



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“LATACUNGA DESDE ADENTRO: EL PAPEL DE LOS PROCESOS  
EDUCOMUNICACIONALES FRENTE A CONTENIDOS DISCRIMINATORIOS  
EN CINCO UNIDADES EDUCATIVAS DEL CANTÓN LATACUNGA”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención  
del Título de Licenciado en Comunicación Social

Autoras:

Guamán Burgasí Mayra Guadalupe

Velasco Vásquez Alisa Gabriela

Tutor: M.Sc. Franklin Falconí

Latacunga - Ecuador

Febrero - 2020

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras Mayra Guadalupe Guamán Burgasí y Alisa Gabriela Velasco Vásquez, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: “Latacunga Desde Adentro: El papel de los procesos educomunicacionales frente a contenidos discriminatorios en cinco Unidades Educativas del cantón Latacunga.”, siendo el M.Sc. Franklin Falconí tutor del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



---

Mayra Guadalupe Guamán Burgasí

C.I.: 0503802381



---

Alisa Gabriela Velasco Vásquez

C.I.: 1501098543

## AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“LATACUNGA DESDE ADENTRO: EL PAPEL DE LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES FRENTE A CONTENIDOS DISCRIMINATORIOS EN CINCO UNIDADES EDUCATIVAS DEL CANTÓN LATACUNGA”, de Guamán Burgasí Mayra Guadalupe y Velasco Vásquez Alisa Gabriela, de la carrera de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero 13 del 2020



M.Sc. Franklin Falconi

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación; por cuanto, el o los postulantes: Guamán Burgasí Mayra Guadalupe y Velasco Vásquez Alisa Gabriela, con el título de Proyecto de Investigación: "LATACUNGA DESDE ADENTRO: EL PAPEL DE LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES FRENTE A CONTENIDOS DISCRIMINATORIOS EN CINCO UNIDADES EDUCATIVAS DEL CANTÓN LATACUNGA", han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

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

Latacunga, febrero 18 del 2020

Para constancia firman:



**Lector 1 (Presidente)**

**Nombre: Juan Pablo Toro**

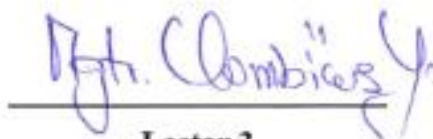
**CC: 0502344013**



**Lector 2**

**Nombre: Christian Miranda**

**CC: 1715495477**



**Lector 3**

**Nombre: Mgtr. Octavio Cumbicus**

**CC: 0502683428**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, principalmente por permitirnos la oportunidad de la vida, a nuestros padres, familia, maestros, compañeros y amigos, quienes con esperanza han creído, compartido y apoyado nuestros sueños.

Infinitas gracias a nuestro tutor M.Sc. Franklin Falconí, por haber compartido su conocimiento y guiado con paciencia esta investigación.

Mayra y Alisa

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo y energía que hemos puesto en este proyecto de investigación está dedicado a la Universidad Técnica de Cotopaxi, que ha sido nuestro pilar fundamental durante este proceso de formación.

Gracias Alma Máter.



**TÍTULO: “LATAACUNGA DESDE ADENTRO: EL PAPEL DE LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES FRENTE A CONTENIDOS DISCRIMINATORIOS EN CINCO UNIDADES EDUCATIVAS DEL CANTÓN LATAACUNGA”.**

**Autoras:** Guamán Burgasí Mayra Guadalupe

Velasco Vásquez Alisa Gabriela

**RESUMEN**

Durante el desarrollo del proyecto Lataacunga Desde Adentro, en el período académico marzo-julio 2019, los estudiantes universitarios han aplicado procesos educocomunicacionales con los participantes de cinco unidades educativas del cantón Lataacunga. Sus resultados han permitido evidenciar que los medios de comunicación durante la transmisión de su programación, aún tienen contenidos discriminatorios, particularmente los referidos a: banalización, victimización y discriminación por género. Los propósitos del proyecto LDA tienen que ver con mejorar la capacidad crítica de las audiencias frente a estos contenidos discriminatorios observados en los diferentes medios de comunicación, con la finalidad de aportar propositivamente a la construcción de una comunicación alternativa comunitaria. El objetivo del presente trabajo de titulación busca establecer en qué medida los procesos educocomunicacionales implementados por el Proyecto LDA han influido en la identificación de contenidos discriminatorios en los estudiantes de las cinco unidades educativas con las que se trabajó en el cantón Lataacunga. La metodología utilizada tiene un enfoque mixto, se usaron encuestas para establecer el tipo de consumo mediático y se aplicaron fichas de observación, para valorar los contenidos desde un enfoque de derechos. En cuanto a los componentes de banalización, victimización y discriminación por género se identificó que en una gran mayoría los medios de comunicación utilizan un lenguaje discriminatorio. Sobre tendencias de consumo la mayor parte prefiere informarse por el internet y la televisión, siendo en menor preferencia consumidos los periódicos, radio y revistas.

**PALABRAS CLAVE:** Educomunicación, contenido discriminatorio, banalización, victimización, discriminación por género.



**TOPIC: “LATACUNGA DESDE ADENTRO”: THE ROLE OF THE EDUCOMMUNICATIONAL PROCESSES FACE OFF DISCRIMINATORY CONTENTS, IN FIVE EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN LATACUNGA CANTON”**

**Authors:** Guamán Burgasí Mayra Guadalupe

Velasco Vásquez Alisa Gabriela

**ABSTRACT**

While the development of the “Latacunga Desde Adentro (LDA)” project from march to july, 2019th academic period, the participants have applied edu-communicational processes with the five Educational Institutions students in Latacunga canton. Its results have allowed to demonstrate that the media, during their broadcasting transmission, they still have discriminatory contents, focused on: Banalization, fatality and gender discrimination. The purposes of the LDA project, focus on improving the critical ability from audience, against of these discriminatory contents watched in the different media, with the objective of contributing to the construction of a choice community communication. The objective of this degree task looks for establishing what extent the implemented edu-communicational processes for the LDA Project has influenced in the identification of discriminatory contents in the students of the five educational institutions, which we worked in the Latacunga Canton. The used methodology has a mixed approach, we used surveys to establish the sort of media uptake and observation forms were applied, to assess the contents from a law rights approach. According to the components of Banalization, fatality and gender discrimination, we noticed that the most media use discriminatory language. About consumer trends, the most prefers to wise up through the Internet and television, being the least preference acquired newspapers, radio and magazines.

