



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

**TEMA:**

**Diagnóstico de la violencia simbólica en las redes sociales: Facebook y Twitter de Diario La Hora y Cotopaxi Noticias; durante los meses de noviembre y diciembre del 2015 y enero del 2016.**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciadas en Comunicación Social.

**Autores:**

Achote Andy Cynthia Arazeli

Damacela Toapanta Evelyn Patricia

**Directora:**

MSc. Lic. Benalcázar Luna Magaly Lucia

**Latacunga-Ecuador**

Junio, 2016



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**DIAGNÓSTICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TWITTER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2015 Y ENERO DEL 2016**”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

-----  
Cynthia Arazeli Achote Andy  
150111131-2

-----  
Evelyn Patricia Damacela Toapanta  
050221088-3



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“DIAGNÓSTICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TWITTER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2015 Y ENERO DEL 2016”**, de **ACHOTE ANDY CYNTHIA ARAZELI Y, EVELYN PATRICIA DAMACELA TOAPANTA**, postulantes de la Carrera de Comunicación Social; considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes a ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

**Latacunga, Junio del 2016**

-----  
**Lcda. Benalcázar Luna Magaly Lucia**  
**171328376-8**  
**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: **ACHOTE ANDY CYNTHIA ARAZELI, DAMACELA TOAPANTA EVELYN PATRICIA**, con el título de tesis **DIAGNÓSTICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TWITTER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS; DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2015 Y ENERO DEL 2016**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Junio 2016

Para constancia firman:

.....  
**Lic. Ureña Ricardo**  
**175918169-4**  
**PRESIDENTE**

.....  
**Lic. Mullo Alex**  
**050184834-5**  
**MIEMBRO**

.....  
**Lic. Peñaherrera Verónica**  
**050256945-2**  
**OPOSITOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco en primer lugar a Dios, por ser mi guía espiritual en cada uno de mis pasos en camino a cumplir esta meta. También a mi madre y hermanos por aportar en mi vida académica tanto de forma económica como moral, sin dejarme vencer por ningún obstáculo.

A mis profesores que con su paciencia y esmero supieron compartir sus conocimientos conmigo, porque sé que cada una de sus enseñanzas será de mucha ayuda en mi vida profesional.

*Arazeli Achote*

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer de manera especial a Dios por la fuerza, sabiduría y protección que me ha dado durante el transcurso de mi carrera. A mi familia, que sin su apoyo tanto moral como económico no hubiera sido posible este logro; también a todos y cada uno de los docentes de la carrera, de manera especial a la Lic. Magaly Benalcázar nuestra directora de tesis quien con su experiencia supo dirigirnos de la mejor manera en la elaboración de nuestra tesis.

*Evelyn Damacela.*

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a mi familia, quienes comparten conmigo cada logro por más pequeño que sea. En especial se lo dedico a mi madre porque sin su apoyo, esfuerzo y dedicación no habría sido posible que yo pudiera culminar mi meta.

Este esfuerzo es totalmente de mi madre por esas noches de desvelo pensando en mis hermanos y en mí, en cómo hacer de nosotros personas de bien, profesionales con un buen corazón, con el pensamiento de servir y ser agradecidos siempre.

*Arazeli Achote*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi madre Blanca Toapanta, a mi hermana y hermanos quienes han estado conmigo brindándome su apoyo en todo momento. Estoy segura que sin la ayuda y sacrificio de estas personas que son muy especiales en mi vida no hubiese sido posible alcanzar este logro académico.

*Evelyn Damacela*



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tesis de grado	i
Autoría	ii
Aval del director de tesis	iii
Aprobación del Tribunal de Tesis	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vii
Índice	ix
Resumen	xi
Abstract	xiii
Aval de traducción	xv
Justificación	xiv
Introducción	xix
Capítulo I	1
1. Antecedente investigativo	1
1.1. Categorías fundamentales	4
1.2. Marco teórico	5
1.2.1. Medios de comunicación	6
1.2.1.1. Mass media	6
1.2.1.2. Medios tradicionales vs medios digitales	7
1.2.2. Discurso en redes sociales	10
1.2.2.1. Análisis de los mensajes	12
1.2.2.2. Discurso digital	14
1.2.3. Prejuicios, estereotipos y discriminación	16
1.2.4. Naturalización	18
1.2.5. Micromachismo	20
1.2.6. Violencia simbólica	22
1.2.7. Plataformas digitales	25
1.2.7.1. Nacimiento de las plataformas digitales	25
1.2.7.2. Uso de las plataformas digitales	26
1.2.7.3. Paneo del consumo por parte de los usuarios	28
1.2.8. Facebook y Twitter (redes sociales)	30
1.2.8.1. Antecedentes	30
1.2.8.2. Hábitos de consumo	33
1.2.8.3. Dinámica y funcionamiento de las plataformas virtuales	35
Capítulo II	38
1. Diseño metodológico	38
1.1. Tipo de investigación	38
1.1.1. Investigación bibliográfica	38
1.1.2. Investigación de campo	39

2. Métodos y técnicas -----	41
2.1. Metodología -----	41
2.2. Técnicas metodológicas -----	41
3. Análisis e interpretación de resultados-----	43
3.1. Caracterización del objeto de estudio de interpretación de resultados-----	43
3.1.1. Caracterización de Diario La Hora (medio tradicional) -----	44
3.1.2. Caracterización de Cotopaxi Noticias(medio on-line)-----	45
3.1.3. Caracterización Unidad Educativa Victoria Vásconez Cuvi-----	45
3.2. Variables -----	47
3.3. Entrevistas -----	53
3.3.1. Análisis de resultados: Entrevista al <i>community manager</i> Diario La Hora ----	53
3.3.2. Análisis de resultados: Entrevista al <i>community manager</i> Cotopaxi Noticias-	58
3.4. Análisis de los resultados de los grupos focales -----	62
3.4.1. Grupo focal 1 -----	62
3.4.1. Grupo focal 2 -----	65
3.5. Análisis de resultados: Análisis de contenido -----	82
Captura 1 -----	82
Captura 2 -----	83
Captura 3 -----	84
Captura 4 -----	85
Captura 5 -----	86
Captura 6 -----	87
Captura 7 -----	88
4. Conclusiones-----	89
5. Recomendaciones -----	91
Capitulo III-----	92
1.Diseño de la propuesta-----	92
3.1. Datos informativos -----	92
3.2. Justificación -----	93
3.3.Objetivos-----	934
3.4. Descripción de la propuesta -----	95
Manual de lenguaje incluyente-----	96
Bibliografía -----	105
Anexos-----	109



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TEMA:**

**“DIAGNÓSTICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TWITTER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2015 Y ENERO DEL 2016”.**

**Autoras:**

Cynthia Arazeli Achote Andy

Evelyn Patricia Damacela Toapanta

**RESUMEN**

El objetivo de esta investigación fue diagnosticar el conocimiento de violencia simbólica que existe en las redes sociales de: Cotopaxi Noticias (medio digital) y Diario La Hora (medio tradicional), mediante un análisis de las diferentes publicaciones que comparten los medios en sus cuentas, sean estos: notas periodísticas, imágenes o los más actuales “memes”. En donde, por medio de la propuesta se diseñó un manual de lenguaje incluyente para los comunicadores sociales que manejan redes sociales.

Con este análisis, se determinó que los *community manager* de los medios de comunicación antes mencionados conocen de la violencia simbólica, pero la naturalización de la misma ha provocado que algunos temas con este tipo de contenido sean tomados como algo normal; por otra parte, los medios no cuentan con líneas editoriales específicas que regularicen la cobertura y publicaciones con algún tipo de contenido violento, un ejemplo claro son las caricaturas.

Dentro de la metodología; el análisis de contenidos se realizó mediante una intensa indagación en Facebook y en Twitter, lo que permitió evidenciar la realidad de los contenidos publicados en sus redes sociales. Posteriormente a través de un proceso de recolección de datos conformado por entrevistas y grupos focales; se determinó que tanto audiencia como *community manager* reconocen este tipo de contenido violento, pero desconocen el término violencia simbólica, es decir, no lo toman como un problema.

**Palabras claves:** Redes sociales, Violencia simbólica, medios de comunicación, naturalización.



# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND HUMANISTIC SCIENCE

### SOCIAL COMMUNICATION MAJOR

**THEME: “DIAGNOSE OF THE SYMBOLIC VIOLENCE ON THE SOCIAL NETWORKS: FACEBOOK AND TWITTER IN “LA HORA” NEWSPAPER AND COTOPAXI NOTICIAS DURING THE MONTHS NOVEMBER AND DECEMBER 2015 AND JANUARY 2016.”**

#### **Authors:**

Cynthia Arazeli Achote Andy

Evelyn Patricia Damacela Toapanta

#### **ABSTRACT**

The aim of this research was to diagnose the knowledge of symbolic violence in the media such as: Cotopaxi Noticias (digital media) and “La Hora” Newspaper (traditional media), through an analysis of different publications that the media share in their social networks, which are journalistic notes, images or the most current “memes”. Where through the proposal the researchers could design an inclusive language manual for journalists who manage social networks. With this analysis it could determine that the *community manager* of the media mentioned before, know about the symbolic violence but the neutralization of it, have generated that many topics with this kind of content are taken as something normal. On the other hand, the media do not possess specific editorial lines which regularize the coverage and publications with some kind of violent content, a clear example be cartoons. Inside the methodology; the content analysis had been made through an intense inquiry on Facebook and Twitter, this research allowed to prove the reality of the content published in them social networks. And later through a data collection process conformed by surveys, focus, it could determine that also the audience and

*community manager* acknowledge this violent content but they do not know about the meaning of the words symbolic violence, it means that, they do not take care about it as a problem.

**Keys words:** Social Networks, Symbolic Violence, Medias, and Naturalization.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas, Humanísticas y del Hombre: **ACHOTE ANDY CYNTHIA ARAZELI, DAMACELA TOAPANTA EVELYN PATRICIA**; cuyo título versa **“DIAGNÓSTICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TWITTER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS DURANTE LO MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2015 Y ENERO DEL 2016”**, se realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Junio del 2016

Atentamente,

Lic. Nelson Guagchinga  
**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**  
C.C. 050324641-5

## JUSTIFICACIÓN

La violencia simbólica es un tipo de agresión que pasa desapercibida por la mayoría de las personas, debido a que se ha naturalizado; es decir, la hemos hecho parte de nuestra cotidianidad. Por tal motivo consideramos que el diagnóstico que se realizó a las publicaciones de las plataformas virtuales, en este caso Facebook y Twitter, de Diario La Hora y Cotopaxi Noticias, ayudará a determinar las diferentes manifestaciones de violencia simbólica en el contenido que se publique en estos dos medios de comunicación.

Al realizar una propuesta en este sentido, es importante visualizar la problemática de la violencia simbólica, abordando temas de discriminación como: de género, racial y de nacionalidad; lo que ayudará a promover la equidad y los criterios de inclusión y respeto en los contenidos que se difundan en las redes sociales.

Las tesis consideramos que el diagnóstico que se realice a las páginas sociales de Facebook y Twitter de Diario La Hora y de Cotopaxi Noticias, permitirá identificar los contenidos agresivos, asimismo permitirá visualizar las manifestaciones concretas de violencia simbólica, para poder tomarlas como ejemplo y así difundir la existencia de esta problemática.

De esta forma se contribuirá a disminuir el contenido en cuanto a violencia simbólica. Con base en los mensajes que se publican en los medios de comunicación seleccionados se podrá producir y promocionar discursos de inclusión y equidad en forma planificada. Además se podrá identificar contenidos con violencia sutil, aquella



que se comete de manera involuntaria debido a que estas prácticas agresivas-simbólicas están invisibilizadas, lo que facilita que se sigan reproduciendo apoyadas en la estructura naturalizada.

De acuerdo con la línea editorial que manejan los medios escogidos (Diario La Hora y Cotopaxi Noticias) se puede visualizar como priorizan la actualización e interacción que mantienen con su público, por lo que consideramos que deben disponer de una persona que reconozca el tema de la violencia simbólica para que se incorporen políticas que eviten la difusión de contenidos agresivos-simbólicos.

Consideramos que al identificar esta problemática, se visualizará la existencia de este problema y se hallará el camino para concienciar a los productores y directivos de los medios escogidos, para reducir este tipo de violencia y evitar que su público reproduzca prácticas y actitudes de la violencia simbólica en forma inadvertida.

Tomando en cuenta que “el uso de estos medios (redes sociales) se ha convertido para muchos usuarios en sustitutos de la conversación telefónica y de la correspondencia epistolar” (Delgado, 2009, p.5). Consideramos que las redes son una herramienta que ayudan a la difusión de todo tipo de contenidos, y es por esta razón el instrumento adecuado para aplicar las técnicas que permitan visibilizar la violencia simbólica.

Adicionalmente es necesario identificar los diferentes segmentos de público que forman parte de la audiencia de los medios analizados, para conocer sus necesidades de información y dinámicas sociales, para que de esta manera se puedan diseñar las mejores técnicas que permitirán señalar las manifestaciones de violencia simbólica,

para de esta manera contribuir con el medio en sentido que difunda contenidos que promuevan mensajes de inclusión y respeto de derechos.

De esta forma habrá una contribución en favor de garantizar el ejercicio de los valores, en donde se pueda promover una vida libre de violencia; fortaleciendo en la sociedad un sistema menos naturalizado, debido a que las personas tendrán una visión clara de la existencia de este tipo de agresión y así se obtendrá una perspectiva más amplia y generalizada de lo que es vivir de manera equitativa.

# INTRODUCCIÓN

Con la aparición de las plataformas digitales y los avances tecnológicos, los medios de comunicación han migrado también al mundo cibernético, pues gracias a las ventajas de fácil manipulación que estas ofrecen, gran parte de su audiencia se ha inclinado por hacer uso de este medio, siendo así que las redes sociales y algunas plataformas web se convirtieron en herramientas de comunicación, ya sea entre medio-audiencia, audiencia-medio.

Es conocido que en la actualidad varios de los medios de comunicación como son: radio, televisión y prensa, hacen uso de estas plataformas digitales como una herramienta clave para incrementar la audiencia, además les permite crear un vínculo más cercano, es decir, da lugar a la retroalimentación y al periodismo ciudadano. Se debe tomar en cuenta que la excesiva información que ofrecen las plataformas digitales en mucho de los casos no es difundida con responsabilidad y ya que nuestro trabajo se enfoca en la violencia simbólica es necesario que el usuario de estas redes sea responsable de la información que va a difundir a sus seguidores.

La violencia de los medios de comunicación en las redes sociales se puede decir que ha sido tomada como algo normal, de acuerdo a las imágenes que ofrecen los medios on-line como: escenas agresivas, muertes, discriminaciones; entre otras, es un proceso que toma el individuo como algo normal al momento de informarse dando lugar así a una violencia representada.

Todo esto tiene que ver con la violencia simbólica, que en muchos casos se desconoce de este tipo de agresión, por el mismo hecho que ha pasado a hacer algo más naturalizado en la sociedad y en la misma persona que manipula esta página. Influyendo de alguna manera en las normas sociales que tienen para construir la “realidad”.

En cuanto a los medios tradicionales tanto a nivel nacional como local, en el Ecuador en su mayoría hacen uso de las diferentes plataformas digitales, muchos de estos dedicándose netamente a noticias, sucesos que trascienden en el país, otros ofrecen información de hechos tanto locales como internacionales.

En este caso la propuesta de diagnosticar la violencia simbólica en las Redes Sociales: Facebook y Twitter de Diario La Hora (medio impreso) y Cotopaxi Noticias (medio on-line) tiene un fin específico que es identificar los diferentes segmentos de público que forman parte de la audiencia de estos medios, para conocer sus necesidades de información y dinámicas sociales.

De esta manera se podrá diseñar mejores técnicas que permitirán identificar las manifestaciones de violencia simbólica y así poder contribuir con el medio en el sentido que se difunda contenidos que promuevan mensajes de inclusión y respeto de derechos en favor de garantizar el ejercicio de los valores, en donde se pueda promover una vida libre de violencia; fortaleciendo en la sociedad un sistema menos naturalizado, debido a que las personas tendrán una visión clara de la existencia de este tipo de agresión y así se obtendrá una perspectiva más amplia y generalizada de lo que es vivir de manera equitativa.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Todo medio de comunicación sea este tradicional o digital siempre dependerá de la sociedad, tomando en cuenta que gracias a las personas se crean diferentes escenarios que ayudan a que la noticia trascienda.

Cabe recalcar que las personas cada vez se vuelven más exigentes en cuanto a los contenidos de noticias, por lo que a su vez esta misma sociedad es quien exige inmediatez en la información que reciben, como también veracidad de la misma.

Es por eso que los diferentes medios de comunicación tradicionales han optado por migrar a la nueva era digital, lo que facilita que su público objetivo también llegue a incrementarse, ayudando así a que la comunicación se globalice gracias a las ventajas que ofrecen las diferentes plataformas digitales.

Según el autor Vilá, e. (2000, marzo). Manifiesta que “uno de los retos del siglo XXI, será el de la protección y adecuada gestión de los derechos que incorporan las creaciones intelectuales, especialmente cuando se integran en redes y sistemas digitales de comunicación” (p.1).

Con el incremento de la web 2.0 tanto los medios de comunicación como la sociedad comienzan a plantearse nuevos retos que ayuden al desarrollo de la propiedad intelectual creando así una dinámica virtual en cuanto a la comunicación. Esto a su vez da paso a la retroalimentación entre público y medio, ya que tanto el emisor como el receptor estarían aportando con la información.

Actualmente la web 2.0 forma parte de la comunicación, es por eso que las empresas comunicacionales hacen uso de las mismas, por el hecho que estas plataformas digitales ofrecen una gama de ventajas como son: subir videos, imágenes acompañadas de texto, lo que permite al usuario de la red y al seguidor interactuar de diferente manera.

Refiriéndonos al contenido que se publica en las redes, se conoce que las publicaciones son más constantes, no solo en los medios de comunicación sino para quien sea que pueda acceder a un computador con internet; siendo esta una de las razones por la que en algunos casos se puede ver reflejado el uso inadecuado en cuanto al manejo de las diferentes plataformas digitales; hablando de la información que se publica, en algunos casos diríamos que existe cierto tipo de violencia o sexismo por así llamarlo.

Según Radl, R. (2011). Manifiesta que “la violencia no existe solamente como un hecho físico, verbal, psíquico y sexual, sino también como un hecho estructural que actúa a lo sumo de forma simbólica” (p. 4). En base a lo manifestado por Radl, la violencia simbólica abarca una serie de conceptos que están inmersos de manera

involuntaria en la sociedad, es decir, se encuentra estructurada cierta violencia de manera aceptada, tomando en cuenta que los medios de comunicación cuentan con un público objetivo que ayuda a que cierta agresión se disperse como algo verdadero.

