Dr. Wilson García habla sobre la infección de vías urinarias en niños, es</li> </ul>

								importante mencionar que la responsabilidad la comparte padre y madre.
6.	25 de marzo del 2022	TVS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día internacional del recuerdo de las víctimas de la esclavitud y la trata de Trasatlántica de Esclavos.</li> <li>• Testimonios del grupo Jóvenes Sultana de los Andes (Alcohólicos Anónimos.)</li> <li>• Invita a las fiestas de Riobamba.</li> </ul>		X			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, se observa el total rechazo ante todo tipo de discriminación, sin importan género o raza, toda la sociedad debe vivir libre.</li> <li>• Este problema no solo lo presentan los hombres sino también las mujeres, es importante invitar a la reflexión de los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombre y mujeres, se muestra que la elección de la reina es más que un estereotipo de belleza, es darle responsabilidad a la mujer que sepa exponer su proyecto durante su reinado.</li> </ul>
7.	1 de abril del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con José Pita artista musical.</li> <li>• Entrevista con un Astrologo.</li> <li>• Edwin Castelo entrenador de baile.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se observa que el programa da espacio tanto a hombres y mujeres dándoles la misma importancia, dando a entender una igualdad.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se entiende que la astrología es de interés tanto de hombres como de mujeres, se aprende a canalizar las energías.</li> <li>• Es un curso para hombres y mujeres, dentro de este curso se puede quitar el estrés, a su vez da a entender igualdad de género al invitar a los dos géneros a participar de este curso.</li> </ul>
8.	4 de abril del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leónidas Toalá ofrece una beca de Ingles.</li> <li>• Fundación nuevos</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigida para hombres y mujeres, el fin de esta entrevista es fortalece la capacidad intelectual de los dos géneros.</li> </ul>

			guerreros.					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigida para hombres y mujeres, invitando a cambiar de forma de vida a los hombres y mujeres que consumen sustancias estupefacientes.</li> </ul>
9.	18 de Mayo del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día internacional de los Museos.</li> <li>• Entrevista con la Dra. Roció Mejía (Dermatocosmiatra)</li> <li>• Entrevista con Dr. Odontólogo Mario Moreno.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, tiene como función promover la cultura de los pueblos, además son un espacio para recorrer en familia.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, da a conocer su emprendimiento, y está dirigido para hombres y mujeres, niños, promueve la salud fácil, a su vez se muestra la capacidad de la Dra. Para contribuir con la ciudad de Riobamba.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, promueve el cuidado de la salud dental, dentro del programa se observa que no solo invita a profesionales femeninas también invita a los masculinos.</li> </ul>
10.	6 de mayo del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con Daniel Alejandro Castillo, gerente de Na`guara Fast food.</li> <li>• Homenaje por el día de la madre.</li> <li>• Entrevista de Casa Model Auspiciante del programa.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se explica el emprendimiento de Daniel, dando a entender que tanto hombre como mujer están en la capacidad de generar un emprendimiento.</li> <li>• Está dirigido especialmente para las mujeres que son madres, se enfatiza en la importancia que tiene dentro del hogar la madre.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se explica del emprendimiento de esta casa de modas. Se entiende que el programa da espacio tanto a hombres como para mujeres.</li> </ul>
11.	14 de	TVS	• Día Mundial del			X		• Está dirigido para hombres y mujeres, dando a entender la

	junio del 2022		<p>donante de sangre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud, Invitada Evelyn Campos.</li> <li>• Entrevista con el Dr. Sebastián Carvajal.</li> <li>• Entrevista con Jeraly y los mijines al rescate.</li> <li>• Entrevista con Andre Porfili Estilista profesional.</li> </ul>				<p>importancia de donación de Sangre, su vez enfatiza que las mujeres embarazadas con anemia necesitan mucho de una donación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, la farmacia Magia verde se preocupa por la salud de los días géneros, sobre todo por la gastritis muy común en la sociedad.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, invita a jóvenes y adultos a un programa para evitar la prevención del consumo de drogas.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, su intención es integrar a hombres y mujeres para salvar a las mascotas abandonadas.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se rompen estereotipos al mostrar como un hombre fundo una academia estética, da trabajo a hombres y mujeres sin discriminación.</li> </ul>
12.	7 de junio del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día Mundial de los derechos del nacimiento.</li> <li>• Entrevista con el Ing. Santiago Silva.</li> <li>• Entrevista con la Dra. Naturista Evelyn Campos.</li> <li>• Campaña en contra del Bullyng</li> </ul>			X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, su función es concientizar a los dos géneros sobre la responsabilidad de la planificación familiar, a su vez se les atribuye la responsabilidad tanto a hombre como a la mujer.</li> <li>• Estad dirigido para hombres y mujeres, se muestra que en canal hay espacio tanto para hombres como para mujeres, sobre todo la innovación que tiene este ing. Al tener preparación fuera del país.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, en este segmento se muestra la preocupación por la salud de los dos géneros, además se muestra a una especialista mujer.</li> </ul>