**KEY WORDS:** Edu-communicational, discriminatory content, banalization, fatality, gender discrimination.





### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de investigación, al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: Mayra Guadalupe Guamán Burgasí y Alisa Gabriela Velasco Vásquez, cuyo título versa “Latacunga Desde Adentro: El papel de los procesos educomunicacionales frente a contenidos discriminatorios en cinco Unidades Educativas del cantón Latacunga”, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, enero 23 del 2020.

Atentamente,

**M.Sc. Darwin Vallejo Mosquera**  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS**  
**C.C. 180226354-9**

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN .....	ix
ÍNDICE.....	x
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
6. OBJETIVOS .....	8
7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS .....	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	11
8.1. ANTECEDENTES.....	11
8.2. MARCO TEÓRICO .....	13
9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS.....	27
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL .....	28
10.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
10.2. ENFOQUE.....	30
10.3. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
10.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	32

10.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	33
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	35
11.1. TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS DE LAS CINCO UNIDADES EDUCATIVAS .....	35
11.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	73
12. IMPACTO SOCIAL .....	82
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO .....	83
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	84
15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
16. ANEXOS .....	93

#### ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLA 1.- ¿Qué medio de comunicación consume con más frecuencia? .....	35
FIGURA 1.- ¿Qué medio de comunicación consume con más frecuencia? .....	35
TABLA 2.- En la TV ¿qué tipo de programa prefiere ver? .....	36
FIGURA 2.- En la TV ¿qué tipo de programa prefiere ver? .....	37
TABLA 3.- En la radio ¿qué tipo de programas escucha?.....	38
FIGURA 3.- En la radio ¿qué tipo de programas escucha?.....	38
TABLA 4.- ¿Qué tipo de espacio prefiere en internet?.....	39
FIGURA 4.- ¿Qué tipo de espacio prefiere en internet?.....	39
TABLA 5.- ¿Qué tipo de espacio prefiere leer en los periódicos o revistas?.....	40
FIGURA 5.- ¿Qué tipo de espacio prefiere leer en los periódicos o revistas?.....	41
TABLA 6.- TV: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	41
FIGURA 6.- TV: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	42
TABLA 7.- Radio: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	42
FIGURA 7.- Radio: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	43
TABLA 8.- Internet: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	43
FIGURA 8.- Internet: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	44
TABLA 9.- Periódicos y Revistas: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	44

<b>FIGURA 9.-</b> Periódicos y Revistas: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?.....	45
<b>TABLA 10.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? a) ¿La información que muestran respeta los derechos de las personas?.....	46
<b>FIGURA 10.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? a) ¿La información que muestran respeta los derechos de las personas?.....	46
<b>TABLA 11.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? b) ¿Al informar se remite a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico?.....	47
<b>FIGURA 11.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? b) ¿Al informar se remite a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico?.....	48
<b>TABLA 12.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? c) ¿Trata equitativamente a las diversas expresiones culturales que existe en el país?.....	49
<b>FIGURA 12.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? c) ¿Trata equitativamente a las diversas expresiones culturales que existe en el país? .....	49
<b>TABLA 13.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? d) Sus programas o espacios me sirven especialmente para: .....	50
<b>FIGURA 13.-</b> Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos? d) Sus programas o espacios me sirven especialmente para: .....	51
<b>TABLA 14.-</b> ¿En qué medio de comunicación le gustaría participar en su Unidad Educativa?.....	52
<b>FIGURA 14.-</b> ¿En qué medio de comunicación le gustaría participar en su Unidad Educativa?.....	52
<b>TABLA 15:</b> Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades en él, invalidándolo.....	53

<b>FIGURA 15:</b> Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades en él, invalidándolo.....	54
<b>TABLA 16:</b> Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales.....	55
<b>FIGURA 16:</b> Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales.....	55
<b>TABLA 17:</b> Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios.....	56
<b>FIGURA 17:</b> Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios.....	56
<b>TABLA 18:</b> Tratar un contenido sin profundizar en el, sus causas, consecuencias etcétera, (superficialización).....	57
<b>FIGURA 18:</b> Tratar un contenido sin profundizar en el, sus causas, consecuencias etcétera, (superficialización).....	57
<b>TABLA 19:</b> Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas.....	58
<b>FIGURA 19:</b> Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas.....	59
<b>TABLA 20:</b> Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad.....	60
<b>FIGURA 20:</b> Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad.....	60
<b>TABLA 21:</b> Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social.....	61
<b>FIGURA 21:</b> Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social.....	61
<b>TABLA 22:</b> Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo.....	62
<b>FIGURA 22:</b> Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo.....	62

<b>TABLA 23:</b> Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal.....	63
<b>FIGURA 23:</b> Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal.....	64
<b>TABLA 24:</b> Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas.....	65
<b>FIGURA 24:</b> Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas.....	65
<b>TABLA 25:</b> Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole).....	66
<b>FIGURA 25:</b> Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole).....	66
<b>TABLA 26:</b> ¿Muestra el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?.....	67
<b>FIGURA 26:</b> ¿Muestra el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?.....	67
<b>TABLA 27:</b> ¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?.....	68
<b>FIGURA 27:</b> ¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?.....	69
<b>TABLA 28:</b> ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?.....	70
<b>FIGURA 28:</b> ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?.....	70
<b>TABLA 29:</b> ¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?.....	71
<b>FIGURA 29:</b> ¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?.....	71
<b>TABLA 30:</b> ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como enfermas?.....	72
<b>FIGURA 30:</b> ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como enfermas?.....	72

<b>TABLA 31: BANALIZACIÓN.....</b>	<b>77</b>
<b>TABLA 32: VICTIMIZACIÓN.....</b>	<b>79</b>
<b>TABLA 33: DISCRIMINACIÓN POR GÉNERO.....</b>	<b>80</b>

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Tema:** Latacunga Desde Adentro: El papel de los procesos educomunicacionales frente a contenidos discriminatorios en cinco unidades educativas del cantón.

**Fecha de inicio:** septiembre – 2019

**Fecha de finalización:** febrero - 2020

**Lugar de ejecución:**

**Barrio:** San Felipe

**Parroquia:** San Felipe

**Cantón:** Latacunga

**Provincia:** Cotopaxi

**Zona:** Zona 3

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Facultad que auspicia**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

**Carrera que auspicia:**

Comunicación Social

**Proyecto de investigación vinculado:**

Proyecto de investigación formativa: Latacunga Desde Adentro Proyecto, anclado al proyecto de investigación generativa: Centro Universitario de Análisis Mediático (CUAM)

**Equipo de Trabajo:**

M.Sc. Franklin Falconí

Guamán Burgasí Mayra Guadalupe

Velasco Vásquez Alisa Gabriela

**Área de Conocimiento:**

Humanidades y artes

**Línea de investigación:**

Educación, Comunicación y Diseño Gráfico para el Desarrollo Humano y Social.

