



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

El rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos
informativos de Guaranda, periodo enero - julio 2021.

**Proyecto de Investigación para optar al título de Licenciada en
Ciencias de la Comunicación Social**

Autora:

Iza García Dayana de Jesús

Tutor:

Msc. Raúl Edison Lomas Badillo

Riobamba, Ecuador. 2022

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Iza García Dayana de Jesús, con C.I. 0202336285, hago constar que todos los criterios emitidos en el trabajo de investigación titulado **“EL ROL DE LA MUJER EN LAS PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE GUARANDA, PERIODO ENERO - JULIO 2021”**, como también el análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones son de mi plena autoría.

En calidad de autora del presente trabajo de investigación, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos con fines académicos.

Riobamba, marzo de 2022



Dayana Iza García
C.I. 020233628-5

INFORME DEL TUTOR

Yo, Raúl Edison Lomas Badillo, en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación titulado: **“EL ROL DE LA MUJER EN LAS PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE GUARANDA, PERIODO ENERO - JULIO 2021”** luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por la señorita Iza García Dayana de Jesús, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, marzo de 2022

Atentamente,



Mgs. Raúl Edison Lomas
TUTOR

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Tutor: Ms. Raúl Edison Lomas Badillo	Cédula: 0601785843
Miembro tribunal: Ms. Guillermo Zambrano	Cédula: 0601989882
Miembro tribunal: Ms. Ramiro Ruales	Cédula: 0602033003

2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Iza García

Nombres: Dayana de Jesús **C.I / Pasaporte:** 0202336285

Título del Proyecto de Investigación: "EL ROL DE LA MUJER EN LAS PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE GUARANDA, PERIODO ENERO - JULIO 2021"

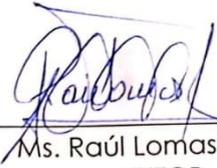
Dominio Científico: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA".

Línea de Investigación: Comunicación y cultura

3. CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	Sí	
Resumen	Sí	
Introducción	Sí	
Objetivos: general y específicos	Sí	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Sí	
Metodología	Sí	
Resultados y discusión	Sí	
Conclusiones y recomendaciones	Sí	
Referencias bibliográficas	Sí	
Apéndice y anexos	Sí	

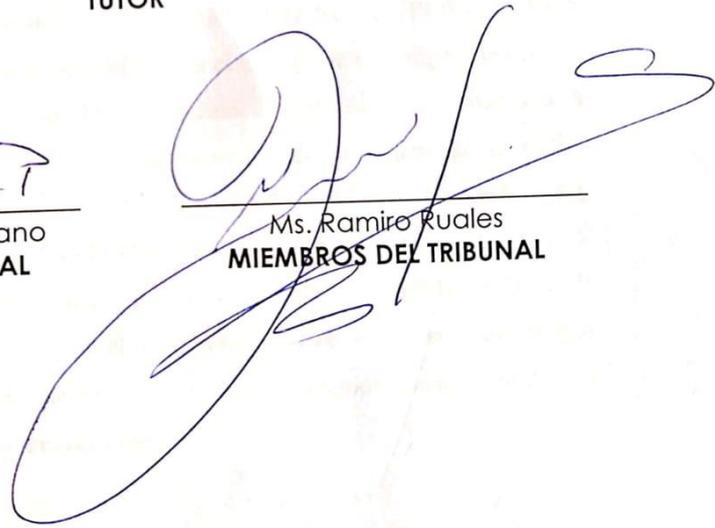
Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (x) / NO ()** es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de 9.83 sobre 10 puntos.



Ms. Raúl Lomas Badillo
TUTOR



Mgs. Guillermo Zambrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ms. Ramiro Ruales
MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN

Que, **IZA GARCÍA DAYANA DE JESÚS** con CC: 020233628-5 estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “El rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda, periodo enero - julio 2021”, que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO DIGITAL**, cumple con el **1%**, reportado en el sistema anti plagio **Urkund**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 28 de abril de 2022



Ms. Raúl Lomas Badillo
DOCENTE UNACH

DEDICATORIA

Debo mi existencia, salud y fuerza a mi Padre Dios por ello le dedico el presente proyecto de investigación, ya que fue su Espíritu quien orientó cada paso y decisión que he tomado para cumplir este gran logro.

Por supuesto dedico mi proyecto de titulación a mi mami Lic. Marlith García, a mi papi Ángel Iza, por ser brújula y sostén en cada etapa de mi vida. A mi mami chiquita Ing. Marlith Iza García, quién con su sabiduría ha sabido fortalecer mis pasos desde el inicio de mi vida.

A mis hermanas Ing. Michelle e Ing. Mabelin Iza García, por sus oraciones, apoyo, ánimo y por acompañarme en todo el transcurso de mi formación académica.

*Les amo
Dayana Iza García*

AGRADECIMIENTO

A Dios agradezco la valentía que me ha brindado para superar cada adversidad, por su gracia, amor y bendiciones constantes en mi vida. Profundamente agradezco a mis dos madres y a mi padre, por luchar incansablemente todos los días para apoyarme en cada ámbito y levantarme en todos los momentos difíciles.

A mis hermanas Michelle y Mabelin, por los oportunos consejos, los cálidos abrazos en los momentos de naufragio y hasta por los regaños con los que me exigían no decaer. Sin duda gracias a mis muñes, por abrigarme el alma, por su amor y por acompañarme siempre en todos los momentos de mi vida.

A mi Team el “Team Ciegas” por su apoyo y por hacer de la vida universitaria una gran aventura, especialmente a Heathercita que me ha acompañado desde el inicio de este divertido y caótico trayecto.

A la comunidad educativa de la UNACH y la carrera de Comunicación Social por contribuir en mi formación académica. Agradezco también al cantón Guaranda, sus medios de comunicación, profesionales y su cálida gente por la apertura para la adecuada realización del presente.

Con amor
Dayana Iza García

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	
INFORME DEL TUTOR	
DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN	
CERTIFICACIÓN	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I	16
1. MARCO REFERENCIAL	16
1.1. Planteamiento del problema	16
1.2. Objetivos	17
1.2.1 General.....	17
1.2.2 Específicos.....	17
CAPÍTULO II.....	18
2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Fundamentación teórica	18
2.1.1. Medios de comunicación	18
2.1.2. Plataformas de distribución de contenidos informativos.....	19
2.1.3. Teoría Crítica de la comunicación.....	19
2.1.4. Industrias culturales.....	20
2.1.5. Estudios culturales de Raymond Williams	21
2.1.6. Convergencia digital.....	22
2.1.7. Nuevo perfil del comunicador	22
2.1.8. Imagen del hombre y la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos.	23
2.1.9. El rol de la mujer	24
2.2. Variables	25
2.2.1. Variable independiente:.....	25
2.2.2. Variable dependiente:.....	25
2.2.3. Operacionalización de variables.....	25
CAPÍTULO III	27
3. METODOLOGÍA	27
3.1 Método de investigación	27

3.2 Tipo de investigación	27
3.2.2. Según la finalidad	27
3.2.3. Según la profundidad.....	27
3.2.4. Según las fuentes	28
3.3. Diseño de la investigación.....	28
3.4. Población y muestra	28
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	28
3.5.1. Entrevista a profundidad	28
3.5.2. Historias de vida	29
3.5.3. Cuestionario	29
3.5.4. Fuentes bibliográficas	29
CAPÍTULO V.....	30
4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	30
4.1. Análisis e interpretación del levantamiento de información.....	30
4.1.1. Comunicadores	35
4.1.2. Plataformas de distribución de contenidos informativos.....	36
4.1.3. Contenidos en los que participan las comunicadoras	37
4.2. Entrevistas	39
4.2.1. Análisis e interpretación de entrevistas	41
4.2.2. Historias de vida	53
CAPÍTULO V.....	56
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
5.1. Discusión de Resultados.....	56
5.2. Conclusiones	58
5.3. Recomendaciones.....	59
CAPÍTULO VI	60
6. PROPUESTA	60
6.1. Artículo científico ¹	60
6.2. ENVÍO DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	25
Tabla 2. Resumen de levantamiento de información.....	31
Tabla 3. Enlaces de las plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda.....	33
Tabla 4. Comunicadores.....	35
Tabla 5. Plataformas de distribución de contenidos informativos.....	36
Tabla 6. Contenidos en los que participan las comunicadoras.....	37
Tabla 7. Contenidos.....	38
Tabla 8. Datos generales de los entrevistados.....	40
Tabla 9. Matriz de análisis e interpretación de entrevistas.....	41
Tabla 10. Datos generales de las entrevistadas.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Comunicadores.....	35
Gráfico 2. Plataformas de distribución de contenidos informativos.....	36
Gráfico 3. Contenidos.....	39

RESUMEN

Diez medios de comunicación del cantón Guaranda registrados por el Consejo de Comunicación en 2021 los cuales han migrado a la web desarrollándose a través de plataformas de distribución de contenidos informativos, permitieron el estudio acerca del rol de la mujer en las mismas. La investigación se sustenta en el paradigma crítico, la corriente de pensamiento de Horkheimer y los estudios culturales de Raymond Williams, complementándose con la metodología cualitativa.

En la presente investigación, se obtiene como resultado que la presencia de comunicadoras es del 30% y la actividad más frecuente que realizan es en contenidos musicales con el 41%. Adicionalmente, tras la aplicación de entrevistas se proyecta que en Guaranda la comunicadora se desarrolla mayormente en espacios de entretenimiento o informativos, su presencia es minoritaria en roles directivos, así como en espacios de opinión.

Sin embargo, a partir de las historias de vida se concluye que, en el contexto de una sociedad de discriminación hacia la mujer, la misma se ha convertido en protagonista del cambio y su participación se evidencia cada vez más en las plataformas de distribución de contenidos informativos. Por último, se recomienda a las mencionadas plataformas generar espacios de comunidad en las que se incluya mucho más a las mujeres. Así mismo, que las comunicadoras abanderen contenidos con enfoque de género y liderazgo.

Palabras clave: Mujer, contenidos, plataformas, medios de comunicación, discriminación.

ABSTRACT

Ten media of the Guaranda canton registered by the Communication Council in 2021, which have migrated to the web and developed through platforms of distribution of informative content, allowed the study of women's role in them. The research is based on the critical paradigm, Horkheimer's current of thought, and Raymond Williams' cultural studies, complemented with a qualitative methodology. The present research shows that the presence of women communicators is 30%, and the most frequent activity they perform is in musical content with 41%. In addition, after the application of interviews, it is projected that in Guaranda, female communicators are primarily involved in entertainment or informative spaces, with a minority presence in managerial roles and opinion spaces. However, from the life stories, it is concluded that, in a society that discriminates against women, they have become the protagonists of change, and their participation is increasingly evident in the distribution platforms of news content. Finally, it is recommended that the platforms above generate community spaces in which women are much more included. Likewise, women communicators should champion content with a gender and leadership approach.

Keywords: Woman, contents, platforms, media, discrimination.



Firmado electrónicamente por:
HUGO HERNAN
ROMERO ROJAS

Reviewed by:
Mgs. Hugo Romero
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603156258

INTRODUCCIÓN

La humanidad desde sus orígenes ha asumido la necesidad de convivencia, de poder comunicarse con los demás e intercambiar sus ideas, por ello, el desarrollo de la comunicación inicia desde sonidos y gestos remotos con los que se lograba transmitir un mensaje. Posteriormente, el individuo con su evolución logró interactuar a través de imágenes y la comunicación oral perduró por muchos años, hasta que surgió la escritura.

En este contexto, los medios de comunicación inician a tomar espacio cuando el alemán Johannes Gutenberg inventa en 1440 la imprenta. La línea de tiempo continúa con la aparición del cine en Francia, prontamente el nacimiento de la primera radio cuando Guillermo Marconi transmitió la primera programación con voces humanas. Por último, aparece la televisión que conjugó todas las formas de comunicación anteriores (UTEL Blog, 2019).

Hasta que la convergencia de las nuevas tecnologías transformó por completo el desarrollo de la comunicación, exigiendo a los medios tradicionales la migración a la web. En este proceso de cambio nuevos retos aparecieron para los comunicadores, los cuales demandaron la adaptación y renovación de sus actividades, así como establecer nuevas estrategias debido a que sus receptores requerían nuevos canales por los cuales recibir información. En este sentido:

El discurso de los medios, por su parte, también se ha adaptado a los nuevos formatos y ha alumbrado nuevas o renovadas manifestaciones periodísticas como los relatos transmedia, el periodismo de datos, los relatos de gran formato o las informaciones virales, lo que reafirma la voz propia de los medios periodísticos digitales y completa la oferta de contenidos y de servicios que pueden recibir las audiencias. (Peña, Lazkano & Larrondo, 2019, p. 366)

El objetivo de que los medios lograran transformar pensamientos hegemónicos se veía cada vez más complejo, tomando en cuenta que estos mantienen en sus agendas contenidos de desigualdad de género, un factor que se ha venido acarreado de generación en generación, siendo así que la mujer no ha gozado de oportunidades en el desarrollo de la comunicación. Pues, desde el génesis de la sociedad la mujer ha sufrido la limitación de su libertad, de oportunidades laborales y sus capacidades han sido cuestionadas de manera perenne, lidiando además con una barrera que le impide expresar sus ideales. Sin ser respetadas lo que han recibido ha sido violencia de distintos tipos.

La mujer es vulnerada, rechazada, sobre todo minimizada, situación que se evidencia según los datos efectuados en el año 2019 por la encuesta nacional sobre Relaciones, Familiares y Violencia de Género contra las mujeres y publicadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC,2019) en la que indica que en Ecuador la violencia hacia la mujer no ha disminuido desde el 2011 en que se publicaron los últimos datos, la cifra de 60,6% ha ascendido a un 64,9%.

Por esta razón, es pertinente estudiar al rol de la mujer que labora en las plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda, provincia Bolívar. Para lo cual, el presente proyecto de investigación se sustentó en el paradigma crítico, con el cual se cuestionó los saberes precedentes de sus medios de comunicación, además, permitió conocer por qué las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda no conceden el espacio adecuado para que la mujer se desarrolle en el campo de la comunicación.

El estudio se llevó a cabo a través de la metodología cualitativa que permitió analizar las respectivas entrevistas a profundidad que se realizaron a las comunicadoras, debido que, dirigirnos a sus experiencias permitió resignificar su rol. Finalmente, se proyectan los resultados de la investigación en un artículo científico, material que servirá para beneficio en actividades académicas y conocimiento para toda la ciudadanía guarandeña.

Así pues, el presente proyecto de investigación está conformado por los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Marco referencial: En este apartado se desarrolló el planteamiento del problema, así como el objetivo general y objetivos específicos. Adicionalmente, se indicó la importancia de estudiar el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en el cantón Guaranda.

CAPÍTULO II: Marco teórico: en este capítulo se abordó el paradigma crítico que sustenta al presente proyecto de investigación, así como la corriente de pensamiento de Max Horkheimer y los estudios culturales de Raymond Williams.

CAPÍTULO III: Marco metodológico: en el siguiente apartado se detalló la metodología cualitativa y las técnicas de investigación, entrevistas a profundidad e historia de vida que se utilizó para el desarrollo del proyecto de investigación.

CAPÍTULO IV: Interpretación de resultados: Para este capítulo se indicó el análisis e interpretación de los datos obtenidos por medio de las técnicas aplicadas, entrevistas e historias de vida de las comunicadoras.