								<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, se trata de concientizar a la sociedad para incentivar el respeto sin importar género o raza o condición social.</li> </ul>
13.	26 de julio del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día internacional de los Manglares.</li> <li>• Dr. Magda Guijarro docente de la carrera de arquitectura de la UNACH.</li> <li>• Entrevista con Farmacia Magia verde.</li> <li>• Angeline Fuentes estudiante de la facultad de Arquitectura de la UNACH.</li> <li>• Dr. Stalyn Aldaz.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigida para hombres y mujeres, el cuidado de este recurso natural es responsabilidad de los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, dando a entender el parte de la carrera para la sociedad, se observa una equidad de género dentro de la carrera.</li> <li>• Está dirigido para hombres en específico, se habla de la salud del hombre, dentro del programa se preocupa de los dos géneros por eso se realizan segmentos donde se hable de uno de los dos géneros.</li> <li>• Se destaca la inteligencia de la mujer perteneciente a esta carrera, en el programa se observa la importancia tanto como a la mujer y al hombre al dar espacios a los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y Mujeres, con el fin de abordar la temática de unión de hecho, con el fin de proteger sus bienes materiales.</li> </ul>
14.	29 de Julio del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mónica Lerena especialista en terapias energéticas.</li> <li>• Entrevista con la Tecnóloga Patricia Salazar.</li> <li>• Entrevista con Priscila</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, recomiendan a los dos géneros realizarse terapias energéticas para poder mejorar sus energías, eliminando lo negativo, a su vez se ve el emprendimiento y profesionalismo de Mónica, dando a entender que las mujeres son muy capaces.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se narra la trayectoria del emprendimiento, ahí se ve el apoyo del programa para</li> </ul>

			Méndez Cosmetóloga.					<p>los emprenderos sin distinción de género.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, Promociona a Físio House, felicita a la mujer emprendedora, muestra la capacidad de emprender de las mujeres.</li> </ul>
15.	31 de agosto del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud, Entrevista con Dr. David Ricaurte.</li> <li>• Alexandra Robalino, recomienda acudir a las brigadas móviles.</li> <li>• Inmunoterapia, Lisbeth Córdor.</li> <li>• Edmundo Borja Odontólogo.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es dirigido para hombres y mujeres, referente a la salud, da a conocer la innovación en la salud y recomienda a los dos géneros cuidar su salud.</li> <li>• Invita a los dos géneros masculino y femenino, es importante cuidar la salud para no tener problemas a futuro.</li> <li>• Dirigida para hombres y mujeres, de esa forma se recomienda cuidar la salud de hombre y mujer.</li> <li>• Está dirigido a hombres y mujeres y promueve el cuidado de la salud bucal de los dos géneros.</li> </ul>
16.	30 de agosto del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista de Evelyn Campus, Farmacias Magia Verde.</li> <li>• Preparación para la lactancia.</li> <li>• Temas de estafas telefónicas.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, benéficos del citrato de potasio, motiva a los dos géneros masculino y femenino a cuidar su salud, a más de ello se valora el conocimiento de la Dra. Naturista.</li> <li>• Está dirigido para mujeres, pero es de interés general, y ayuda a adecuar a la madre para la lactancia, al igual que hay segmentos de salud para hombres también hay para mujeres.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, las nuevas tecnologías han puesto en peligro tanto a hombres y mujeres, se debe ser cauteloso con las llamadas extrañas e invita a nivel general ser prudentes.</li> </ul>
17.	30 de	TVS	• Felicitaciones a			X		• Está dirigido para hombres y mujeres, incentiva a la

	septiembre del 2022.		<p>Johana Suarez.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a Gisel Uremia.</li> <li>• Dr. José Luis Miranda Cirugía laparoscopia.</li> </ul>					<p>sociedad en general sin distinción de genero a salir adelante y ser soñadores, los presentadores dicen que cual quiere mujer o cualquier hombre puede lograr lo que proponga.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, en la pandemia la depresión fue muy común en toda la sociedad, pero las flores de Bach ayudan a la depresión, se muestra la preocupación por la salud de los hombres y mujeres.</li> <li>• Está dirigido a hombres y mujeres, con el fin de cuidar la salud general, a más de eso se da a conocer una nueva forma de la medicina, se da un espacio para que los hombres den a conocer su aporte a la sociedad.</li> </ul>
18.	29 de septiembre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lic. María Salguero docente de sordos de Chimborazo.</li> <li>• Instituto Jaime Roldós (oferta académica), Entrevista con Tony Flores.</li> <li>• Salud, Entrevista con el Dr. Wilson García.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, da a entender la capacidad para la Licenciada para capacitar a los niños que padecen de esta discapacidad.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, con el fin de incentivar la educación superior en los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y para mujeres, se habla de la incontinencia como un problema preocupante, de esa forma se cuida la salud en los géneros.</li> </ul>
19.	5 de octubre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día Mundial del docente.</li> <li>• Entrevista con Johana, presentadora y docente.</li> <li>• Dra. Cecilia Badillo,</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, es un homenaje a los profesores y profesoras, dan a entender su importancia dentro del desarrollo social.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se ve la trayectoria de la licenciada Johana, se muestra su capacidad, el cariño por su trabajo.</li> </ul>