Por otro lado:

En internet, las redes están llenas de información que criminaliza las identidades femeninas, lo mismo que las portadas de periódicos y revistas. Vemos ahí mensajes aleccionadores, como una extensión y reforzamiento del discurso patriarcal, que llegan a ser una forma de terrorismo sexista o de proclamas patriarcal-machistas. (Casanova, 2015, p.1).

De acuerdo al antecedente planteado se puede observar que la información difundida por parte de los medios de comunicación desde sus plataformas digitales no cuentan con un control adecuado en las noticias que se suben a estas redes, creyendo así que lo más importante en este caso vendría a ser aumentar el rating en cuanto a la audiencia.

Ante tal aspecto se cree necesario que tanto el medio de comunicación como los periodistas se exijan a sí mismos crear contenidos con mayor responsabilidad, comprometiéndose a crear en sus lectores un ambiente más sano en donde se puedan debatir temas económicos, políticos, es decir, sin afectar la susceptibilidad de ninguna persona.

## 1.1. Categorías Fundamentales

Para el desarrollo del respectivo trabajo investigativo, las tesisas planteamos las siguientes categorías:





## **1.2. Marco Teórico**

### ***1.2.1. Medios de Comunicación***

Actualmente las personas que buscan información recurren tanto a medios tradicionales como digitales, muchos aún recurren a informarse a través de los medios tradicionales (radio, prensa o televisión), pero también existe una gran parte que opta por los medios virtuales (redes sociales), asimismo, un alto porcentaje de medios de comunicación tradicionales hacen uso del internet, mediante versiones on-line de sus empresas como: periódicos digitales, canales de televisión o radios on-line. Aunque también existen medios de comunicación que transmiten directamente desde sus plataformas virtuales.

Adicionalmente los medios de comunicación han abierto espacios en redes sociales para ampliar así su área de difusión de contenidos. A todo esto, es importante conocer si quienes manejan estas plataformas son personas preparadas en periodismo o en la gestión y manejo de herramientas tecnológicas. La necesidad de discernir quienes llevan a cabo el manejo de las plataformas, se debe a que un periodista editará con criterio profesional y en coherencia con el perfil editorial del medio el contenido de sus notas, pero una persona que solo conozca del funcionamiento de las plataformas no tomará en cuenta los mensajes que se publiquen.

Los medios de comunicación son instituciones que se convierten en una de las fuentes con mayor credibilidad, lo que le permite dar y recibir información. Es por esto que más que cualquier otra institución debe cuidar lo que comparte con su

audiencia, para no herir susceptibilidades, la información debe contener: mensajes con valores, información real, contrastada y verificada.

#### **1.2.1.1. *Mass media***

“A lo largo del siglo XX se han considerado medios de comunicación social, *mass media*, a aquellos medios de comunicación e información que difunden de manera simultánea e indiscriminada a un público disperso”. (Delgado, 2009, pág. 1). Cuando aparecieron los primeros medios de esparcimiento de información no todos podían disponer de este sistema, pero con el pasar de los años y los avances tecnológicos la situación ha cambiado. La información puede llegar a múltiples lugares, sea a través de una radio, televisión, correo electrónico o libros.

En la actualidad; los libros, la tv, el cine, son pequeños contenedores de historia, siendo así elementos importantes para la sociedad. Además, son el ejemplo claro que la información tiene una forma muy versátil de llegar a las personas. Debido a esto son varios los conocimientos que prevalecen en la actualidad, haciendo que estereotipos o prácticas agresivas se hayan naturalizado en la cotidianidad de las personas.

Las tesis creemos que a pesar de la aceptación favorable que han tenido las redes sociales en la sociedad, los medios tradicionales conservarán su público, debido a que aún existe audiencia que mantiene la costumbre de ver la televisión o leer el periódico.

McLuhan (como se citó en Pérez, 2004) especifica que: la relevancia de los *media*; está en que ellos influyen decisivamente en la comprensión de nuestra época, y estudiarlos es, por tanto, estudiar al hombre. Es decir, al hablar de los *media* no se habla de un avance en la tecnología o en la forma como los *media* emiten su información, es más que todo la forma como el ser humano va cambiando; en su entorno, en su vida diaria y las adaptaciones que debe tomar con el caminar de los días.

#### ***1.2.1.2. Medios tradicionales vs Medios Digitales***

Los medios considerados tradicionales: televisión, prensa, y radio se convirtieron en herramientas fundamentales de información, debido a que llevan datos de acontecimientos sociales, políticos, económicos en todo momento de la vida del ser humano. Por tal motivo son elementos que forman parte de nuestra cotidianidad; tanto que estamos informados de forma directa o indirecta, es decir, directo cuando se recibe la información desde el medio de comunicación o indirecta cuando se informan a través de otro interlocutor.

En la actualidad la sociedad se ha vuelto más exigente, no solo recibe la noticia sino que también la contrasta o en otros casos contribuye con datos para los medios de comunicación. Las personas no se quedan con la información que reciben, son críticos e intentan obtener información por otros medios, para así obtener sus propias conclusiones.

Aquí es donde aparece en escena el internet, que permite a quienes tengan acceso a un computador con internet, buscar el tema que les interesa en otros medios de comunicación, ya sean estos tradicionales o modernos.

La aparición del internet en la vida del ser humano cambió la forma en que la información llega a las personas. “Con la introducción masiva de Internet como nuevo vehículo de comunicación de los diferentes medios de comunicación nace el interés por los estudios que tienen como objeto las empresas de comunicación o dicho vehículo de transmisión en sí.”(Franquet, Luzón y Ramajo, 2007, p.272). Los medios de comunicación tradicionales desde su aparición han sido uno de los motores principales de información del mundo, pero en la década de 1990, con la masificación del internet, muchos de ellos han migrado o abierto espacios paralelos en plataformas digitales tales como páginas web o las más recientes redes sociales.

“El alcance de internet y la posibilidad de acceder a la red en cualquier punto (ordenadores, teléfonos móviles...) hace que los medios más tradicionales (prensa, radio y TV) hayan decidido abrir versiones de sí mismas en los espacios digitales, lo que les ayuda en cierta medida a incrementar el alcance de su difusión” (Delgado, 2009, p.2) o recuperar audiencia que migra a los espacios digitales.

La sociedad se convierte en una audiencia más exigente, por lo que los medios tradicionales deben estar al nivel de lo que la sociedad exige. La instantaneidad y permanencia (leer o revisar cada vez que deseen) de la información son las ventajas

más grandes del internet, a esto se acopla que se puede adjuntar videos, audios, imágenes para complementar la información.

“La información de actualidad que ofrecen la prensa digital (se puede acceder a periódicos y revistas de todo el mundo)” (Delgado, 2009, p.4). En las plataformas virtuales es más global debido a que se puede conocer no solamente del ámbito local, además nos permite estar al tanto de los acontecimientos mundiales. “Las plataformas de internet permiten que la información (noticias, agenda de actos...) llegue siempre puntualmente y en muchos casos es posible contactar telemáticamente con los autores de los artículos” (Delgado, 2009, p.4).

El internet ha permitido que la información no se quede como un mensaje recibido, sino que hoy, las personas puedan también interactuar con quienes están detrás de un contenido de su interés, y contribuir con la información a los medios de comunicación, lo que se conoce como periodismo ciudadano.

Tomando en cuenta que el medio debe estar alerta de los posibles obstrutores de la información, en este caso los *trolls* quienes confunden a los usuarios debido a “que intenta trastornar una comunidad, siendo un foro, grupo de discusión, en una red social como Twitter, Facebook o comentarios de un blog; escribiendo mensajes sarcásticos, incendiarios, polémicos con el fin de lograr que los usuarios se enfrenten en una pelea o en el caso de un blog para que se vayan contra el autor de una anotación”.(Arcos, 2006).

Tanto los *trolls* como los *hackers* hacen que la información se distorsione, por lo que es importante que el medio se asegure de disponer de una página oficial, en la que pueda interactuar con su público, revisar mensajes o comentarios con contenido violento o agresivo, para que se realicen acciones inmediatamente disminuyendo posibles malos entendidos.

La popularización del uso de las redes alteró las lógicas de búsqueda, consumo e interacción en el ámbito de la comunicación e información; debido a que contribuyen (deliberadamente o no) a reproducir estructuras que son naturalizadas. Las redes sociales son plataformas en donde se puede encontrar contenido de cualquier tipo, siendo también compartido sin la necesidad de antes verificar lo que en ellos se postea.

### ***1.2.2. Discurso en redes sociales***

La tecnología digital ha puesto sobre la mesa el reto de desarrollar nuevos lenguajes informativos que permitan integrar adecuadamente tres códigos - texto, imagen y sonido (y quizás más en el futuro, como ya se ha dicho)- que, hasta ahora, por limitaciones tecnológicas, no había sido posible coordinar adecuadamente en un producto informativo único. (Cabrera, 2005, p.60)

Al ser una plataforma completa en cuanto a contenido con audio, video e imágenes, las redes sociales requieren mayor cuidado al momento de estructurar el mensaje que va a ser compartido; ya que se trata de medios que usualmente no tienen ninguna restricción en lo que comparten y a pesar que su contenido va dirigido a un público

específico, se escapa de sus manos conocer exactamente si son ellos los únicos que reciben y comparten la información; por lo que es importante que lo que se difunda tenga un contenido adecuado.

Manuel Campo (como se citó en Jódar 2009) reconoce cierto paralelismo entre el desarrollo histórico de los medios de comunicación y el progreso tecnológico, pues: todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración en la historia de la comunicación. Gracias a los avances tecnológicos la comunicación ha podido incursionar en varios espacios de la población, haciéndola incluyente debido a que hoy por hoy no solo se informan los que saben leer o quienes pueden ver o escuchar, sino que también llega a los sectores de la población que carece de estas capacidades.

La migración de los medios de comunicación a las redes sociales u otras plataformas, se debe a que se acoplan a las exigencias de la sociedad para así poder obtener y mantener audiencias. Pero al realizar esta migración también es imprescindible vigilar los mensajes que se transmiten a través de las redes sociales.

Las redes sociales no son exclusividad de los medios de comunicación, es decir, no solo ellos son quienes informan por estos medios; sino que es una herramienta que muchos segmentos de la población utilizan para difundir contenidos de interés personal o colectivo. Aquí no solo se informa, también se reclama, se responde, se comparte existe una retroalimentación entre las personas, quienes comparten y reciben información a través de estos medios.

### *1.2.2.1. Análisis de los mensajes*

Los mensajes que se difunden en los medios de comunicación tradicionales carecen de elementos como: audio, en el caso de la prensa; video, radio, y en la TV aunque tiene audio e imágenes, luego de verla no se puede disponer del contenido en cualquier momento. Las tesisistas consideramos que los medios tradicionales no desaparecerán debido a que cuentan con un público fiel, pero de igual manera se han visto en la necesidad de adaptarse a los cambios tecnológicos.

Negroponte (como se citó en Jódar 2009) dice que en un mundo digital, el medio no es el mensaje, sino una encarnación de éste. Un mensaje puede tener varias encarnaciones que derivan de manera automática de la misma información. Es decir, los mensajes que emite el medio son una representación de quien los formula; no directamente de la empresa. A pesar de las fuentes que lleva un contenido, no se puede asegurar que el mensaje llegue como originalmente se planeó, debido a que se debe tomar en cuenta que las interpretaciones también dependen de la audiencia a la que llega el mensaje y la forma como sea utilizada la información que reciben los grupos sociales.

Por su parte, para Núñez Ladeveze (como se citó en Moreno 2014):

El medio no sólo es un sistema de distribución de mensajes sino también un sistema de organización de mensajes, y la organización de mensajes preexistentes se convierte, a su vez, en un nuevo mensaje. Al organizar el mensaje el medio lo reelabora... lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría o modo de percibir, de interpretar. (p.534)



Si bien como periodistas se debe dejar la conclusión de la información al público, es ineludible que siempre habrá algo del profesional en los mensajes o información que se da a conocer. La forma de redactar una nota periodística no será la misma siempre, debido a que los medios tradicionales y los medios digitales tienen su propio estilo y dinámica.

Además se debe tomar en cuenta que la interpretación de las audiencias también es importante, para esto analizaremos como ejemplo una frase tomada de Honoré de Balzac: “El que puede gobernar a una mujer, puede gobernar una nación”.

Por un lado se entenderá que las mujeres son indomables, conflictivas u otras características que para algunas personas será denigrante para la mujer, además puede interpretarse que la mujer es un objeto de manipulación, que necesita tener quien la controle o gobierne, desde la perspectiva machista se convierte en un ser inferior para el hombre. Estereotipo que apoyado por la naturalización, se ha reproducido en cada generación; lo que para muchos es una frase cualquiera, para quienes conocen de la existencia de la violencia simbólica identificarán el mensaje sutilmente agresivo que está dentro de esta pequeña oración.

Cada persona optará por mantener un criterio propio, asimismo se debe tomar en cuenta que las interpretaciones personales cambian dependiendo del público al que llegue el contenido, también el contexto social. Por ejemplo ésta frase tendría un sentido de admiración para la mujer en la época del matriarcado haciéndola ver como un elemento principal de progreso, mientras que si nos ubicamos en los tiempos del

patriarcado esta frase deja ver a la mujer como un ser que está condenado a ser dominado por alguien más.

Un mensaje no tendrá la misma interpretación al llegar a los diferentes estratos sociales; existiendo tantos grupos sociales los medios de comunicación deben acoplarse a ellos (grupos sociales) para poder obtener su atención.

#### **1.2.2.2. *Discurso Digital***

“En relación al uso del lenguaje informático en las plataformas web y en los periódicos digitales en particular, la diferencia, radica en dos características de este nuevo contexto: (1) la existencia de una cantidad cada vez mayor de usuarios de la red informática en todo el mundo, y (2) esa gran cantidad de usuarios tiene acceso a una mayor cantidad de información” (Villasmil. Y, y Finol. J, 2009).

Según Marshall McLuhan (como se citó en Albarello 2011),

Toda nueva tecnología es interpretada desde los criterios y los moldes de la anterior. Es así que a la fotografía se le aplicaron las pautas de composición de la pintura, al cine en sus comienzos no se lo podía despegar de la concepción de escenario teatral, y también muchos de los contenidos de la radio se trasladaron casi inalterables a la naciente TV, a la que no pocos definieron como "una radio con imágenes". (P.1)

El contenido del discurso se ha acoplado a los avances de la tecnología y a su vez a las necesidades de la audiencia. Transformando discursos que eran propios de la prensa escrita, a la radiodifusión y de este medio a la televisión; cada uno con

características que permitan a los usuarios de estos medios comprender mejor el mensaje.

Bourdieu (como se citó en Gómez, Uribe, Ayala, Germán y Holguín 2011) considera que:

Los medios de comunicación ejercen una forma particularmente perniciosa de violencia simbólica y una de esas formas de reproducción es precisamente la que muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto con la realidad (Gómez et al.)

Basadas en las ideas de Bourdieu consideramos que los medios de comunicación se han convertido en la herramienta que masifica todo tipo de contenido, no exclusivamente la agresión, sino los estereotipos de género, raciales u otros imaginarios que en su mayoría crean una imagen negativa de los diferentes estratos de la sociedad, un ejemplo sería pensar que las personas que escuchan rock tienen una relación con los demonios o también lo más común, propagandas que hacen de la mujer un objeto para llamar la atención de su público, dándole en muchas ocasiones un significado sexual y cosificador a la figura de la mujer u otras características, que por el hecho de haberse naturalizado pasa desapercibido para el público que recibe esta información.

### ***1.2.3. Prejuicios, estereotipos y discriminación***

Estos términos particularmente se relacionan, por esto es importante discernir el concepto de cada uno. Ayudarán a tener una visión más amplia de lo que estamos queriendo dar a conocer.

El prejuicio no es solamente una declaración de opinión o de creencia, sino una actitud que incluye sentimientos tales como desprecio, disgusto o total repudio. El término “estereotipo” hace referencia a reproducciones mentales de la realidad sobre las cuales se generaliza acerca de miembros u objetos de algún grupo. (Casas, 2008, p.155)

Podríamos decir que los términos se parecen, pero en base a lo dicho por Casas, la diferencia principal de estos términos está que si hablamos de prejuicio estamos directamente haciendo referencia a sentimientos negativos hacia una persona; mientras que el estereotipo es el imaginario que se crea inmediatamente al oír de algo o alguien, sin necesidad de existir un sentimiento negativo hacia la persona o grupo de personas. Estas son nociones que ayudan a expandir las prácticas de violencia simbólica.

Los estereotipos son la referencia concreta sobre la cual se generan los juicios de valor; críticas sin previo conocimiento a una persona o grupo de personas. Se convierte en la primera imagen naturalizada que aparece en nuestra mente cuando nos hablan de determinada persona o grupo social.

Mientras que la discriminación es una forma de actuar o pensar en relación a otro ser humano o grupo de personas “relación en la cual existe desigualdad en el tratamiento que se brinda a otro ser humano impulsados los prejuicios de la sociedad” (González. 1999, p.80). La discriminación se convierte en la unificación de los términos de prejuicio y estereotipo, se podría decir que son los promotores de que la discriminación exista. Son estos pequeños detalles que en muchos casos no se los reconoce, se han hecho parte de la cotidianidad de las personas, por lo que creemos necesario visibilizar no por cuestión de crear polémica sino de ampliar los conocimientos de las personas en general.

Para Bonder (según se citó en Flores 2006) los estereotipos de género “constituyen las ideas que ha construido una sociedad sobre los comportamientos que deben tener las personas en relación a su sexo y que son transmitidas de generación en generación.”(p.10)

Los roles del género se ven limitados por estos conceptos debido a que hacen que la mujer se vea como un ser débil, mientras que el hombre es el fuerte; el que brindan protección y abrigo. Es así como las profesiones y otros temas en el ámbito del género se limitan por este tipo de pensamientos. Es esto una parte fundamental de la violencia de género, pues, al hablar de estereotipos nos referimos a una forma aceptada del papel que la mujer y el hombre deben desempeñar en su vida diaria.

#### ***1.2.4. Naturalización***

La naturalización de la violencia suele traducirse en expresiones populares que recogen la pauta cultural legitimadora (“la letra con sangre entra”, “una buena paliza a tiempo evita problemas”, “a las mujeres hay que tenerlas cortitas”, “aquí hace falta una mano dura”, etc.). De ese modo, las víctimas suelen quedar atrapadas en medio de un consenso social que les impide ser conscientes de sus derechos y del modo en que están siendo vulnerados. (Corsi, p.8)

Son varios los términos que se han creado con el pasar de los años y que se han ido quedando en la mente de los seres humanos que los asumen como términos naturales, es decir, que una vez naturalizada la violencia simbólica se vuelve imperceptible.