CAPÍTULO V: Discusión de resultados: en el desarrollo de este apartado se indicaron las respectivas conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron del trabajo de investigación en cuanto al rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda.

CAPÍTULO VI: Propuesta: para este capítulo se elaboró un artículo científico sobre la participación de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del problema

Los medios de comunicación representan un canal indispensable en el desenvolvimiento de la sociedad, se han convertido en mediadores de los hechos y lo que la sociedad opina de ellos, incluso, se considera que estas instituciones son una fuente latente en el desarrollo de la democracia. Sin embargo, los medios más allá de la información no se han detenido a analizar el rol de la mujer y lo importante que es su participación en las plataformas de distribución de contenidos informativos.

En la vida de hombres y mujeres han ocurrido grandes transformaciones en sus vidas social y cotidiana. Estas han dado paso a una reordenación de los indicadores objetivos de la organización social y cotidiana. (...) a una reordenación de los indicadores objetivos de la organización social, y de los factores subjetivos de las construcciones simbólicas de los nuevos sentidos de hombres y mujeres. Los medios de comunicación, a pesar de la modernidad, no han logrado incorporar plenamente estas transformaciones significativas en la representación del orden socialmente establecido en las relaciones de género. (Ripoll, Torres, Valcárcel & Yun, 2020, párr. 6)

El presente proyecto de investigación se estudió en el cantón Guaranda, provincia Bolívar y el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en un periodo de enero a julio 2021. Destinado a la presentación previo a la obtención del título como licenciada en Comunicación Social. Además, para conocimiento de los ciudadanos del cantón Guaranda y sus medios de comunicación.

En la actualidad, las plataformas de distribución de contenidos informativos poseen amplio espacio para su desarrollo, razón por la cual, logran tener más interacción con la audiencia y difundir más rápido sus contenidos. No obstante, es minoritaria la oportunidad que la mujer posee para desarrollarse en los mismos. Para la identificación del problema es necesario hacer referencia a los medios de comunicación del cantón Guaranda registrados por el Consejo de Regulación Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (Consejo de Comunicación, 2021): Radio Raíces 98.7 FM, Impacto 99.9 FM, Stereo San Luis 95.1 FM, Runacunapac Yachana 1510 AM, Crisólito Celestial 93.1 FM, Salinerito 89,90 FM, Matiavi 96,3 FM, Turbo 93,9 FM y Así No Más (impreso y digital). Medios que debido a la llegada de las nuevas tecnologías han migrado la web desarrollándose a través de plataformas de distribución de contenidos informativos. Sin embargo, en dichos espacios la presencia de la mujer es minoritaria.

Con una notable formalidad las plataformas de distribución de contenidos informativos difunden su programación, en la cobertura los comunicadores se desplazan por todos los lugares. Pero ¿La mujer en qué segmento de la programación se encuentra?

En la mayoría de las ocasiones se halla en la sección de entretenimiento, farándula, el clima y la publicidad. Por lo que es notorio que en los espacios de comunicación la mujer esté encasillada a estereotipos de propaganda. Adicionalmente, a través del contenido que difunden los medios la audiencia inicia a forjar su percepción del mundo y normaliza modelos de comportamiento que vulneran a la mujer. Por esta razón, surgen la urgente necesidad de estudiar el rol de la mujer en el campo de la comunicación, a través de conocimientos tanto bibliográficos como de experiencias.

Así pues, por la problemática expuesta, la pregunta de investigación es:

¿De qué manera la mujer está presente en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda?

Elegir estudiar el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda resultó tan ineludible para resignificar la participación de la mujer dentro de los espacios de comunicación ya no solo como la figura que debe cumplir con determinados estereotipos, sino como integrante del equipo capaz de transformar y mejorar estos espacios, además, como parte activa y protagónica en las agendas de los medios. En definitiva, el proyecto de investigación expuso la manera en que la mujer participa en las plataformas de distribución de contenidos informativos.

1.2. Objetivos

1.2.1 General

Identificar el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda periodo enero – julio 2021.

1.2.2 Específicos

1. Conceptualizar a las plataformas de distribución de contenidos informativos desde la corriente de pensamiento de Max Horkheimer y el rol de la mujer desde los estudios culturales de Raymond Williams.
2. Determinar el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda a través de entrevistas a profundidad e historias de vida.
3. Elaborar un artículo científico sobre la participación de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

Para estudio del fenómeno del presente proyecto de investigación se consideran varios conceptos, los cuales contribuyen para su mejor comprensión.

2.1.1. Medios de comunicación

Los medios de comunicación desde sus inicios han ocupado extenso espacio en la cotidianidad del hombre convirtiéndose en una importante fuente de información que a través de los elementos que ofrece ha tenido gran influencia en sus receptores, tanto que han sido capaces de formar su percepción ante el mundo. Su presencia ha contribuido para la industrialización de la sociedad, la formación de la opinión pública y la proliferación de información a las masas. Por tanto, es amplia la responsabilidad social que estos medios tienen con su público.

Los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales. (Vilain, 2021, p. 190)

A sabiendas que los efectos producidos por los medios de comunicación pueden llegar a ser más o menos nocivos dependiendo de la intención de sus mensajes, es necesario mencionar que estos al pasar inadvertidos resultan más eficaces, lo que conlleva a que el comportamiento de la audiencia se transforme y su mentalidad se conciba a raíz de estereotipos que se quedan impregnados en su conducta. “Los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos.” (Soengas, 2018, p.1)

Sin duda, que los medios de comunicación tengan la capacidad de “manipular” resulta ser alarmante, más aún cuando los contenidos que se difunden alteran la realidad social, establecen estatus o normalizan comportamientos violentos. Pues, tal magnitud de influencia significa que seguir reproduciendo conceptos sexistas, sosteniendo prácticas de opresión y desigualdad, de alguna manera se le ratifica a la audiencia aquel imaginario con el cual han sido construidos.

Por otro lado, en un contexto más confortante del rol que desempeñan los medios de comunicación se debe referir que también son generadores de pluralidad, por lo que a través del tiempo se ha logrado una transformación en los contenidos que en su mayoría

ya no encasillan a características exclusivas a hombre y mujer, esto, ha dado la oportunidad a que el rol de la mujer en distintos ámbitos tome su verdadero concepto.

2.1.2. Plataformas de distribución de contenidos informativos

Una de las herramientas más eficaces que los medios de comunicación han encontrado para la difusión de sus contenidos son las plataformas de distribución de contenido informativos, más aún con el auge de la tecnología y el amplio espacio que la virtualidad ocupa en las diarias actividades del ser humano. Por tanto, los medios avanzan al ritmo en que la sociedad de información rompe el modelo tradicional de reproducción de contenidos.

La era digital ha sido responsable de grandes cambios en la comunicación, ha exigido la implementación de nuevas estrategias que permitan a través de la proliferación de mensajes satisfacer las necesidades de las innovadoras audiencias, Así mismo, este panorama digital desafía el reaprender y la adaptación hacia las distintas plataformas digitales a las cuales los medios han tenido que migrar, Es así como:

Las plataformas de distribución de contenidos (PDC) han surgido como mecanismo para superar estas limitaciones (...) ofreciendo la infraestructura necesaria y los mecanismos de presentación de contenidos y servicios de una manera escalable, mejorando así la experiencia de los usuarios web. (Servicios de red e internet, 2015, párr. 2)

Lograr mayor interacción entre los medios y la audiencia es una de las ventajas que ofrecen estas plataformas, debido a que el público ha podido sentirse empoderado y exigir otro tipo de contenidos, ya se han presenciado casos en los que las mismas audiencias han exigido la censura de ciertos contenidos. Por tanto, estas plataformas facilitan el *feedback* con los receptores, lo que logra que exista un vínculo en que las dos partes puedan desempeñarse de una manera armónica.

Adicionalmente, la virtualidad ha dado la oportunidad a la audiencia que expanda su sentido de cuestionamiento siendo así que se van dejando de lado las masas pasivas para convertirse en activas. Con el portal de internet la audiencia requiere nuevas formas de comunicación y las plataformas de distribución de contenidos informativos son la fuente más cercana con las que el público ha podido desarrollarse.

2.1.3. Teoría Crítica de la comunicación

Con el propósito de convertir las condiciones de dominación a los que se enfrentaba los seres humanos, surge la teoría crítica impulsada por los pensadores más importantes del siglo XX entre ellos Max Horkheimer y Theodor Adorno integrantes de la llamada “primera generación” quienes desarrollaron sus pensamientos en la Escuela de Frankfurt. “Adorno y Horkheimer interpretan la historia de la civilización como un forzoso proceso en espiral encaminado a la dominación de la naturaleza, la dominación social de la clase y la dominación de las pulsiones individuales (...).” (Honneth, 2015, p.42)

La teoría crítica inicia con el cuestionamiento de las sociedades industrializadas y el ferviente deseo de convertirse en instrumento transformador que encamine a las naciones a alcanzar la emancipación. Asimismo, procurar no solo la búsqueda de razones y datos sino provocar a través de cuestionamientos la reformulación social de un yugo al que se encontraban sometidos.

Es fundamental desarrollar un enfoque crítico que permita evaluar diferentes contextos desde una perspectiva comunicativa orientada a identificar cómo se produce la interacción entre los actores que configuran los entornos y evaluar si la relación entre estos actores se basa en un proceso transparente de reconocimiento. (Gómez, 2018, p. 22)

Para comprender los procesos comunicativos que reprimían a las sociedades, los pensadores de la teoría crítica parten por analizar el ¿Quién? A quién se debía obedecer y cómo esos mensajes lograban ser difundidos de manera masiva, así pues, se hacía evidente que aquella manipulación que controlaba la voluntad se expandía cada vez más gracias a ciertos instrumentos tales como los medios de comunicación, instituciones que por su amplia cobertura y que controlados por las esferas de poder procuraban transmitir información que mantenga a su audiencia alineada a determinadas ideologías políticas.

De ahí que, la teoría crítica exterioriza que los medios de comunicación y la cultura popular tienen como objeto mantener a las masas distraídas, pasivas y fácilmente manipulables para que de esta manera se trasciendan las estructuras de poder, con tal situación se obtenía que la opinión pública se convirtiera en una réplica de la doctrina oligarca. Por tal motivo, la teoría crítica conduce hacia el análisis de las dinámicas sociales de dominio a las que ha sido sometida la sociedad y que los medios de comunicación han jugado un rol importante.

Es así como, Horkheimer (1937) citado por Fuchs (2009, párr. 21) menciona que “en el interés de una sociedad futura organizada racionalmente” esta teoría proyecta “luz crítica sobre la sociedad actual (...) bajo la esperanza de una mejora radical de la existencia humana.” En efecto, esto incitó la necesidad de intervenir en la realidad de los medios de comunicación en Guaranda y analizar las lógicas con las que se desarrollan sus plataformas de distribución de contenidos informativos.

2.1.4. Industrias culturales

Los fenómenos culturales han sido tan decisivos e influyentes como los económicos, incluso en la reproducción de prácticas de sometimiento y desigualdad social. Ante esto, es necesario señalar que el conjunto de conocimientos que definen a una cultura se ha visto sometido por ideologías de quienes están frente al poder. Sin embargo, en medio del debate al estudiar los efectos de las industrias culturales, el término cultura toma una nueva concepción. Así pues:

La cultura y sus diversas expresiones más allá de constituir un factor diferencial para individuos con determinadas características socioeconómicas es como tal un elemento

integrador que asegura la confluencia de cada sujeto como pieza clave en el gran constructo denominado tejido social. (Avendaño, Arias, A., & Arias, M., 2018, p.59)

Si bien, la cultura de las masas hace alusión a la cultura que proviene del conocimiento del ser humano, a las prácticas que han establecido a partir de su propia voluntad. Mientras que, la cultura de masas hace referencia a aquella que ha sido producida por el sistema y las esferas de poder, sirviendo para influenciar al hombre, es decir una industria cultural, misma que expandía sus efectos a través de factores como el ocio y el consumo.

El auge de los medios de comunicación masivos fueron mecanismos idóneos que maniobrados desde los gobiernos sirvieron para el dominio social de las patrias, de allí que desde la corriente de pensamiento de los teóricos Max Horkheimer y Theodor Adorno bosquejen a los medios como industrias culturales, tomando en cuenta que este pensamiento surge a partir del estudio a la industria del entretenimiento en Estados Unidos donde los sociólogos se encontraban exiliados por consecuencia de la Segunda Guerra Mundial. Para Horkheimer los medios no son establecimientos políticamente neutrales, sino que para el autor en mención “está claramente al servicio de una causa: la causa capital, Y su propia unidad es la base de su constitución en estructura de poder y de perpetuación del sistema de dominación.” (García, 2019, p. 51)

2.1.5. Estudios culturales de Raymond Williams.

El teórico y crítico Raymond Williams, fue pieza clave en el desarrollo de pensamientos conjugados en la Teoría Crítica y el precursor de los llamados Estudios Culturales, estos iniciaron por renovaron las maneras de estudiar la cultura, enfatizan en que lo cultural no debería ser término de disputa, más bien un factor social capaz de encaminar a las naciones hacia la transformación del mundo.

La cultura es el territorio donde la tradición se actualiza a través de la creatividad. Este también es el lugar del relato y su trabajo con la rememoración. La actualización que nos permite impregnar y construir significados que emergen de la propia experiencia vital, pero se actualizan al nivel del discurso desde el presente. (Stra, 2018, p. 24)

Fue tan grande el impacto que causaba los pensamientos de este crítico cultural que sus escritos no tardaron en expandirse por América Latina, aun cuando Raymond pasó toda su vida en Reino Unido, hasta la actualidad estos siguen siendo fuente de información para los académicos e investigadores. Ya que sus ideas encajan perfectamente a la realidad social permitiendo reconocer a los agentes hegemónicos y de dominación contemporáneos.

Además, de acuerdo con la realidad de la mujer, es necesario cuestionar ¿A consecuencia de qué se da la manipulación de perspectiva del individuo hacia la mujer? Desde los estudios culturales de Raymond Williams subraya a los sistemas de educación y comunicación como los principales factores, así también a los métodos de aprendizaje en la dinámica de cambio social. Dado que, la cultura con la que se desarrolla la sociedad

ha normalizado la violencia de género, la cual, ha sido justificada por su educación. Es así como:

Williams muestra la necesidad ineludible de estudiar una cultura, perfilar una estructura de sentimiento en ella, para ver cómo se llega (...) a un punto que permita hacer consciente saber dónde estamos parados, cuándo, cómo y por qué. Tomar conciencia, es cierto, pero no para quedarnos en la cultura sino para diseñar y/o evaluar (...). (Bocchino, 2020, p.7)

2.1.6. Convergencia digital

La llegada de las nuevas tecnologías ha ocupado gran parte de nuestra nueva normalidad su incidencia ha dado paso a grandes oportunidades que permiten expandir conocimientos. Por supuesto, los espacios en los medios de comunicación debían modificarse pues, conforme a la constante necesidad de la audiencia por mantenerse comunicada han tenido que adaptarse a nuevos canales de información migrando sus agendas a estos espacios.