**Sublínea de Investigación:**

Comunicación Alternativa y Procesos Educomunicacionales



## **2. RESUMEN DEL PROYECTO**

Durante el desarrollo del proyecto Latacunga Desde Adentro, en el período académico marzo-julio 2019, los estudiantes universitarios han aplicado procesos educomunicacionales con los participantes de cinco unidades educativas del cantón Latacunga. Sus resultados han permitido evidenciar que los medios de comunicación durante la transmisión de su programación, aún tienen contenidos discriminatorios, particularmente los referidos a: banalización, victimización y discriminación por género. Los propósitos del proyecto LDA tienen que ver con mejorar la capacidad crítica de las audiencias frente a estos contenidos discriminatorios observados en los diferentes medios de comunicación, con la finalidad de aportar propositivamente a la construcción de una comunicación alternativa comunitaria. El objetivo del presente trabajo de titulación busca establecer en qué medida los procesos educomunicacionales implementados por el Proyecto LDA han influido en la identificación de contenidos discriminatorios en los estudiantes de las cinco unidades educativas con las que se trabajó en el cantón Latacunga. La metodología utilizada tiene un enfoque mixto, se usaron encuestas para establecer el tipo de consumo mediático y se aplicaron fichas de observación, para valorar los contenidos desde un enfoque de derechos. En cuanto a los componentes de banalización, victimización y discriminación por género se identificó que en una gran mayoría los medios de comunicación utilizan un lenguaje discriminatorio. Sobre tendencias de consumo la mayor parte prefiere informarse por el internet y la televisión, siendo en menor preferencia consumidos los periódicos, radio y revistas.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Se realizó el presente estudio a los procesos educomunicacionales llevados a cabo por el proyecto Latacunga Desde Adentro, para entender cómo funciona esta dinámica educomunicativa en el contexto de la Comunicación Alternativa. La generación de este análisis nos permite aportar al campo comunicativo porque contribuirá a evitar la difusión de contenidos discriminatorios en unidades educativas del cantón Latacunga, logrando que el sentido democrático de la comunicación se difunda a generaciones y sectores donde exista una necesidad comunicativa de expresión y difusión.

Los beneficiarios directos del proyecto son los estudiantes de las cinco Unidades Educativas del cantón Latacunga Ana Páez, Trajano Naranjo, Juan Manuel Laso, Gral. Miguel Iturralde y 14 de Julio Juan Abel Echeverría, porque durante el Proyecto Latacunga Desde Adentro se ha capacitado con temáticas referentes a las dinámicas comunicativas de los medios y a identificar en ellos elementos discriminatorios lo cual permite desarrollar un sentido crítico, al recibir información de los medios tradicionales, los beneficiarios indirectos son los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, porque son los educomunicadores de este y otros proyectos que lleva adelante la institución y los moradores del cantón Latacunga, que es la zona de influencia donde funciona el proyecto de comunicación alternativa Latacunga Desde Adentro.

La comunicación alternativa nace por una necesidad de expresión que tiene la comunidad, permite informar sobre la realidad existente sin que sea manipulada, además logra democratizar la difusión de contenido. Lo que se pretende demostrar es que la comunicación alternativa puede rebasar las fronteras de lo público y privado, permitiéndoles a los ciudadanos ser actores principales del cambio comunicativo. Este proyecto de investigación posee relevancia científica porque provee lineamientos para permitir que los jóvenes se inmiscuyan en un campo de análisis referente a los procesos educomunicacionales, que busquen la universalización de esta práctica social. La realización de este trabajo investigativo nos permite analizar el funcionamiento y mostrar los resultados que ha tenido el proyecto Latacunga Desde Adentro, centrándonos en las cinco unidades educativas que fueron parte de este proceso educomunicacional durante el período marzo-julio 2019.

#### 4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

**Beneficiarios Directos:** Medios de comunicación de Latacunga, estudiantes de las cinco unidades educativas del cantón Latacunga: Ana Páez, Trajano Naranjo, Juan Manuel Laso, Gral. Miguel Iturralde y 14 de Julio Juan Abel Echeverría.

**Beneficiarios Indirectos:** Estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi y moradores del cantón Latacunga.

#### 5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En América Latina la educomunicación es sentida como una unidad conceptual movilizadora, ya que su único fin es educar mediante la comunicación para que las personas sean individuos críticos con respecto al contenido que observan en los medios de comunicación. Lo que pretenden los educomunicadores es el reconocimiento del valor estratégico de la lucha por la libertad de la palabra, como una utopía que se concreta en acciones efectivas en los distintos espacios educativos. Este es justamente el deseo de la praxis educomunicativa, vivida en una cantidad de proyectos en América Latina, que son testigos de la alegría y el entusiasmo de cuantos niños, jóvenes y adultos con ella se involucran cotidianamente (De Oliveira Soares, 2009).

La misión de los educomunicadores es crear espacios para difundir contenido que mantenga el sentido comunicativo de democracia sin recurrir a la discriminación y usando para esta finalidad a los medios alternativos, ya que ayudan a la inclusión de la comunidad para que todos puedan ser parte de la estructura comunicacional democrática con el fin de estimular en las personas el pensamiento crítico, para evitar la manipulación de ideologías que se transmiten por algunos medios de manera tendenciosa. La comunicación alternativa es un instrumento de la lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la comunicación dominante deba encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado Urzola 2016 (como se citó en Moragas, 1979, p. 78).

Es decir, la comunicación alternativa nace de la necesidad de una sociedad que quiere ser escuchada, rompiendo el esquema de la comunicación tradicional, ya que muchas de las veces

la información puede ser tendenciosa, dependiendo de la intención y construcción del perfil editorial de medios públicos o privados. En vista de esta necesidad comunicativa surgen los medios alternativos como un espacio diferente que difunde información a las personas sin distorsionar el mensaje que se quiere comunicar y mostrando ante todo veracidad en la transmisión de la información y respetando el principio de democratización de la comunicación.

En el artículo 85 de la ley Orgánica de Comunicación (2013) se establece que: “Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades” (p.15). Estos medios alternativos son creados sin fines de lucro ya que son específicamente para la comunidad que tiene la necesidad de informar y ser informados, por ello las comunidades son las únicas propietarias y generadoras de contenido de los medios alternativos comunitarios. En Ecuador se crea un debate amplio para hablar sobre los medios comunitarios ya que en el siglo XXI se han encaminado con mayor fuerza, acompañados de la tecnología que han hecho múltiples formas para transmitir información debido a la necesidad de informar a la comunidad.