Hernández y Finol (2011) expresan lo siguiente:

La intención comunicativa se centra en la instauración de un proceso de significación de la muerte para integrarla al universo simbólico de lo cotidiano y transfigurar la violencia en otros escenarios en los que se confunden representación-realidad. La consecuencia es que se naturaliza la violencia, se inserta en el imaginario colectivo como una entidad de entendimiento y se la adscribe a un universo simbólico adulterado, asociado a nuevas significaciones culturales. Esto provoca una insensibilidad ante la violencia real o lo que Baudrillard llama anti representación. (p.106)

La violencia simbólica se asume como natural, cuando se trata de una construcción y/o convención social. A este proceso se lo conoce como naturalización, pero esto es en lo que se debe trabajar para romper esa limitación de la mente y evolucionar, transformando nuestra forma de pensar.

La descomposición referencial de la violencia se adhiere al espectador y a su deseo por pulsión escópica, por la eclosión del universo simbólico distorsionado. Quizás allí radique el verdadero peligro de esta micro sociología mediática: saciar las carencias políticas, culturales y sociales con un déficit de realidad de consecuencias insospechadas. (Fernandez y Finol, 2011, p.23)

En base a la cita consideramos que la sociedad no tiene claro el concepto de entretener e informar, por lo que relaciona estos conceptos con distracción, función que a su vez la mayoría de medios de comunicación sujeta a programas sensacionalistas.

Tomando hechos para llegar a su público a través de los sentimientos, pero aun así seguimos equivocados en contenidos, si bien es cierto el que tiene la última palabra es quien posee el poder de elegir el medio de comunicación de su preferencia, ¿qué hacer cuando en todos los medios el contenido es similar?

Podremos decir que la migración al internet es una opción diferente para informarnos, debido a que a través de este medio las personas pueden recibir información simultánea de todos los medios que ellos decidan seguir. Pero esto también implica mayor responsabilidad no solo por el medio sino por la persona que recibe la información. Por esto se debe trabajar para mejorar el contenido a ser transmitido, no solo en los medios tradicionales sino en el más moderno las redes sociales.

Hemos adoptado como naturales actos, situaciones o pensamientos que creemos toda la vida fueron y deben ser así, pero no abrimos nuestra mente para crear nuevas

formas de realizar tales hechos, vivimos en una cultura en la que repetir se ha hecho parte de nosotros. Es por esto que muchas sociedades siguen sin avanzar, sin desarrollarse; la naturalización no es un hecho que afecte exclusivamente a la persona; sino que como parte de una sociedad detiene el cambio y aumenta el retroceso social, cultural, tecnológico.

Otro campo de trabajo ha sido el de los medios de comunicación, por su doble poder de crear representaciones sociales y de reproducir el orden social hegemónico (Hall, 1981). El reproducir un orden hegemónico se facilita con los medios de comunicación, debido a que se lo considera una herramienta utilizada por los gobernantes para convencer al pueblo. Si bien la sociedad se ha transformado en entes con más preguntas que respuestas, aún no se han percatado que siguen siendo víctimas de dominio y que son ellos los cómplices de su opresión.

### **1.2.5. *Micromachismo***

El psicoterapeuta Luis Bonino conceptualiza al micromachismo (mM) de la siguiente manera:

Son ‘pequeños’ y cotidianos ejercicios del poder de dominio, comportamientos “suaves” o de ‘bajísima intensidad’ con las mujeres. Formas y modos, larvados y negados, de abuso e imposición de las propias ‘razones’, en la vida cotidiana, que permiten hacer lo que se quiere e impiden que ellas puedan hacerlo de igual modo. Son hábiles artes, comportamientos sutiles o insidiosos, reiterativos y casi invisibles que los varones ejecuten



permanentemente quizás no tanto para sojuzgar sino para oponerse al cambio femenino. (Bonino, 2008, p.95)

Aunque en general todo lo relacionado con el machismo tendrá que ver con la supuesta inferioridad de la mujer, es importante aclarar que para este trabajo el concepto se expande a la dominación en general, pues debemos recordar que existen grupos tradicionalmente excluidos o discriminados como: los grupos de Lesbianas, Gais, Bisexuales, Transexuales (LGBT) y grupos sociales como: migrantes, las personas afro descendientes e indígenas, personas de escasos recursos o sin instrucción académica.

El micro machismo es casi imperceptible, todos los actos de violencia que no son detectados se deben a la naturalización y a esa táctica tan sutil de dominar a la personas a través del micro machismo, que crea de forma imperceptible autocensura en actividades, ideas o pensamientos. “Probablemente sean las armas, trucos, tretas y trampas más frecuentes que los varones utilizan actualmente para obstaculizar la rebeldía femenina al rol social asignado y encasillarlas en él” (Bonino, 2008, p.95).

Si bien es cierto no son los hombre los únicos que practican este tipo de agresión, pero son la referencia principal para un mundo naturalizado. Las prácticas micro machistas que se desarrollan de forma involuntaria, se las considera algo innato del hombre, como lo dice Luis Bonino, es algo que está incorporado en ellos, son prácticas que forman parte de la violencia simbólica, no se las puede detectar fácilmente.

Al querer disminuir el micro machismo se desea reducir toda forma de violencia contra mujeres, hombres y diferentes grupos sociales. Esta clase de violencia expresa el miedo que tiene el ser dominante de que su persona cautiva progrese, teniendo resultados más favorables dentro de su mismo entorno, es decir, comportamientos micro machistas hacen que la persona siendo víctima de alguien más, se censure en realizar actos que sean de desarrollo personal.

### ***1.2.6. Violencia Simbólica***

Para el sociólogo Pierre Bourdieu (según se citó en Calderone 2004)

La violencia simbólica es esa coerción que se instituye por mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuándo sólo dispone para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de dominación, hacen que ésta se presente como natural. (p.1)

La violencia simbólica no es únicamente de género, también se presenta en otros ámbitos, por ejemplo en cuanto al racismo, cuando se dice: “es un día negro”, para dar a entender que no fue un buen día. De la misma manera existe una multiplicidad de expresiones, que mayormente en forma involuntaria, delatan posiciones excluyentes y discriminatorias respecto a los diferentes grupos de la sociedad.

Las practicas machistas son una expresión de la violencia simbólica en la que los estereotipos de género, desde la perspectiva patriarcal, marcan a la mujer como un ser inferior al hombre. Además el machismo crea una relación dominante que permite a

la persona machista plantear ideales a su favor, creando miedo en la otra persona para así cohibirla de cualquier acto de propia responsabilidad. Es así como se manifiesta la violencia simbólica creando sentimientos de opresión, inferioridad. La dominación que una persona ejerza sobre otra en torno a hacerle creer que su existencia es dependiente de alguien más; estas son manifestaciones de violencia o agresión, sin necesidad de que sea víctima de maltrato físico.

Los diferentes estilos lingüísticos que se aprenden durante la niñez, en la que los niños y las niñas se alinean más con los integrantes del mismo género, generan subculturas con normas independientes que no deberían ser consideradas como indicadores de inferioridad o superioridad. (Wood según se citó en Álvarez 2011, p.598)

Desde pequeños se promueve los estereotipos que las niñas deben jugar a las muñecas y los niños con el balón de fútbol, haciendo así que las diferencias entre grupos se creen. Dividiendo desde infantes a los grupos sociales por lo que se hace difícil romper esa idea equivocada del género.

También se debe tomar en cuenta que existen otros ambientes en donde se pueden adquirir estos imaginarios como son: las diferentes plataformas digitales (blogs, redes sociales, foros), programas de televisión, películas, medios de comunicación, entre otros, por medio de los cuales se difunden estos imaginarios.

Como tesis consideramos que uno de los ámbitos con mayor influencia para promover los estereotipos y prácticas de violencia simbólica son los medios de comunicación los cuales se convierten en un “espacio alternativo para comportamientos

violentos que al igual que en la sociedad, se reproducen y se aprenden, se sufren y se experimentan, dentro de lo que se ha denominado la cibernsiedad” (Serrano y Morales, según se citó en Serrano y Serrano 2013, p.129).

Los medios de comunicación ayudados por la aparición de las nuevas tecnologías facilitan que las prácticas agresivas sigan reproduciéndose y naturalizándose; es decir, que se convierten en acciones sin contenido violento, consideradas como tratos sutiles que forman parte de nuestro diario vivir, siendo así que continúan invisibilizadas, pues la sociedad tomó como normal al verlos expuestas en diferentes ambientes.

Ramspott (según se citó en Hernandz y Finol 2011) dice:

La violencia, tanto la que acontece en nuestra cotidianidad como la representada por los medios, contempla en la actualidad nuevas formas en su carácter tecnológico y simbólico, pero su instrumentalización como imaginario colectivo es un recurso antiguo que cobra particular fuerza en las sociedades de mayor desarrollo económico. (p.95)

Los avances tecnológicos son una de las herramientas que facilitan la transmisión de información, conocimientos y también la reproducción de estereotipos; estas son pautas de conducta que las sociedades plasman en sus costumbres y tradiciones, las cuales son aceptadas por las nuevas generaciones, una de las costumbres más implementada es la supuesta inferioridad de las mujeres ante los hombres, pero para esto son las estrategias de género que podrán mejorar la relación entre estos grupos sociales y así crear un ambiente equilibrado dentro de la lucha que aún existe entre géneros.

Según Fawcett e Isita (según se citó en Serrano y Serrano 2013):

La violencia simbólica es el ejercicio abusivo de la autoridad a través de instituciones legitimadas, con cuyo discurso dirigen el pensamiento de los individuos y comunidades. Entre esas instituciones están la iglesia, la escuela, la familia y partidos políticos; a las que hay que incorporar la Internet y las redes sociales que la constituyen, las que permiten que los individuos reproduzcan y amplíen los efectos de dicha violencia.(p.126).

Las prácticas de violencia simbólica están presentes en casi todas las actividades que realizamos, no necesariamente se expresa con golpes o palabras grotescas, pueden ser palabras muy sutiles o incluso miradas. Este tipo de violencia se transmite en discursos, diálogos, imágenes inclusive en la forma de pensar de cada ciudadano. La violencia simbólica se reproduce constantemente ante nuestros ojos de forma tan naturalizada que usualmente se mantiene oculta, operando soterradamente para muchos.

### ***1.2.7. Plataformas Digitales***

#### ***1.2.7.1. Nacimiento de las plataformas digitales***

Las plataformas digitales han contribuido al auge de la comunicación. En la actualidad varias son las empresas comunicacionales que hacen uso de estas herramientas virtuales, lo que ayuda a que se incremente el rating y el público objetivo de estas empresas, puesto que su audiencia también hace uso de estas plataformas.

En la década de los noventa existió una alteración profunda del sector audiovisual en su conjunto debido a dos fenómenos claros y evidentes que se retroalimentaban: la transformación de las organizaciones (empresas) y la intensificación del papel estratégico de las redes. (Pilati y Richeri, 2007, p.34).

En base a este concepto, las tesis afirmamos que las redes sociales tuvieron una acogida positiva en el mundo de la comunicación. Gracias a la intensificación tecnológica, la interacción comunicacional tanto institucional como social ha mejorado por el mismo hecho que la retroalimentación comienza a formar parte de una información veraz.

Por otro lado López (2010) afirma que “Hoy en día, la tecnología está transformando a los ciudadanos de consumidores pasivos de noticias producidas por profesionales a participantes activos que pueden componer su propio periodismo a partir de elementos dispares” (p.14).

De esta manera los medios de comunicación interactúan de forma directa con la tecnología, por el hecho que a diario se enfrentan con una audiencia que participa con el medio, ya que no solo recibe información sino también genera y contribuye con información para el medio; por lo que las redes sociales son una herramienta útil en la comunicación entre medio y audiencia, lo que ha logando una interrelación más efectiva con su público.

#### ***1.2.7.2. Uso de las plataformas digitales***

Una plataforma virtual flexible será aquella que permita adaptarse a las necesidades de las personas (borrar, ocultar, adaptar las distintas herramientas

que ofrece); intuitivo, si su interfaz es familiar y presenta una funcionalidad fácilmente reconocible y, por último, amigable, si es fácil de utilizar y ofrece una navegabilidad clara y homogénea en todas sus páginas. (Santoveña, 2002, p. 3).

De esta manera podemos ver que no se trata solo de incrementar plataformas digitales para los usuarios, sino que también hay que analizar la facilidad de manipulación que estas ofrecen. Como también es necesario que exista un análisis previo por parte del medio hacia el público objetivo al cual se están dirigiendo y cuáles son las adaptaciones que estos tienen frente a estos cambios digitales, tomando en cuenta que mientras más fácil sea la manipulación de estas herramientas mayor será el público que interactúe con las mismas.

Por otro lado Pardo (2009) define a las plataformas digitales como "una propuesta flexible, individualizada e interactiva, con el uso y combinación de diversos materiales, formatos y soportes de fácil e inmediata actualización" (p. 4).

De acuerdo a lo citado podemos decir que las distintas plataformas digitales son programadas que manipula el *community manager* de la empresa comunicacional, con el único fin de mejorar la comunicación con la sociedad en función de que exista una mejor información de los hechos suscitados. Y de esta manera poder crear una interacción tanto público como medio.

Bedoya (2007) define a las plataformas digitales como "la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico" (p. 6).

Las plataformas digitales en si ofrecen una interactividad entre medio y público. Y es así que la sociedad también tiene la oportunidad de ser protagonista de su propia noticia. Tomando en cuenta que el público tiene acceso a la información que ofrece los medios que utilizan estas plataformas on-line, puesto que mediante esto existe una amplia difusión de contenidos como también de información.

### ***1.2.7.3. Paneo del consumo por parte de los usuarios***

El fortalecimiento que ha tenido en los últimos años las plataformas digitales, entre ellas redes sociales ha logrado que la comunicación se masifique, de esta manera permite que el público participe creando noticias o simplemente dando opiniones de los hechos que suscitan tanto en su alrededor como en el mundo.

Por lo tanto el consumidor tiende a incrementarse, no solo por los beneficios que ofrece las plataformas digitales, sino porque también los aparatos tecnológicos se incrementan con algunas facilidades, estos dos avances van de la mano.

Es así que Castelló, A. (2013) afirma que “el usuario de redes sociales es cada vez más sofisticado, cuenta con más redes, más usos y más puntos de contacto” (p. 2).



Fig. 1. Evolución del uso de las redes sociales



De acuerdo a lo citado y a los resultados que arroja la Fig. 1., podemos observar como las redes sociales se sumergen en la vida de las personas gracias a la velocidad con la que se pueden informar sin importar en el lugar que ellos se encuentren. Las plataformas digitales en los últimos años se han convertido en canales principales para la información. Incrementándose así como estrategias importantes que permiten a los usuarios de estas plataformas digitales interactuar con la audiencia y al mismo tiempo haciéndolos partícipes de cada uno de los contenidos que se difundan a través de estos medios *on-line*.

## ***1.2.8. Facebook y Twitter (Redes Sociales)***

### ***1.2.8.1. Antecedentes***

En cuanto a las diferentes plataformas digitales:

El auge del uso de las redes sociales en el mundo desarrollado ha provocado que los medios de comunicación centren su interés en ellos. En el último año, los medios más importantes han creado su propia página en las redes más visitadas o bien han incluido la opción de que los usuarios compartan sus contenidos a través de las propias redes sociales. Esta nueva situación plantea no sólo un análisis básico de la repercusión que la aplicación de redes sociales puede suponer para los medios, sino también evaluar cuáles utilizan y con qué finalidad. (Parrondo, 2015, p. 1)

Tomando en cuenta que en la actualidad, la sociedad y la tecnología están en constantes cambios a los que se ven obligados a acoplarse; las redes sociales permiten la participación directa del público, generando espacios de socialización de los contenidos con los ciudadanos a través de los medios digitales. Sin embargo no se debe dejar de lado que existe una interferencia, imperceptible incluso para el medio, debido a que existen grupos que bloquean información, y crean perfiles falsos que generan información o recepción de información falsa.

Las redes sociales son el fenómeno comunicativo, quizás porque inciden en aquello que es esencial en el ser humano, el hecho de constituirse como ser principal que crea relaciones y comunidades que necesita interactuar con sus semejantes. En las redes sociales, las personas se informan, comunican y

expresan. Probablemente de ahí viene su éxito. (Veintimilla, C, & Chicaiza, P. 2012, p. 11)

Se debe tomar en cuenta que las redes sociales han sido aceptadas de manera positiva en la vida de las personas, debido a que se las considera como herramientas principales para comunicarse con varias partes del mundo, en su caso con todo el mundo. Este hecho hace que las redes sociales sean utilizadas cotidianamente y con regularidad se conviertan en una fuente de información.

Es así que los diferentes medios de comunicación se acoplan a estos nuevos espacios de interacción social, adoptando espacios que permitirán llegar a su público con una amplia información.

Según Pilati y Richiri afirman que “con la intensificación de las redes sociales, se modifica la dinámica de la comunicación, las nuevas tecnologías van desplazando a otras formas de intercambio social, aparecen nuevos productos, formas de remuneración, costumbres sociales y mercados” (p.34).

En cuanto a este concepto la relación que existe entre las redes sociales y los medios de comunicación es amplia, debido a que se convierte en una herramienta que relaciona todos los elementos que componen la naturaleza de las plataformas digitales y que acentúan su particularidad en el sistema comunicativo.

Las redes sociales permiten el mayor estudio de interactividad posible en la red. No sólo existe una comunicación bidireccional, sino múltiple, ya que en un mismo instante todas las personas conectadas a la red pueden escribir o

comentar los contenidos que suba un determinado usuario. (Bernal, 2009, p. 34)

Mediante esto se puede ver la interactividad que se da entre la audiencia y medio, gracias a los múltiples beneficios que nos ofrecen las redes; es así como el ser humano no necesita estar en contacto directo con la prensa, la televisión o la radio sino que mediante estas actualizaciones puede acudir a la información de manera instantánea en el momento que lo desee. Uno de los mecanismos es el conocido como *hashtag*, que permiten hacer seguimientos a temas específicos.

El *hashtag* es un término que se integró hace poco al vocabulario de la comunicación; es la unión de dos palabras en inglés: hash (almohadilla) y Tag (etiqueta), siendo representada por el símbolo (#), lo que permite esta “etiqueta” es encontrar más fácil y rápidamente un tema en específico o de gran relevancia, todo esto en las redes sociales:

Los medios de comunicación han entendido principalmente a las redes sociales como un medio de difusión y distribución. Este añadido corresponde a un proceso natural por parte de los medios, fomentado aún más en los procesos de convergencia en las redacciones y en la distribución multiplataforma, donde predomina el enfoque de la demanda del consumidor. Ahora, las audiencias activas se caracterizan por la fragmentación y la especialización. (Domingo, Salaverría, Cabrera y Aguado 2007, p. 80)

Con estos antecedentes, se puede observar que los medios de comunicación han introducido formatos participativos que facilitan la distribución de sus contenidos entre una comunidad determinada, donde se forman grupos unidos por su interés

particular en el medio, con el propósito de aumentar y mantener la audiencia por parte de sus lectores, oyentes o televidentes.

Por su parte afirma Castell, M. (2001) que: “El internet es un elemento aglutinador de toda la multimedia en donde el individuo interactúa, pregunta, critica o debate” (p. 15).