Ni siquiera los medios de comunicación tradicionales han podido permanecer ajenos a los nuevos paradigmas comunicativos surgidos a partir de 2004 con la aparición de la tecnología 2.0. Las radios, las televisiones y la prensa escrita se han visto obligados a habilitar espacios paralelos de participación social donde las audiencias interactúan con los contenidos informativos. (Romero & Rivera, 2019, p.100)

Si bien es cierto, en la actualidad nos encontramos en un panorama crítico de dominio, más aún con la virtualidad en la que todo tipo de información que se transmita tomará cuestión de segundos para que logre su rápida proliferación. Por otro lado, la revolución digital establece nuevas formas de comunicación de las que se obtiene gran cantidad de posibilidades para el desarrollo del individuo.

Con la convergencia digital el usuario ha logrado consumir los contenidos que son de su interés a través de distintas plataformas de distribución de contenidos, desde distintos dispositivos y con contenido multimedia. Razón por la que esta convergencia a instituido “Las nuevas formas de producir, almacenar y distribuir el conocimiento a partir de las tecnologías de la inteligencia, en un proceso histórico de aceleración, multiplicación y convergencia de los dispositivos tecnológicos.” (Baggiolini,2019, p. 14)

2.1.7. Nuevo perfil del comunicador

El entorno en el que la sociedad se vía acostumbrada se modificaba cada vez más debido a la presencia de las nuevas tecnologías, la convivencia entre los individuos ha migrado a un dispositivo con conexión a internet, por esta razón, los medios de comunicación han visto la necesidad de adaptarse a la virtualidad para mantenerse en contacto e interacción con su audiencia.

Los cambios producidos por el empuje de la globalización económica y el impacto de las nuevas tecnologías obligaron a que muchas empresas periodísticas replanteen sus

estrategias de comercialización y apliquen los ajustes necesarios en el ámbito de recursos humanos, para hacer frente a esta nueva crisis de orden mediático que desde entrado ya el nuevo siglo tuvo dimensiones planetarias. (Arruz, 2019, p.88)

En este nuevo panorama es importante acomodarse al nuevo perfil que la comunicación requiere para su desarrollo en el portal web y los nuevos desafíos que este espacio representa. Debido a que “el desarrollo humano de los últimos decenios ha ido acompañado de rápidos cambios en la tecnología y de una creciente proliferación de dispositivos y servicios digitalizados.” (Naciones Unidas [ONU], 2021, p.4)

La particularidad de la digitalización no solo se basa en la rapidez de difusión de los contenidos, sino que desafía a sus usuarios a implementar estrategias que le permitan enfrentar los retos de la virtualidad, además, les otorga espacio en el que puedan desenvolverse según sus lógicas. Es por ello, que en este campo la mujer se ha visto más inmersa ya que le permite desde su independencia establecer sus propios espacios comunicativos y reformular las agendas que la encasillan a determinados roles.

2.1.8. Imagen del hombre y la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos.

La sociedad está construida por un sin número de estereotipos que limitan las habilidades de hombre y mujer, estos se han instituido por conocimientos arraigados desde tiempos ancestrales y su impacto ha ocasionado limitar las funciones del ser humano. Estos estereotipos pueden llegar a ser perjudiciales de una manera drástica para cada género, al femenino cuando vulneran sus derechos, re- victimizan y relegan su rol, al masculino cuando no se les permite flaquear y los orillan a sostener su postura en la que “los hombres no lloran”.

Todo esto se ve reflejado en la imagen que las plataformas de distribución de contenidos informativos proyectan de hombre y mujer en sus contenidos y que al mismo tiempo son naturalizados por sus agendas, consecuentemente, para la audiencia les resulta “normal”. Sin duda, la presencia de todo este torbellino de desigualdad da como consecuencia la violencia en los círculos de la sociedad que como mencionan Samudio, Estrella y López (2021):

Las causas de la violencia son muchas y muy variadas, pero parece indiscutible que los estereotipos referentes a como debe ser un “buen hombre” ecuatoriano (soberano, dominante, “bien varón) y a como debe ser una “buena mujer” ecuatoriana (obediente, servicial, sumisa) forman un caldo de cultivo en el que dicha violencia puede prosperar y desplegar. (p.11)

En este sentido, es necesario mencionar que la desigualdad de género es un factor que se ha venido acarreado históricamente y en el contexto de los medios de comunicación la mujer no ha logrado desempeñarse en roles directivos que le permitan influir en las

políticas con las que estos se desenvuelven y su poca inserción en los espacios comunicativos sigue siendo notable. Groner, Muños y Angulo (2016) señalan que:

En la actualidad, las mujeres continúan sufriendo procesos de discriminación desde diferentes ámbitos y por muchos motivos que las afectan de manera particular y se abalan en la cotidianidad a través de estereotipos que se reafirman o construyen en medios de comunicación. Con este elemento mediático, la exclusión y la violencia se naturalizan a tal punto que pese a todas las injusticias que existen no hay reclamo válido. (p.39)

2.1.9. El rol de la mujer

El rol de la mujer se ha visto comúnmente afectada por la violencia de género a la que se enfrenta, esta violencia hace referencia a aquellos actos que ocasionan daños a otra persona por sus preferencias, condición de género, orientación sexual y demás, ocasionando a quienes lo sufren opresión, miedo y exclusión, su génesis radica en la desigualdad o el abuso de poder. La violencia constituye la vulnerabilidad de la integridad y violación de los derechos de las personas pues, en diversas ocasiones corre riesgo su propia vida, en este caso abarca la violencia física, psicológica y sexual.

La violencia contra la mujer se comete contra aquellas que se niegan a ser forzadas a conformarse con el papel que les ha asignado el sistema. La beligerancia contra la subyugación es castigada por la sociedad con naturalización de la violencia provocada para mantener el poder intacto. (Defensoría del Pueblo de Ecuador, 2020, p.19)

Los espacios en las plataformas de distribución de contenidos informativos también se han visto afectados por este tipo de violencia. En este sentido, existen varios estudios que de la misma manera analizan la realidad de la mujer atada a prejuicios de género, entre ellos, el proyecto de investigación de Basilio, Hernández y Rodas titulado “Presencia de la mujer en los espacios informativos” publicado por la Universidad Tecnológica El Salvador menciona que “la discriminación de la mujer juega un papel muy importante en los espacios informativos ya que no es tratada con igualdad porque es vista como sexista, ya que es considerada buena empleada si posee cualidades físicas comerciales.” (Basilio, Hernández & Rodas, 2017, p.17)

Basta dirigir la mirada a un periódico, ver televisión, escuchar la radio o navegar por internet para reconocer que son pocas las mujeres que se desenvuelven en estos espacios y la cantidad de estereotipos que perpetúan la discriminación de género, contenidos sexistas que inundan los espacios comunicativos. Pues, la forma en que los medios presentan la imagen de la mujer y hombre siguen siendo desiguales. Ante esto, conociendo la influencia que los medios tienen en la sociedad Chirino Oneida en su artículo “La violencia de género y los medios de Comunicación Social” menciona que:

Es necesario que desde los medios de comunicación se visualicen de acuerdo con la realidad, los hechos incuestionables sobre la realidad del ser mujer hoy día y sus avances, ya que muchas de las configuraciones que representan desvirtuadas de la realidad actual siguen reforzando una educación sexista y machista que a nivel simbólico y psicológico

producen una carga formativa que no permite el avance hacia una sociedad más justa e igualitaria. (Chirino, 2019, p.74)

Lamentablemente, el hecho de ser mujer ya la coloca con una mirada y estereotipos que se reflejan en los medios, por lo que, si no hay mujeres en las salas de redacción, tampoco habrá contenido que hablen de las mujeres. Por tal razón, Proaño Anaís con su estudio de investigación titulado “Análisis y difusión de las actividades de los comunicadores sociales en medios de televisión de Guayaquil, 2018” destaca entre sus líneas los estereotipos que oprime a la mujer en los medios.

En los medios de comunicación de masas se refleja una totalidad más amplia de estereotipos sociales que no contribuyen al crecimiento profesional de la mujer dentro de este campo, puesto que de estos se cree que ellas no están capacitadas o no tienen la fuerza necesaria para realizar una labor similar a la que realizan los hombres. (Proaño, 2019, p.31)

Así pues, que los medios de comunicación tengan una gran influencia en las masas y que sigan reproduciendo contenidos machistas, misóginos y de discriminación representa un problema crítico, dado que, la audiencia seguirá sosteniendo prácticas de opresión y desigualdad que los mismos medios aprueban, teniendo como resultado que la comunidad naturalice este tipo de prácticas y las esté validando constantemente.

Por tanto, es evidente la urgencia de ensamblar la presente investigación a las demás que buscan exponer la importancia de la mujer y su rol dentro de los espacios comunicativos, liberándola de los prejuicios. Como se menciona, son varios los estudios de investigaciones realizados con enfoque a la mujer, pero muy pocos al rol de la mujer y su participación en las plataformas de distribución de contenidos informativos, por ello, la importancia de poder efectuar el mencionado proyecto de investigación “El rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda, periodo enero-julio 2021”.

2.2. Variables

2.2.1. Variable independiente: Plataformas de distribución de contenidos informativos.

2.2.2. Variable dependiente: El Rol de la Mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda.

2.2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Variable independiente = causa</p> <p>Plataformas de distribución de contenidos informativos</p>	<p>Según Rodríguez (2019) “Sirven para proporcionar a los usuarios contenidos diversificados que les permitan obtener la información que están buscando.” (párr.5)</p>	<p>Periodismo</p> <p>Responsabilidad social de los medios</p> <p>Discurso</p>	<p>Migración de los medios de comunicación hacia la web.</p> <p>Convergencia digital</p> <p>Dominio multimedia</p> <p>Nuevo perfil del comunicador</p> <p>Diversidad de plataformas</p> <p>Nuevas formas de comunicación</p>	<p>Técnica:</p> <p>Investigación.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Fuentes documentales, artículos científicos.</p>
<p>Variable dependiente = efecto</p> <p>Rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda.</p>	<p>Según Karl Marx (1844) “La mujer, considerada una presa y objeto que sirve para satisfacer la concupiscencia colectiva, expresa la degradación infinita del hombre que no existe más que para sí.” (p.47)</p>	<p>Desigualdad de género.</p> <p>Diferencia de roles</p>	<p>Participación de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos.</p> <p>Rol de la mujer</p> <p>Imagen del hombre y la mujer en las plataformas de</p> <p>Distribución de contenidos informativos.</p> <p>Subestimación de la mujer en el periodismo.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Historia de vida.</p> <p>Entrevista a profundidad.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario.</p>

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

La presente investigación “El rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda” se estudió a través del método de investigación cualitativo, el cual, según Piza, Amaiquema y Beltrán (2019) indican que:

La metodología de la investigación cualitativa demanda el reconocimiento de disímiles contextos para aprehender las posibles perspectivas del fenómeno que se investiga y para ello no basta con la utilización de un único método, sino la articulación de varios con sus correspondientes herramientas o instrumentos, sus ventajas y limitaciones. (p. 456)

Este método de investigación permitió recopilar información a través del razonamiento y cuestiones del paradigma crítico y estudios culturales, para posterior a ello lograr interpretar la razón por la que la participación de la mujer en estas plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda es reducida.

3.2 Tipo de investigación

Para ejecutar el estudio del presente proyecto de investigación se utilizó los siguientes tipos de investigación:

3.2.1. Según el alcance temporal

Diacrónica: Según el alcance temporal diacrónico, debido a que se estudió el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de la ciudad de Guaranda en un periodo de enero – julio 2021, fecha escogida por la proximidad.

3.2.2. Según la finalidad

Básica: La investigación se efectuó según la finalidad básica, debido a que, esta busca precisar más acerca de una determinada disciplina, en esta oportunidad este tipo de investigación contribuyó para identificar el rol de la mujer y su participación en las distintas plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda.

3.2.3. Según la profundidad

Explicativo: Según la profundidad se trabajó con el tipo de investigación explicativa, ya que se tiene por finalidad conocer y explicar las razones del poco espacio que la mujer tiene para desenvolverse en las plataformas de distribución de contenidos informativos en el cantón Guaranda.

3.2.4. Según las fuentes

Fuentes primarias: El estudio se sustentó mediante información recolectada de primera mano, obtenida por parte de la investigadora a través de entrevistas a comunicadoras que han participado en las anteriormente mencionadas plataformas de distribución de contenidos informativos.

Fuentes secundarias: Así también, la investigación se complementa de fuentes secundarias, ya que se obtuvo la información desde la indagación en fuentes documentales, base de datos y encuestas oficiales.

3.3. Diseño de la investigación

El desarrollo del presente proyecto de investigación se basó en los medios de comunicación de Guaranda, que con la llegada de las nuevas tecnologías han migrado a la virtualidad convirtiéndose así en plataformas de distribución de contenidos informativos. Además, se basa en el estudio del rol de la mujer en el entorno de la comunicación y de qué manera está presente en el mismo.

3.4. Población y muestra

La muestra con la que se trabajó el presente proyecto de investigación son los 10 medios de comunicación del cantón Guaranda provincia Bolívar registrados por el Consejo de Comunicación que optaron por plataformas de distribución de contenidos informativos, entre las que se cuentan las radios: Raíces 98.7 FM, Impacto 99.9 FM, Stereo San Luis 95.1 FM, Runacunapac Yachana 1510 AM, Crisólito Celestial 93.1 FM, Salinerito 89,90 FM, Matiavi 96,3 FM, Turbo 93,9 FM y Así no más (impreso y digital). Por cuanto, conocer su agenda permitió saber cuál es la participación de la mujer en sus espacios de comunicación.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Si bien, el método de investigación debe complementarse con distintos instrumentos o herramientas que permitan el amplio estudio del fenómeno al que se está desarrollando, en este caso, el rol de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos. Por tanto, para el presente estudio la técnica aplicada fue la entrevista a profundidad, historias de vida y el cuestionario como instrumento. Así mismo, se aplicó la técnica de investigación con instrumentos como: fuentes bibliográficas, base de datos y artículos científicos.

3.5.1. Entrevista a profundidad

La entrevista como método de investigación contribuyó a la recolección de información de los especialistas mediante un diálogo en que se desenvuelven varios puntos, en este caso para el presente proyecto de investigación se ahondó en las

experiencias de las comunicadoras que han desempeñado sus funciones en las plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda.

Es necesario tomar en cuenta que la entrevista en profundidad como técnica de la metodología cualitativa debe ser estructurada mediante “preguntas, escuchar y registrar las respuestas y después, hacer otras preguntas que amplíen un tema en particular. Las preguntas son abiertas y los entrevistados deben expresar sus percepciones con sus propias palabras.” (Cadena, et al., 2017, p.12) Para la ejecución y análisis de las entrevistas se usarán los siguientes instrumentos.

3.5.2. Historias de vida

Para el estudio del rol que ejerce la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos fue necesario conocer su historia de vida, la cual “Estudia a una persona determinada, incluye su propio relato y complementa el análisis con otros documentos o narraciones y se basa en descripciones y narraciones amplias de la vida del entrevistado.” (Mojica, Rubio & Botero, 2019, p.11)

3.5.3. Cuestionario

Es necesario mencionar que para el buen desarrollo de la entrevista a profundidad e historias de vida es sumamente necesario que se diseñe un adecuado cuestionario ya que, este como instrumento de investigación permite la obtención de datos fundamentales para el desarrollo y sostén del presente proyecto. Debido que “el cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y que son contestadas por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos.” (Torres, Salazar & Paz, 2019, p.8)

Por tal motivo, para el siguiente proyecto de investigación se aplicó el cuestionario bosquejado por un conjunto de preguntas que lograron obtener datos de interés y sustento para la investigación, dichas preguntas se realizaron de acuerdo con el contexto del fenómeno de estudio para esto, fue muy importante conocer con anterioridad a los personajes con los que se aplicó las entrevistas, esto permitió mayor eficacia al momento de obtener los resultados.