			<p>Servidental.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sr Esteban Proser, Promociona Cursos de Guitarra.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, incentiva el cuidado dental en los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, para incentivar la cultura de la música, sobre todo llevar una armonía en los dos géneros, rompen estereotipos.</li> </ul>
20.	04 de octubre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de San Francisco.</li> <li>• Entrevista con Diego Moreano, Campaña por el día de Odontólogo.</li> <li>• Entrevista con María Montero, médico internista.</li> <li>• Entrevista con el Dr. Stalin Aldaz.</li> </ul>			X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, felicitan a todos los Franciscos y también a las Franciscas, de esa forma felicitan a los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, se centra también a los grupos vulnerables, están dispuestos a atender a los dos géneros sin distinción.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, explican sobre los cuidados paliativos, explica que dan calidad de vida a los pacientes que padecen cáncer terminal, a pacientes sin distinción de género.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, con el fin de aclarar los procesos de coactiva, este segmento ayuda a los dos géneros.</li> </ul>
21.	28 de noviembre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidados ante la Gripe aviar.</li> <li>• Delito de lesiones.</li> <li>• Homenaje a Chespirito.</li> </ul>			X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, se da a conocer una bebida de cereal que ayuda al crecimiento de las defensas del cuerpo, es pensada para hombres y mujeres de todas las edades.</li> <li>• Dirigido para los hombres y mujeres, con el fin de evitar que las dos personas comentan este tipo de delito, no solo los hombres son agresores, también las mujeres. La persona que dirige esto es Andréi García.</li> </ul>



								<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, dando a entender la capacidad que los hombres tienen, sin opacar la capacidad de las mujeres.</li> </ul>
22.	16 de noviembre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitación para un proyecto de navidad para los más necesitados.</li> <li>• Lisbeth Córdor, Neurópata, Entrevista.</li> <li>• Invitación a la visita de la Virgen del Cisne.</li> <li>• Mavel Vinueza, emprendedora de la heladería Poncho Rosa.</li> <li>• Entrevista con Gonzalo Godoy.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, con el fin de compartir con las personas más necesitadas, llama al trabajo en conjunto.</li> <li>• Está dirigida para hombres y mujeres con el fin de precautelar la salud de hombres y mujeres, a su vez se puede ver la capacidad dentro de su profesión.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres, siempre y cuando practiquen el catolicismo, hacen un llamado a realizar la minga para recibir esta visita.</li> <li>• Está dirigida para hombres y mujeres, se destaca el emprendimiento de esta mujer, a su vez se le felicita por el aporte, crea empleo para las personas de Riobamba.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, da a conocer un nuevo producto musical, dentro del programa se ve como se da importancia al trabajo femenino y masculino.</li> </ul>
23.	28 de diciembre del 2022	TVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de gobiernos estudiantiles.</li> <li>• Entrevista con Lissette Córdor.</li> <li>• Entrevista con el grupo de Alcohólicos Anónimos Nuevos Horizontes.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, Ismael presidente del colegio Capitán Chiriboga, aborda del cuidado de prevenir embarazos adolescentes y prevención de la violencia sexual, esto ayudaría a llevar una armonía entre los dos géneros, contribuye con el respeto que debe existir en los dos géneros.</li> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, habla sobre los masajes faciales con miel, esto es para el cuidado tanto de</li> </ul>

								hombres como para mujeres.
24.	20 de diciembre del 2022		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Navidad los Niños y el planeta.</li> <li>• Nutrición en la Navidad.</li> <li>• Manualidades por Navidad.</li> </ul>			X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dirigido para hombres y mujeres, da a entender el cuidado de los niños los cuales son los responsables de la educación sobre todo la educación ambiental, se ve la participación de Alison Aguirre profesional sobre la educación infantil.</li> <li>• Entrevista con Darío Garrido nutricionista, dirigido para hombres y mujeres, donde se explica la buena nutrición dentro de la navidad, puesto que es una fecha donde más se descuida la alimentación de la población en general.</li> <li>• Dirigido para hombres y mujeres con el fin de fomentar un emprendimiento en la audiencia, demostrando la capacidad de hombres y mujeres.</li> </ul>
<b>TOTAL</b>			<b>CANTIDAD</b>	1	4	19	0	
			<b>PORCENTAJE</b>	4,2	16,7	79,2	0,0	

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.2.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En base a lo evidenciado se establece que la programación del canal Ecuavisión del canal 29, demuestra un claro enfoque de inclusión y equidad de género en la programación. A lo largo de los segmentos presentados, se observa un compromiso en brindar contenido relevante y valioso para tanto hombres como mujeres, promoviendo la participación activa y el reconocimiento de ambos géneros en diversas áreas de la sociedad y la vida cotidiana.