En este contexto, la presencia de los medios de comunicación en las diferentes plataformas digitales debe cumplir con ciertos requisitos básicos que permitan al visitante una interacción exitosa. Si la manipulación de estas redes sociales es de fácil acceso, mayor será el público que decida utilizar la comunicación on-line.

#### ***1.2.8.1 Hábitos De Consumo***

En cuanto a Facebook y Twitter:

La red social Facebook se está convirtiendo en una fuente de información en tiempo real imprescindible para los usuarios de internet. El usuario se ha vuelto más exigente en cuanto a solicitar frescura de contenidos, sobre todo para consultas relacionadas con acontecimientos actuales que ocurren en nuestro mundo. (Sico de Andrés, 2011, p. 168)

En base a esto podemos afirmar que las audiencias se vuelven cada día más exigentes, esperan obtener información que sea inmediata y sobre todo verificada con fuentes oficiales, por lo que es primordial que el medio se innove en estrategias que permitan cumplir las exigencias de su público y de esta manera mantenerlos como audiencia regular, elevando también su nivel de credibilidad, lo que establecerá más confianza en lo que el medio difunda.

Por otro lado afirma Monserrat, J. (2012) que “la consolidación de las redes sociales como modelo de comunicación masiva ha hecho que plataformas como Twitter crezcan cada día en usuarios de manera exponencial” (p. 116).

A través de lo citado las tesis consideramos que los medios de comunicación tienen la facilidad de incrementar su público objetivo cada día, tomando en cuenta que mayor es el avance de personas que utilizan las redes sociales como una manera más de informarse.

Castelló, A. (2013) afirma que “la red social que más consumidores tiene a nivel mundial es Facebook” (p.4)

**Fig. 3. Frecuencia de uso de redes sociales por cuota de tiempo**



Como se puede observar en la figura citada, según datos obtenidos en diciembre del 2015 Facebook encabeza la red social con más usuarios, seguida del canal de

YouTube y finalmente Twitter. Los usuarios prefieren utilizar estas tres plataformas digitales por la inmediatez de la información y por la interactividad que estas ofrecen.

Cada una de estas redes sociales permite a los usuarios comunicarse, buscar y seguir a determinados medios de comunicación que hacen uso de estas herramientas como también conocer lo que está sucediendo en forma inmediata en todo el mundo.

Según Castelló, A. (2013) “Las webs de los canales de televisión se convierten en una pantalla más para el consumo de contenidos, no sólo para contenidos ya emitidos, sino también para los contenidos en directo” (p. 6).

De acuerdo a lo citado, finalmente las tesis afirmamos que la participación de las personas en las plataformas virtuales es activa y frecuente, en donde gracias a la sociedad que es consumidora de esta información on-line es quien construye de manera tanto directa como indirecta la difusión de información, exigiendo de esta manera al medio de comunicación a interactuar con sus seguidores de manera simultánea.

#### ***1.2.8.2. Dinámica y funcionamiento de las plataformas virtuales***

Según Schiavo, (2001) de acuerdo a la dinámica y funcionamiento de las plataformas digitales manifiesta que “estas buscan crear un hábito en las personas, formas de percibir, actuar y pensar, en donde la conexión en el ámbito global y local a través de las aplicaciones de Red formen parte de la vida cotidiana” (p.34).

De acuerdo a las diferentes estrategias y facilidades que ofrecen las plataformas digitales, tanto los medios de comunicación como la sociedad, intentan inmiscuirse

en el mundo de la tecnología. De alguna u otra manera existe cierto dominio por parte de las redes sociales hacia las personas, gracias a la facilidad de manipular y a la inmediatez que existe en subir información a través de estas plataformas es que tanto la sociedad como el medio de comunicación buscan día a día estar involucrado en estos avances cibernéticos.

Según una investigación realizada por Medina, F. (2001) afirma que “en la actualidad, las plataformas virtuales controlan el 50% del mercado mundial, con más de 2,200 instituciones que utilizan esta plataforma en 79 países distintos” (p.43).

Las tesisistas consideramos que las plataformas digitales ofrecen una gama de beneficios a las personas o empresas que deseen hacer uso de estas herramientas, la facilidad con la que pueden acceder a la información es una de las tantas ventajas que resulta utilizar las plataformas.

Por otro lado García, A. (2007) señala que “Las plataformas digitales son usos tecnológicos de comunicación bidireccional (multidireccional), que puede ser masivo, basado en la acción sistemática y conjunta de recursos didácticos y el apoyo de una dirección o tutoría” (pág. 233).

Gracias a la revolución de las plataformas digitales la comunicación bidireccional se va desarrollando con rapidez, fomentando la retroalimentación y permitiendo así que se formen ciertos debates no solo con el medio sino que también con el resto de personas que se interesen por determinado tema coyuntural.



En base a lo citado consideramos que la dinámica de las plataformas digitales es crear una interrelación social, en donde la sociedad pueda informarse y a su vez sean ellos mismos quienes de alguna u otra manera exijan a los medios de comunicación a que exista efectividad e inmediatez en la noticia que se postee en las redes sociales.

Según Castelló, A. (2013) afirma que “gracias a las plataformas sociales que el usuario tiene a su disposición, el ciudadano ejerce de periodista, difundiendo todo aquello que sucede a su alrededor de manera inmediata, sencilla y utilizando elementos textuales y audiovisuales” (p. 8).

Finalmente cabe recalcar que la fácil accesibilidad que tienen las plataformas digitales ha permitido que sean herramientas conductoras de información, es decir, que personas se conviertan en “periodistas”; debido a que a través de estos medios comparten imágenes, videos u otros contenidos que en ciertos casos ayudan a forjar y a entender al periodismo de una manera más sencilla, siendo participes directos en cuanto a la difusión de la información creando así participación ciudadana.

## CAPÍTULO II

### **1. Diseño Metodológico**

Para el análisis se ha escogido un medio impreso, Diario la Hora; y un medio digital, Cotopaxi Noticias; específicamente se trabajará con las cuentas que manejan estos medios en Facebook y Twitter, lo que permitirá extrapolar situaciones más generales del contenido que se publica y así concienciar a quienes manejen redes sociales en otros medios de comunicación; para que a través de ellos la audiencia conozca alguna de las manifestaciones de violencia simbólica, así como también poder trabajar en la disminución de este problema social.

#### **1.1. Tipo de investigación**

##### ***1.1.1. Investigación bibliográfica.***

La presente investigación tiene como objetivo visibilizar la problemática que se encuentra inmersa en las cuentas de Facebook y Twitter que manejan los medios de comunicación, esto en referencia a contenidos con violencia simbólica. Para esto nos basamos en los criterios y conocimientos de diferentes autores que son expertos en estos temas.

De la misma manera acudimos a base de datos como: Redalyc.com, Scielo.com y libros descargados desde el internet, como también textos referentes al tema; todos estos con sus respectivas citas. Las diferentes fuentes bibliográficas con las que se trabajó ayudaron a que la investigación se desarrolle con éxito.

### ***1.1.2. Investigación de Campo.***

Se utilizó este tipo de investigación pues permitió ampliar los conocimientos en cuanto al tema. Se acudió a las instalaciones de Diario La Hora, Cotopaxi Noticias, así como también al Colegio Victoria Vascones Cuvi; en cada uno de ellos se pudo realizar tanto las entrevistas a los encargados de las redes sociales, como el desarrollo de los grupos focales con adolescentes entre diez y seis (16) a diez y ocho (18) años, asimismo con un determinado grupo de profesionales adultos comprendidos en la edad de treinta (30) a treinta y cinco (35) años de edad.

Cada una de las instituciones facilitó la información requerida, lo que permitió conocer más a fondo; cómo es la interacción del medio y su audiencia en cuanto a redes sociales, refiriéndonos a los medios de comunicación. En cuanto a los grupos focales, la predisposición de los participantes contribuyó a obtener información más verídica.

De la misma forma utilizamos los siguientes métodos:

**Inductivo:** Gracias a este método exploramos situaciones más generales del tipo de información que se publican en sus respectivas redes. Como también permitió

determinar ejemplos concretos de violencia simbólica que existe en estos medios, por lo que concluimos que la falta de conocimiento provoca que cierto tipo de violencia sea tomada como algo normal tanto en los medios de comunicación como en su público objetivo.

**Descriptivo:** La participación directa para obtener información permitió recolectar datos más precisos, es decir, detalles más específicos de las manifestaciones concretas en cuanto a nuestra investigación, para de esta manera poder plasmar los ejemplos en el manual como trabajo final.

## 2. Métodos y Técnicas

### 2.1. Metodología

Como ya se mencionó antes, los métodos utilizados en esta investigación fueron: método inductivo y método descriptivo; así como también, las técnicas en cuanto a entrevistas, grupos focales y análisis de contenidos.

### 2.2. Técnicas metodológicas

Las técnicas metodológicas que ayudaron en la recolección de datos fueron las siguientes:

- **Entrevistas:** fue aplicada en los dos medios de comunicación con la finalidad de generar información acerca de las variables de estudio.

Se llevó a cabo con las personas encargadas de manejar las redes sociales. En este caso: David Almeida y Luis Muñoz de Diario La Hora y Cotopaxi Noticias, respectivamente.

- **Grupos focales:** Esta técnica permitió producir información cualitativa, respecto a las manifestaciones de violencia simbólica en los medios analizados. La población con la que se trabajó fue distribuida en dos grupos etarios, en este caso la primera muestra estuvo constituida por jóvenes comprendidos en la edad de 16 a 18 años, debido a que son personas que

recurren con más frecuencia a las redes sociales, para estar informados y además por su vulnerabilidad a temas del momento.

El segundo grupo estuvo conformado por adultos desde los 30 a 35 años, debido a que en su mayoría son profesionales y se interesan por temas de trascendencia. Se escoge a estos dos grupos debido a que en su mayoría estos son los rangos de edad más sobresalientes entre los seguidores de las redes sociales de estos medios de comunicación.

- **Análisis de contenido:** Permitió visualizar el contenido, la distribución estética y la frecuencia de las publicaciones de los medios escogidos. Afín a la investigación se consideró que esta técnica era necesaria para poder ilustrar explícitamente la información que podría contener violencia simbólica.

Para lo que realizamos capturas de pantalla de las publicaciones posteadas en las respectivas cuentas de los medios: Cotopaxi Noticias y Diario La Hora; los días miércoles, viernes y domingos, en horario indefinido, debido a que los medios escogidos no tienen un horario determinado al momento de postear sus publicaciones, creemos que de esta manera no omitimos ninguna nota publicada en los días antes señalados. Y captamos la esencia editorial de cada medio.

### **3. Análisis e Interpretación de Resultados**

#### **3.1. *Caracterización del Objeto de Estudio de Interpretación de Resultados***

En este capítulo se da a conocer la metodología que se aplicó para la elaboración de la tesis. Es así que se realizó dos entrevistas: una al *community manager* de Diario la Hora y otra al CM de Cotopaxi Noticias; también se realizaron dos grupos focales conformados por adultos comprendidos en la edad de 30 a 35 años de edad, con un nivel de preparación superior. Se escogió a la Unidad Educativa Victoria Vascones Cuvi, con las alumnas del segundo de bachillerato en una edad promedio de 16 años, debido al nivel académico y reconocimiento social que tiene la institución en el ámbito local.

Finalmente se realizó el análisis de los contenidos, esto por medio de capturas de pantallas de las publicaciones en las cuentas de Facebook y Twitter de los respectivos medios analizados, en el período comprendido entre noviembre, diciembre del 2015 y enero del 2016. De esta manera se observó el tipo de información que suben a las redes sociales y el grado de responsabilidad informativa al que se someten dichos medios de comunicación, como también se determinó la edad promedio de las personas que se involucran con los medios de comunicación antes mencionados.

### ***3.1.1. Caracterización de Diario La Hora (medio tradicional)***

En la página de Facebook Diario La Hora se manifiesta como: “Un medio de comunicación liberal, laico, agnóstico e inclusivo y, por tanto, respetuoso y defensor de los Derechos Humanos. Nuestra actividad es la producción y venta de contenidos informativos.

Trabajamos con independencia editorial de los poderes político, económico, religioso, o de cualquier otra índole, que puedan influenciar en el libre y responsable ejercicio profesional del periodismo.

Defendemos, sobre todo, la libertad de expresión y opinión, clave para todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración de la Constitución.

Somos un periódico regionalizado, por lo que en sus páginas prevalecerá el interés colectivo, entregando un producto que recoja con fidelidad, honestidad y transparencia el acontecer de esas comunidades. Directivos, personal administrativo y periodistas están comprometidos con la sociedad.”

De esta manera se identificó que éste medio tradicional ha optado por migrar con su información a las redes sociales. También se analizó la manera de interactuar con sus seguidores y el compromiso que mantiene con la sociedad. De acuerdo a sus imágenes, videos y fotografías, se puede ver que Diario La Hora es uno de los medios de comunicación que busca satisfacer las necesidades de su público objetivo, y



por esta razón ciertos datos informativos que tienen un mínimo de agresividad ha sido tomado como algo natural.

### ***3.1.2. Caracterización de Cotopaxi Noticias (medio on-line).***

En la página social de Facebook Cotopaxi Noticias se califica de esta manera: “Somos ante todo un periódico al servicio de la comunidad mundial y a la vez una empresa destinada a autofinanciarse a través de la publicidad. En lo periodístico, queremos constituirnos en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa. En lo publicitario, ofrecemos audiencia a las empresas para que promocionen sus productos y servicios. Ambos ámbitos están claramente delimitados por la ética.

Nuestra misión es mantenernos permanentemente actualizados y atentos a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.”

### ***3.1.3. Caracterización de la Unidad Educativa Victoria Vásquez Cuví***

El Colegio Victoria Vásquez Cuví se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga. Esta institución fue fundada el 25 de agosto de 1925, en donde gracias a la resolución que dio el Ministro de Educación Pública se le asigna el

nombre antes mencionado. Este centro educativo es conocido a nivel local y a nivel nacional.

Su objetivo principal es formar estudiantes con una sólida preparación científica y humanista, capaces de actuar y liderar diferentes procesos sociales, culturales y políticos. Con valor y actitud creativa y emprendedora.

De acuerdo a la misión dada por parte del rector Gonzalo Toapanta manifiesta que esta Institución Educativa se encarga de impartir educación integral y participativa de calidad acorde con el desarrollo de ciencia y tecnología, optimizando recursos para entregar bachilleres de ciencias en conocimientos significativos, críticos, propositivos, reflexivos e innovadores, contribuyendo de esta manera a las exigencias y al desarrollo científico profesional a nivel superior del país.

### 3.2. Variables

CUADRO N° 1

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	ITEMS
<b>Redes sociales</b>	Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social, cuyo origen proviene de la filosofía Web 2.0. Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Las redes sociales	<b>Mensajes:</b> son archivos informativos que tienen como objetivo principal la comunicación, es decir la información que envía el emisor al receptor a través de un canal. Es este caso mediante las redes	<b>Facebook y Twitter:</b> Son redes sociales creadas con el fin de que la sociedad pueda interactuar entre sí, mediante la comunicación.	Análisis de contenido	¿Son importantes las redes sociales para informarse?

	<p>son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno digital (Cabrera, 2010: 117).</p>	<p>sociales.</p> <p><b>Publicaciones:</b> El término publicación se utiliza para hacer referencia al acto mediante el cual se hace público o se da a conocer determinada información</p> <p><b>Discurso:</b> Se trata de una acción</p>	<p><b>Videos, imágenes, audio:</b> son herramientas ilustradas que mediante su uso permite esclarecer la información.</p>		<p>¿Conocen las personas acerca de la violencia simbólica?</p> <p>¿Es necesario el morbo, el sensacionalismo, para mantener y atraer audiencia?</p>
--	---	---	---	--	---

<p><b>Violencia Simbólica</b></p>	<p>La violencia simbólica constituye por tanto una violencia dulce, invisible, que viene ejercida con el</p>	<p>comunicativa cuya finalidad es exponer o transmitir algún tipo de información y, por lo general, convencer a los receptores.</p> <p><b>Naturalización:</b> La naturalización de la violencia suele traducirse en expresiones populares que recogen la pauta cultural legitimadora “la letra con sangre</p>	<p><b>Lenguaje en redes sociales:</b> es un nuevo discurso informativo que permitan integrar adecuadamente tres códigos: texto, imagen y sonido.</p> <p><b>Perjuicios y discriminación:</b> estos términos particularmente van de la mano, se trata de actitudes que hacen sentir inferior a otra persona de manera muy sutil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos focales.</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>	<p>¿Cómo reconocer manifestaciones de violencia simbólica en los contenidos publicados?</p>
-----------------------------------	--	---	--	--	---

	<p>consenso y el desconocimiento de quien la padece, y que esconde las relaciones de fuerza que están debajo de la relación en la que se configura (sociólogo francés Pierre Bourdieu )</p>	<p>entra”, de ese modo, las víctimas suelen quedar atrapadas en medio de un consenso social que les impide ser conscientes de sus derechos y del modo en que están siendo vulnerados.</p> <p><b>Estereotipos:</b> Actitudes, juegos, vestimenta, ocupaciones que una sociedad asume como</p>	<p><b>Micro machismos:</b> el concepto se expande a la dominación en general, El micro</p>		<p>¿Es solo la mujer quien sufre violencia simbólica?</p>
--	---	--	--	--	---

		<p>propias para cada género. Esta designación tiende a limitar las posibilidades de actuación de las personas, encasillándolas en una determinada forma de ver y vivir la realidad.</p> <p><b>Medios tradicionales vs Medios Digitales:</b> La sociedad se convierte</p>	<p>machismo es casi imperceptible, todos los actos de violencia que no son detectados se deben a la naturalización y a esa táctica tan sutil de dominar a las personas a través del micro machismo, creando la autocensura de nuestras actividades, ideas o pensamientos.</p> <p><b>Los trolls y los hacker:</b> Tanto los trolls como los hackers hacen que la</p>		
--	--	--	---	--	--

		<p>en una audiencia más exigente, por lo que los medios tradicionales deben estar al nivel de lo que ellos exigen, la instantaneidad y permanencia (leer o revisarla cada vez que deseen) de la información son las ventajas más grandes del internet, a esto se acopla que se puede adjuntar videos, audios, imágenes para complementar la información.</p>	<p>información se distorsione, por lo que es importante que el medio se asegure de disponer de una página oficial, en la que pueda interactuar con su público, revisar mensajes o comentarios con contenido violento o agresivo, para que se realicen acciones inmediatamente disminuyendo posibles malos entendidos.</p>		
--	--	--	---	--	--



### 3.3. *Entrevistas*

#### 3.3.1. *Análisis de los resultados de la entrevista al Community*

##### *Manager de Diario La Hora*

De acuerdo a la entrevista realizada al *community manager* de Diario la Hora, a continuación presentamos la interpretación basada en las preguntas planteadas.