La mayoría de los medios incorpora a jóvenes que aún se encuentran en período de formación (145 casos). Entre estos, se evidencia un número alto de estudiantes de grados universitarios relacionados con la Comunicación Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y otras variantes (21%) y una cifra algo mayor (23%) procedente de otros campos que no pertenecen a la comunicación (Barragán y Tercero, 2017). Los medios alternativos son preferidos por los jóvenes ya que en ellos encuentran un espacio de aprendizaje, que les permite ganar experiencia para su vida profesional. Estos medios son más usados por estudiantes universitarios que siguen la rama de la comunicación, dejando experiencias inolvidables en su vida estudiantil porque tienen contacto directo con las comunidades. Además, los beneficiarios de este proyecto sugieren que se implementen más medios para apoyar a estudiantes que deseen adquirir experiencia en este ámbito profesional.

El proyecto LDA se ha ejecutado como parte de dos asignaturas de la carrera de Comunicación Social, las cuales son Comunicación Alternativa y Educomunicación, ha sido aplicado por estudiantes de cuarto y séptimo nivel. En vista de todo lo analizado anteriormente, lo que nos interesa investigar es: ¿Cuáles son los procesos educomunicacionales en el contexto de la

comunicación alternativa para evitar la difusión de contenidos discriminatorios en las unidades educativas del Proyecto Latacunga desde Adentro?

Para nuestro proyecto hemos trabajado con cinco Unidades Educativas: 14 de Julio Juan Abel Echeverría, Juan Manuel Laso, Manuela Iturralde, Trajano Naranjo y Ana Páez. La unidad educativa 14 de Julio Juan Abel Echeverría está ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Eloy Alfaro, barrio San Felipe cuenta con 1351 estudiantes. Las modalidades que ejecuta esta unidad son: presencial y matutina, los niveles son inicial, educación básica y bachillerato. Esta institución se encuentra ubicada en la Calle Simón Rodríguez s/n y Honduras vía a Zumbalica.

La escuela Juan Manuel Laso es una escuela de educación regular y sostenimiento fiscal, con jurisdicción hispana, está situada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia de Tanicuchí. La modalidad que ofrecen es: presencial de jornada matutina y nivel educativo de inicial y EGB. Cuentan con 251 estudiantes de género femenino y 262 estudiantes de género masculino, la totalidad de estudiantes es de 513. Su dirección es Río Blanco de Laso Vía Laso-Toacaso- Sigchos.

La unidad educativa Gral. Miguel Iturralde se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga en la parroquia La Matriz. Es una academia militar de sostenimiento privado, con jurisdicción hispana. La modalidad que ofrece es presencial de jornada matutina, nivel educativo inicial y EGB. Se encuentra ubicada en Latacunga calle Quito y Av. Rumiñahui.

La unidad educativa Dr. Trajano Naranjo Iturralde es una escuela de educación regular situada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, en la parroquia Juan Montalvo, barrio San Sebastián. Es un centro educativo de educación regular y sostenimiento fiscal, con jurisdicción hispana. La modalidad que ofrecen es presencial de jornada matutina y vespertina y nivel educativo de inicial, educación básica y bachillerato. Cuentan con un total de 270 estudiantes de género femenino y 570 de género masculino, su población total de estudiantes es de 840. Su dirección es: Av. Trajano Naranjo y Cuyabeno.

La escuela Ana Páez nace en el año 1867 como una propuesta educativa privada, actualmente se ha convertido en una unidad educativa perteneciente al Ministerio de Educación, se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Eloy Alfaro, barrio San

Felipe, cuenta con 2271 estudiantes. La modalidad es presencial, jornada matutina y vespertina. Su nivel educativo es inicial, educación básica y bachillerato.

Los procesos de educomunicación que se han implementado en las unidades educativas pretendían que los estudiantes desarrollen un sentido crítico en cuanto corresponde a la información que reciben de los medios de comunicación. Como consecuencia de aquello se proponía lograr un análisis a profundidad de los canales de transmisión de la comunicación y cómo aporta para que se entienda a la comunicación como un derecho que permita la libre expresión y por consiguiente la democratización de la misma.

Estimamos que este programa de acción ha de constituir un valioso punto de referencia para otras experiencias y para analizar los alcances que pueden tener un conjunto de estrategias comunicativas y educacionales que han tenido como eje fundamental la búsqueda de interacciones sociales capaces de contribuir a la edificación de comportamientos saludables entre la población adolescente y juvenil (Guadarrama y Valero, 2006). La finalidad de aplicar la educomunicación en el contexto de una comunicación alternativa permite a los beneficiarios del proyecto ser parte del aporte comunicacional que se desea alcanzar mediante la aplicación de estrategias comunicacionales que garanticen interacciones entre individuos con la finalidad de contribuir a la construcción de una comunicación democrática.

Después de lo analizado, lo que nos interesa conocer es cuál es el papel de los procesos educomunicacionales frente a los contenidos discriminatorio desde la perspectiva de las unidades educativas antes mencionadas que han sido partícipes del Proyecto Latacunga Desde Adentro y por consiguiente la pregunta de investigación es: ¿Cómo influyen los procesos de educomunicación implementados por el proyecto Latacunga Desde Adentro, en los estudiantes de las cinco Unidades Educativas: Ana Páez, Trajano Naranjo, Juan Manuel Laso, Gral. Miguel Iturralde y 14 de Julio Juan Abel Echeverría, del cantón Latacunga, para la identificación de contenidos discriminatorios?

## **6. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Establecer en qué medida los procesos educomunicacionales implementados por el Proyecto Latacunga desde Adentro, durante el período marzo-julio 2019, han influido en la identificación de contenidos discriminatorios en los estudiantes de las unidades educativas: 14 de Julio y/o Juan Abel Echeverría, Ana Páez, Juan Manuel Laso, Gral. Miguel Iturralde y Trajano Naranjo, del cantón Latacunga.