3.5.4. Fuentes bibliográficas

Las fuentes bibliográficas son una técnica de investigación indispensable para el desarrollo de esta, ya que es necesario indagar en pensamientos, datos, teorías e información que se encuentran plasmadas en distintas fuentes documentales como libros, investigaciones, artículos científicos, revistas y demás. Estas fuentes de información permitieron profundizar y comprender al fenómeno que se estudia y con ello cumplir con el objetivo de comprender y explicar las razones por las que las plataformas de distribución de contenidos informativos no ofrecen el suficiente espacio para que las comunicadoras se desarrollen en funciones protagónicas en los espacios informativos.

CAPÍTULO V

4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1. Análisis e interpretación del levantamiento de información

En el presente proyecto de investigación se consideran 10 medios de comunicación del cantón Guaranda provincia Bolívar registrados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, de los cuales 9 siendo medios tradicionales migraron a las plataformas de distribución de contenidos informativos y uno nació como medio en internet. Los medios mencionados se estudiaron con el fin de determinar el rol de la mujer y su participación en las plataformas de distribución de cometidos informativos.

Tabla 2. Resumen de levantamiento de información

N°	Medio de comunicación	Representante Legal	Clasificación	Servicio	Tipo de Medio	Plataformas virtuales					Comunicador	
						Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Página Web	Hombre	Mujer
1	Radio Raíces 98.7 FM	Arnulfo Lara Pilco	Radio	FM	Privado	X	X	X	-	X	2	0
2	Radio Impacto 99.9 FM	Holger Ricardo Ulloa Salazar	Radio	FM	Privado	X	X	X	-	-	5	4
3	Radio Stereo San Luis 95.1 FM	Unión de Organizaciones Campesinas San Luis de Pambil	Radio	FM	Privado	X	-	-	-	X	4	2
4	Radio Runacunapac Yachana 1510 AM	Fundación Runacunapac Yachana	Radio	AM	Comunitario	X	X	-	X	X	6	1

5	Radio Crisolito Celestial 93.1 FM	Asociación de indígenas Evangélicos de Bolívar	Radio	FM	Comunitario	X	X	X	X	X	3	0
6	Radio Salinerito 89.9 FM	Fundación Familia Salesiana Salinas	Radio	FM	Comunitario	X	X	X	X	X	3	2
7	Radio Matiavi 96.3 FM	Servicios de comunicación Radio Matiavi S.A.	Radio	FM	Privado	X	-	X	-	X	3	2
8	Así no más	Corporación Kumbre S.A.	Impreso	Revista	Privado	X	X	X	X	X	6	3
9	Así no más	Corporación Kumbre S.A.	Medio en Internet	Multiplat aformas	Privado	X	X	X	X	X		
10	Radio Turbo 93.9 FM	Turbo 93.9-Imparable S.A.	Radio	FM	Privado	X	X	X	-	X	7	3
TOTAL						10	7	7	4	9	39	17

Elaborado por: Dayana Iza

Tabla 3. Enlaces de las plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda.

Nº	Medio de comunicación	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Página Web	Observaciones
1	Radio Raíces 98.7 FM	https://bit.ly/34VGS1i	https://bit.ly/3sKF1oa	https://bit.ly/34Xx1lu	No tiene	https://bit.ly/3BoFIHZ	No cuenta con la plataforma YouTube.
2	Radio Impacto 99.9 FM	https://bit.ly/3GDVTSK	https://bit.ly/3oECgUh	https://bit.ly/34vyrKf	No tiene	No tiene	No cuenta con la plataforma YouTube y Página Web.
3	Radio Stereo San Luis 95.1 FM	https://bit.ly/35VZTkF	No tiene	No tiene	No tiene	https://bit.ly/3syEMwF	No cuenta con la plataforma Instagram, Twitter, YouTube.
4	Radio Runacunapac Yachana 1510 AM	https://bit.ly/3HE9ACs	https://bit.ly/362EiqV	No tiene	https://bit.ly/34IXucv	https://bit.ly/3rDKCNX	No cuenta con la plataforma Twitter.

5	Radio Crisólito Celestial 93.1 FM	https://bit.ly/3sI3yu9	https://bit.ly/34sN4hi	https://bit.ly/3gKUXer	https://bit.ly/3LyStUN	https://bit.ly/3rSu70I	-
6	Radio Salinerito 89.9 FM	https://bit.ly/3rBCw8w	https://bit.ly/34sN4hi	https://bit.ly/34sCtmF	https://bit.ly/3BeD1IW	https://bit.ly/3LnmQgX	La cuenta de Instagram contiene tan solo una publicación con fecha 6 de agosto de 2018.
7	Radio Matiavi 96.3 FM	https://bit.ly/3Lji4kJ	No tiene	https://bit.ly/3gFQShC	No tiene	https://bit.ly/3LnoiQr	No cuenta con la plataforma Instagram y YouTube.
8	Así No Más (impreso)	https://bit.ly/3uRDIMo	https://bit.ly/3sIORad	https://bit.ly/3JyCJzd	https://bit.ly/3sMsxfO	https://www.asinomasec.com/	-
9	Así No Más (medio en internet)	https://bit.ly/3uRDIMo	https://bit.ly/3sIORad	https://bit.ly/3JyCJzd	https://bit.ly/3sMsxfO	https://www.asinomasec.com/	-
10	Radio Turbo 93.9 FM	https://bit.ly/3LINBIY	https://bit.ly/338Ximm	https://bit.ly/3GDVSya	No tiene	https://bit.ly/3GyBw9m	La cuenta de Twitter no contiene ninguna publicación, se mantiene inactiva desde 2018.

Elaborado por: Dayana Iza

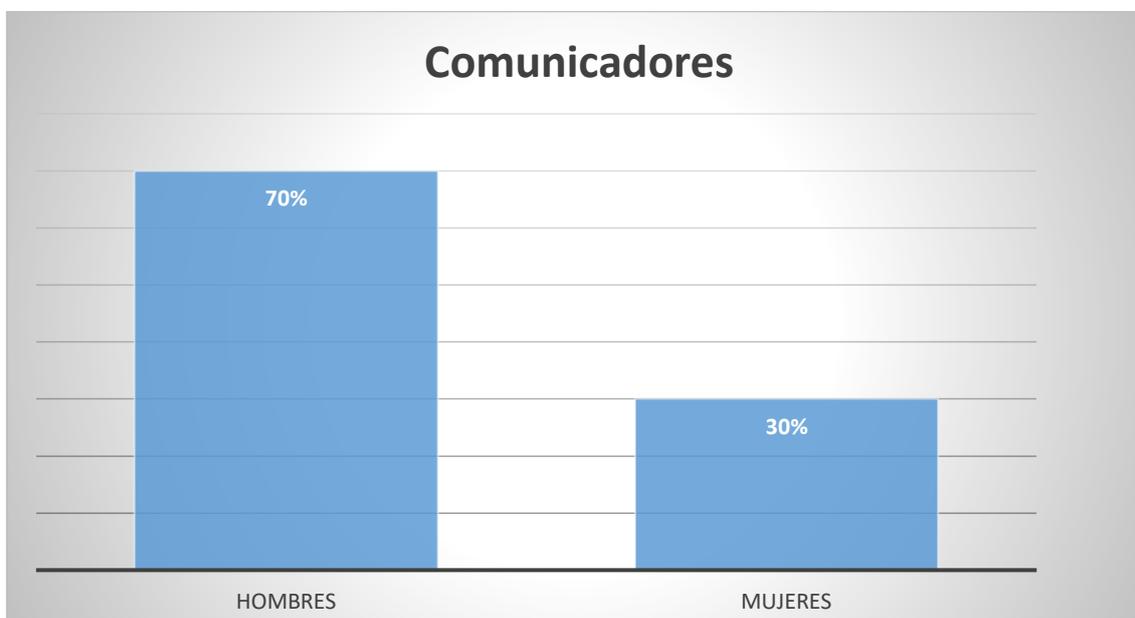
4.1.1. Comunicadores

Tabla 4. Comunicadores

Comunicadores	Número	Porcentaje
Hombres	39	70%
Mujeres	17	30%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Dayana Iza

Gráfico 1. Comunicadores



Elaborado por: Dayana Iza

Análisis e interpretación

A través de la información levantada en los diferentes medios de comunicación de Guaranda se proyecta que, del total de 56 comunicadores, 17 son mujeres quienes representan el 30% y 39 son hombres siendo el 70%. Por tanto, es notoria la diferencia que se halla en el número de comunicadores que laboran en los medios, por ende, en las plataformas de distribución de contenidos informativos. Con el presente resultado se refleja que el género masculino predomina en los espacios de comunicación. Adicionalmente, del universo de comunicadoras presentes en las mencionadas plataformas de Guaranda 5 son profesionales de la comunicación quienes representan el

29% mientras que, 12 son aficionadas siendo el 71%. En este sentido, se proyecta que es minoritario el número de comunicadoras profesionales.

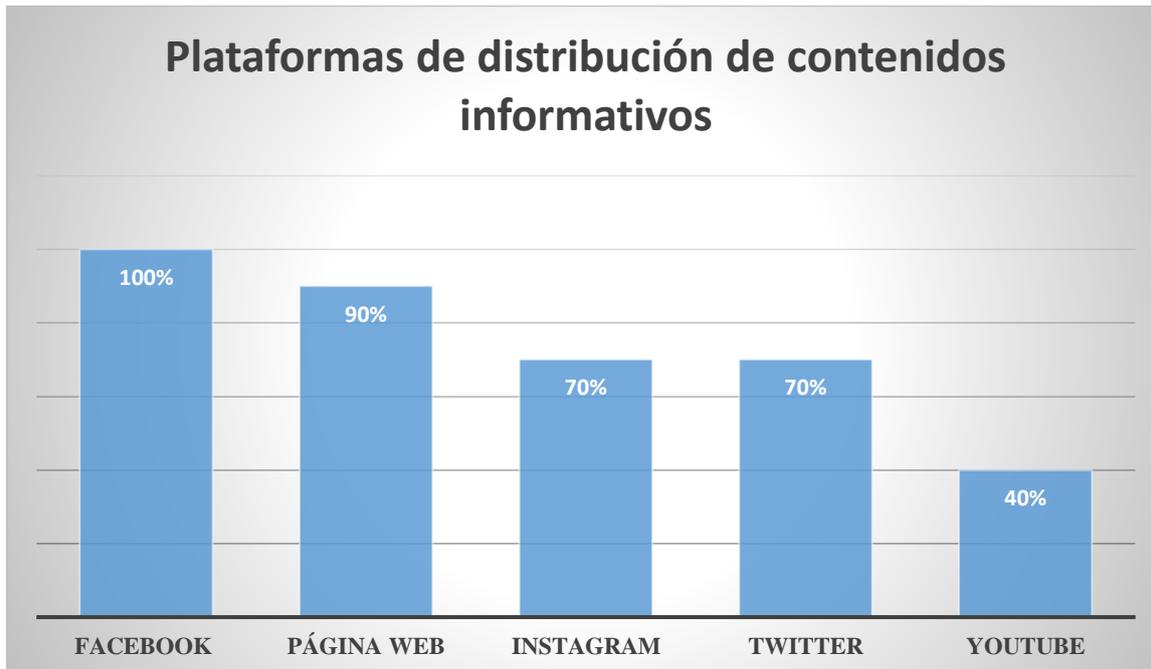
4.1.2. Plataformas de distribución de contenidos informativos.

Tabla 5. Plataformas de distribución de contenidos informativos

Plataformas de distribución de contenidos informativos	Número	Porcentaje
Facebook	10	100%
Página web	9	90%
Instagram	7	70%
Twitter	7	70%
YouTube	4	40%

Elaborado por: Dayana Iza

Gráfico 2. Plataformas de distribución de contenidos informativos



Elaborado por: Dayana Iza

Análisis e interpretación

De los 10 medios de comunicación del cantón Guaranda quienes representan el total de la muestra, todos usan la plataforma Facebook siendo el 100%. Por tanto, los medios prefieren a Facebook como su principal plataforma de distribución de contenidos informativos, ya que, fue de las primeras plataformas en aparecer con la llegada de las nuevas tecnologías, además, las audiencias mayormente navegan por la mencionada red y la consideran más accesible.

Seguidamente se encuentran las Páginas Web la cuales son usadas por 9 de 10 medios de comunicación, lo que proyecta el 90%. Mientras que, la plataforma Instagram es usada por 7 medios de comunicación lo que significa el 70%. De la misma manera, del total de medios 7 cuentan con la plataforma Twitter siendo el 70%. En este sentido, se conoce que la Página Web es la plataforma con más acogida por los mencionados medios para la difusión de su contenido, después de Facebook. Seguidamente se ubican las plataformas Instagram y Twitter.

Por último, del universo de medios de comunicación 4 usan a YouTube como plataforma para distribución de sus contenidos informativos, esta representa el 40 %. Indicándonos con este resultado que YouTube es la plataforma con menos acogida por los medios para el desarrollo de sus programaciones y difusión de contenidos. Además, sus plataformas se encuentran desactualizadas.