En varios casos, se resalta la importancia de la participación femenina, tanto en roles tradicionales como en ámbitos donde históricamente ha habido menos representación. Se evidencia la dedicación a empoderar a las mujeres, a través de la visibilidad de sus logros, habilidades y esfuerzos en diferentes contextos. Sin embargo, este enfoque no excluye a los hombres, ya que la mayoría de los contenidos hacen referencia a la inclusión de ambos géneros en las actividades y mensajes presentados.

La interacción con la audiencia es un aspecto clave, y se aprecia cómo se fomenta la participación activa tanto de hombres como mujeres en la programación. La utilización de comentarios y mensajes en plataformas digitales refuerza la idea de que la programación busca involucrar y resonar con la audiencia diversa que abarca ambos géneros.

En varias ocasiones, se destaca el esfuerzo por derribar estereotipos de género arraigados en la sociedad. Esto se logra a través de ejemplos concretos, como la representación de hombres que cocinan o mujeres que lideran emprendimientos y proyectos, demostrando que ambos géneros son capaces de sobresalir en diversas áreas y desempeñar roles que tradicionalmente podrían haber sido considerados exclusivos.

La programación también aborda temas de salud y bienestar, destacando la importancia de que hombres y mujeres cuiden su cuerpo y su salud por igual. Esto refuerza la idea de que la salud y el bienestar son asuntos que conciernen a todos los géneros, y se incentiva a ambos a adoptar hábitos saludables y a cuidar de su bienestar.

Por otro lado, la programación de TVS Canal 13, revela un patrón en el enfoque del programa hacia la inclusión de ambos géneros en su contenido. A través de los diversos segmentos y temas abordados, se demuestra un compromiso con la equidad de género y la promoción de roles y habilidades tanto masculinas como femeninas.

En la mayoría de los casos, se observa que los mensajes están dirigidos a hombres y mujeres por igual. La programación se presenta como un espacio donde ambos géneros pueden encontrar contenido relevante y valioso. Esto es especialmente evidente en los segmentos que destacan la participación de hombres y mujeres en roles emprendedores, profesionales y de liderazgo.

Se destaca el esfuerzo por romper estereotipos de género. El programa da a conocer ejemplos de mujeres empoderadas, líderes y profesionales, así como hombres que respaldan y promueven la igualdad. Esto se refleja en la forma en que se enfoca en temas como emprendimiento, salud, educación y participación social, demostrando que ambos géneros pueden sobresalir en diversas áreas.

Además, el programa aborda temáticas sensibles y relevantes para ambos géneros, como la salud, la planificación familiar, el cuidado de los adultos mayores, la prevención de

drogas y la promoción de valores como el respeto y la solidaridad. Esta amplitud temática contribuye a que la audiencia de ambos géneros se sienta involucrada y representada en la programación.

Se resalta la importancia de la educación y la concientización en cuestiones de género. Algunos segmentos están diseñados para promover el entendimiento sobre temas como la igualdad de género, el cuidado de la salud y la prevención de la violencia. Se busca empoderar a la audiencia con información y herramientas para tomar decisiones informadas y promover un cambio positivo en la sociedad.

Por ello, la programación muestra un compromiso sólido con la igualdad de género y la representación equitativa. A través de la diversidad de temas y la inclusión de voces tanto masculinas como femeninas, se crea un espacio que refleja y celebra la contribución y el potencial de ambos géneros en todos los aspectos de la vida y la sociedad.

#### **4.2.2 Discusión de los resultados**

Los resultados en cuanto a las entrevistas realizadas proporcionan una visión valiosa sobre cómo se entiende y aborda el género en estos canales. Se observa una comprensión general de género como la representación de hombres y mujeres en diversos contextos. Se destaca que, aunque no hay un enfoque directo en género, existe un esfuerzo consciente por incorporar la diversidad en los segmentos. Esta diversidad se refleja en la representación equitativa de presentadores de ambos géneros y en la inclusión de temas relacionados con el liderazgo femenino, la equidad de género, y la violencia de género.

Los resultados obtenidos correspondientes a los diversos programas emitidos en ambos canales indican una evolución notable en la representación de género dentro de los medios televisivos en Riobamba. Este hallazgo se alinea con las tendencias globales en la representación mediática de género, donde se observa un esfuerzo por balancear las representaciones de hombres y mujeres, y por desafiar los estereotipos de género tradicionales. Estudios previos han destacado la influencia significativa de los medios en la percepción y construcción de roles de género en la sociedad (referencia a estudios relevantes). La programación de canales como Ecuavisión y TVS refleja esta tendencia hacia una mayor equidad y diversidad en la representación de género.