### **Objetivos específicos:**

1. Definir conceptualmente a la educomunicación como un mecanismo para la comprensión de la discriminación en los medios de comunicación.
2. Definir las características de las preferencias y consumo mediático en los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019.
3. Identificar las percepciones sobre contenidos discriminatorios en los medios masivos, que tienen los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019, cotejando resultados de cada técnica aplicada.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Objetivos Específicos	Actividad (Tarea)	Resultado de la actividad	Medios de verificación
Definir conceptualmente a la educomunicación como un mecanismo para la comprensión de la discriminación en los medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recopilar información bibliográfica sobre educomunicación y discriminación en medios masivos.</li> <li>▪ Argumentar con base en autores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marco Teórico.</li> </ul>	<p>Técnica 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investigación bibliográfica.</li> </ul> <p>Instrumento 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ficha bibliográfica</li> </ul>
Definir las características de las preferencias y consumo mediático en los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Examinar las percepciones iniciales de los estudiantes sobre los medios masivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interpretación de resultados de las encuestas.</li> </ul>	<p>Técnica 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encuestas</li> </ul> <p>Instrumento 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cuestionario</li> </ul>



<p>Identificar las percepciones sobre contenidos discriminatorios en los medios masivos, que tienen los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019, cotejando resultados de cada técnica aplicada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar los contenidos discriminatorios presentes en los mensajes de los medios, a través de talleres participativos con los estudiantes de las unidades educativas.</li> <li>▪ Cotejar la información y realizar un análisis comparativo entre los resultados de las encuestas y las fichas de observación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interpretación de las fichas de observación.</li> <li>▪ Interpretación final de resultados de las dos técnicas aplicadas en el período marzo-julio 2019, por el proyecto LDA</li> </ul>	<p>Técnica 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Observación participante</li> </ul> <p>Instrumento 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fichas de observación</li> </ul>
--	--	--	--

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. ANTECEDENTES**

El papel de los procesos educomunicacionales es un debate amplio en la actualidad, ya que al hablar de educación y comunicación implica enfrentar nuevos desafíos, es decir, unir los hechos educativos con los medios de comunicación (Rojas, 2009). En el caso de nuestro proyecto de investigación, el Proyecto Latacunga desde Adentro ha trabajado con jóvenes de 15 a 17 años de edad, dándoles la oportunidad de expresión, permitiéndoles ser personas críticas ante los contenidos observados en los medios de comunicación.

La educomunicación tiene un rol importante en la sociedad actual ya que la mayoría de jóvenes tienen libre acceso a los diferentes medios de comunicación, por lo que es necesario “enseñar a los menores a utilizar adecuadamente los dispositivos digitales” (Pedreira, Aguaded y Rodríguez, 2019, p.1), tomando en cuenta que no todo lo que a simple vista se observa es verdad, es importante permitir a la audiencia el sentido crítico ante los contenidos que se observan a diario en las diferentes plataformas de comunicación.

La comunicación alternativa se la define “como aquella no autoritaria que surge de la necesidad de comunicar la realidad de la vida social” (García y Flores, 2009, p.5). De esta manera las comunidades rurales han encontrado un espacio de expresión que permite su participación en la sociedad.

“La comunicación alternativa es resultado de un proceso social alternativo, que difiere en forma, función y contenido al proceso social propuesto por el sistema dominante” (García y Flores, 2009, p.6). Es decir, nace de la realidad social proponiendo una mirada diferente frente a los contenidos televisivos difundidos en los medios tradicionales públicos y privados, promoviendo un sentido más crítico en cuanto al contenido que es consumido por las audiencias.

En cuanto al contenido discriminatorio es importante delimitar conceptos sobre lo que se refiere este enunciado ya que es clave para analizar a profundidad nuestra temática de investigación, de conformidad a esto hemos recurrido a lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación, la cual define que el contenido discriminatorio es: “todo mensaje que se difunda por cualquier

medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos” (LOC, 2019 p. 22). El contenido discriminatorio transmitido por los medios de comunicación no permite que se desarrolle adecuadamente la democratización de la comunicación y fomenta la creación de espacios que son los generadores de violencia hacia los derechos humanos.

Para analizar el perfil editorial de los medios en cuanto a contenido discriminatorio se refiere, es fundamental, contar con una propuesta metodológica de construcción de un índice de medición de contenidos (Chavero y Oller, 2015). Es importante establecer consignas de análisis sobre la creación y difusión de contenidos de los medios masivos de comunicación, es una tarea que nos corresponde a todos los actores de la sociedad, esto con la finalidad de llegar a acuerdos en cuanto al establecimiento de contenido adecuado que se quiere transmitir y con el que se quiere educar a la ciudadanía.

La comunicación alternativa surge de la necesidad de expresión que experimentaron varios grupos que no se sentían identificados ni con los medios de comunicación públicos ni con los privados, es un proceso desarrollado por medios comunitarios como vía para la reflexión y transformación de sus contextos sociales y territoriales. (Hernández y Chaguaceda, 2013). Esta propuesta se desarrolla como una respuesta para dar espacios en el ámbito comunicativo a quienes no poseían canales de comunicación para expresarse.

En este contexto nacen los medios comunitarios, cuyo objetivo es integrar a la comunidad para que pueda hacer uso de su derecho a la comunicación y libre expresión. “Es el proceso de función de empoderamiento de los medios comunitarios, que actúan expresando la posibilidad de cambio a través de un proceso colectivo” (Milan, 2006, p. 20). Los medios comunitarios son de fácil acceso gracias a las plataformas gratuitas que ofrece internet. Este medio ha sido de gran ayuda para las comunidades alejadas de las grandes ciudades dando voz a los que no tienen voz, contribuyendo al desarrollo social y cultural proporcionando el sentido de apropiación y poder, transformando sus vivencias individuales a colectivas, dándole la oportunidad a las comunidades de hacer uso de su derecho de libre expresión.

Todas estas acciones toman como punto de partida a la comunidad, quien debe siempre participar en la producción de los contenidos transmitidos en los medios alternativos,

fomentando la inclusión de toda la comunidad, expresando sus necesidades al pueblo, además deben desarrollar estrategias para mantener sus culturas vivas y poder transmitir a los jóvenes. Por lo tanto, los medios comunitarios están tomando fuerza a nivel del mundo, ayudando a los habitantes de las comunidades a sentirse incluidos, ya que los contenidos transmitidos por los medios alternativos son netamente locales, en donde pueden expresar sus necesidades, fomentar su cultura y tradiciones sin ser discriminados ni silenciados.

## **8.2. MARCO TEÓRICO**

### **Educomunicación**

La educomunicación inicia desde los años 70 y 80, época en que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO) reivindicó la importancia de esta área de trabajo en la formación académica de los jóvenes. La educomunicación es la unión e interacción de dos disciplinas la educación y la comunicación, cada una de ellas tiene como misión: “desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes” (Ortiz, 2015, p.4). Tiene como fin instruir a la sociedad para tener un criterio propio ante la presencia de los medios de comunicación para no dejarse manipular, además ayuda a que los jóvenes puedan educarse a través de los medios de comunicación, creando sus propios contenidos y mensajes, incentivando a conservar sus culturas, tradiciones, entre otros. América Latina cimienta a la educomunicación como una manera de transformación de conocimiento, evitando los problemas de pérdida de identidad cultural y la manipulación visual. (Lara, 2016)

En el Proyecto Latacunga Desde Adentro los jóvenes de 15 a 17 años son los principales protagonistas de este proyecto sobre la educomunicación, ya que a través de ello se puede observar actitudes, comportamientos, decisiones, pensamientos con relación al mundo político, económico, cultural que se ve a diario en los diferentes medios de comunicación, con el fin de crear una cultura de crítica constructiva frente a estos temas.