4.1.3. Contenidos en los que participan las comunicadoras

Tabla 6. Contenidos en los que participan las comunicadoras

N°	Medio de comunicación	N° de comunicadoras	Contenidos									
			De opinión y discusión	Música	Farándula	Noticiero	Entrevista	Reportaje	Deportivo	Cultural	Perspectiva de género	
1	Radio Raíces 98.7 FM	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Radio Impacto 99.9 FM	4	-	1	-	1	1	-	-	-	-	1
3	Radio Stereo San Luis 95.1 FM	2	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
4	Radio Runacunapac Yachana 1510 AM	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

5	Radio Crisólito Celestial 93.1 FM	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Radio Salinerito 89.9 FM	2	-	-	-	-	1	-	-	1	-
7	Radio Matiavi 96.3 FM	2	-	2	-	-	-	-	-	-	-
8	Radio Turbo 93.9 FM	3	-	2	-	1	-	-	-	-	-
9	Así No Más (impreso)	3	-	-	-	1	1	1	-	-	-
10	Así No Más (medios por internet)	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL		17	0	7	0	3	4	1	0	1	1

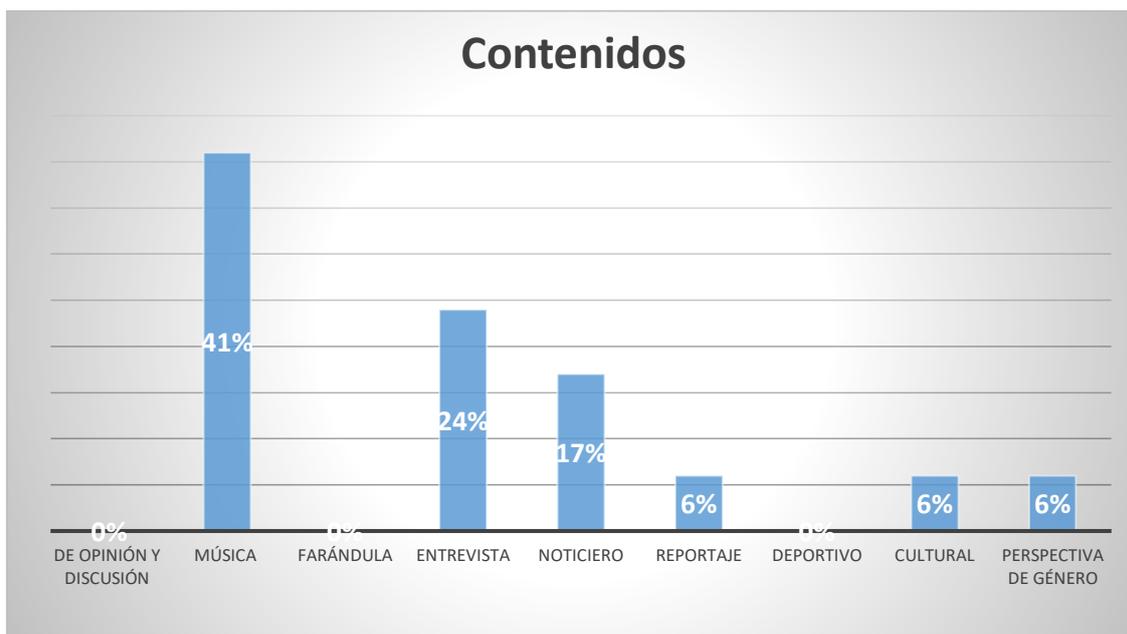
Elaborado por: Dayana Iza

Tabla 7. Contenidos

Contenidos		
De opinión y discusión	0	0%
Música	7	41%
Farándula	0	0%
Entrevista	4	24%
Noticiero	3	17%
Reportaje	1	6%
Deportivo	0	0
Cultural	1	6%
Perspectiva de género	1	6%
TOTAL	17	100%

Elaborado por: Dayana Iza

Gráfico 3. Contenidos



Elaborado por: Dayana Iza

Análisis e interpretación

De las 17 comunicadoras que participan en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda, 7 se desarrollan en contenidos musicales lo que representa el 41%, seguidamente 4 en entrevistas proyectando el 24%, 3 comunicadoras se desenvuelven en noticieros siendo el 17% y en contenidos de reportajes, cultura y perspectiva de género se encuentra una comunicadora lo que proyecta el 6% en cada espacio. En cuanto los contenidos de opinión y discusión, farándula y deportivo no se encuentra ninguna comunicadora siendo el 0%. Por lo que se expone con el presente resultado que, en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda la mujer tiene mayor participación en los contenidos musicales.

4.2. Entrevistas

El presente proyecto de investigación se sustentó a través de la aplicación de las entrevistas a los especialistas Msc. Sandra Paredes, Msc. Kamile Vásconez y Dr. Jorge Carvajal gerente propietario de Radio Guaranda. Además, se complementa con las experiencias de vida de las comunicadoras Msc. Verónica Ponce y Lic. Jhoselin Peña.

Tabla 8. Datos generales de los entrevistados

Código	Entrevistado	Cargo que desempeña	Fecha	Hora	Modalidad
S.P.	Msc. Sandra Paredes Jiménez.	Lic. Comunicación Social. Msc. Comunicación, especialidad en Gestión Estratégica. Docente de la Universidad Estatal de Bolívar.	11/02/2022	18h00	Plataforma Zoom
K.V.	Msc. Kamile Vásquez Vargas.	Lic. Periodismo. Msc. Comunicación Institucional y Marketing Político. Experta en comunicación estratégica.	18/02/2022	20h00	Plataforma Zoom
J.C.	Dr. Jorge Washington Carvajal Gonzalez.	Lic. Ciencias Públicas y Sociales. Msc. Ciencias Jurídicas de la Administración de la Justicia. Gerente Propietario de Radio Guaranda 101.1 FM	16/02/2022	11h30	Correo electrónico.

Elaborado por: Dayana Iza

4.2.1. Análisis e interpretación de entrevistas

Tabla 9. Matriz de análisis e interpretación de entrevistas.

MSC. SANDRA PAREDES, MSC. KAMILE VÁSQUEZ, DR. JORGE CARVAJAL.		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
<p>1. ¿Cuál cree usted que es el rol de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?</p>	<p>S.P. La mujer juega un rol muy importante dentro de los medios de comunicación y la sociedad en general. En referencia al artículo científico “La mujer y su relación con los medios” de Rosa Franquet se señala que los orígenes de marginación a los que se ha enfrentado la mujer inician con la civilización, ya que se la ha encuadrado en ciertos estereotipos como el de la belleza o mujer abnegada en telenovelas. Históricamente la mujer nunca llegó a considerarse asalariada ya que no se valoraba el trabajo que realizan. Además, los medios daban mayor credibilidad al sexo masculino culpando incluso a la mujer de tergiversar la información.</p> <p>K.V. A nivel mundial apenas un 38% de comunicadoras cumplen con roles directivos y solo un 26% permanecen en áreas técnicas. Sin</p>	<p>El rol de la mujer se ha visto encasillada al espacio privado y del hogar. Su presencia en los medios de comunicación, por ende, en las plataformas de distribución de contenidos informativos es claramente escasa. Sin embargo, coinciden los especialistas que con el pasar del tiempo la mujer va teniendo más espacio en las plataformas mencionadas creando contenidos con perspectiva de género y demostrando su capacidad para desarrollarse en el campo de la comunicación.</p>

	<p>embargo, en los últimos años ha sido importante el rol y protagonismo de la mujer en las plataformas digitales ya que existen más de estos espacios hablando desde las voces de las mujeres con enfoque pluralistas y de comunidad. Por lo que es bueno mencionar que, actualmente existen medios que abarcan enfoques alternativos, comunitarios y agendas con perspectiva de género.</p> <p>J.C. El rol de la mujer en los medios de comunicación es contribuir con la sociedad a través del ejercicio de su profesión, antes se pensaba que la mujer solo podía desempeñarse en tareas del hogar o de manera privada, ahora la inserción de las mujeres en los medios ha permitido que se pueda demostrar su alta preparación y su capacidad para desarrollarse en el campo.</p>	
<p>2. ¿Cree usted que los espacios en las plataformas digitales de comunicación se desarrollan con equidad de género?</p>	<p>S.P. No, aún tenemos un camino por avanzar, ya que todavía los hombres ridiculizan abiertamente a los comentarios de las mujeres. En encabezados de las notas principales todavía se visibiliza discriminación a la mujer. Aún existe alto porcentaje de ponentes hombres que de mujeres</p>	<p>La mujer aún se enfrenta a la vulneración de sus derechos en los espacios comunicativos, sus aportes en contenidos de investigación u opinión son minoritarios. Paredes y Vásconez coinciden que aún no se ha logrado</p>

	<p>presentando una propuesta en la parte investigativa, lo que pasa también en las publicaciones.</p> <p>K.V. Aún no hemos llegado a la verdadera equidad de género, existe aún una profunda desigualdad en las prácticas periodísticas, ya que de los artículos de opinión que se redactan apenas un 4% son escritos por mujeres. Que los medios de comunicación tradicionales hayan migrado a lo digital y sigan como directivos los hombres, no va a cambiar esa realidad de desigualdad por lo menos en corto plazo.</p> <p>J.C. Considero que sí, los espacios en las plataformas digitales de comunicación si se desarrollan con equidad de género. Debido que, ya existen aportes interesantes en los últimos años en cuanto al empoderamiento y tratamiento del enfoque de género dentro de los espacios en las mencionadas plataformas.</p>	<p>superar la brecha de desigualdad en las prácticas periodísticas. Mientras que, Carvajal considera que sí existe equidad en las mismas.</p>
<p>3. ¿Por qué razón usted considera que existe mayor número de trabajadores de género masculino que de género</p>	<p>S.P. Todavía impera el machismo y en el caso de las mujeres aún no se han adueñado, interiorizado y desarrollado en la parte intelectual. Esto porque muchas mujeres en el contexto de la ciudad de</p>	<p>Paredes y Vásquez coinciden en que la diferencia en el número de hombres y mujeres que se desarrollan en las plataformas de distribución de contenidos</p>

<p>femenino en las plataformas digitales de comunicación?</p>	<p>Guaranda y la provincia Bolívar, las mujeres se comprometieron muy jóvenes y dejaron atrás el hecho de profesionalizarse, incluso se han visto en la necesidad de migrar. Los hombres en cambio se han preparado y empoderado más.</p> <p>K.V. El tema de desigualdad impone varios factores como el acceso a la educación, embarazo temprano, violencia, acoso y desigualdad salarial dentro de los medios, esto ocasionando que exista diferencia entre hombre y mujer que laboran en las plataformas de distribución de contenidos informativos.</p> <p>J.C. La diferencia en el número de comunicadores dentro de los espacios en las plataformas digitales depende el ámbito de ejercicio de la profesión en el que se desarrollen, en el caso de las mujeres si son presentadoras de noticias, de programas de farándula, de reporteras, etc.</p>	<p>informativos se debe a un factor de desigualdad y conjuga varios más como el acceso a la educación, desigualdad salarial, embarazo temprano, etc. Carvajal por su parte, agrega que esta diferencia entre hombre y mujer en las plataformas mencionadas depende al área comunicacional en el que se desarrollen.</p>
<p>4. ¿Considera que las plataformas digitales de comunicación contribuyen a la construcción de identidad de género?</p>	<p>S.P. En la ciudad de Guaranda existen organizaciones de mujeres que tratan de empoderar a la misma, por el contrario, existen medios de comunicación que no dan paso a la mujer, sino que tienen entre sus invitados a</p>	<p>Las plataformas de distribución de contenidos informativos son fuente que establecen estereotipos de género. Paredes y Vásconez concuerdan en que la figura del hombre se encuentra relacionado con</p>

	<p>varones. En este sentido, el foro de la mujer trata de incluir a estas dentro de las actividades de los medios, con el objetivo de darse a conocer y hacer extensivo lo que indica la ley en beneficio de las mujeres.</p> <p>K.V. A nivel nacional se visibiliza contenidos con enfoque de género, comunidad, espacios que hablan desde otras lógicas que posicionan a la mujer dentro del espacio público, ya que históricamente la mujer ha estado anclada al espacio privado o secundario es decir el hogar y cuidado de los hijos, mientras que la esfera pública y de poder ha estado vinculado a la figura masculina.</p> <p>J.G. Sí, los medios de comunicación representan un factor importante en el desarrollo de la sociedad por lo tanto las plataformas digitales de comunicación si han contribuido a la construcción de identidad de género. Actualmente, las características con los que se identificaba a hombre y mujer han cambiado por unos conceptos más igualitarios. Dando como resultado la mayor inserción de la mujer.</p>	<p>las esferas de poder y posturas políticas, mientras que la mujer se ubica en el espacio privado, es decir del hogar. Sin embargo, los tres especialistas coinciden que, con la presencia de organizaciones y nuevas formas de comunicación la mujer ha tomado mayor espacio en este campo.</p>
--	--	---

<p>5. ¿A qué cree usted que se debe la poca inserción de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?</p>	<p>S.P. La poca inserción de la mujer se debe a que aún no existe equidad de género, pues, por lo general se les da más importancia a varones. Además, algunas comunicadoras se han limitado por motivos salariales, ya que según investigaciones es notorio que hombres reciben mayor sueldo que las mujeres.</p> <p>K.V. Se debe tomar en cuenta que en Guaranda a pesar de que la mayoría de las estudiantes son mujeres las mismas son de otras ciudades y cuando acaban su carrera regresan a sus provincias. Además, por la falta de empleo dentro del campo del periodismo muy pocas mujeres al acabar la carrera se dedican a ejercerlo, por el tema salarial, siendo esto el factor principal.</p> <p>J.C. Los espacios de comunicación en las plataformas digitales han tomado una nueva concepción lo que ha permitido diversidad de contenidos en los que la mujer ha estado presente, por lo que considero que no es poca la inserción de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos.</p>	<p>La poca inserción de la mujer en las plataformas digitales de comunicación se debe a varios factores como la desigualdad de género o la falta de empleo. Las entrevistadas Paredes y Vásconez coinciden en que el principal factor es el tema de diferencia salarial. Aunque, el entrevistado Carvajal señala no considerar que exista pocas mujeres en los espacios comunicativos.</p>
--	--	--

<p>6. ¿Considera usted que las plataformas digitales de comunicación deberían incluir más a las mujeres para desenvolverse en sus espacios?</p>	<p>S.P. Es necesario mencionar que nos encontramos en otra era, viviendo con nueva tecnología y atravesando cambios por lo que, actualmente la mujer se está involucrando más en los espacios de comunicación, preparándose y queriendo ser más profesionales. Se debería transformar la reforma de comunicación, que exista el pronunciamiento de la Asamblea en la que se establezca que exista un porcentaje determinado de periodistas varones y mujeres trabajando en los medios.</p> <p>K.V Es necesario mencionar que las plataformas de comunicación con un enfoque de comunidad tienen un análisis más amplio, por tanto, es importante generar más de estos espacios con discursos y contenidos que sobre todo incluya mucho más a las mujeres y que las mismas seamos quienes abanderemos más medios con enfoque de género y medios de investigación periodística hechos por y para mujeres.</p> <p>J.G. La mujer ha logrado crear sus propios espacios comunicativos debido a las ventajas que ofrece la era digital y con esto los medios de comunicación han creado un nuevo panorama para que las y los</p>	<p>El criterio de los especialistas es unificado ya que consideran que la convergencia digital ha dado como resultado la transformación de los espacios de comunicación logrando con esto reformar sus agendas por ello, con el establecimiento de las plataformas de distribución de contenidos informativos la mujer se ve más involucrada en el campo de la comunicación, generando espacios pluralistas de análisis y comunidad.</p>
--	--	--

	comunicadores puedan desarrollarse, por tanto, considero que si existe igualdad de género en este campo.	
7. ¿Cuál cree usted que es la actividad más frecuente que desempeña la mujer en las plataformas digitales de comunicación?	<p>S.P. En Guaranda la mujer se desarrolla especialmente en programas de entretenimiento, de concurso y es muy poca la presencia de la mujer en manejo de cámaras, ya que la fuerza de este tipo de labores se les asocia a los hombres. Además, se piensa que la periodista, es la maestra de ceremonias que debe usar la minifalda y que no tiene un conocimiento más profundo como los hombres.</p> <p>K.V. Es necesario mencionar, que en la mayoría de los medios en Guaranda los dueños son hombres. Los medios tradicionales que ahora se han convertido en plataformas de distribución de contenidos informativos las mujeres están más enfocadas en la parte del entretenimiento o un poco en los deportes, pero en periodismo de investigación, opinión o política sigue predominando la presencia masculina.</p> <p>J.G. Es notorio que la actividad más frecuente que realizan las mujeres en los espacios de</p>	Los especialistas comparten que en el cantón Guaranda la mujer se desarrolla mayormente en espacios de entretenimiento, presentadoras de noticias, espectáculos y maestras de ceremonia. Su presencia aún es minoritaria en el periodismo de investigación, política u opinión debido a que en estos aún predomina la figura masculina.