El análisis de los programas emitidos por Ecuavisión y TVS Canal 13 revela diferencias significativas en la distribución de géneros de programación. En Ecuavisión, la mayoría de los programas analizados fueron reportajes (87,5%), seguidos por entrevistas (12,5%), mientras que no se encontraron programas de noticias y crónica. Por otro lado, en TVS Canal 13, la mayoría de los programas fueron entrevistas (79,2%), seguidos por reportajes (16,7%) y una pequeña proporción de noticias (4,2%). Esta distribución sugiere un enfoque más diverso en TVS Canal 13 en comparación con Ecuavisión, lo que podría influir en cómo se abordan y representan los temas de género.

El enfoque cualitativo utilizado en esta investigación permitió una comprensión más profunda y contextualizada de cómo se presentan los temas de género en la programación televisiva. Sin embargo, es importante reconocer las limitaciones

inherentes a este enfoque. La interpretación de los datos puede estar influenciada por la subjetividad del investigador, y los resultados pueden no ser generalizables a otros contextos o periodos temporales. Además, la elección de solo dos canales televisivos para el análisis podría haber omitido otras perspectivas presentes en el panorama mediático de Riobamba.

Sin embargo, la variedad de tipos de programación y los temas abordados en ambos canales tienen implicaciones significativas en la percepción pública del género. La diversidad de temas y la representación equitativa de géneros en la programación pueden contribuir a una mayor conciencia y aceptación de la diversidad de género en la sociedad de Riobamba. Sin embargo, el hecho de que no se enfocan directamente en capacitar sobre la violencia de género sugiere que todavía hay espacio para mejorar en términos de abordar temas de género más explícitamente y educar al público en estos aspectos.

La investigación proporciona evidencia de un cambio positivo hacia la inclusión y representación equitativa de género en los medios televisivos de Riobamba, lo cual puede tener implicaciones significativas en la percepción pública de la igualdad de género. Este cambio podría contribuir a una mayor conciencia y aceptación de la diversidad de género en la sociedad. Además, estos hallazgos pueden ser útiles para desarrolladores de contenido, políticos, y educadores en su esfuerzo por promover la igualdad de género a través de los medios.

La variedad de géneros de programación y los temas abordados en ambos canales tienen implicaciones significativas en la percepción pública del género. La diversidad de temas y la representación equitativa de géneros en la programación pueden contribuir a una mayor conciencia y aceptación de la diversidad de género en la sociedad de Riobamba. Sin embargo, el hecho de que no se enfocan directamente en capacitar sobre la violencia de género sugiere que todavía hay espacio para mejorar en términos de abordar temas de género más explícitamente y educar al público en estos aspectos.

Las entrevistas revelan planes futuros para no solo informar sino también educar a la audiencia sobre la igualdad y equidad de género. Este enfoque educativo es fundamental para promover un cambio social positivo en la percepción de género y para empoderar a la audiencia con el conocimiento necesario para abogar por sus derechos y por una sociedad más equitativa

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- La investigación sobre la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba durante el periodo 2022 arroja una visión panorámica sobre cómo los medios locales han abordado las cuestiones de género en su programación. A través del análisis detallado de los programas transmitidos, se ha observado un claro compromiso por parte de los medios en fomentar la

equidad y la inclusión de género. Se ha evidenciado la presencia de una variedad de temáticas y enfoques que van más allá de los roles y estereotipos tradicionales, promoviendo la participación activa y empoderada de hombres y mujeres en diferentes ámbitos, los resultados destacan cómo estos medios se esfuerzan por reflejar una sociedad diversa y progresista en la que se reconozcan y valoren las contribuciones y logros de ambos géneros.