1) *Community Manager* de Diario la Hora: David Almeida

- **¿El objetivo de subir noticias es aumentar el rating o informar de manera educativa?**

Todo medio de comunicación busca cumplir con las tres funciones para los que fuimos creados: informar, orientar o educar y entretener, pero también hay que tomar en cuenta que si no nos predisponemos a ganar rating cómo obtenemos dinero para nuestros empleados, todos necesitamos auspiciantes; somos un negocio pero con responsabilidad.

- **¿Hay una diferencia entre el discurso que utiliza un medio digital y un medio tradicional o analógico? Cuáles son las particularidades del contenido de sus publicaciones en redes sociales (de su medio).**

Por supuesto que existe una diferencia, las que principalmente marcaría es la inmediatez de los medios digitales y la periodicidad de los medios tradicionales, en un medio moderno las notas se las publica con anticipación en diferencia a un periódico. En nuestro caso, en nuestras notas nos tomamos más tiempo para darle mayor profundidad a la nota y

sobretudo darle un mayor análisis. Pero hay que resaltar que ambos medios tanto los digitales como los tradicionales cumplen con el valor de la responsabilidad.

- **¿Cuáles son los parámetros y las precauciones que toman en cuenta al momento de la publicación de sus notas?**

Lo principal al momento de realizar nuestras publicaciones es confirmar la nota, estar seguros que es algo confiable, veraz; para esto es necesario tener fuentes confiables con las que se pueda contrastar la información que va a ser publicada. Todo esto de manera planificada, para así poder mantener un trabajo responsable.

- **¿Cuál es el horario en el que publican sus notas periodísticas en las redes sociales? ¿Es aleatorio o planificado? ¿Según qué criterios?**

Todo depende, en la mayoría de los casos nos manejamos de manera planifica. De acuerdo a la agenda del día nos organizamos, distribuimos los temas a cada miembro del equipo, pero si en un caso se presenta una nota de gran importancia la publicamos al instante.

Las notas en el la red social Facebook la subimos cada 30 o 40 minutos y en Twitter cada 15 o 20 minutos. Dejando algunas programadas con anterioridad para que se publiquen a su tiempo.

- **¿Alguna vez ha tenido la percepción que la publicación de una nota ha herido la susceptibilidad de sus seguidores? ¿Cómo se dio cuenta? Y ¿Qué hizo al respecto?**

Si, las notas son sensibles, siempre apelan a la sensibilidad de las personas pero son las cosas que pasan, es una forma de ayudar a encontrar a los culpables.

- **¿Conoce Ud., que es violencia simbólica?**

Sí, está en todo, en las rejillas culturales, etc. Dependen de la sociedad en la que nos desarrollemos; es un concepto muy amplio para determinar.

- **¿Considera Ud. que hay violencia simbólica en los contenidos que su medio difunde? Explique.**

No. Considero que somos un filtro, nos manejamos a través de una política editorial evitamos publicar contenidos de este tipo.

- **¿Ud. piensa que es importante producir contenidos sin violencia simbólica?**

Sí pero no hay que autocensurarse, siempre ha existido contenido de este tipo. Es cuestión de no afectarse. Una comparación son aquellos programas de TV, en los que se hace humor, esos programas son sexistas y quién los regula, para muchos son simples chistes.

- **¿Qué sugerencias propone para evitar que se filtren mensajes con violencia simbólica en las publicaciones?**

Todo depende de quién maneje el medio, el medio debe ser el filtro. Recordar que por más que se quiera evitar siempre habrá una ideología. Se debe tener una política clara, y ser un filtro, que es de un medio de comunicación.

- **¿Cuál es el segmento de su público que más interactúa con Ud.?**

Los trolls, sin duda ellos los pagados son los que todo lo ven mal, existe una infinidad de insultos, críticas negativas.

De quienes son fieles a nuestro medio están dentro de los 20 a 65 años, pero de ellos considero que de los 40 para abajo son los que interactúan con nosotros, pues ellos han aprendido a adaptarse a las nuevas tecnologías. Si nos referimos a los estratos sociales, las personas que están dentro de la clase media son los que consumen más nuestro periódico, y visitan nuestras redes sociales.

- **¿Cuál es el segmento de su público que considera estaría más abierto a tratar temas relacionados a la violencia?**

Considero que las personas a las que se les conoce como la “Generación Y”, son aquellas que se alimentan mejor, son animalistas. Personas que se expresan más, en su mayoría podría decir que las mujeres de esa generación serían un mejor grupo para tratar estos temas.

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Los contenidos informativos que maneja este medio de comunicación en las redes sociales Facebook y Twitter están basados netamente en las políticas editoriales del medio, como también se rigen a las normas establecidas en la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM).

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede definir que Diario la Hora es un medio que se encarga de informar a la sociedad, con hechos reales que son previamente contrastados. Es así como evitan caer en algún tipo de violencia que afecte exclusivamente a sus lectores y en este caso a sus seguidores, pero como el *community manager* lo expresó, este tema es algo aun vasto para lograr a cabalidad.

En cuanto a contenidos de violencia simbólica, Diario La Hora es un medio que evita la autocensura, publica los contenidos lo más cercanos a la realidad posible. Además se considera un filtro entre la audiencia y la información que acontece, lo hacen siendo lo más imparcialmente posible, para dar a conocer los hechos tal como suceden, sin favorecer ni desfavorecen a nadie.

### ***3.4.2 Análisis de los Resultados de la Entrevista al Community***

#### ***Manager de Cotopaxi Noticias***

De acuerdo a la entrevista realizada al *community manager* de Cotopaxi Noticias, a continuación presentamos la interpretación basada en las preguntas planteadas.

2) *Community Manager* de Cotopaxi Noticias: Luis Alfonso Muñoz Villegas.

- **¿El objetivo de subir noticias es aumentar el rating o informar de manera educativa?**

Informar para que el lector forme su propio criterio, apegados lo más posible a los hechos. Eso de por sí ya educa, tratamos de ser pedagógicos en cuanto al lenguaje, para que la comprensión del hecho en el lector sea mejor.

- **¿Hay una diferencia entre el discurso que utiliza un medio digital y un medio tradicional o analógico? Cuáles son las particularidades del contenido de sus publicaciones en redes sociales (de su medio).**

Si hay diferencia en cuanto al lenguaje y la estructura. Especialmente el lenguaje en web es mediante hipervínculos, fotos, audios, videos, infografías, entre otras. La estructura es la pirámide invertida desde arriba hacia abajo y desde la izquierda hacia la derecha. En redes se propaga el contenido de la web.

- **¿Cuáles son los parámetros y las precauciones que toman en cuenta al momento de la publicación de sus notas?**

Revisar la estructura, el contenido, el lenguaje, la gramática para lograr pulcritud, estética y exactitud. Revisar datos, verificar que los recursos utilizados (fotos, audios, videos) funcionen bien en las notas. Verificar que los datos estén comprobados y contrastados.

- **¿Cuál es el horario en el que publican sus notas periodísticas en las redes sociales? ¿Es aleatorio o planificado? ¿Según qué criterios?**

Es aleatorio conforme se publican las notas en la web, casi las 24 horas.

- **¿Alguna vez ha tenido la percepción que la publicación de una nota ha herido la susceptibilidad de sus seguidores? ¿Cómo se dio cuenta? Y ¿Qué hizo al respecto?**

Unas dos ocasiones, por imágenes de cuerpos asesinados tomados de las redes sociales. Pero nos dimos cuenta a tiempo que esas fotos no eran necesaria para que el lector comprenda la magnitud del hecho. Los quitamos enseguida y los reemplazamos por ilustraciones de internet que expresaban lo ocurrido pero sin daño psicológico.

- **¿Conoce Ud., que es violencia simbólica?**

La expresión a través de imágenes o encabezados que sensacionalizan un hecho y que causan daño emocional a un actor de la noticia o a sus familiares, así como al lector.

- **¿Considera Ud. que hay violencia simbólica en los contenidos que su medio difunde? Explique.**

No, y al menor indicio visualizado por nosotros o por un lector eliminamos el elemento de la noticia que este creando esa impresión.

- **¿Ud. piensa que es importante producir contenidos sin violencia simbólica?**

Sí. El informar incluso de un hecho de corrupción o de un crimen no significa denigrar al lector. Se debe resaltar el hecho. Si son víctimas de percances como desastres, con más razón tampoco debemos mostrar al lector imágenes que pueden presentar a la violencia como normal.

- **¿Qué sugerencias propone para evitar que se filtren mensajes con violencia simbólica en las publicaciones?**

Que haya un consejo editorial en cada medio de comunicación, que la decisión no quede en manos de una sola persona.

- **¿Cuál es el segmento de su público que más interactúa con Ud.?**

Clase media baja y media alta, tanto el sector urbano como rural, dentro y fuera de la provincia y región.

- **¿Cuál es el segmento de su público que considera estaría más abierto a tratar temas relacionados a la violencia?**

El público empresarial, intelectual, político, entre otros.



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En este medio de comunicación se pudo identificar que el objetivo principal es informar para que el lector pueda crear su propio criterio, es decir la retroalimentación juega un papel muy importante en el manejo de la información.

En lo que respecta a violencia simbólica, Cotopaxi Noticias es un medio que analiza su contenido antes de ser publicado, trata en lo más posible evitar contenidos que hieran la susceptibilidad de sus lectores, está siempre pendiente de lo que publica, es decir, le sigue la pista al contenido o noticia que ya fue publicado para que en caso de causar molestias a sus audiencia o haya existido algún error en la publicación puedan corregirlo inmediatamente; el objetivo principal es informar.

Es así que estos dos medios de comunicación concuerdan en que es necesario enfocarse en el contenido de sus publicaciones, tomando en cuenta que detrás de la información hay seres humanos; es por eso que las personas encargadas de manejar las redes sociales o cualquier otra plataforma digital debe basarse en las políticas de su empresa antes de publicar cualquier tipo de información.

### **3.4. Análisis de los Resultados de los Grupos Focales**

#### **3.4.1. Grupo Focal 1**

Esta técnica se la realizó a estudiantes del segundo año de bachillerato del colegio Victoria Vascones Cuvi, de las seis participantes, todas confirmaron contar un perfil en Facebook y tres en Twitter.

*¿Qué medios de comunicación sigue en las redes sociales?*

*Keyla V.-* El Comercio

*Jadira M.-* El Comercio y la Gaceta, GamaTV

*Evelyn T.-* Programas de farándula como: De Boca en Boca.

*Jhoselin H.-* Ninguno

*Mishel V.-* Teleamazonas

*Jessica A.-* Teleamazonas, TC televisión.

*¿Por qué seguir a este medio y no a otro?*

*Keyla V.-* El Comercio es un medio de comunicación más completo, tiene información en general no solo del presidente. Aunque en todo caso prefiero leerlo.

*Jadira M.-* Me gusta seguir las noticias de El Comercio porque es un periódico que dice la verdad, cuenta las cosas como son, y sigo a la Gaceta porque habla de cosas de mi ciudad y me gusta saber que pasa aquí.

*Evelyn T.-* Si me gusta estar informada pero prefiero ver la TV en las noches, sigo a los programas de farándulas porque me gusta saber de mis artistas favoritos.

**Mishel V.-** Yo sigo a Teleamazonas porque creo que es el único medio que no está diciendo cosas a favor del gobierno, es más real a la hora de hacer noticias; nos dice las cosas como son.

**Jessica A.-** Para estar enterada de las cosas que pasan sobre todo por el caso del volcán que nos tiene asustados a todos.

***¿Qué tipos de contenidos les gusta leer?***

**Keyla V.-** A mi gusta leer de todo, pero me fijo más en las titulares y los abro según como me llamen la atención, si son temas que están pasando en ese momento los leo; sino pues la verdad solo les doy una pasadita.

**Jadira M.-** La verdad, de El Comercio me gusta leer esa parte donde hablan de cosas nuevas, la sección de tendencias, me parece muy interesante saber que nuevos inventos no más hay. Y en la Gaceta pues leo de pasadita y si me llama mucho la atención leo toda la nota.

**Evelyn T.-** Farándula, es lo que más me interesa es que soy joven también.

**Mishel V.-** Escucho casi todo lo que da en las noticias no tengo cierta preferencia.

**Jhoselin H.-** No sigo ningún medio, pero en todo caso cuando debo leer algún periódico me voy por la parte de cosas que estén bien conocidas en el momento.

**Jessica A.-** Pues yo creo que me gusta todas, no sé la cosa es que tengan una forma clara de explicar las cosas.

***En las redes sociales ¿interactúan o solo observa el contenido que se publicó?***

Todas coincidieron en que solo leen la información y si es de interés le dan un “like”. Excepto una.

**Jadira M.-** A mi pues si me gusta leer la nota y siempre la comparto con mi mami, me gusta hacer eso cada que puedo.

***¿Conoce el término de violencia simbólica?***

Todas aseguraron no conocer el término violencia simbólica. Pero al más o menos explicar con ejemplos de qué se trataba el tema reconocieron que era la violencia simbólica.

**Keyla V.-** Es agredir a alguien con palabras o acciones.

**Jadira M.-** Es como insultar y tratar mal a alguien sin que se dé cuenta. Como cuando le dices gordo a alguien por su peso.

**Evelyn T.-** Como mis compañeras dicen son insultos, palabras groseras que hacen sentir mal a alguien.

***¿Cuáles son sus sugerencias para evitar mensajes con contenidos violentos?***

**Keyla V.-** Se debería decir siempre la verdad cuando están redactando la noticia.

**Jadira M.-** No deberían sacar imágenes así como las del Extra., y no cambiar el sentido de la nota.

**Evelyn T.-** Decir las cosas siempre como pasaron sin aumentar ni quitar nada.

**Jhoselin H.-** No manipular nunca la información.

*Mishel V.*- No dejarse llevar por otras personas, decir siempre la verdad. Ser honestos.

*Jessica As.*- Evitar cambiar los detalles de la información.

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** El grupo de adolescentes hace uso de las redes sociales con fines de distracción, y en su mayoría prefiere leer temas de coyuntura, relacionados con su entorno. Si bien es cierto, no están en constante actividad informativa más que por situaciones académicas; son personas expuestas a los contenidos que en las redes sociales se publican, y por su edad son vulnerables para reproducir este tipo de agresión, de forma involuntaria y de la manera más natural.

Los medios que son más de interés común, son aquellos que para su parecer son más completos y comparten información más veraz posible. Por su edad, prefieren temas más *light*, en los que no necesariamente deben responder sino más bien solo informarse, es decir, son solo receptoras. Aunque no están al tanto del término violencia simbólica, identifican ciertas manifestaciones de violencia, que como mujeres les parece algo agresivo; como es el caso de imágenes de mujeres con poca ropa, u otro caso como el de las imágenes de personas ensangrentadas.

### ***3.4.2. Grupo Focal 2***

#### **Público adulto**

*¿Qué medios de comunicación sigue en las redes sociales?*

***Miguel Núñez Padilla***

Creo yo que para poder informarnos con mayor precisión de las cosas que pasan en el mundo es necesario conocer los hechos que pasan tanto a nivel nacional como local. Por esta razón he decidido seguir a nivel nacional a: Teleamazonas y Ecuavisa. A ningún otro medio. Y a nivel local a Diario la Gaceta y Diario La Hora.

***Marcelo Molina Romero***

Gracias a las ventajas que nos ofrecen las redes sociales, yo en lo personal sigo una variedad de medios de comunicación, tanto local, nacional como internacional. En el ámbito internacional yo me informo a través de la cadena CNE en español que es uno de los medios más amplios a nivel internacional, en cuanto a los medios locales esta Gamatv, Teleamazonas, RTU, Canal 1 El Extra entre otros. Internamente en lo que compete a Cotopaxi sigo a: Estéreo Latacunga, Diario La Gaceta y Diario la Hora.

***Mario Cáceres Robalino***

Yo únicamente sigo a Tv Color y Cotopaxi noticias, a ningún otro medio porque pienso yo que para poder opinar de las situaciones que pasan tenemos primero que conocer lo que se está viviendo en nuestra ciudad. Para mi estos dos medios

locales, como así lo llaman ofrecen una amplia información de nuestra ciudad Latacunga.

***Victoria Sandoval***

Estoy segura que las redes sociales son una gran ventaja en cuanto a la información porque no importa en el lugar que me encuentre y a la hora que sea para poder participar de una noticia, yo únicamente sigo a Ecuavisa porque es un medio completo. Aquí en la provincia el medio que sigo es Cotopaxi Noticias, sé que la actualización de esta página está a cargo de Luis Muñoz un gran amigo y conocido.

***Ana López Tapia***

Por el tiempo que no está mucho a mi favor yo a través de mis redes sociales únicamente sigo a Diario la Hora y Teleamazonas. Para mí estos dos medios son completos en la información que nos ofrecen a través de sus páginas.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Yo únicamente sigo a Diario La Hora, para mí tanto su periódico como su página que está en las redes sociales ofrece contenidos buenos y nuevos. Todos los días compro este periódico, pero también en las noches me informo de las cosas que pasan a nivel nacional desde su página que está en el internet.

***¿Por qué seguir a estos medios y no a otros?***

***Miguel Núñez Padilla***

Exclusivamente a estos medios porque para mí son los más completos en cuanto a la información de noticias, y porque también no están aliados con las políticas del

presidente, para mi Teleamazonas y Ecuavisa son medios de comunicación totalmente neutrales. Y a en cuanto a Diario La Gaceta y Diario La Hora porque de acuerdo a mi conocimiento son los únicos medios que se están al alcance de Cotopaxi, aunque Diario La Hora también está a nivel de otras ciudades. Gracias a estos dos medios me informo a nivel local, sus notas periodísticas supongo que están al día, y como se suele decir debidamente contrastadas.

***Marcelo Molina Romero***

A CNE en español porque nos informa no solo de un determinado país, sino de todas partes del mundo. Para mi esta cadena aliada como así lo dicen en sus presentaciones es uno de los medios de comunicación que amplía la información de acuerdo al interés de las personas. Al resto de los medios los escogí porque no es bueno quedarse con una sola versión de las cosas que nos dicen. Hay que tomar en cuenta también que cada medio de comunicación busca estrategias para poder llegar a la sensibilidad del pueblo. Por eso es que sigo a estos medios, llaman mi atención porque sus contenidos son variados.

***Mario Cáceres Robalino***

Una vez necesitaba información de los nuevos contenedores que ubicaron en la ciudad, y los únicos medios que por conocimiento tengo y son de la ciudad están los que ya les mencione. Desde ese entonces me quede con estos dos medios, y les sigo porque su información me parece muy buena, tanto las imágenes, el texto y los videos son claros. No he buscado otros medios porque estos son totalmente completos desde mi punto de vista. Claro que alguna vez los seguí porque



necesitaba pero eso no quiere decir que hoy no revise sus publicaciones, todos los días lo hago y si puedo también interactúo con los mismos.