En las dos últimas décadas la educomunicación en el Ecuador y en el mundo entero ha tenido un gran desarrollo, las prácticas comunicacionales, la globalización de la comunicación y la tecnología son algunos de los factores para este desarrollo. A través de la educomunicación son aprovechadas al máximo las capacidades que poseemos los seres humanos para expresar nuestras ideas y relacionarnos con el entorno”. (Ortiz, 2015, p.15)

Gracias a la educomunicación en conjunto con la comunicación alternativa los jóvenes pueden expresar sus pensamientos, ideas, necesidades. Además, ayuda a desarrollar su creatividad a la hora de crear mensajes y contenidos para sus propios medios comunitarios ya sea radio, televisión, prensa, o plataformas digitales, difundiendo las necesidades de su comunidad, permitiendo difundir su voz, creando así un ambiente de relación comunitaria. Además, ayuda a que jóvenes y docentes puedan interactuar sobre temas relevantes que enriquecen sus conocimientos, fomentando así dinámicas educomunicacionales. La motivación que reciban los estudiantes en las aulas de clase fortalece el pensamiento crítico, construyendo nuevas realidades sobre los medios de comunicación. (Garzón y Noda, 2018).

“La evolución del pensamiento a raíz de los cambios científicos, tecnológicos y comunicativos que en los últimos años han acontecido, sin que haya provocado una ruptura radical con el modelo social precedente, se ha dejado sentir en los ámbitos educativos” (Gómez, 2005, p.25). Actualmente los jóvenes son nativos digitales, quienes están más propensos a ser manipulados visualmente, ya que están en constante contacto con los medios y aparatos digitales receptando la información a gran escala y sin limitación alguna.

Los medios de comunicación y su lenguaje icónico, construye una realidad social más preocupada por la estética que por la ética, en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogenización del pensamiento sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas. (Gómez, 2005)

La mayoría de medios de comunicación utilizan las imágenes para representar la realidad generando la necesidad del consumo innecesario, con el fin de sugestionar el pensamiento de la sociedad olvidándose de fomentar el pensamiento crítico.

### **Educomunicación y jóvenes**

En la actualidad vivimos en un mundo de constantes cambios tecnológicos, tanta es la rapidez con la que se actualiza y llega la información a cada uno de los hogares, que padres, maestros de escuelas, colegios no saben cómo actuar frente a esta realidad ya que muchos de los valores sociales se están perdiendo, convirtiendo a los jóvenes en marionetas obligados a seguir un patrón específico olvidando su cultura, hasta su esencia misma de pensar y tener criterio propio ante situaciones de la sociedad.

Los medios de comunicación privados se dedican a la generación de dinero es decir a difundir mensajes que generen la necesidad del consumismo. Los principales afectados son los jóvenes quienes a diario conviven con los medios de comunicación influyendo en el tipo de educación y comportamiento ya que estos se dejan llevar por los estereotipos.

Los Medios de Comunicación reproducen, con sus pautas y sus reglas; que a veces cumplen una función meramente informativa, pero que otras veces tiene tintes claramente consumistas, ideológicos, o que a todas luces son completamente irreales, pero que a pesar de ello los jóvenes los toman como válidos y los adquieren totalmente en sus comportamientos. (Santiago, 2009, p.2)

Es evidente que los medios de comunicación generan mensajes consumistas e irreales para generar más ingresos al medio y grandes empresas, es aquí donde la educomunicación hace su función de explicar a los jóvenes para que no sean víctimas de la información tendenciosa y no se creen todo lo que a simple vista observan, lo que se procura es crear un sentido de crítica individual y apropiación ideológica, evitando la desorientación social. En Latinoamérica los medios van adquiriendo mayor protagonismo en el campo político, por lo cual, es fundamental continuar los estudios de la comunicación desde la construcción de una identidad propia. Reflexionar y entender a la comunicación desde una perspectiva crítica, entendiendo las inclinaciones políticas de cada medio (Avilés, 2017).

El incentivar a los jóvenes a tener un pensamiento crítico no solo los permite ver más allá de la realidad actual sobre los medios de comunicación y redes sociales, sino además a tener un pensamiento creativo que pueda debatir sobre temas como política, economía, entre otros; el cual los hace jóvenes pensantes con valores formados que ayudan a preservar su cultura, la identidad de sus pueblos, dejando así de ser fáciles de manipular, ayudando a cambiar el contenido de los medios de comunicación y evitar la discriminación existente en algunos programas, además, evitando la discriminación, haciendo escuchar sus necesidades y respetar sus derechos.

Recordemos que todas y todos tenemos derechos a informar y ser informados sin excepción alguna como está tipificado en el artículo 17 de la Ley Orgánica de Comunicación, LOC, (2019).

Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones. (p. 7)

El proyecto Latacunga Desde Adentro que se desarrolló a través de la Universidad Técnica de Cotopaxi en las cinco unidades educativas del cantón Latacunga tiene como objetivo enseñar a la audiencia joven a tener un pensamiento crítico, además tener el poder de evitar la difusión de contenidos discriminatorios existentes en distintos medios de comunicación nacionales.

### **Discriminación**

Iniciaremos citando lo que estipula sobre la discriminación la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH, 2018) menciona que: “Discriminar quiere decir dar un trato distinto a las personas que en esencia son iguales y gozan de los mismos derechos; ese trato distinto genera una desventaja o restringe un derecho a quien lo recibe” (p.5). Esta acción es una manera de excluir a una persona ya sea por su color de piel, forma de hablar, manera de vestir, discapacidad, religión, entre otros, en ocasiones este tipo de violencia se puede convertir en agresión física. Además, Todos los seres humanos son iguales ante la ley sin excepción alguna, todos merecen respetar y ser respetados, al no respetar el derecho de igualdad se está infringiendo la ley, pasando a ser un acto discriminatorio.

La discriminación “se manifiesta como una restricción o anulación de derechos fundamentales o libertades básicas”, (Rodríguez, 2004 p. 17), es un concepto que produce distinción, exclusión o restricción hacia los derechos humanos y libertades fundamentales. El sentido de la discriminación se origina con el o los prejuicios que se encuentran intrínsecos en nuestro contexto y esto depende de cada cultura a la que pertenezcamos y en la que nos estemos educando. Esta actitud vulnera derechos de los demás ciudadanos y por esta razón en varios países se han creado políticas para evitar esta acción que no permite el desarrollo humano.