	<p>comunicación es como presentadora de noticias. Sin embargo, ya existen más programaciones en el que la mujer participa, por tanto, su presencia se ve cada vez más en otros segmentos incluso de perspectiva de género.</p>	
<p>8. ¿Considera que existe desigualdad de género en la imagen del hombre y de la mujer comunicadores que nos presentan las plataformas digitales de comunicación?</p>	<p>S.P. Esta desigualdad tiene ver con nuestro contexto, ya que en medios internacionales se ve que las mujeres están incursionando más, están cambiando y demostrando que ya estamos en el siglo XXI.</p> <p>K.V. Los medios tradicionalmente han encajado a la mujer en los espacios de entretenimiento o la ubican como la figura bonita de los deportes, ya que la mujer siempre ha estado vinculada a ese contexto de la codificación del cuerpo, de ser la figura decorativa pero no a ser la figura representativa o de liderazgo frente a estos contenidos de investigación o de política.</p> <p>J.G. Considero que el contexto dentro de las plataformas digitales de comunicación se ha ido transformando, por tanto, la imagen de hombre y mujer también. Haciendo referencia a las mujeres, es necesario mencionar que quienes se manejan</p>	<p>La imagen de la mujer se ha visto conceptualizada de distintas maneras. Paredes y Vásconez proyectan criterios semejantes mencionando que la mujer se ha visto como la figura decorativa en los medios de comunicación este concepto se ha extendido a las plataformas de distribución de contenidos informativos, por lo que asocian a la mujer a varios estereotipos sin lograr ser la representación de liderazgo. En un sentido más alentador los especialistas señalan, que con el avance del tiempo la mentalidad del ser humano también lo ha hecho, por lo que en medios internacionales la figura de la mujer se ha resignificado.</p>

	en las distintas plataformas de distribución de contenidos informativos son ejemplo de perseverancia y de inteligencia.	
9. ¿Considera que existen factores que contribuyan a la construcción de un periodismo con equidad de género?	<p>S.P. Que las mismas comunicadoras, periodistas también hablemos sobre nuestros derechos y cambiemos nuestro lenguaje. Saber que no estamos detrás sino “Junto a” mujer junto a un hombre, evitar usar palabras que animen al machismo, que nosotras construyamos una mejor imagen, capaces de participar en ponencias en las mismas condiciones que los hombres y estar capacitadas, preparadas, conocer sobre diferentes temas, dejar nosotras mismo de ponernos límites.</p> <p>K.V. Con la convergencia digital el panorama se establece más sencillo que antes, ya que este otorga la oportunidad de establecer nuestros propios contenidos y que la mujer tenga protagonismo para crear contenido con enfoque de género, contenidos amplios y dinámicos.</p> <p>J.G. La construcción de este periodismo será una labor de todos los comunicadores, para que a través de sus conocimientos se inicie a configurar contenidos pluralistas y agendas en los que exista</p>	<p>Paredes, Vásconez y Carvajal concuerdan en que los factores con los que se logre la construcción de un periodismo con equidad de género es que las comunicadoras deben apropiarse de los espacios de comunicación, abanderar contenidos de liderazgo, instituir medios pluralistas, abandonar las limitaciones y transformar el lenguaje de discriminación para con ello evitar la propagación de contenidos que perpetúen comportamientos de violencia de género. La web bosqueja un portal importante para esta transformación.</p>

	<p>equidad entre hombres y mujeres, así pues, se logre la construcción de un periodismo con equidad de género.</p>	
<p>10. ¿Qué impacto considera usted que genera la participación de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?</p>	<p>S.P. Gran impacto sin lugar a duda, ya que la audiencia se da cuenta que no solo tienen derecho a un informativo de primera mano de género masculino, que no solamente se debe vincular a la mujer a una telenovela o recetas de cocina, sino que se dan cuenta que la mujer es capaz de pensar y analizar, que no es la víctima sino también la informante, capaz de aportar sobre temas económicos, políticos o sociales. La mujer se ha convertido en una protagonista del cambio, dejando atrás el tiempo cuando la mujer estaba encuadrada en un solo rol.</p> <p>K.V. El impacto que genera es que ahora lo denunciamos, lo exponemos, la lucha feminista ha sido importante para que se visibilice prácticas desiguales y de abuso que experimentamos las mujeres dentro del ámbito periodístico. Exponer y contar las historias es necesario para que nos apoderemos de esos espacios y que más mujeres en un futuro quizás cercano seamos las que abanderemos los medios digitales y tratemos</p>	<p>El criterio de los especialistas es semejante cuando mencionan que la audiencia es un factor esencial para lograr la transformación, en este sentido el impacto que la mujer ha generado al verse más inmersa en las plataformas de distribución de contenidos informativos incentiva a que se la reconozca como protagonista del cambio. Añaden también, que en la actualidad se expone y debate temas de coyuntura con el fin de erradicar las prácticas de desigualdad y que se creen espacios desde la iniciativa y profundidad de la mujer.</p>

	<p>temas que comúnmente no se encuentran en los medios tradicionales, ya que no les beneficia tratar temas de violencia porque son los propios medios quienes perpetúan estos comportamientos a través de sus contenidos.</p> <p>J.G. La lucha de la mujer por su igualdad en distintos ámbitos de la sociedad han sido un gran avance para la transformación social. Dentro de los espacios de comunicación ha generado un impacto positivo, debido a que, han contribuido para la creación de nuevos segmentos en los que existe roles dentro de los medios de comunicación que son espacios para mujeres y con sus destrezas lo hacen muy bien.</p>	
--	--	--

Elaborado por: Dayana Iza

4.2.2. Historias de vida

Tabla 10. Datos generales de las entrevistadas

Entrevistada	Cargo que desempeña	Fecha	Hora	Modalidad
Msc. Verónica Ponce	Lic. Comunicación Social. Msc. Comunicación y Periodismo digital. Creadora del espacio con preceptiva de género “Entre líneas” de Radio Impacto 99.9 FM.	15/03/2022	17h00	Plataforma Zoom.
Lic. Jhoselin Peña Mora	Lic. Comunicación Social. Reportera y articulista del segmento “Nuestra gente” en el medio por internet “Así no más”.	17/03/2022	14h00	Plataforma Zoom.

Elaborado por: Dayana Iza

MSC. VERÓNICA PONCE

Disfruto leer y escribir, siempre he sentido amor por la comunicación, por esta razón, escogí una carrera universitaria que me permita desenvolverse en espacios comunicativos. Cuando me gradué, trabajé en un medio de comunicación donde las primeras indicaciones fueron “Trabajarás junto a un periodista al que deberás tener paciencia porque acostumbra a gritar e insultar” al no compartir con este criterio me desvinculé al poco tiempo.

Opté por desarrollarme en Comunicación Institucional, recuerdo que en una ocasión organicé un Congreso Médico Internacional y contrataron a una persona para maestro de ceremonias, con total desconocimiento de protocolos y relaciones públicas produjo varios desfases en los tiempos previstos, por dicho motivo recurrieron a mí, sin embargo, nunca recibí disculpas por desmerecer mi trabajo, aunque pareciera superficial, esa fue mi realidad. Recapitulo también el momento cuando en un debate con un servidor público recibí términos como “Haber Mamacita” lo que provocó en mí una profunda molestia.

Años después, retomé el campo del periodismo haciendo noticias en una plataforma digital de Guaranda, allí recuerdo, en una oportunidad al realizar una entrevista, nos reunimos camarógrafo, sonidista, dueño del canal, entrevistado y mi persona como entrevistadora, única mujer y titulada, cuando el entrevistado saludó a todos diciendo: “licenciados, buenos días” y al acercarse a mí expresó: “niña, buenos días”, debo aclarar que a mí el título no me describe, sino las actividades que realizo todos los días, sin embargo, en estos espacios en el que existe desigualdad hay que saber alzar la voz.

Actualmente, puedo desarrollar mis actividades periodísticas en un medio de comunicación que respalda mi trabajo, aquí me cuestioné ¿Cuántos son los programas de mujeres que existen en Guaranda? realmente ninguno, por lo que al enfrentar una realidad donde las mujeres tenemos poca voz me propuse crear un espacio para mujeres al que llamé “Entre líneas, donde tú tienes la palabra”. Sin embargo, desarrollar este espacio ha resultado bastante complejo, debido a que tristemente son pocas las mujeres que quieran exponer y hacer suyo este espacio de comunicación por lo que no he logrado incrementar más días de programación.

Ser periodista es ser confrontativa, lastimosamente no siempre las mujeres tenemos fuerza para soportar las adversidades provenientes de una sociedad machista que critica terriblemente a cualquiera que preste su rostro para salir en medios y más aún si aquella persona tiene el atrevimiento de ser mujer. Recuerdo todos los años en los que fui objeto de abuso en los que agaché la cabeza y me sentí avergonzada por actos violentos, pues, para la sociedad resultamos ser las culpables, por ende, objetos de este tipo de comentarios.

Estas experiencias han formulado la interrogante ¿Qué hay detrás de esta inequidad? La respuesta es que a las mujeres desde pequeñas nos han enseñado a ser obedientes, buenas y a no responder, lo cual ha influido mucho en nuestra formación y ha limitado el desenvolvimiento seguro de nuestras habilidades. Creo que como mujeres tristemente nos vemos expuestas a propuestas incómodas para obtener una oportunidad y en algún momento nos hemos visto vulneradas en nuestra seguridad personal. Yo al igual que todas he sido víctima de varios tipos de violencia y acoso en mayor o menor medida.

Por tal razón, recomiendo que las mujeres debemos leer, prepararnos e informarnos para reconocer situaciones en las que estamos siendo vulneradas. Lucho por mis derechos y no quiero ser más que nadie, solo quiero que me traten igual. Para esto, genero espacios para que las mujeres seamos escuchadas y se conozca nuestras diarias batallas.

LIC. JHOSELIN PEÑA MORA.

Desde muy pequeña me llamó la atención el tema de las letras, escribir y producir, por lo que me formé profesionalmente en la carrera de Comunicación Social. En la Universidad tuve la grata oportunidad de contar con excelentes catedráticos, he disfrutado de agradables aprendizajes y experiencias, tuve la oportunidad de realizar prácticas preprofesionales en Riobamba y actualmente trabajo en el medio por internet “Así no más”. A partir de mi experiencia en los espacios de comunicación puedo reconocer que es complejo visibilizar el rol de la mujer en los mismos, incluso la profesión como tal aún es bastante escasa y en Guaranda sigue siendo muy difícil encontrar a mujeres que se dediquen hacer investigación u otro tipo de contenidos que no sea música o entretenimiento. Cuando cubro notas en eventos de gran magnitud no encuentro alguna

representación de la mujer, lo que resulta intimidante, pues la sociedad patriarcal ha implementado pensamientos en el que el hombre tiene más credibilidad.

Personalmente me gusta mucho el tema de producción y estar tras cámaras, sin embargo, estos espacios se ven más asociados a los varones por temas de fuerza, no obstante, creo firmemente que el ser mujeres no nos impide participar también en dichas actividades. Por tanto, considero que como mujeres podemos dar a la sociedad una imagen de que nosotros somos capaces de trabajar en producción, levantar una cámara e ir solas hacer una nota. Esta transformación depende en gran parte del valor que tomemos las comunicadoras por arriesgarnos y reconocer que tenemos las mismas condiciones y capacidades para hacer todo lo que deseemos.

Aunque, si debo mencionar que aún existen situaciones incómodas para las mujeres, en mi carrera universitaria enfrenté varias de estas, así mismo, cuando realicé mis prácticas, debía vestir formal y maquillarme, lo cual hizo que recibiera miradas de morbo e intimidación más aún cuando las mujeres éramos minoría. Recuerdo cuando en una ocasión en la que fui con mi compañera a cubrir una nota informativa acerca de un hecho delictivo en el mercado de la ciudad de Guaranda, al llegar recibí comentarios como “ustedes por qué están aquí” “no hay otra persona que cubra esto” comentarios que considero limitantes para el buen ejercicio de la profesión.

Considero que la desigualdad de hombre y mujer en los medios de comunicación en Guaranda ha sido porque nos hemos acostumbrado a ver solo figuras masculinas en cualquier escenario. Conocí un caso, en el que mi compañera trabajaba en temas de investigación para una revista digital en que la acogida e interacción a sus investigaciones no eran de tal magnitud como la de otros comunicadores.

Por otro lado, es importante mencionar que en mi entorno laboral actual cuento con la grata colaboración de un comunicador que me acompaña a la realización de notas informativas, debido a que, conoce la reacción de los demás compañeros, además, la sociedad nos exige ir acompañadas para evitar sufrir algún tipo de violencia. Debo reconocer que, las adversidades y oportunidades que he tenido de sumergirme a la comunicación han permitido que tome experiencia y aprenda a lidiar con estas situaciones.

Por ello, aconsejo que como mujeres no nos limitemos, por el contrario, mostremos nuestras habilidades por medio de nuestro trabajo, debido a que la única forma de ganar espacio y credibilidad para surgir es trabajar. En mi caso desarrollarme en notas positivas me hace feliz, a razón de que el cariño a mi profesión me ha permitido ayudar a las demás personas. Por último, creo que todas las mujeres en la comunicación debemos tener confianza y arriesgarnos, pues, en un mundo masculinizado permanecer inmóvil no sirve, debemos apropiarnos del personaje de profesional y con nuestro trabajo sustentado por nuestro talento poder decir “soy mujer, pero también soy profesional.”

CAPÍTULO V

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Discusión de Resultados

Para el presente proyecto de investigación se elaboró distintas matrices con las que se logró el levantamiento de información en cuanto a plataformas de distribución de contenidos informativos existentes en Guaranda y el número de comunicadores que laboran en las mismas. Además, se usa la técnica de entrevista con los especialistas Msc. Sandra Paredes, Msc. Kamile Vásconez y Dr. Jorge Carvajal, además las historias de vida de Msc. Verónica Ponce y Lic. Jhoselin Peña, con la finalidad de dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación ¿De qué manera la mujer está presente en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda? Así pues, se obtiene los siguientes hallazgos.

La presencia de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda según el especialista Carvajal (correo electrónico, 16 de febrero de 2022) no es minoritaria, por el contrario, Paredes y Vásconez (vía zoom, 11-18 de febrero de 2022) señalan que si existe poca inserción de la mujer en estas plataformas. En el caso del rol que la mujer desempeña en los espacios comunicativos los especialistas comparten que se desenvuelve mayormente en contenidos musicales, que como muestran las estadísticas son el 41%, su presencia en roles directivos o en contenidos de género de opinión, farándula y deportivo es nulo 0%.

Sin embargo, este contexto toma nuevo sentido a partir de la convergencia digital que permite a las audiencias exigir nuevas formas de comunicación, como indican los especialistas Paredes, Vásconez y Carvajal la mujer logra desenvolverse cada vez más dentro de los espacios en las plataformas de distribución de contenidos informativos desde roles protagónicos y de liderazgo. Tal es el caso de Verónica Ponce, creadora del segmento “Entre Líneas, donde tú tienes la palabra” un espacio para mujeres con enfoque a distintos ámbitos de la sociedad.