- La revisión bibliográfica sobre las temáticas de género en los medios de comunicación televisivos proporciona una comprensión más profunda de la importancia y la complejidad de esta cuestión. A través de la literatura existente, se ha demostrado que los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción y la perpetuación de las normas de género en la sociedad. Esta investigación ha revelado que la representación equitativa y no estereotipada de hombres y mujeres en los medios televisivos no solo es un reflejo de la igualdad de género, sino también una influencia clave en la percepción y la formación de la identidad de género en la audiencia.
- La estrategia metodológica empleada para determinar el tipo de contenido de género en los medios de comunicación televisivos TVS y Ecuavisión ha permitido obtener una comprensión detallada de la composición y enfoque de su programación. El análisis exhaustivo de los segmentos y programas ha demostrado que ambos canales están comprometidos con la inclusión y la equidad de género en su contenido. A través de la categorización y evaluación de los mensajes y temáticas presentados, se ha observado cómo estos canales abordan una amplia gama de asuntos que van desde la participación femenina en la sociedad hasta la promoción de la salud y el bienestar para todos los géneros.
- La investigación realizada sobre la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba durante el periodo 2022 ha revelado patrones significativos en la programación de los canales Ecuavisión y TVS Canal 13. En Ecuavisión, un predominante 87,5% de la programación consistió en reportajes, seguido de un 12,5% en entrevistas, sin embargo, no se registraron programas en los géneros de noticias y crónica. Por otro lado, en TVS Canal 13, se observó una distribución más diversa de géneros: un 79,2% de la programación fueron entrevistas, 16,7% reportajes, y un 4,2% noticias, sin programas en el género de crónica.
- Estos porcentajes revelan tendencias distintivas en la programación de ambos canales. Ecuavisión se enfocó principalmente en reportajes, lo que sugiere un enfoque en profundizar y explorar temas en detalle, incluyendo aquellos relacionados con el género. TVS Canal 13, con una mayor proporción de entrevistas, parece brindar más oportunidades para la discusión y el análisis de temas de actualidad, incluyendo aquellos relacionados con la equidad de género.
- El artículo científico elaborado a partir de los resultados obtenidos de esta investigación ofrece una contribución significativa al campo de los estudios de género y medios de comunicación. A través de una combinación de análisis cuantitativos y cualitativos, se han presentado conclusiones fundamentadas

sobre la difusión de contenidos de género en los medios televisivos de Riobamba durante el periodo 2022. El artículo destaca cómo estos medios han abordado una variedad de temáticas de género, promoviendo la igualdad y la equidad en su programación. Además, se ha proporcionado una visión crítica de cómo los medios televisivos pueden influir en la percepción de género en la sociedad y cómo pueden contribuir a la transformación de las normas y roles tradicionales.

## 5.2 REOMENDACIONES

- Esta investigación ha demostrado la importancia de continuar promoviendo la equidad de género en la programación de los medios televisivos locales. Para fortalecer estos esfuerzos, se sugiere que los medios sigan ampliando la diversidad de voces y perspectivas que se presentan en pantalla. Además, podrían considerar la implementación de espacios de discusión y debate sobre temas de género, invitando a expertos y líderes comunitarios para enriquecer la conversación. Además, los medios pueden involucrar a la audiencia a través de encuestas y retroalimentación para comprender mejor sus preferencias y necesidades en términos de contenidos de género. La colaboración con organizaciones locales y expertos en género también podría enriquecer la programación al proporcionar información y recursos actualizados.
- Dado el papel influyente de los medios de comunicación en la construcción de normas de género, se recomienda que los académicos, investigadores y profesionales de los medios continúen profundizando en la comprensión de cómo se representan los géneros en la televisión. Esto podría llevar a la creación de pautas y políticas más efectivas para garantizar una representación equitativa en la programación. Se sugiere también la realización de investigaciones más específicas en cuanto a la percepción de la audiencia, para entender cómo los mensajes mediáticos influyen en la construcción de la identidad de género y cómo se pueden implementar estrategias de educación mediática para fomentar una mirada crítica.
- Para mejorar la metodología en futuras investigaciones similares, se recomienda incluir un análisis más profundo de los impactos y efectos que la programación tiene en la audiencia. Además, podrían explorarse enfoques cualitativos que incluyan entrevistas con productores de contenido y figuras de la industria para obtener perspectivas internas sobre cómo se toman decisiones en la creación y selección de contenidos de género.
- Con el objetivo de ampliar el impacto de esta investigación, se sugiere que el artículo científico se presente en conferencias y seminarios relacionados con género, medios de comunicación y estudios culturales. Esto permitiría compartir los hallazgos con otros investigadores y profesionales del campo, fomentando un diálogo enriquecedor y la posibilidad de colaboraciones futuras. Además, se podría considerar la publicación del artículo en revistas académicas revisadas por pares para contribuir al avance del conocimiento en el área.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia. [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Comunicacion/\[PD\]%20Libros%20-%20TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Comunicacion/[PD]%20Libros%20-%20TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alcalde Peñalver, E., Núñez Puente, S., y Trujillo, L. (2018). *Nuevas aportaciones sociológicas: género, psicología y sociedad*. Editorial GEDISA. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8049/1/T3487-MCE-Carvajal-Comunicacion.pdf>
- Andrade, M. (2021). *Medios de Comunicación y Sociedad*. Universidad Nacional de Loja
- Aristizábal, D. (2020). Estudios sociales sobre el consumo. Trayectorias disciplinares de un campo de estudio en construcción. *Revista de Estudios Sociales*, 71(1), 87-99. <https://journals.openedition.org/revestudsoc/47130>
- Berlo, D. (1987). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. El Ateneo. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- Berni, J. (2022). *Análisis de los estereotipos de género en la serie Euphoria*. Castelló. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/200242>
- Concepto. (2022). *¿Qué son los medios de comunicación?* <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- De Hoyos, S. (2020). El método científico y la filosofía como herramientas para generar conocimiento. *Revista Filosofía UIS*, 19(1), 230-245. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18273/revfil.v19n1-2020010>
- Díaz, R. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. *Revista Polo del Conocimiento*, 6(3), 2393-2416. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926838>
- Esparza, S. (2020). Similitudes y diferencias en la conceptualización de la conciencia ofrecida por el materialismo eliminativo y el funcionalismo. Un análisis crítico. *Revista Filosofía*, 19(1), 203-228. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistafilosofiauis/article/view/9323/10103>
- Espinosa, A., Romero, E., Flórez, L., y Guerrero, C. (2020). DANDELION: Propuesta metodológica para recopilación y análisis de información de artículos científicos. Un enfoque desde la bibliometría y la revisión sistemática de la literatura. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*(28), 110-122. <https://www.proquest.com/openview/e3b85a7260c758fd943bc4d5a0447f13/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