En los medios de comunicación se observa a menudo la discriminación ya que muchos canales de televisión solo se dedican a mostrar lo relevante que existe en las grandes ciudades además

programas de reality show nada educativos, más no se observa temas de interculturalidad, notas de comunidades alejadas de la zona urbana o mensajes en algún idioma autóctono de su país, de esta manera se ve la marginación a la zona rural. “La ausencia de diversidad cultural, sexual o étnica en los medios (en lo que publican, y también en sus estructuras de producción) es una indicación de su comportamiento en relación a la discriminación y el racismo” (Gumucio, 2011, p.2).

Actualmente los medios de comunicación se dedican a la generación de contenidos con actitudes discriminatorias y racistas. Es evidente la exclusión de ciertas culturas ya que el tema indígena sigue siendo marginal en los diversos medios masivos. Además, la escasez de temas educativos hace que la sociedad carezca de pensamiento propio convirtiéndolas en personas consumistas y estereotipadas, dejando de lado su cultura y tradición.

En la medida en que la ciudadanía no se siente representada en los medios masivos, surge como alternativa la de los medios locales y comunitarios, donde los procesos de comunicación son autogestionados, y donde existe una mayor pertinencia cultural y lingüística a través de la generación de contenidos propios. (Gumucio, 2011, p.3)

Los medios de comunicación son los principales transmisores de información ya sea económica, social, política es decir tienen el poder de crear un impacto muy fuerte en el pensar y actuar de la sociedad en general, sabiendo esto muchas comunidades han optado por crear sus propios medios de comunicación con la generación de sus propios contenidos, con sus idiomas autóctonos en donde se pueden expresarse libremente sin ser discriminados, además muchos de estos medios comunitarios son liderados por jóvenes.

En la última década se ha creado la opción de observatorio de medios en la sociedad civil, en universidades con el fin de vigilar el comportamiento de los medios, además, medir el grado de contenidos discriminatorios y racistas que se observan en los diferentes medios de comunicación. (Gumucio, 2011), con el fin de mostrar a la sociedad y jóvenes como los medios masivos crean contenidos consumistas dirigidos a un público específico es decir para la clase urbana, discriminando a la clase rural, sembrando un estereotipo obligatorio a cambiar su forma de vestir, hablar, entre otros, en donde tanto jóvenes como adultos se van alejando de sus culturas. El objetivo es crear una sociedad pensante, obligando a los medios masivos a mejorar y cuidar los contenidos que emiten en su programación.



Es importante fomentar la educación que nos permita ser más humanos y no caer en criterios estereotipados que fomenten la discriminación. “La comunicación es fundamental para la sociedad. Una comunicación respetuosa y exigente de los derechos humanos fomentará una sociedad donde se conozcan, promuevan, ejerzan y exijan estos derechos” (Soliz, 2014, p. 9). Para solucionar el problema es necesario que se llegue a la igualdad de derechos, para procurar una sociedad justa para los ciudadanos.

Al momento de analizar este mal que está presente en nuestra sociedad es importante relacionarnos con la legislación que rige en nuestro país. En el marco de la ley: “El derecho a la igualdad y su contrapartida, la no discriminación, ha sido reconocida tanto en nuestra legislación nacional como en la internacional” (Rivadeneira, 2002, p. 7). Existen varias causas que promueven la discriminación y a su vez un sin número de canales por los cuales se transmite esta práctica. Es evidente que para tratar este problema es importante procurar un contexto de igualdad universal para la sociedad.

El contexto legal ecuatoriano faculta a los organismos de control, que se realice la regulación de contenidos para evitar que:

Todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios. (LOC, 2019, p. 22)

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la difusión de contenido que promueva o no a la discriminación. “A través de los mensajes emitidos en forma de noticia, los medios de comunicación señalan aquello de lo cual nos debemos ocupar, construyendo corrientes de opinión en el imaginario colectivo que llega a legitimar acciones, personajes, fenómenos y políticas.” (Huerta, 2009, p. 89). Por esta razón es indispensable revisar lo que recomienda la legislación en cuanto a los sistemas que se debería implementar para poner en

práctica la regulación de contenidos. En lo nacional e internacional existen reglamentos cuya intención es ser un instrumento eficaz para eliminar la discriminación del contexto social, para esto también es indispensable contar con un plan de prevención, en el cual se eduque sobre la definición, causas y consecuencias de la discriminación en la sociedad. Lo medular es lograr la eliminación de actitudes y prácticas prejuiciosas o discriminatorias que menoscaban el desarrollo social.

Es responsabilidad del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación: “Regular la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, de conformidad con lo dispuesto en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la ley” (LOC, 2019, p. 19). Todos los actores de la sociedad son indispensables para fomentar la no discriminación, y es importante poner énfasis en la observación atenta de los medios de comunicación, ya que son “los canales por los que se transmiten patrones y prácticas culturales discriminatorias” (Rivadeneira, 2002 p. 11). Que exista un organismo que controle a cabalidad la producción y publicidad que transmiten los medios es un gran paso que aportaría a poner fin a esta situación.

Es indispensable “contribuir al empoderamiento social frente a los excesos mediáticos” (Chavero y Oller, 2014, p11). Otro de los mecanismos a utilizar para promover la no discriminación sería crear espacios de diálogo, análisis y discusión para determinar actores que promueven esta práctica y posteriormente educar y sensibilizar a este grupo para que entienda las repercusiones de sus actos en la sociedad. En cuanto a la discriminación es: “evidente la necesidad de su eliminación para lograr una sociedad libre, igualitaria y justa” (Rodríguez, 2004 p. 17). Además, es indispensable denunciar actos y mensajes discriminatorios que inciten al odio y la violencia. Para evitar las consecuencias de la discriminación, no se debe permitir las prácticas que promuevan generación de estereotipos en cada contexto cultural, los medios de comunicación y la sociedad no deberían naturalizar el término discriminación, no se debe permitir la invisibilización de actos discriminatorios en ninguna de las categorías existentes, ya que la naturalización nos hace cómplices de la permisividad de actos discriminatorios.

En cuanto a la intensidad de la discriminación encontramos diferencias significativas, entre ellas tenemos la de los jóvenes que ni estudian ni trabajan y los estudiantes de secundaria estos fueron significativamente más intensos que los obtenidos por los estudiantes universitarios.