En este sentido, reformular las agendas de estas plataformas representa un factor importante para superar la brecha de desigualdad de género en los espacios comunicativos. Debido a que “son los propios medios quienes perpetúan estos comportamientos de violencia a través de los contenidos, novelas, entretenimiento y demás.” (K. Vásconez, vía zoom, 18 de febrero de 2022) Estos medios de comunicación fueron denominados por los autores Adorno y Horkheimer como industrias culturales, por lo tanto, las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda conservan el concepto. No obstante, con la llegada de las nuevas tecnologías este concepto toma un nuevo sentido siendo que “La industria cultural contemporánea ya no

reduce a los consumidores a una posición meramente pasiva, de espectador, sino que fomenta su propia participación como usuario.” (Maiso, 2018, p.145)

Esta transformación de los usuarios contribuye para erradicar las prácticas de inequidad dentro de los espacios comunicativos, aunque, S. Paredes y K. Vásconez (vía zoom, 11-18 de febrero de 2022) enfatizan que la brecha de desigualdad de género en las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda aún no ha sido superada, aspecto que se proyecta en la diferencia de comunicadores hombres y mujeres que laboran en estas, de acuerdo con las estadísticas según el informe del Proyecto Global de Monitoreo de Medios (GMMP) en el que contribuyeron 14 países de Latinoamérica, entre ellos Ecuador se indica que en medios en internet existen “29% mujeres y 71% hombres, demostrando así que existe una gran brecha en la presencia y participación de mujeres y hombres en los medios.” (GMMP, 2015, p.15) de forma semejante en el cantón Guaranda se encuentra el 70% de comunicadores de género masculino y apenas el 30% de género femenino.

De este universo de comunicadoras en las mencionadas plataformas de Guaranda el 71% no son profesionales, por tal motivo los especialistas Paredes, Vásconez y Carvajal recomiendan que la mujer debe profesionalizarse, apropiarse de los espacios de comunicación y generar contenidos de liderazgo, sin embargo, crear estos espacios con perspectiva de género resulta complejo al no hallar mujeres que decidan exteriorizar su realidad, dado que, como indica la historia de vida de Verónica Ponce “tristemente no existen mujeres que quieran exponer y hacer suyo los espacios de comunicación” (V. Ponce, vía zoom, 15 de marzo de 2022).

A más de generar estos contenidos, es necesario también transformar el lenguaje con los que se perpetúa la violencia de género. Puesto que, Jhoselin Peña con su historia de vida indica haber recibido en el ejercicio de su profesión propuestas incómodas y comentarios intimidantes como “tú eres mujercita entonces deberías ser presentadora de noticias.” Por tanto, construir un periodismo con equidad de género significa enfrentar aquellos estereotipos que se proliferan por medio del lenguaje “de manera que, si modificamos nuestro lenguaje, podremos modificar los estereotipos transmitidos en los medios de comunicación.” (Asorey, 2018, p.36)

A sabiendas, que el lenguaje al igual que demás factores como mencionaba Williams a los sistemas de educación, comunicación y cultura, son los que han estereotipado el rol de la mujer, añadiendo a estos, la desigualdad de género, falta de empleo, diferencia salarial y situaciones de acoso. Por tanto, las comunicadoras se han enfrentado a lidiar diariamente a estos factores, “que configuran la brecha abismal de ser periodista mujer a periodista hombre.” (K. Vásconez, vía a zoom, 18 de febrero de 2022)

5.2. Conclusiones

- Tras el estudio de la corriente de pensamiento de Raymond Williams y Max Horkheimer se concluyó que las plataformas de distribución de contenidos informativos en Guaranda conservan el sentido de industrias culturales, debido a que en sus espacios la presencia de la mujer es minoritaria lo que provoca que la audiencia normalice la ausencia de esta. Además, su rol llega a ser interpretados a través de tendencias culturales que posicionan a la mujer a un espacio secundario.
- La presencia de la mujer en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda es minoritaria, específicamente del total de comunicadores la mujer ocupa el 30%. Además, el desempeño de su rol se proyecta mayormente en contenidos musicales con el 47%. Mientras que, en roles directivos, de opinión o deportivos no tiene ninguna representación 0%. Sin embargo, al analizar los criterios de los distintos expertos e historias de vida se resalta que con el avance del tiempo la mujer se ha convertido en protagonista del cambio, generadora de nuevos contenidos y su participación asciende en las mencionadas plataformas.
- En base a los resultados obtenidos a partir del estudio del presente proyecto de investigación se concluye que dichos hallazgos permiten la elaboración de un artículo científico, el cual mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación logra proyectar la manera en que la mujer participa en las plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda.

5.3. Recomendaciones

- Se recomienda a las plataformas de distribución de contenidos informativos del cantón Guaranda la reformulación de sus agendas en las que sus espacios comunicativos se desarrollen con equidad de género. Así mismo, que generen espacios de comunidad, contenidos con perspectiva de género y pluralistas que permitan la mayor inserción de las comunicadoras.

- Se recomienda a las comunicadoras en el cantón Guaranda abanderar contenidos con enfoque de género y liderazgo, abandonar las limitantes, ejercer periodismo de investigación y opinión, contribuir a la erradicación del lenguaje discriminatorio con el fin de evitar la difusión de contenidos que perpetúen comportamientos de violencia de género.

- Se recomienda a las distintas plataformas de distribución de contenidos informativos de Guaranda consideren los resultados expuestos en la presente investigación y el artículo científico elaborado con los datos más relevantes acerca del rol de la mujer en sus espacios informativos, para mejorar su desempeño y reforzar la responsabilidad social que poseen con la comunidad.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Artículo científico¹

EL ROL DE LA MUJER EN LAS PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE GUARANDA, ECUADOR 2021.

THE ROLE OF WOMEN IN THE INFORMATION CONTENT DISTRIBUTION PLATAFORMS OF GUARANDA, ECUADOR 2021

Resumen

La convergencia digital ha dado paso a que los medios de comunicación en el cantón Guaranda extiendan sus agendas a las plataformas de distribución de contenidos informativos, sin embargo, la presencia de la mujer en las mismas es minoritaria. Por tanto, con la finalidad de determinar el rol de la mujer en las mencionadas plataformas se realizó el levantamiento de información a través de varias matrices y la aplicación de entrevistas e historias de vida a diferentes especialistas, lo que proyectó como resultado que el 30% de mujeres laboran en estas plataformas y su actividad más frecuente es en contenidos musicales siendo el 41%. No obstante, se concluye que la mujer se ha convertido en protagonista del cambio al apropiarse de contenidos con enfoque de género.

Palabras Clave

Rol, mujer, plataformas, comunicación.

Abstract

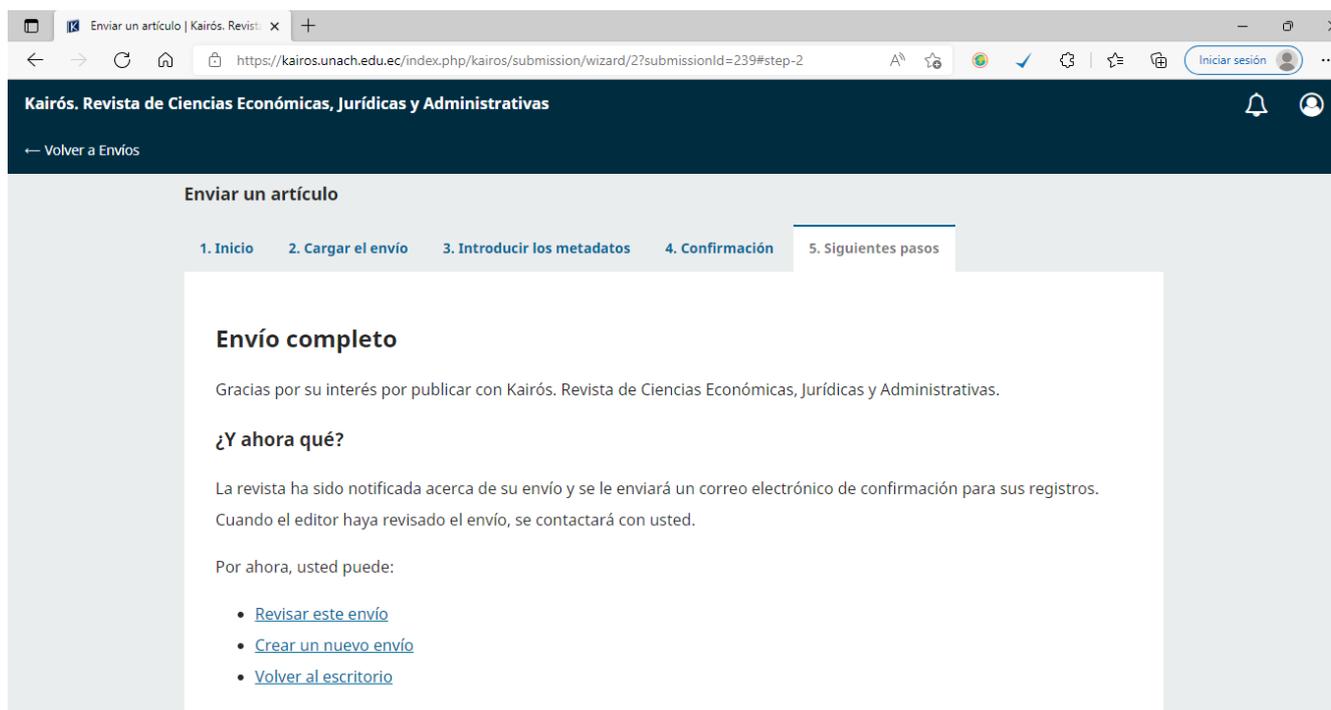
Digital convergence has given way to the media in Guaranda to extend their agendas to information content distribution platforms, however, the presence of women in them is a minority. Therefore, to determine the role of women in the platforms, information was collected through various matrices and the application of interviews and life stories to different specialists, which projected as a result that 30% of women work on these platforms and their most frequent activity is in musical content, being 41%. However, it is concluded that women have become protagonists of change by appropriating content with a gender focus.

Key Words

Role, women, platforms, communication.

¹El presente artículo científico fue recibido por la revista *Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas* el 24 de marzo de 2022.

6.2. ENVÍO DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://kairos.unach.edu.ec/index.php/kairos/submission/wizard/2?submissionId=239#step-2>. The page title is "Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas". The navigation bar includes a "Volver a Envíos" link and a "Inicio sesión" button. The main content area is titled "Enviar un artículo" and features a progress indicator with five steps: 1. Inicio, 2. Cargar el envío, 3. Introducir los metadatos, 4. Confirmación, and 5. Siguientes pasos. The fifth step is active, displaying the message "Envío completo".

Envío completo

Gracias por su interés por publicar con Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas.

¿Y ahora qué?

La revista ha sido notificada acerca de su envío y se le enviará un correo electrónico de confirmación para sus registros. Cuando el editor haya revisado el envío, se contactará con usted.

Por ahora, usted puede:

- [Revisar este envío](#)
- [Crear un nuevo envío](#)
- [Volver al escritorio](#)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arruz, J.S. (2019). *El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades*. Cultura, 33.
- Asorey, A. (2018). *El sexismo en el lenguaje. Medios de comunicación*. [Trabajo de grado, Universidad de Santiago de Compostela]. Recuperado el (26 de febrero de 2022) de <https://dspace.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/23538/Asorey%20Abelleira%20Ariadna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Avendaño, C., Arias, A., & Arias, M. (2018). *Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas*. Kepes.
- Baggiolini, K. (2019). *Convergencia digital y aprendizaje extendido*. Coordinación Editorial, 147.
- Basilio, R., Hernández, J., & Rodas, E. (2017). *Presencia de la mujer en los espacios informativos* [Trabajo de grado, Universidad Tecnológica de El Salvador]. Recuperado el (13 de septiembre de 2021) de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941000998.pdf>
- Bocchino, A. (2020). *Un verano con Raymond Williams*. CELEHIS. Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. Recuperado el (17 de noviembre de 2021) de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Chirino, O. (2020). *La violencia de género y los Medios de Comunicación Social*. Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico.
- Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2021). Listado de medios de Comunicación Social-Registro Público de Medios 2021. Obtenido de Consejo de comunicación. Recuperado el (25 de agosto de 2021) de https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/TABLA_DE_DATOS_GENERAL_30_06_2021.pdf
- Defensoría del Pueblo de Ecuador. (2020). *Violencia contra las mujeres del Ecuador*. Selección de ensayos. Universidad UTE. Quito, Ecuador.

- Fuchs, C. (2009). *Teoría Crítica de la Información, la comunicación, los medios y la tecnología*. Recuperado el (27 de agosto de 2021) de <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/teoria-critica-de-la-informacion>.
- García, A. (2019). *Adorno, Horkheimer y la industria cultural: La construcción de una crítica de la superestructura*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.
- Gómez, D. (2018). *Paradigma para la Teoría Crítica en la investigación en comunicación: la comunicación como contexto para la interacción*. Universidad Rey Juan Carlos.
- Groner, C., Muños, E., & Angulo, V. (2016). *La percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación social en Ecuador*. Quito, Ecuador: Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
- Honneth, A. (2015). *Crítica del poder: fases en la reflexión de una teoría crítica de la sociedad (Vol. 23)*. Antonio Machado Libros.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Estadísticas Violencia de género*. Recuperado el (8 de agosto de 2021) de INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/violencia-de-genero/>
- Maiso, J. (2018). *Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico*. Escritura e imagen, 14, 133.
- Marx, K. (1951). *La mujer y el Comunismo. Antología de los grandes textos del Marxismo*. París. Editions Sociales. Recuperado el (9 de agosto de 2021) de <https://kolectivoporoto.cl/wp-content/uploads/2015/11/Varios-La-mujer-y-el-comunismo.-Antolog%C3%ADa-de-Textos.pdf>
- Mojica Acevedo, E.C., Espinel Rubio, G. A., & Botero Montoya, L. H. (2019). *Historias de vida como método de investigación en Comunicación Social. El caso de mujeres periodistas en San José de Cúcuta (Colombia)*. Revista Latina de Comunicación Social, (74).
- Naciones Unidas. (2021). *Informe sobre tecnología e información. Subirse a la ola tecnológica*. Ginebra. Recuperado el (10 de noviembre de 2021) de https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020overview_es.pdf
- Peña, S., Lazkano, I., & Larrondo, A. (2019). *Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital*. Andamios, 16(40), 351-372.

- Piza Burgos, N. D., Amaiquema Márquez, F. A., & Beltrán Baquerizo, G. E. (2019). *Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas necesarias*. Conrado. 15 (70). 455-459.
- Proaño, A. (2019). *Análisis y difusión de las actividades de las comunicadoras sociales en medios de televisión de Guayaquil, 2018*. Universidad de Guayaquil.
- Proyecto Global de Monitoreo de Medios (2015) Ecuador. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Nacional. Recuperado el (26 de febrero de 2022) de https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Ecuador.pdf
- Ripoll, J., Torres, S., Valcárcel, I., & Yun, M. (2020). *El papel de la mujer en los medios de comunicación: diferencia de género*. [Entrada de Blog]. Recuperado el (09 de febrero de 2022) de <http://generaciondospuntocero.com/el-papel-de-la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion-diferencias-de-genero/>
- Rodríguez, J. (2019). *¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven?* [Entrada de blog]. Recuperado el (10 de noviembre de 2021) de <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- Romero-Rodríguez, L. M., & Rivera-Rongel, D. (2019). *La Comunicación en el Escenario Digital*.
- Samudio, M., Estrella, J., & López, S. (2021). *Los medios educan: análisis de estereotipos de género y la construcción de imaginarios sociales a través de un estudio de 15 años de la publicidad en el Ecuador*.
- Servicios de red e internet (13 de febrero de 2015). Servicios de Red e Internet_ASIR. Recuperado el (10 de septiembre de 2021) de <http://www.suarezdefigueroa.es/manuel/SRI/teoria.html>
- Soengas, X. (2018). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 40.
- Stra, S. M. (2018). *Memoria y Estudios Culturales: un acercamiento al relato sobre la propia historia de vida en Raymond Williams y Richard Hoggart*.
- Torres, M., Salazar, F., & Paz, K. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*. Recuperado el (17 de noviembre de 2021) de <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2817/1/M%c3%a9todos%20de%20recolecci%c3%b3n%20de%20datos%20para%20una%20investigaci%c3%b3n.pdf>

UTEL Blog (03 de diciembre de 2019). *Historia de los medios de comunicación*. [Entrada de blog]. Recuperado el (13 de septiembre de 2021) de <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

Vilain, M. (2021). *Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa*. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 189-199.