*Victoria Sandoval*

A Ecuavisa porque he podido ver que es una página que está en constante actualización en lo que respecta a noticias, tanto nacionales como internacionales. Esta también temas de farándula, política y economía. Es un medio completo. Y a Cotopaxi Noticias porque es el único medio digital y confió plenamente en el contenido de sus publicaciones porque este es un medio que se dedica únicamente a subir contenido y del bueno, no como el resto de los medios que si son tradicionales tienen que estar preocupados de que las publicaciones estén al día tanto para su página como para las personas que leen, miran o escuchan dependiendo del caso.

*Ana López Tapia*

Desde mi Facebook y Twitter sigo exclusivamente a Diario la Hora y Teleamazonas porque para mí estos dos medios de comunicación ofrecen noticias de interés, con esto no quiero decir que el resto de medios no lo hagan. Pero lo que yo he podido palpar es que sus actualizaciones son constantes y sobre todo contienen temas que nos interesan. A demás según sus páginas sus seguidores son muchos y eso quiere decir que están conformes con los contenidos que se publican a diario o que por lo menos son medios activos.

*Fabián Vásquez Gutiérrez*

Respeto mucho la opinión y comentarios de mis compañero, pero pienso que no es necesario seguir a muchos medios de comunicación para mantenernos

informados. Basta saber seguir a uno y que éste sea confiable. En mi caso como ya les dije, yo sigo a Diario La Hora, porque este tiene sucursales en Latacunga, en Ambato, en Quito. En diferentes partes de país. Por lo que pienso que este medio no solo se va a preocupar de dar la información de una sola ciudad, sino por el contrario a todo el país. Tenemos un periódico que nos ofrece todo tipo de contenido, no todo el contenido que publica es visto con agrado pero puedo ver que detrás de todo esto existen personas dedicadas a lo suyo y que como es normal hacen sus sacrificios para poder llegar a cada uno de nosotros. Basta elegir a uno para saber informarnos y no a muchos que nos confundan.

*¿Qué tipos de contenidos les gusta leer?*

***Miguel Núñez Padilla***

Políticos y económicos. Creo que son los más importantes pues gracias a estos contenidos permito ampliar mis conocimientos en cuanto a lo que sucede en el país.

***Marcelo Molina Romero***

Me gusta leer contenidos coyunturales, porque temas como esos son los que abarcan a datos históricos, noticias del momento, como también eventos deportivos. Al decir que me gusta leer temas coyunturales me refiero a todo tipo de tema que tenga trascendencia, sobre todo que sea importante y de gran relevancia. Porque creo que también hay temas coyunturales que no afectan al país.

***Mario Cáceres Robalino***

Me gusta leer de todo, pero los que sobresalen son temas de tendencia y tecnología. Nos ayuda a enfocarnos más en las publicaciones que realizan en las redes sociales, es decir, de alguna manera nos educan y a la vez con temas como estos nos inspiran a seguir a su medio. Siempre y cuando este tipo de contenido sea positivo, motivador y divertido.

***Victoria Sandoval***

Me gustan temas de actualidad en cuanto a mi conocimiento y profesión. Como por ejemplo buscar maneras de llegar a la sensibilidad de mis alumnos, en donde a través de mi metodología de estudio pueda enseñarles a ser unos jóvenes buenos en valores y en conocimientos. Como también temas tecnológicos, que es lo que más se comparte en las redes sociales de los medios de comunicación. Creo que de esta forma está ayudando mucho a sus lectores.

***Ana López Tapia***

En lo particular me gustan temas innovadores, ya que eso es lo que distingue a un líder de un seguidor. En cuanto a temas innovadores me refiero netamente políticos y económicos. Tomando en cuenta que eso es lo que trasciende en nuestro país. Por eso creo que todos deberían interesarse en temas como estos.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Económicos, tecnológicos, políticos y judiciales. Aunque temas judiciales por lo general no lo manejan. Pero si sería bueno que lo incorporen al tipo de noticias que suben a sus redes sociales. Por lo general al medio de comunicación que yo

siglo, transmiten noticias de comunidad y rara vez contenidos políticos y económicos. Todos los temas son buenos, pero hay cosas que deben prevalecer más que otros.

*En las redes sociales ¿interactúan o solo observa el contenido que se publicó?*

***Miguel Núñez Padilla***

Por lo general solo lo observo, es decir me informo. Muy pocas veces, he interactuado con el medio. Me acuerdo que una vez comente una noticia de un medio muy conocido, pero no fue respondida por la persona que se encarga de estas publicaciones. Porque como es normal uno comente y debe haber otro que responda, pero en mi caso solo fui cuestionado por la misma sociedad, en donde me atacaban con comentarios positivos y negativos. Desde aquella vez creo que solo me he dedicado a informarme más no a interactuar con el medio de comunicación.

***Marcelo Molina Romero***

Lo normal sería interactuar con el medio. Pocas veces lo he hecho, esa es una de las maneras de dar a conocer si estamos o no conformes con las publicaciones que realiza cierto medio de comunicación. Como ciudadanos sabemos que detrás de cada noticia existen personas que la redactan y por lo mismo si observamos alguna anomalía debemos darla a conocer, porque de esta manera estaremos ayudando a que las personas que están detrás de todo esto mejoren sus redacciones o se preocupen por tener más cuidado al momento de publicar la

información. Todos debemos estar prestos para un cambio aún más los medios de comunicación que están para informar.

*Mario Cáceres Robalino*

Prefiero observar e informarme con el contenido, aunque como ya lo dijeron lo normal sería comentar las publicaciones que realizan. De esta manera también estaríamos dando importancia y valor al trabajo de las personas que están de tras de estos contenidos. En lo personal prefiero no comentar por el desconocimiento de ciertos temas.

*Victoria Sandoval*

De todos los contenidos que he visto que publican los medios de comunicación, sólo comento los que creo necesarios e importantes. No lo hago con frecuencia, porque hay veces que la noticia está bien estructurada (clara), en la mayoría de veces que he comentado ha sido por inconformidad o por desconocimiento del tema que se está tratando.

*Ana López Tapia*

Simplemente me dedico a informarme, nunca he interactuado con el medio, y si alguna opinión he hecho al respecto ha sido conmigo misma, o si estoy acompañada comento con esa persona. Nunca he tenido las intenciones de hacer algún comentario al respecto, pero ahora que estamos hablando de esto si sería bueno.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Ahora que lo recuerdo una vez comente una publicación que realizó un medio de comunicación en una de sus caricaturas, me parece interesante que los medios de comunicación no sólo se dediquen a informar tal cual, sino que también a través de ciertas caricaturas se pueda mostrar la información más cruda o sea más real. Aquella vez que comente muchos estuvieron de acuerdo con mi comentario, era cuando se puso de moda el tema de la explotación mineral en Yasuní.

***¿Conoce el término de violencia simbólica?***

***Miguel Núñez Padilla***

Pues no, supongo que tiene que ver con la violencia de género o intrafamiliar, esos dos tipos de violencia son los únicos que conozco. Violencia simbólica como un concepto más delimitado lo desconozco totalmente.

***Marcelo Molina Romero***

Alguna vez lo leí, y esa definición la dio Pierre de Bourdieu, entiendo que se trata de cierta inferioridad o prejuicios que se ponen las personas sobre otras personas. Creo yo que en si la violencia simbólica trata de reprimir a un ser que se cree superior a otro.

***Mario Cáceres Robalino***

Por violencia puedo decir que tiene que ver a algún tipo de agresión hacia otra persona, por el siguiente término tal vez a ciertos símbolos ocultos que necesitan salir a la luz, algo que está oculto y que muchos desconocemos. Primera vez que escucho este tipo violencia, lo que comente fue de acuerdo a mi perspectiva.

***Victoria Sandoval***

Como ya lo dijeron anteriormente y estoy totalmente de acuerdo, supongo que se trata de algún tipo de violencia. Nunca antes lo había escuchado y desconozco de este concepto.

***Ana López Tapia***

Alguna vez lo leí en un archivo que se encontraba en un blog, justamente preparaba una clase, y más o menos lo entendí y se trata de todo tipo de agresión hacia alguien. La violencia simbólica es un concepto más amplio.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Violencia simbólica para mí es un término nuevo, pero concuerdo mucho con las personas que se encuentran aquí presentes. Desde ya dice violencia, entonces se puede definir a cierto tipo de agresión que sufren determinadas personas.

***¿En qué medios de comunicación pudieron detectar algún tipo de violencia en este caso violencia simbólica?***

***Miguel Núñez Padilla***

Violencia creo que hay en todas las noticias que suben los medios de comunicación, me acuerdo una vez que Diario La Hora hizo un tipo de publicación muy cruda, cuando un alumno del Vicente León falleció en el Estadio la Cocha a causa de una bengala, no estoy claro si fue por los juegos inter colegiales. Pero las imágenes que pusieron en su información fueron muy crudas. Y en ese tipo de cosas hay que tener mucho cuidado, ya que los seres humanos

por naturaleza somos muy susceptibles. Ahí ya existe un tipo de violencia que viene siendo la falta de respeto a los familiares de la persona fallecida.

***Marcelo Molina Romero***

En CNE en español es un medio de comunicación que suele pasar imágenes crudas, reales, creo que ese tipo de imágenes vienen siendo violencia simbólica, los medios se creen en el poder de publicar cuanta información les parezca con el fin de aumentar el rating en su medio y dejan de lado la importancia de informar. A nivel nacional El Extra de hecho es un periódico conocido como uno de los que trasmite crónica roja. Los domingos sueles poner de portada a mujeres semi-desnudas a muchos lectores les debe gustar pero a más de uno les molestará este tipo de cosas. Y aquí en Latacunga por lo que he podido ver sus medios de comunicación, son más cuidadosos en el contenido de sus publicaciones. De hecho así debería de ser.

***Mario Cáceres Robalino***

En los dos únicos medios que sigo y que de hecho son locales no he visto ningún tipo de violencia, creo que son medios de comunicación que simplemente se dedican a informar y a complacer a sus seguidores, más no a utilizar imágenes, videos, audios o algún tipo de información extra que ayude a aumentar la audiencia. Son muy parciales.

***Victoria Sandoval***

Todo periodista se tiene que regir a políticas y normas de sus medios y por eso creo que si sus notas son publicadas deben estar bajo ciertos parámetros y bajo una cierta cautela, en donde exista controversia sí, pero de sus publicaciones por



ser buenas más no por utilizar información innecesaria, Ecuavisa es uno de los medios de comunicación que a través de sus redes sociales suele subir información innecesaria, en esas cosas deberían tener más cuidado.

***Ana López Tapia***

Diario la hora es uno de los medios que utiliza la sección humorística, para soltar información con doble sentido. Y eso lo pueden observar a diario, muchos estarán de acuerdo y otros seguidores que como yo van en contra de cierta información extra.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Para mi toda información que da los medios de comunicación es buena, personalmente Diario La Hora es un medio parcial, puedo decir que no he visto ningún tipo de violencia o simplemente he sido yo el que no se ha dado cuenta.

***Por ejemplo ¿en qué tipo de contenido se ha podido notar la existencia de violencia simbólica?***

***Miguel Núñez Padilla***

Como ya lo dije la violencia está inmersa en todo ámbito sea económico, político, social. Es algo muy normal que no permite a los lectores darse cuenta de la información con contenido violento.

***Marcelo Molina Romero***

Desde un punto de vista amplio la violencia simbólica ha sido visualizada en las caricaturas, en temas de farándula. Los demás temas como políticos, creo que son

más serios y no está bajo la opinión del medio, por eso, creo que en temas como esos la violencia simbólica pasa desapercibida.

***Mario Cáceres Robalino***

En los accidentes de tránsito, muchas veces las imágenes de los fallecidos o heridos son usadas de manera muy cruda, no existe el respeto al dolor ajeno. Y como violencia simbólica abarca a todo tipo de agresión, esto vendría siendo violencia a los afectados, quizás de forma involuntaria.

***Victoria Sandoval***

Creo que violencia se puede ver en contenidos de farándula o reality shows. Pues uno intenta ser mejor que otro, o también en ciertos titulares de noticias, quizás no nos damos cuenta pero la violencia simbólica está ahí.

***Ana López Tapia***

En las caricaturas que ofrecen los diarios, porque de hecho son tomados como humor, sin saber que ese también es un tipo de agresión.

***Fabián Vásquez Gutiérrez***

Conuerdo mucho con todo lo antes mencionado, no podría especificar en qué tipo de sección se ve más violencia, pero si podría decir que como estas son agresiones involuntarias debe estar en toda la información que nos ofrecen y que quizás ni el mismo medio no se dé cuenta peor los seguidores o lectores que venimos siendo todos y cada uno de nosotros.

*¿Qué cambios sugieren en general?*

***Miguel Núñez Padilla***

Las personas y medios de comunicación en general que manejan la información desde sus redes sociales deben tener más cuidado al momento de subir la información, tomarse el tiempo necesario y analizar bien el contenido.

***Marcelo Molina Romero***

Que las políticas de cada medio de comunicación sean más rígidas, es decir que el periodista analice a fondo su contenido antes de ser publicado, hay que tomar en cuenta que las redes sociales no son limitadas y por lo mismo personas de toda edad pueden acceder a sus medios para informarse. Mi recomendación es que exista mayor compromiso en la revisión cada uno de sus contenidos.

***Mario Cáceres Robalino***

Sugiero cambiar contenidos de farándula, por contenidos educativos. Ya que este tipo de información es la que nos va a servir y va a alimentar nuestros conocimientos.

***Victoria Sandoval***

En cuanto a la sección de caricaturas o humor como se le conozca, me gustaría que sus imágenes sean más limpias. Con esto quiero decir que esos mensajes con doble sentido sean tomados en cuenta y que se evite. Y si se lo realiza que se lo haga pero sin herir susceptibilidades.

*Ana López Tapia*

Sugiero que incrementen en sus noticias temas educativos, temas tecnológicos, temas que ayuden a enriquecer los valores humanos. Cambiando portadas de mujeres semi desnudas o de trágicos accidentes de tránsito por caricaturas realizados por niños que plasmen un futuro mejor desde sus dibujos.

*Fabián Vásquez Gutiérrez*

Sugiero tener mucho cuidado en el lenguaje que se utiliza en la información y que las personas encargadas de manejar las redes sociales también se alimenten de conocimientos para poder evitar mensajes con contenido de violencia. Y que de la misma manera el compromiso sea aún más, tomando en cuenta que hay una ley que regula al comunicador social, al periodista y al medio de comunicación en cuanto a sus contenidos.

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Con este grupo de personas se pudo evidenciar que su objetivo principal es poder informarse y a su vez interactuar con los medios de comunicación on-line, y a pesar de que existe una retroalimentación entre medio y audiencia muchos de estos seguidores desconocen la existencia de violencia simbólica en los contenidos que son publicados por parte de las personas que comparten información a través de sus páginas.

Por otro lado en cuanto a los contenidos, son personas que se inclinan más a temas trascendentales seas estos de economía, política y aspectos sociales; como también a temas que ayudan en la profesión que ejerce cada uno.

Tomando en cuenta que son un público comprendido en la edad de 30 a 35 años su interés social es activo, son personas que se preocupan e interesan por la

realidad que suscita a su alrededor y es por esta razón que la opinión que dan a ciertas publicaciones de los diarios son de manera frecuente.

A pesar de ser un grupo de profesionales su desconocimiento en poder detectar contenidos agresivos es nulo, muchos de ellos aseguran que lo importante es adquirir información sin importar el contenido que éste tenga. Es así como se puede ver que el medio de comunicación da al público lo que este pide.

### 3.5. Análisis de Interpretación de los contenidos de las redes sociales

#### CAPTURA # 1



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Partiendo de la definición de violencia simbólica sabemos que es un tipo de agresión que resulta difícil de percibir, observamos una imagen con una insinuación de burla, a lo que actualmente se conoce como “meme” es decir, imagen con fines hilarantes, sarcásticos o de mofa. El alcalde de Latacunga no ha renunciado a su cargo, esta ilustración da a entender que si, como también que durante su periodo de alcaldía según la percepción general no se ha visto ninguna obra. dicho de otra manera, el meme sutilmente sugiere que renuncie a su puesto, esta publicación puede incomodar a la persona que es participe del “meme”, que es tomado como una reproducción naturalizada, en este caso el medio de comunicación o la persona que realizó esta imagen tiene cierto tipo de dominación sobre el involucrado.

## CAPTURA # 2



TWEETS 50,6 K SIGUIENDO 1.557 SEGUIDORES 6.881 ME GUSTA 87



Cotopaxi Noticias @CotopaxiNoticia · 2 ene.

Un muerto y dos heridos por balas perdidas en #Quevedo [goo.gl/uXFTwL](https://goo.gl/uXFTwL)  
#LosRios



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta imagen podemos observar el cuerpo de una persona ensangrentada, para muchos será una simple imagen que explica de qué se trata la nota, dirán que están cumpliendo con su labor de informar, peor realmente ¿hace falta?, ¿Qué datos son pertinentes y útiles y cuáles no? Pero no debemos olvidar que somos seres humanos y muchos de nosotros somos sensibles. Es por este motivo que se considera a esta imagen como una manifestación de violencia simbólica, pues al exhibir de esta manera el cuerpo, es como recibir un golpe físico, se agrede tanto a los familiares como a las personas que no gustan del sensacionalismo que algunos medios utilizan para llamar la atención. Lo que se pudo hacer en este caso es tomar una foto de la ambulancia o solo de los pies de la persona, con profesionalismo, buscar la manera de dar los datos necesarios para informar apropiadamente, sin caer en sensacionalismo. Porque no hay necesidad de ser tan explícitos para informar el suceso.

### CAPTURA # 3



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la imagen, podemos denotar que es una referencia a las negociaciones que realiza el primer mandatario. Debido a que se puede evidenciar como se lo tomó como un señor más que pide limosna, pero a diferencia de los demás, Rafael Correa pide dinero en barriles de petróleo, una imagen que cuestiona directamente a la forma de gobernar del presidente.



## CAPTURA # 4

**Diario La Hora** @lahoraecuador

TWEETS 224 K SIGUIENDO 1.449 SEGUIDORES 262 K ME GUSTA 126 LISTAS 12

Diario La Hora @lahoraecuador · 21 ene.  
Se ofrece 3.500 dólares a quienes bajen de peso. Aquí la información >> [ow.ly/XkIIY](http://ow.ly/XkIIY)  
#Curiosidades

**CURIOSIDADES**

**Se ofrece 3.500 dólares a quienes bajen de peso**

Miércoles, 20 de Enero de 2016

Se trata de un programa en una ciudad de EE.UU. que proporciona esta cantidad como premio al quitarse unas libritas demás.