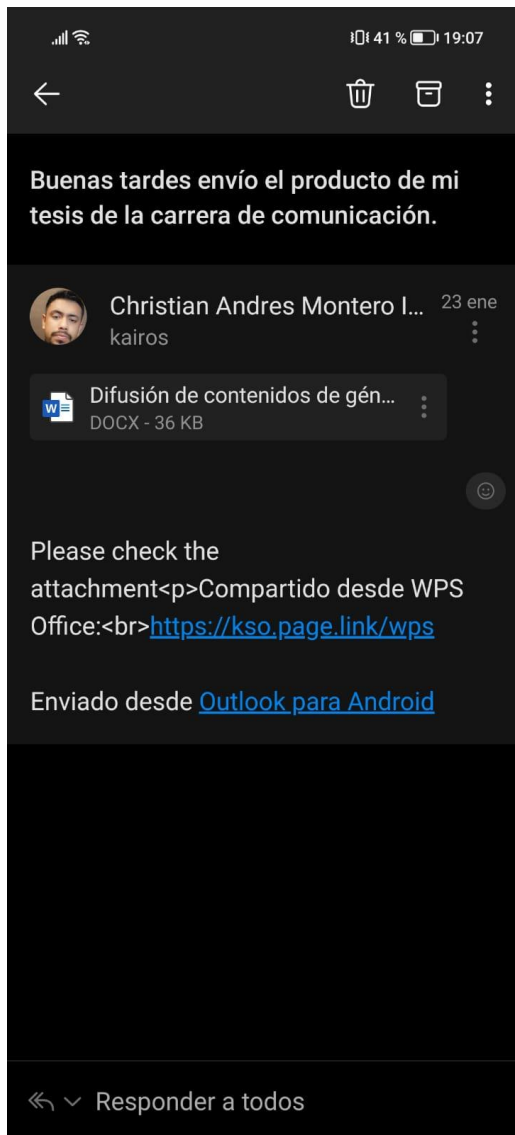


- Federación Internacional de Periodistas. (2016). *La concentración de medios en América Latina: su impacto en el derecho a la comunicación*. <https://docplayer.es/59460633-La-concentracion-de-medios-en-america-latina.html>
- Ferrés, J., y Roca, N. (2006). Creencias populares sobre los efectos de la televisión  
<BR>Popular beliefs on television effects. *Comunicación y Cultura*, 1(1), 25–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.1174/113839597322011924>
- Frank, Z. (2017). *PROTOCOLO PERIODÍSTICO ÉTICO/TÉCNICO CON ENFOQUE DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS PARA FORTALECER LA COBERTURA, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE NOTICIAS EN LA RED TELEVISIVA PAT DE LA CIUDAD DE LA PAZ*. Universidad Mayor de San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24760/TD-759.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, B. (2017). Aportes de Saussure al desarrollo de la Lingüística como ciencia. *Revista Ventanas abierta a la pedagogía universitaria*, 14(28), 34-44. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6855111.pdf>
- González, J. (2020). *Medios de comunicación ¿al servicio de quién?* CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>
- González, M., Fernández, D., y Casilla, D. (2022). Pandemia y construcción de la comunicación consciente. *Revista Invecom*, 2(2), 187-200. <http://www.revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/179/89>
- Guijarro-Piedra, M. (2020). La Polarización Mediática en Latinoamérica: Caso Ecuador (2007-2017). *PerDebate*, 4(1), 66-85. <https://doi.org/DOI.org/10.18272/pd.v4i1.1870>
- Guyon, R. (2011). *Clase N° 7*. [http://rosalincoc.blogspot.com/2011\\_09\\_01\\_archive.html](http://rosalincoc.blogspot.com/2011_09_01_archive.html)
- Hoyos, J. (2019). *Desigualdad de género en el Universo Cinematográfico de Marvel. Análisis de personajes femeninos (2008-2019)*. Valladolid. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39715/TFG\\_F\\_2019\\_55.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39715/TFG_F_2019_55.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- Marino, S. (2016). *El audiovisual ampliado*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Universidad del Salvador. Universidad del Salvador
- Martínez, J., y Franch, E. (2014). Los medios publicitarios en el contexto actual. en la encrucijada de la absoluta remediación. *Revista de estrategias. Tendencias e innovación en comunicación.*, 1(1), 25-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.2>
- Merino, L. (2018). *La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de las guerras contemporáneas. Estudio de casos: Guerra de Vietnam, Invasión de Irak y Guerra Civil de Siria*. Universitat Abat Oliba CEU. <https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/326776/TFG-MERINO-2018.pdf?sequence=1>