ANEXOS

Matrices usadas para el levantamiento de información.

N°1. Resumen de levantamiento de información

N°	Medio de comunicación	Representante legal	Clasificación	Servicio	Tipo de Medio	Plataformas virtuales					Comunicador	
						Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Página Web	Hombre	Mujer

N°2. Enlaces de las plataformas de distribución de contenidos informativos

N°	Medio de comunicación	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Página Web	Observaciones

N°3. Contenidos en los que participa la comunicadora

N°	Medio de comunicación	N° de comunicadoras	Contenidos									
			De opinión y discusión	Música	Farándula	Noticiero	Entrevista	Reportaje	Deportivo	Cultural	Perspectiva de género	
	TOTAL											

N°4. Matriz de información de entrevistados

Código	Entrevistado	Cargo que desempeña	Fecha	Hora	Modalidad

N°5. Matriz de información de entrevistadas en historias de vida

Entrevistado	Cargo que desempeña	Fecha	Hora	Modalidad

N°6 Matriz de análisis e interpretación de entrevistas

Entrevistados		
Pregunta	Respuesta	Análisis e interpretación

N°7 Cuestionarios para entrevista

Preguntas realizadas para entrevista a la especialista Msc. Sandra Paredes, periodista Msc. Kamile Vásconez y Dr. Jorge Carvajal. Gerente propietario de Radio Guaranda 101.1 FM.

1. ¿Cuál cree usted que es el rol de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?
2. ¿Cree usted que los espacios en las plataformas digitales de comunicación se desarrollan con equidad de género?
3. ¿Por qué razón usted considera que existe mayor número de trabajadores de género masculino que de género femenino en las plataformas digitales de comunicación?
4. ¿Considera que las plataformas digitales de comunicación contribuyen a la construcción de identidad de género?
5. ¿A qué cree usted que se debe la poca inserción de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?
6. ¿Considera usted que las plataformas digitales de comunicación deberían incluir más a las mujeres para desenvolverse en sus espacios?
7. ¿Cuál cree usted que es la actividad más frecuente que desempeña la mujer en las plataformas digitales de comunicación?
8. ¿Considera que existe desigualdad de género en la imagen del hombre y de la mujer comunicadores que nos presentan las plataformas digitales de comunicación?
9. ¿Considera que existen factores que contribuyan a la construcción de un periodismo con equidad de género?
10. ¿Qué impacto considera usted que genera la participación de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?

N°8 Cuestionario entrevista para historias de vida

Preguntas realizadas para historia de vida a las comunicadoras Msc. Verónica Ponce y Lic. Jhoselin Peña.

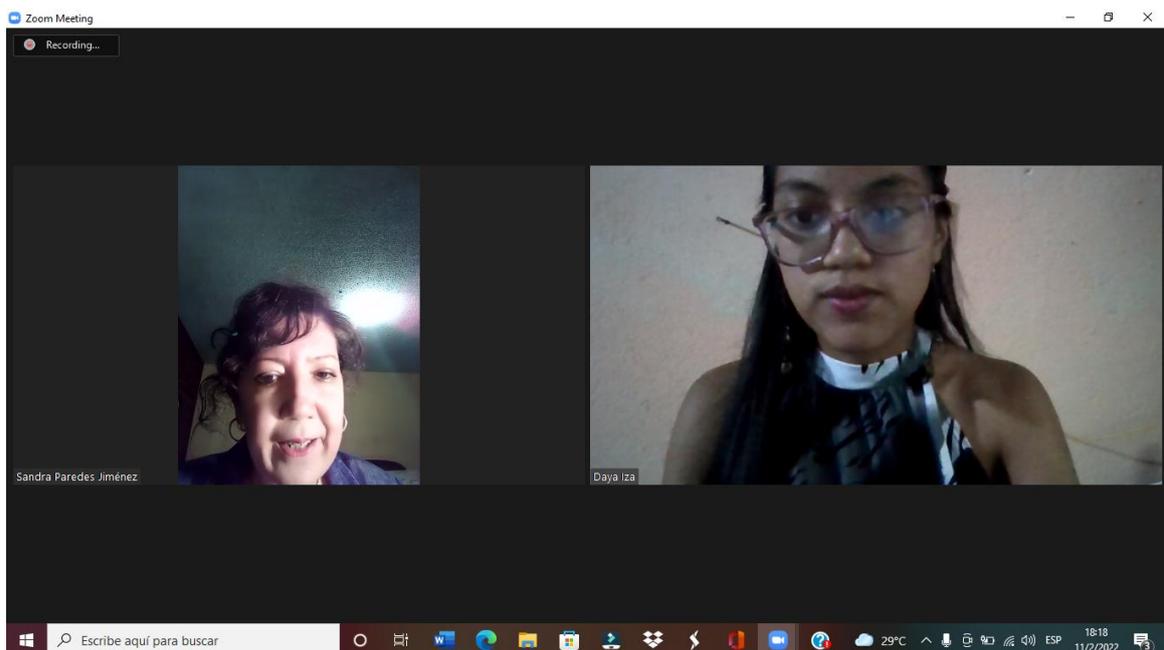
1. ¿Cuál cree usted que es el rol de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?
2. ¿Cuál cree usted que es la actividad más frecuente que desempeña la mujer en las plataformas digitales de comunicación?
3. ¿En qué momento inicia usted su carrera en el campo de la comunicación?
4. Siendo usted mujer y profesional de la comunicación ¿Qué tan arduo fue el camino para conseguir las metas que ha logrado en el ámbito del periodismo?
5. ¿Ha pasado usted por alguna situación incómoda dentro de los espacios de comunicación en los que se ha desarrollado?
6. ¿Considera que existe desigualdad de género en la imagen del hombre y de la mujer comunicadores que nos presentan las plataformas digitales de comunicación?
7. ¿Qué impacto considera usted que genera la participación de la mujer en las plataformas digitales de comunicación?

N°9 Entrevistas realizadas a través de la plataforma Zoom

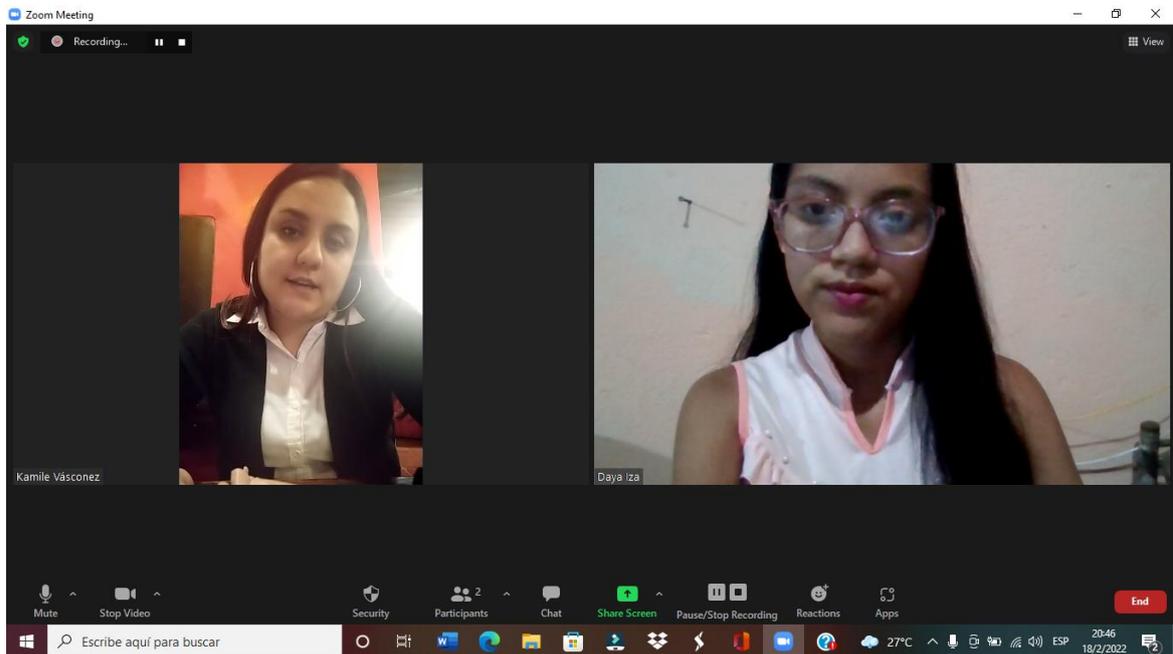
N°10. Entrevista con Msc. Sandra Paredes.

Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo.

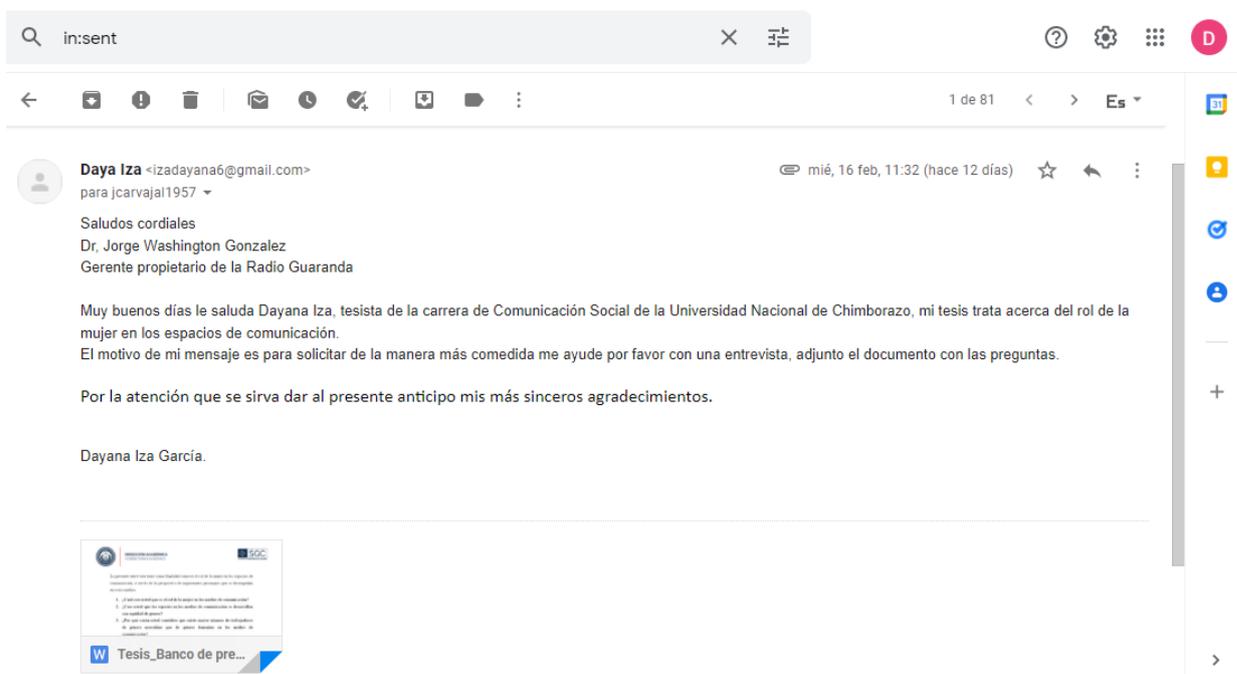
11/02/2022



N°11. Entrevista con Msc. Kamile Vásconez.
Periodista- Experta en Comunicación Estratégica
18/02/2022



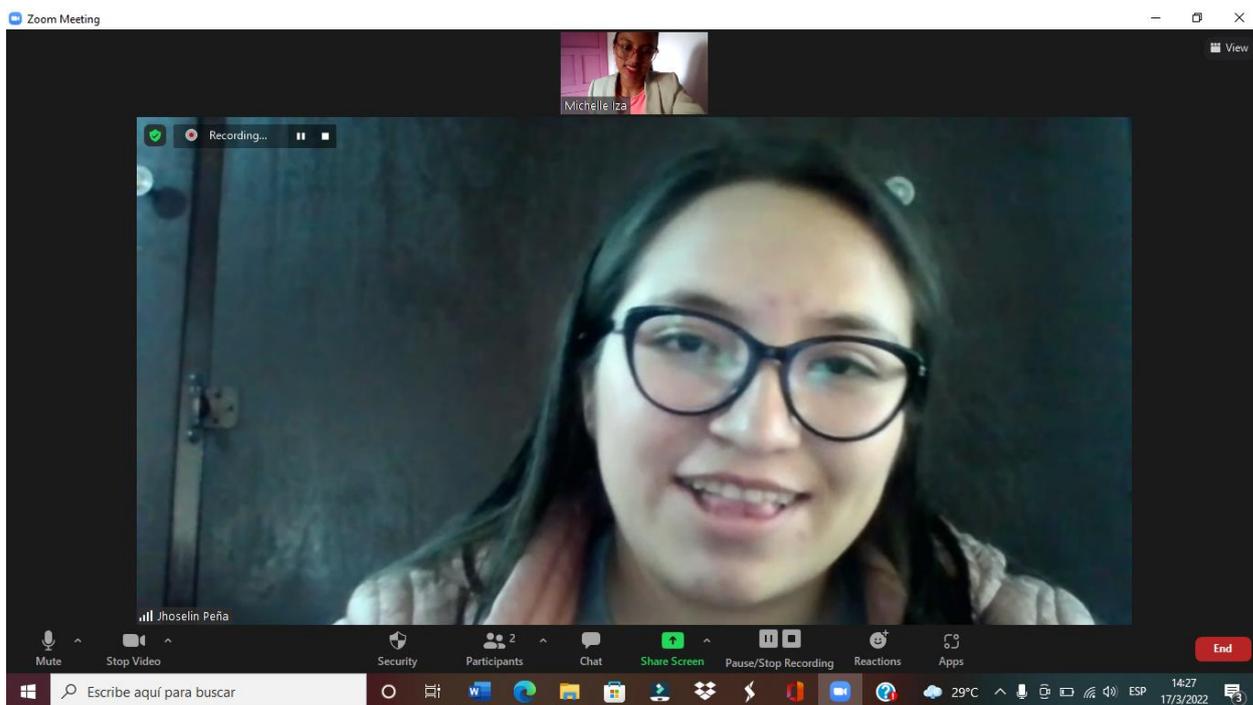
N°12. Entrevista con Dr. Jorge Washington Carvajal Gonzales
Gerente Propietario de Radio Guaranda 101.1 FM
16/02/2022



N°13. Entrevista con Msc. Verónica Ponce.
Comunicadora Social- Creadora de “Entre Líneas” en Radio Impacto 99,9 FM.
15/03/2022



N°14. Entrevista con Lic. Jhoselin Peña.
Comunicadora Social- Articulista en el segmento “Nuestra Gente” en el medio por internet “Así No Más”
17/03/2022



N°15. Visitas a los medios de comunicación del cantón Guaranda