Los Ángeles (EE.UU.), EFE

Visítanos también en:

- facebook.com/lahoraecuador
- twitter.com/lahoraecuador

**REGIONALES / NACIONAL**

Nacional	Loja
Quito	Los Ríos
Carchi	Tungurahua
Cotopaxi	Santo Domingo
Esmeraldas	Imbabura
Zamora	

Me gusta A ti, Eddie Reinoso y 178 349 personas más os gusta esto.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es cierto que por la cantidad de dinero que ofrecen es una manera de motivar a la sociedad para bajar de peso, y que quizás su modo de vida mejore. Sin embargo en la imagen se puede ver que las personas involucradas en este acto son únicamente de género femenino. Desde nuestra perspectiva podemos decir que gracias a la motivación económica que se ofrece se presiona de alguna manera a las mujeres para caer en el estereotipo de la belleza física, que es antinatural, porque lo normal es envejecer, no mantenerse en el canon de belleza patriarcal durante toda la vida. Los hombres no son apelados, se está naturalizando la obligatoriedad de que las mujeres deben ser jóvenes, delgadas y hermosas

## CAPTURA # 5



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La imagen hace referencia a la sanción de Fernando Bustamante por parte del partido oficialista, al abstenerse a votar por la aprobación de las enmiendas. Al parecer solo es una caricatura, pero desde la perspectiva de la violencia simbólica, al interpretar la imagen observamos que tiene agresividad, debido que al quitarles la cabeza es una metáfora que puede inducir a las personas a sobre entender que no tienen ideas propias y que la personas que está al frente de ellos es quien guía sus acciones. Es un insulto soterrado, más que la ironía propia de las manifestaciones de humor.

## CAPTURA # 6

La Hora **MIÉRCOLES, 20 DE ENERO DE 2016** Ir a la edición

RUMBO AL ÓSCAR 2016 RSS

Zona Fit

**DEPORTES**

**Ocho heridos tras un despiste**

      1

**Domingo, 3 de Enero de 2016**

Ocho heridos tras un despiste



Ocho heridos tras un despiste

Ocho ambulancias fueron empleadas para trasladar a los ocho heridos al hospital Santa Francisca, de la ciudad de Arrecifes. Allí fueron internadas ocho personas, una de ellas embarazada y tres menores de edad, uno de estos últimos en estado delicado. EFE

Un despiste del coche conducido por la china Guo Meiling en una curva de la etapa prólogo, en el kilómetro 7 en la ciudad de Arrecifes,

Un despiste del coche conducido por la china Guo Meiling en una curva de la etapa prólogo, en el kilómetro 7 en la ciudad de Arrecifes, terminó con un saldo de ocho espectadores heridos, tres de ellos en estado delicado.

"Pasó de ser una fiesta a un infierno en un segundo. La piloto saltó y cuando cayó perdió el control del auto y se fue contra la gente. Fue una pesadilla", relató al programa radial Campeones Agustín Canapino, múltiple campeón de la categoría argentina Top Race, que estaba a 100 metros del lugar.

JUSTED ESTÁ VIENDO UNA EDICIÓN ANTERIOR

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La noticia es acerca de una carrera automovilística, pero sin introducción de las diferentes nacionalidades que participaban en el evento, en el contexto ecuatoriano al referirse a “la china”, se podría interpretar el término en forma despectiva.

## CAPTURA # 7

**FARÁNDULA**  
**Irina Shayk: La 'treintona' más sexy del planeta**  
Jueves, 7 de Enero de 2016

La modelo quien tuvo un año exitoso llega a los 30 junto al actor Bradley Cooper.

La rusa no puede celebrar su aniversario en un mejor momento, ya que triunfa tanto en su vida profesional como en lo **personal**.

Y es que Irina, quien al principio se hizo muy popular por ser la fiel enamorada del futbolista Cristiano Ronaldo, ayer llegó al 'tercer piso' y sopló 30 velitas en su pastel, celebración que coincidió con la festividad del Día de Reyes.

Las marcas más populares de la moda se rifan a esta modelo que atrae al público con su esbelta figura y una sonrisa encantadora, y es que la belleza rusa ha conseguido hacerse un nombre y un gran hueco en el mundo 'fashion'. Además, Irina se ha mostrado estable en su actual relación con el actor Bradley Cooper, su pareja desde hace varios meses.

Sensación viral

**BELLEZA.** La hermosa modelo en una de sus sesiones fotográficas. (Foto: Web Sports Illustrated)

**Irina Shayk**, quien rompió con Cristiano Ronaldo a finales de 2014 tras cinco años de noviazgo, compartió en 2015 unas fotos y unos videos tremendos en su cuenta oficial de Instagram.

Alexandra Elbakidze ("San Andrés" y "Three Deflections") en la última acción con el papel de Summer. Ambas películas acompañadas a Gwyneth Paltrow ("Wild & Blue Yonder" ("High School Musical 4")) en la adaptación a la gran pantalla de la serie...

Kelly Rohrbach es la modelo y actriz que papel de la salvavidas más famosa de la...

estrella, estrellas

Dwayne Johnson "La Roca" ha dado la a Kelly Rohrbach, de cara a su fichaje actriz que formará el relevo de **Baywatch** en el rol de C.S. Parker (...). Prepárate no poder inspirar para traerles a la nueva generación de "Baywatch". Se convertirán en su cuenta oficial de Instagram

Producción

Para quedarse con el papel, Rohrbach competir con otra chicas, a saber: Kit

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Estas tres imágenes muestran a la mujer en prendas de vestir cortas (trajes de baño) y poses sexualizadas, la redacción de las notas periodísticas no se refiere a pasarelas o eventos semejantes que justifiquen el vestuario, son notas que hablan del perfil profesional de las personas, por lo que se está transformando a la mujer como objeto sexual al atraer atención de la audiencia mostrando este tipo de imágenes, sin una coyuntura editorial que las justifique. Además se naturaliza, se alimenta el estereotipo que las mujeres jóvenes son las únicas hermosas, al hablar como un logro que una treintañera lo es.

## 4. Conclusiones

- ✓ El trabajo teórico realizado permitió expandir los conocimientos en relación a la violencia simbólica, y obtener mejores resultados en la investigación; para de esta manera contribuir con ejemplos concretos en las futuras investigaciones referentes a esta problemática, no solo para comunicadores sociales; sino para profesionales en diferentes campos.
- ✓ Los *community manager* de los distintos medios de comunicación conocen el tema de la violencia simbólica, claro que intentan de alguna manera y si bien procuran evitar contenidos agresivos, la prioridad es la demanda de la audiencia pero para ellos el tema depende más de la audiencia y el cómo ellos tomen el contenido que se publica.
- ✓ Las personas que se informan a través de las redes sociales, en su mayoría desconocen la existencia de la violencia simbólica. Apenas identifican algunas expresiones e imágenes como agresivas; sin embargo, mayormente estas manifestaciones de violencia simbólica, vía naturalización, pasan desapercibidas. Simplemente se inscriben en sus estereotipo naturalizados (les coincide el parámetro inequitativo q tienen interiorizado).
- ✓ Según las entrevistas realizadas a los *community manager* de estos medios y según su línea editorial, el fin específico es informar a la sociedad con la

verdad, aunque eso conlleve utilizar expresiones que en ciertos casos agredan a una persona o grupo de personas.

- ✓ Las imágenes, ilustraciones y videos que se publican en sus periódicos digitales, son previamente contrastados tanto con quienes forman parte de la noticia de manera directa y los que están al tanto del hecho por ser personas cercanas. Se trata de utilizar la mayor cantidad de fuentes para dar a conocer un hecho.
- ✓ Los grupos focales consideran que la violencia simbólica sería imposible eliminar, debido a que el concepto ya está naturalizado y es muy difícil identificarlo con inmediatez; lo que sí es posible, es exigir a los medios de comunicación responsabilidad al momento de publicar alguna nota periodística. Esto se logrará mediante la interacción que mantenga el medio y el público.
- ✓ Durante el desarrollo del segundo grupo focal (adultos), manifestaron que no conocían de ninguna ley que penalice la violencia simbólica, hecho que evidencia la naturalización de esta violencia, y allana el camino a la impunidad

## 5. Recomendaciones

- ✓ Es importante crear más espacios como programas de TV, propagandas, artículos de opinión, en donde las personas puedan conocer temas que son de interés social como lo es la violencia simbólica.
- ✓ Se debería crear espacios como blog, foros, algún reportaje, que ayuden a las personas a reconocer este tipo de agresividad. Y así contribuir a que las personas a se cuestionen acerca de los mensajes que son recibidos y si estos deberían ser tomados como verdad absoluta.
- ✓ Cada medio de comunicación debería crear estrategias óptimas en la publicación de sus noticias y que las mismas eviten mensajes de doble sentido. Esto se logrará redactando con pertinencia claridad y precisión, si se trata de algo sarcástico o de humor, el doble sentido tiene que ir, el detalle es que el doble sentido tiene que ser NO violento
- ✓ El medio de comunicación mediante sus notas periodísticas debería fomentar en el lector la participación directa con mensajes que trasciendan tanto a nivel local, nacional e internacional. Preguntar a los lectores su opinión o motivar con concursos como redacción de artículos o creación de algún video para que así se comparta también la información.

## CAPÍTULO III

### 1. Diseño de la Propuesta

En el presente capítulo se presenta la propuesta de un manual de lenguaje inclusivo para comunicadores sociales en medios de comunicación; en donde las temáticas que se plantean son de acuerdo a las conclusiones y recomendaciones que se generaron en el segundo capítulo.

#### *3.1 Datos Informativos*

**Título de la propuesta:** MANUAL DE LENGUAJE INCLUSIVO PARA COMUNICADORES SOCIALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Institución Ejecutora:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Beneficiarios:** Medios de comunicación (comunicadores sociales)

**Ubicación:** Latacunga – Cotopaxi – Ecuador

**Tiempo estimado para la ejecución:** 6 meses

**Inicio:** Octubre 2015

**Finalización:** Marzo 2016

**Equipo responsable:** El manual está a cargo de las tesis Arazeli Achote y Evelyn Damacela

**Tutor:** Lic: Magaly Benalcázar



### **3.2. Justificación**

La creación de un manual con un lenguaje inclusivo en un medio de comunicación, contribuirá a visualizar la existencia de la violencia simbólica, para así poner al tanto a los comunicadores de las diferentes maneras en las que la violencia simbólica se manifiesta y como se apoya en esas manifestaciones para seguir reproduciéndose de forma cotidiana a través de los medios de comunicación.

Crear un manual que incluya estrategias para desarrollar contenidos sin violencia, contribuirá a corregir este problema, incrementando el interés de las personas por conocer de qué se trata esta agresión para cuestionarla, de manera que se presione a los medios para disminuir la violencia simbólica en los contenidos periodísticos.

La razón por la que se ejecuta dicho proyecto de tesis es la importancia de visualizar la violencia simbólica; es decir, como este tipo de violencia se ha vuelto un tema naturalizado no solo en los medios de comunicación que son quienes manejan la información, sino también en la sociedad.

Al utilizar la palabra naturalizado queremos decir, que es algo que se ha hecho parte de la cotidianidad de toda persona, conceptos o actos, entre otras; contruidos socialmente y se lo toma como normal, algo que siempre ha sido de tal manera y no se puede cambiar y para muchas personas esto hace que no se lo tome como lo que es, un problema social que se sigue reproduciendo y pasando desapercibido por varios años.

De la misma manera se debe tomar en cuenta que el lenguaje es un canal importante de interrelación de las personas, siendo así que se convierte en un factor importante para la comunicación, dado que los prejuicios y discriminación se hacen presente mediante el habla, como también a través de las imágenes, videos, audios e incluso los titulares de las noticias.

La creación de un manual con un lenguaje inclusivo en un medio de comunicación, es una herramienta útil para llegar a la sensibilidad y conocimiento de los comunicadores sociales. Por esta razón este manual pretende articular los ámbitos de uso comunicativo y las diferentes manifestaciones de violencia simbólica.

### **3.3. Objetivos**

#### **Objetivo general:**

Diseñar un manual de lenguaje incluyente para los comunicadores sociales que manejan redes sociales.

#### **Objetivos específicos:**

1. Identificar conceptos básicos que contribuyan a la conceptualización de violencia simbólica.
2. Diseñar la estructura del manual con lenguaje incluyente para Comunicadores Sociales.
3. Definir los ejemplos concretos referentes a la violencia simbólica que se plasmaran en el manual.

### 3.4. Descripción de la Propuesta

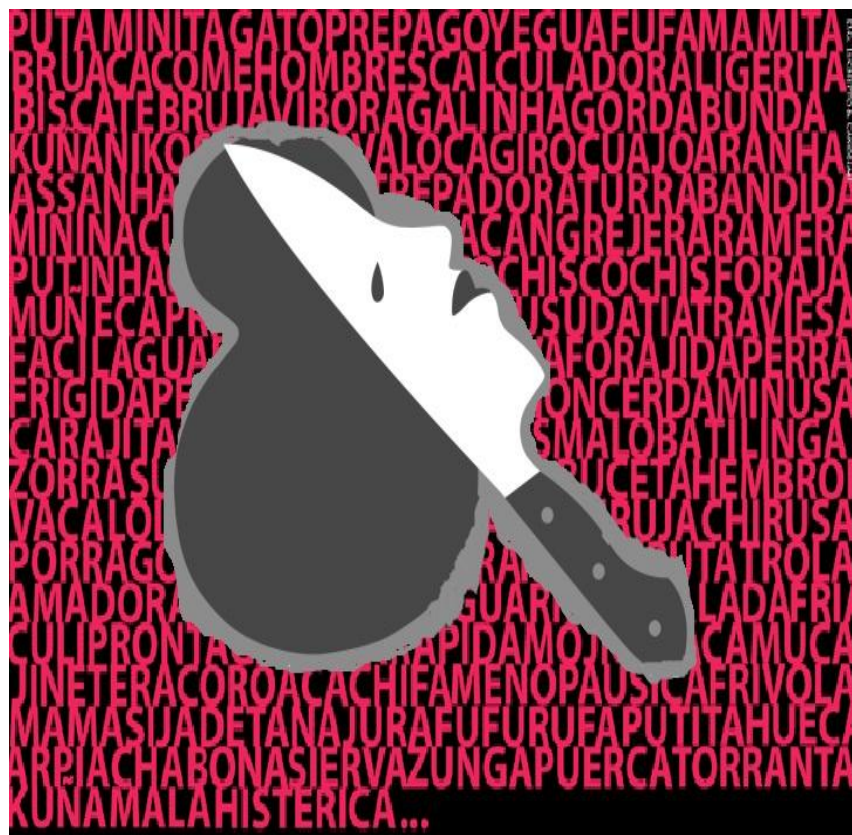
El manual hace referencia al concepto de la violencia simbólica, empezando por diferenciar este tipo de agresión de la violencia explícita. Para una mejor explicación nos apoyaremos en ejemplos tomados de los medios de comunicación escogidos como muestras.

La intención de diseñar un manual con lenguaje incluyente para comunicadores sociales, se basa en expandir la existencia de esta problemática, para que sea un tema de interés social. Con este manual los *community manager* y *equipo de reportería* conocerán en qué contenidos están difundiendo mensajes agresivos.

El manual está dividido dos secciones: la primera sección constan de la presentación y la introducción en donde explicamos cuando aparece el término y el porqué de la creación de este manual. Además aquí hacemos referencia a las diferentes clases de violencia. Y segunda sección donde encontramos algunas posibles soluciones y aspectos que deben tomar en cuenta un *community manager* al momento de producir información a través de sus periódicos digitales

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

¡A que no lo habías notado!



## ÍNDICE

Presentación..... 1

Introducción..... 2

### SECCIÓN 1

¿Qué es la violencia?..... 3

Que es la violencia simbólica..... 4

Tipos de violencia..... 5

Violencia física..... 5

Violencia emocional..... 5

Violencia sexual..... 5

Diferencia de violencia simbólica con las demás..... 6

Términos relacionados..... 7

### SECCIÓN 2

Sugerencias..... 7

Ejemplos de violencia simbólica en Medios de Comunicación..... 7

Recomendaciones para Comunicadores Sociales..... 8

## PRESENTACIÓN

La iniciativa de crear un manual con un lenguaje incluyente para comunicadores sociales, tiene el propósito de evidenciar el problema que representa este tipo de violencia, para poder incidir en ella. El desconocimiento que existe en el público respecto a este tema se debe a la naturalización de muchos actos agresivos.

En este manual, el público en general y particularmente los comunicadores sociales, podrán conocer qué es la violencia simbólica, como diferenciarla de otro tipo de violencia y sobre todo, cómo evitarla.

## INTRODUCCIÓN

La violencia simbólica no está tipificado por ninguna ley en nuestro país, pero es necesario que se conozca que es igual de dañina que las violencias explícitas.

Apoyada en la naturalización, la violencia simbólica se vive cotidianamente, a pesar que existen muchas manifestaciones que hacen posible la existencia de este tipo de agresión, esta tan invisibilizada para la sociedad que pasa desapercibida.

Los medios de comunicación son herramientas importantes al momento de dar a conocer información de cualquier calibre. En la actualidad los *mass media*, apoyados por las redes sociales, llegan a más personas, su audiencia es más grande, esto hace que sea más fácil el compartir información y que se reproduzcan los contenidos con manifestaciones de violencia simbólica naturalizadas.

## SECCIÓN 1

Para poder enfatizar en el problema de la violencia simbólica, y cómo evitar reproducir manifestaciones que contribuyan a la expansión de esta problemática; iniciaremos determinando el concepto de violencia y algunos de los tipos de violencia más conocidos.

### 1. ¿Qué es la violencia?

La Organización Mundial de la Salud define a la violencia como: el uso intencional de la fuerza o el poder físico de hecho o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad , que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos trastornos del desarrollo o privaciones.

Asimismo la Comisión para el Conocimiento y el Control de los Comportamientos Violentos elegida por la *National Academy of Sciences* de Estados Unidos adoptó la siguiente

definición de violencia: comportamientos de individuos que amenazan, intentan infligir o infligen un daño físico a otros de forma intencionada.

Al leer ambas definiciones se puede concluir que se enfatiza en el daño físico que se puede causar a un semejante, pero que, sin embargo, existen otros tipos de agresiones que amenazan la integridad de la persona y violentan con la misma o mayor intensidad.

No todo acto violento requiere del uso de la fuerza para causar daño en una persona, existen infinidad de tipos de violencia que a continuación explicaremos.

## 2. TIPOS DE VIOLENCIA

### a. Violencia física

Este tipo de violencia se refiere a cualquier acto de fuerza que cause o pueda causar una lesión física. Esta paradigmáticamente representada por la acción de pegar.



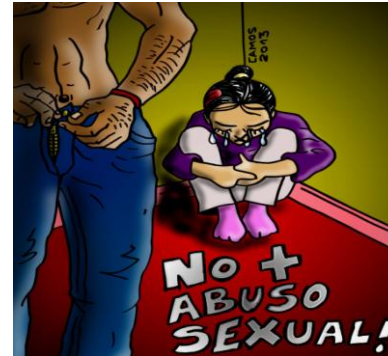
### b. Violencia psicológica



Constituye toda acción u omisión que cause daño, dolor, perturbación emocional, alteración psicológica o disminución de la autoestima de la persona agredida. Es también la intimidación o amenaza mediante la utilización de apremio moral infundiendo

miedo o temor a sufrir un mal grave e inminente en su persona.