- Moncayo, H., y Sánchez, V. (2020). *Violencia de género en la adolescencia: Estado del arte de las investigaciones realizadas en el periodo 2010-2020 en Ecuador*. Quito. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19385>
- Panchana, A., y Mena, L. (2020). EL MAPA DE LOS MEDIOS PÚBLICOS DE ECUADOR: ENTRE EL AUGUE Y LA AMBIGÜEDAD. *Global Media Journal*, 17(32), 42-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.29105/gmjmx17.32-3>
- Pont, J. (2018). Autopoiesis en la teoría de sistemas de Niklas Luhmann: reflexiones para una reontologización. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 18(3), 1905-2018. <https://www.redalyc.org/journal/537/53759040026/html/>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *COMUNICACIÓN CON ENFOQUE DE GÉNERO Recomendaciones para la incorporación del enfoque de género en el uso del lenguaje y comunicaciones*. Ecuador. [https://www.proamazonia.org/wp-content/uploads/2022/09/Cartilla-de-Comunicación-con-Enfoque-de-Género\\_PROAmazonía-vf-aprobada\\_compressed.pdf](https://www.proamazonia.org/wp-content/uploads/2022/09/Cartilla-de-Comunicación-con-Enfoque-de-Género_PROAmazonía-vf-aprobada_compressed.pdf)
- Ramírez, M. (2019). *La comunicación comunitaria en Ecuador*. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/51695/1/T40968.pdf>
- Ramonet, I. (2013). Medios de comunicación: ¿un poder al servicio de intereses privados? *Medios, Poder y Contrapoder: De La Concentración Monopólica a La Democratización de La Información*, 47-66. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32008/1/BJCS-CS-607.pdf>
- Rizo, M. (2014). El papel de las teorías de la comunicación en la construcción del campo académico de la comunicación. Reflexiones desde la historia, la epistemología y la pedagogía. *Revista Correspondencias y Análisis*, 4(12), 241-260. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.12>
- Rodrigo M., I. (2016). Credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en el año 2015. *Razón y Palabra*, 20(95), 38-678. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32008/1/BJCS-CS-607.pdf>
- Sánchez García, R. (2013). Sesión de life management: Apuntes etnometodológicos sobre una audiencia cautiva(da). *Empiria*, 25, 47-72. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32008/1/BJCS-CS-607.pdf>
- Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Bussiness Support Aneth. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/1480>
- Sotomayor, J., Brito, L., y Tenesaca, M. (2018). Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio. *Revista Killkana Sociales*, 2(3). <https://www.redalyc.org/pdf/158/15825078.pdf>
- Torrice, E. (2010). *Comunicación de las matrices a los enfoques* (Primera ed.). Quito: Quipus Ciespal. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=53707>
- Velasquez, M. (2018). *Modelo teórico etnolingüístico para mejorar la producción de textos escritos en el área de comunicación, de los estudiantes del tercer grado*

- de educación secundaria en la institución educativa N° 16571 Nuestra Señora de Fátima del Porvenir.* Lambayeque.  
[https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/7769/Velasquez\\_Diaz\\_Margarita\\_Yoqsan.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/7769/Velasquez_Diaz_Margarita_Yoqsan.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Velázquez, C. (2020). *UNIDAD 2 Funciones de la comunicación.*  
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19019/funciones-comunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vinelli, N. (2019). *La televisión alternativa en la transición digital. Estudio comparado de casos en Argentina y Chile.* Universidad Nacional de Buenos Aires.  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/13887>

## CAPÍTULO VI. PROPUESTA



## ANEXOS

### Anexo1: Ficha de Observación

N.	Fecha	Medio de Comunicación	Tema	Género periodístico				Tipos de mensaje estructura de la Nota (Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Porqué)
				Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	

### Anexo2: Entrevista con el productor Ronald Villalva



### Anexo 3: Audio de la entrevista con Henry Puetate.

Disponible en: [ANEXO 3 ENTREVISTA CON HERRY PUETATE.pdf](#)