### c. Violencia sexual



Es cualquier comportamiento en el que una persona es utilizada en contra de su voluntad para obtener estimulación o gratificación sexual. Realmente la violencia sexual es una suma de daños físicos y emocionales.

Son varios los tipos de violencias que se derivan de las que acabamos de mencionar. Pero en este manual nos enfocaremos en lo que es la violencia simbólica.

Lo que hace diferente a la **violencia simbólica** de los otros tipos de violencia es que este tipo de agresión pasa muchas veces desapercibida para la sociedad.

#### **d. ¿Qué es la violencia simbólica?**

El término violencia simbólica se genera en la década de los 70 con el sociólogo Pierre Bourdieu, quien relaciona este término con la dominación que ejerce una persona o grupos de personas sobre otras, pero sin la necesidad de incluir la fuerza. Esta dominación pasa inadvertida por parte de la persona dominada por lo que en la mayoría de los casos contribuye con los actos sutilmente agresivos.

Así lo expresan textualmente los sociólogos Bourdieu y Passeron quienes dicen que la violencia simbólica es una acción que se ejerce sobre los individuos con su propia complicidad, incluso de modo inconsciente.

La violencia simbólica es dominación, está dada en una estructura social, en estereotipos que han sido naturalizados puede ser de una persona a otra, incluso de un grupo de personas a otro grupo. Ha existido siempre, pero muy pocas personas conocen cuales son las manifestaciones donde está presente este tipo de agresión.

Si bien es cierto, la violencia simbólica puede representarse en todos los tipos de agresiones antes mencionadas, pero solo es reconocida como violencia en caso de ser un acto que no es agradable para la sociedad.

La naturalización ha hecho que muchas de las formas de agresión se vuelvan parte de nuestro diario vivir. Utilizamos expresiones como: “mano negra” cuando se supone hubo algún arreglo en el resultado de cualquier actividad, sin conocer que de forma indirecta estamos agrediendo a las personas afro descendientes.

Ahora, nos preguntaremos ¿en qué sentido los agredimos? Pues para muchos son frases que se escuchan de manera común, en cualquier ámbito donde nos desenvolvamos. Pero al decir mano negra aduciendo que alguien manipuló los resultados, se puede interpretar que las personas de raza negra no son confiables. A continuación expondremos más ejemplos acerca de violencia simbólica.



## SECCIÓN 2

### SUGERENCIAS

Luego de realizar un trabajo de investigación se pudo determinar que varias personas desconocen el término violencia simbólica, pero reconocen que muchos contenidos tienen agresividad,

En el trabajo entrevistamos a los *community manager* de dos medios de comunicación quienes concordaron en decir, que la violencia simbólica más depende de la interpretación que la persona le dé a la nota periodística, pero que debido a la estructura naturalizada muy pocas personas asocian la violencia de los contenidos, al término violencia simbólica.

Por lo que para poder explicar mejor las sugerencias para los comunicadores sociales hemos tomado en cuenta los siguientes ejemplos de Diario la Hora y Cotopaxi Noticias.

#### 3.1. IMAGEN #1

La imagen hace referencia a la sanción de Fernando Bustamante por parte del partido oficialista, al abstenerse a votar por la aprobación de las enmiendas. Al parecer solo es una caricatura pero desde la perspectiva de la violencia



simbólica, al interpretar la imagen observamos que tiene agresividad, debido que al quitarle la cabeza a las personas se insinúa que no tienen ideas propias y que la persona que está al frente de ellos es quien guía sus acciones.

Los comunicadores debemos evitar plasmar pensamientos propios al momento de publicar noticias; si bien es cierto las personas que realizan las caricaturas no siempre pertenecen a esta profesión, aquí entra el editor que se convierte en el responsable de lo que se publica al final del día en el medio de comunicación. En este caso es el editor quien debe intentar en lo mas posible que las caricaturas tengan humor, pero sin herir a las personas. Es decir, ser el filtro entre la audiencia y el público.

Obtener la imagen y analizarla, para esto sería importante capacitarnos en temas relacionados a la violencia simbólica y apoyarnos en otras opiniones.

### 3.2. IMAGEN #2



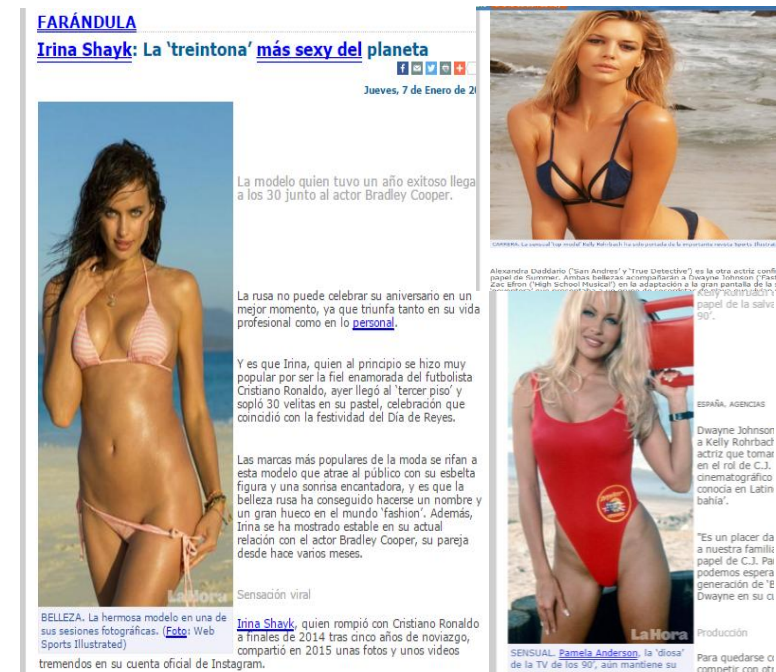
La nota periodística es acerca de una carrera automovilística, pero sin introducción de las diferentes nacionalidades que participaban en el evento; al referirse a “la china” se puede interpretar como un término despectivo.

Una manera de evitar la confusión o la interpretación despectiva sería que el periodista antes de utilizar “la china” haga una pequeña introducción de las diferentes nacionalidades que competían en la carrera o en otro caso no referirse a la persona con ese término.

También pudo utilizar la palabra “nacionalidad”, es decir, “Guo Meiling de nacionalidad china”. En nuestro país muchas

veces se utiliza China, como un apodo a alguien de características semejantes a una persona asiática, pero no conocemos como lo tomen las personas que no son ecuatorianos. Por lo que se debe tener total cuidado al momento de utilizar términos semejantes.

### IMAGEN #3



Estas tres imágenes muestran a la mujer en prendas de vestir cortas (trajes de baño), la redacción de las notas periodísticas no se refiere a pasarelas o eventos semejantes, son notas que

hablan del perfil de la personas, por lo que se está haciendo de la mujer un objeto sexual, la imagen de la mujer se sexualiza.

Para esto se recomienda utilizar imágenes acorde a la redacción, o que no expongan tanto el cuerpo de la mujer, porque si son personajes famosos de seguro en cualquier otro ámbito en el que se desvuelvan encontraremos una foto que no las exhiba tanto.

Un ejemplo claro del mismo periódico es este:

#### FARÁNDULA

Thalia: [orgasmos para la eterna juventud](#)

Jueves, 14 de Enero de 2016



La celebridad mexicana dijo mantenerse joven porque puede alcanzar hasta 50 orgasmos en la intimidad.

La cantante Thalia reveló la fórmula que la ha mantenido joven, bella y siempre con una sonrisa.

Durante una entrevista en el programa matutino 'Despierta América', la también actriz confesó que su intimidad con su esposo Tommy Mottola ha sido la pila de su vida pues en una noche de pasión llega a tener hasta 50 orgasmos.

"¿Cuál crees que es el secreto de mi juventud? Hasta 50 orgasmos en una noche", detalló Thalia en una charla con el periodista Ismael Cala.

La intérprete de 'Amor a la mexicana' detalló que las técnicas específicas para tener una vida sexual plena las obtuvo de una famosa sexóloga.

"Cuando yo tenía mi show de radio, mi doctora

SEXY. Sensual, bella y feliz, así se muestra siempre la actriz en sus

Aquí podemos ver una mujer igual de famosa, no pierde su sensualidad, pero no la exponemos tanto como lo es en traje de baño o ropa interior.

Otra sugerencia sería utilizar una imagen del rostro de la personas a quien se esta refiriendo la nota, pues debemos tomar en cuenta que no solo la imagen de mujer puede ser cosificada, la del hombre tambien corre este riesgo.

#### IMAGEN # 4



Partiendo de la definición de violencia simbólica sabemos que es un tipo de agresión que resulta difícil de percibir, observamos una imagen con una insinuación de burla, a lo que actualmente se conoce como "meme" es decir, imagen con fines hilarantes, sarcásticos o de mofa. El alcalde de Latacunga no ha renunciado a su cargo, esta ilustración da a entender

que si, como también que durante su periodo de alcaldía según la percepción general no se ha visto ninguna obra. dicho de otra manera, el meme sutilmente sugiere que renuncie a su puesto, esta publicación puede incomodar a la persona que es participe del “meme”, que es tomado como una reproducción naturalizada, en este caso el medio de comunicación o la persona que realizó esta imagen tiene cierto tipo de dominación sobre el involucrado.

Para evitar herir o denigrar la imagen de una persona, se debe considerar todos los puntos de vista, evitar puntos de vista personales. Y sobre todo frases que deslegitimicen el obrar de una persona.

## **Referencias**

Warshaw, L., (). Violencia. *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo*. 2 (5). Recuperado de <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo2/51.pdf>

Organización Mundial de la Salud (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Recuperado de <http://www.uv.mx/psicologia/files/2014/11/Violencia-y-Salud-Mental-OMS.pdf>

Peña, W. (Julio –Diciembre 2009). La violencia simbólica como reproducción biopolítica del poder. *Bicética*. 9(2). 62-75. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlb/v9n2/v9n2a05.pdf>

Sanmartín, J. (2007). ¿Qué es violencia? Una aproximación al concepto y la clasificación de la violencia. *Daimon revista de Filosofía*. (42). 9-22. Recuperado de <http://revistas.um.es/daimon/article/view/95881/9215>

## BIBLIOGRAFÍA

- Albarrelo, F. (2011). Discurso periodístico on-line. *Conectar Igualdad*. 1-18. Recuperado de [http://newsmatic.com.ar/conectar/archivos/10/pe1a1\\_clase4\\_2\\_discurso.pdf](http://newsmatic.com.ar/conectar/archivos/10/pe1a1_clase4_2_discurso.pdf)
- Álvarez, J. (2011) El discurso de género en un programa radial juvenil: una mirada desde el análisis de la conversación y el análisis crítico del discurso. *Discurso y Sociedad*. 5(4). 596-627. Recuperado de <http://www.dissoc.org/ediciones/v05n04/>
- Arcos, E. (20 de Febrero del 2006). Qué es un troll [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://hipertextual.com/2006/02/que-es-un-troll>
- Bedoya. (28 de agosto del 2011). El proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el uso de plataformas virtuales en distintas etapas educativas - Plataformas virtuales. *Observatorio Tecnológico*, 4-6. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/>.
- Bernal, A. (2009). Aproximación a un modelo ideal de medio. *Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes*. Recuperado de <http://www.cibersociedad.net/>.
- Bonino, L. (2008). Los micromachismos – el poder masculino en la pareja “moderna”-. *Voces de hombres por la igualdad*. (5). 89-109. Recuperado de [http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejos Escolares/archivos/P\\_005\\_micromachismos-el-poder-masculino-en-la-pareja-moderna.pdf](http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejos Escolares/archivos/P_005_micromachismos-el-poder-masculino-en-la-pareja-moderna.pdf)
- Cabrera, C. (2005). *Periodismo digital en Bolivia*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9990575983>
- Calderone, M. (2004). Sobre Violencia Simbólica en Pierre Bourdieu. *Trama de la comunicación*. 9. 1-9. Recuperado de <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/172>
- Casanova, A. (2015, 22 de diciembre). Violencia simbólica en los medios. *Quinto Poder*. Recuperado de <http://www.cimacnoticias.com.mx/>.
- Casas, M. (2008). Prejuicios, estereotipos y discriminación: reflexión ética y psicodinámica sobre la selección de sexo embrionario. *Acta bioethica*, 14(2), 148-156. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2008000200004>

- Castell, M. (2001). *Web 2.0 y medios de comunicación en Ecuador*. Recuperado de <http://historico.ciespal.org/>.
- Castelló, A. (2013). *El uso de Twitter como canal de información y conversación por parte de los medios convencionales* (trabajo de grado). Universidad de Alicante, San Vicente del Raspeig, España.
- Corsi, J. Violencia hacia las mujeres como problema social: análisis de las consecuencias y factores de riesgo. *Fundación mujeres*. 1-13. Recuperado de <http://tiva.es/articulos/Violencia%20hacia%20la%20mujer.pdf>
- Delgado, M. (Mayo 2009). Mass Media. *Innovación y experiencias educativas*, (18), 1-8. Recuperado de [http://www.csi-csif.es/andalucia/mod\\_ense-csifrevistad.html](http://www.csi-csif.es/andalucia/mod_ense-csifrevistad.html)
- Domingo, D., Salaverría, R., Cabrera, M., & Aguado, J. (2007). Convergencia de medios: dimensiones del debate sobre la disolución de los límites de los modelos periodísticos establecidos. *IV Congreso Internacional de Comunicación y Realidad*. Barcelona, España.
- Finol, J E; Hernández, J A; (2011). La naturalización de la violencia: una microsociología mediática frente al déficit del discurso político. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 16(35) 89-108. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27921728006>
- Flores, N., (2006). *Las interacciones escolares y los estereotipos de género. Dos estudios de caso* (tesis de maestría). FLACSO-sede Ecuador, Quito.
- Franquet, R., Luzón, V., y Ramajo, N. La información en los principales medios de comunicación on-line. Estudiar la representación de género. *Estudios de comunicación, Zer.*, 12(22), 267-282. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-14-franquet.pdf>
- García, a. (2007, 17 de enero). Bases, mediciones y futuro de la educación a distancia en la sociedad digital. *Redalyc.org*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa>.
- Gómez, E., Uribe, H., Ayala, G., Hurtado, G., y Holguín, C. (2011, 07 de diciembre). A propósito de una polémica imagen: "Violencia simbólica y medios de comunicación. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com>

- González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12), 79-88. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>
- Jódar, J. (2009). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, (17), 1-11. Recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf)
- López. (2010). *La metamorfosis del periodismo*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/>.
- Medina, F. (2013). *Evaluación del uso de las plataformas virtuales en los estudiantes del programa de maestría en docencia y gerencia educativa de la unidad de postgrado investigación y desarrollo de la Universidad de Guayaquil. Para fortalecer sus conocimientos tecnológicos* (tesis de postgrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Monserrat, J. (2012). *Sistemas y procesos de comunicación*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/>.
- Moreno, P. (2014). Lenguaje periodístico, implicaciones lingüísticas y contenidos especiales. En Universidad de Sevilla (presidencia), *Mercado de la información y psique, Libro de Actas*. Simposio llevado a cabo en el Primer Congreso Internacional de Infoxicación, Sevilla, España.
- Pardo, S. (28 de agosto del 2011). El proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el uso de plataformas virtuales en distintas etapas educativas - Plataformas virtuales. *Observatorio Tecnológico*, 4-6. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/>.
- Parrondo, C. (17 de mayo de 2015). Redes sociales y su influencia en el periodismo [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://carlaparrondo.wordpress.com/>.
- Pérez, H. (Diciembre 2004). El cuerpo es el mensaje. O del cuerpo en las funciones básicas de la Mass Media. *Palabra clave*, 11, 1-30. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2106343.pdf>

- Pilati y Richeri. (2007). Las plataformas digitales vía satélite. *Global Media Journal*, vol. 7, núm. 1. Recuperado de <http://www.redalyc.org/>.
- Radl, R. (2011). Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio televisivo. *Revista Latina de Sociología*, n° 1: 156-181. Recuperado de <http://revistas.udc.es/>.
- Ruiz Serrano, E; Serrano-Barquín, R d C; (2013). Violencia simbólica en Internet. *Ra Ximhai*, 9 (3) 121-139. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46128387007>
- Santoveña. (2002, Enero). Plataformas Virtuales de Aprendizaje. *Tecnología Educativa*. Recuperado de <https://tecnologiaeducativa2011.wordpress.com/>.
- Schiavo. (2001). *Dinámica y Funcionamiento de las plataformas virtuales*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/>.
- Sico de Andrés. (2011). Uso y consumo del Facebook. *Cuarta Edición*. España, Colombia.
- Veintimilla, C, & Chicaiza, P. (2012). *Análisis investigativo de la incidencia de las redes sociales en la vida cotidiana de los estudiantes de los décimos años de educación básica del Colegio Experimental Provincia de Cotopaxi ubicado en el Cantón Pujilí* (tesis de grado). Universidad técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador.
- Vilá, E. (2000, marzo). Los Derechos del Autor en la era digital. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*. Recuperado de <http://www.nuevarevista.net/>.
- Villasmil, Y., y Finol, J., (Julio 2009). Influencia del lenguaje digital en el discurso oral y escrito de los estudiantes de la tercera etapa de educación básica venezolana. *Iberoamericana de educación*. 50(1), 1-9. Recuperado de <http://rieoei.org/2932.htm>



## **ANEXO 1**

### **MODELO DE ENTREVISTAS PARA LOS COMMUNITY MANAGER DE DIARIO LA HORA Y COTOPAXI NOTICIAS.**

La presente tiene como objetivos:

\*Indagar sobre la organización y estructura al momento de publicar una nota.

\*Establecer el nivel de conocimiento acerca del tema “violencia simbólica”.

### **ENTREVISTA**

1. ¿El objetivo de subir noticias es aumentar el rating o informar de manera educativa?
2. ¿Hay una diferencia entre el discurso que utiliza un medio digital y un medio tradicional o analógico? Cuáles son las particularidades del contenido de sus publicaciones en redes sociales (de su medio).
3. ¿Cuáles son los parámetros y las precauciones que toman en cuenta al momento de la publicación de sus notas?
4. ¿Cuál es el horario en el que publican sus notas periodísticas en las redes sociales? ¿Es aleatorio o planificado? ¿según qué criterios?
5. ¿Alguna vez ha tenido la percepción que la publicación de una nota ha herido la susceptibilidad de sus seguidores? ¿Cómo se dio cuenta? y ¿Qué hizo al respecto?
6. ¿Conoce Ud., que es violencia simbólica?

7. ¿Considera Ud. que hay violencia simbólica en los contenidos que su medio difunde? Explique.
8. ¿Ud. piensa que es importante producir contenidos sin violencia simbólica?
9. ¿Qué sugerencias propone para evitar que se filtren mensajes con violencia simbólica en las publicaciones?
10. ¿Cuál es el segmento de su público que más interactúa con Ud.?
11. ¿Cuál es el segmento de su público que considera estaría más abierto a tratar temas relacionados a la violencia?

Gracias por su colaboración.