Además, la discriminación por mujeres fue menos intensa que en el caso de los hombres. Estos datos señalan que la existencia de diferencias en función del nivel educativo y de género: Los hombres jóvenes con menos estudios pueden ser considerados como el grupo más discriminatorio, mientras que las mujeres universitarias son las que menos grado de discriminación presentan (Dueñas, Pontón, Belzunegui, 2016). Existen niveles y ámbitos en los cuales se desarrolla la discriminación, algunos de los tipos fueron considerados más intensos por etnia o religión siguiendo la escala de discriminación. La discriminación por razón de género ocupó una posición intermedia, mientras que la discriminación por apariencia física, clase social o por razón de homosexualidad obtuvo valores más bajos (Dueñas, Pontón, Belzunegui, Pastor, 2016).

### **Discriminación en medios masivos**

A nivel global, en los medios de comunicación masivos en cuanto al contenido que se transmite, los prejuicios sociales que promueven la discriminación son los protagonistas en el contexto de televisoras, radios y medios digitales. “Esta discriminación tiene tres formas predominantes: invisibilización, estereotiparían y maltrato” (Chaher, 2010, p. 2). Permitir y ejecutar estas formas de discriminación da lugar a la violencia mediática.

Una de las pautas de la legislación que nos permiten identificar el contenido calificado como discriminatorio en los medios de comunicación es:

Tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación. (Art. 63 LOC, 2019 p. 23)

Sin duda alguna los medios masivos de comunicación que transmiten contenido discriminatorio, incitan a la realización de prácticas de este tipo, definitivamente estos canales importantes de comunicación al ser formadores de opinión, influyen en el pensamiento y acciones de la audiencia. “creemos que el rol de los medios sigue siendo uno de los más importantes en la conformación de los imaginarios actuales” (Chaher, 2010, p. 10). Es indispensable que los organismos de control de la comunicación establezcan acciones de

prevención y sanción sobre la transmisión y difusión de contenidos discriminatorios para evitar con esta acción la vulneración de derechos humanos.

Es necesario que todos ejecutemos acciones para propender a la creación de espacios de análisis sobre la discriminación en medios masivos, “En este sentido, serían deseables debates y sensibilizaciones que promovieran la mirada crítica de estos contenidos en todos los sectores de la sociedad.” (Chaher, 2010, p. 2). Una adecuada planificación del contenido que será difundido en los medios de comunicación masivos, es fundamental para lograr una comunicación alternativa de calidad. Es indispensable que exista una cultura periodística, constituida a base de: “convenciones, métodos y rutinas establecidas” (Huerta, 2009, p. 88) que permita el debate y programación de contenido en base a un perfil editorial que promueva la información, el entretenimiento, y la educación en un contexto de no discriminación ni vulneración de derechos humanos.

“El reto del periodismo implica la democratización de los medios más allá de su pertenencia, implica la transformación individual y colectiva de las bases discriminatorias en las cuales se sustenta la sociedad actual” (Huerta, 2009, p. 158). A través de la información o contenido que recibimos de los medios de comunicación masivos receptamos y entendemos mensajes que determinan nuestra educación. La comunicación repetitiva se legitima e impregna en nuestra mente que a la vez reproduce este contenido al resto de la sociedad.

Los observatorios de medios realizan una importante labor al ser los organismos veedores de las prácticas comunicacionales de los medios masivos de comunicación. “los observatorios son instancias de supervisión mediática que vigilan la actividad de los medios” (Herrera, 2006, p.1). Estos organismos nacen por la necesidad de controlar las dimensiones del contenido que es transmitido y replicado en los medios de comunicación masivos.

A la necesidad de regular a los medios se le ha dado dos respuestas: la de que se regulen desde fuera de la profesión y la de que se haga desde dentro. En el primer caso, nos encontramos con el modelo de heterorregulación y en el segundo con las prácticas de autorregulación o autocontrol. (Herrera, 2006, p.2)

La heterorregulación implica la regulación de transmisión de contenido por parte de agentes externos y la autorregulación está muy ligada al criterio deontológico de cada profesional de la comunicación. Y en vista de estos factores: Herrera (2006), señala: “creemos que todavía se

puede avanzar más en la tarea de regular a los medios para que su libertad sea acompañada por un ejercicio semejante de responsabilidad, apelamos a dos nuevos poderes: el de las audiencias y el de los observatorios” (p.2). Sin lugar a dudas, los dos actores son importantes para aportar al desarrollo del campo comunicacional.

Quien mejor que la audiencia para reconocer las fortalezas y debilidades de los medios masivos de comunicación, el público es el mejor juez para determinar calidad en la información. “El hecho de que los ciudadanos les recuerden que están incumpliendo la ley representa una fuerte sanción social, que les obliga a modificar su programación y atenerse a los códigos éticos firmados, pues viven de los espectadores” (Herrera, 2006, p.3). Es necesario que se prevenga y se sancione las prácticas de transmisión de prejuicios sociales que promuevan la discriminación. “en este contexto se enmarca el papel de los observatorios primero como fiscalizadores y después como alfabetizadores de esta audiencia” (Herrera, 2006, p.3). Por parte de los observatorios de medios, la educación y sanción deben de ir de la mano para lograr una cultura comunicacional de los medios que no incite a la discriminación social.

### **Tipos de contenidos discriminatorios**

Los tipos de contenidos discriminatorios se refieren a las formas y dimensiones de discriminación existentes, recordemos lo que se menciona en el Art. 61 de la LOC:

Todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios. (LOC, 2019, p. 22)

En este punto y luego de ya definidos los tipos de contenidos discriminatorios existentes, es necesario analizar sobre los: “dos actores importantes, los medios que producen contenido y la audiencia que recibe este contenido como información” (LOC, 2019, p.22) es una interacción

importante la que existe entre medios y audiencia, el medio como productor de contenido informa, educa y entretiene a la audiencia que recepta el contenido, y posteriormente lo difunde. Es responsabilidad de los medios de comunicación delimitar el tipo de contenido que se va a transmitir en su programación: “los medios de comunicación de radio difusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir” (LOC, 2019, p.22)

En cuanto a los tipos de discriminación, tenemos, la discriminación de origen étnico y de género ha sido tradicionalmente objeto de muchas campañas para llamar la atención acerca de su impacto. Por el contrario, otros tipos de discriminación han sido socialmente aceptados o han permanecido invisibles (como puede ser la clase social o la apariencia). (Dueñas, Pontón, Belzunegui, Pastor, 2016, p. 71)

De todos los tipos de contenido de discriminación existentes, durante el desarrollo del Proyecto Latacunga desde Adentro, se ha analizado mediante fichas de observación tres conceptos: banalización, victimización y discriminación por género.

### **Detección de contenido discriminatorio**

Los tipos de discriminación más intensos son fáciles de detectar Dueñas, Pontón y Belzunegui (2016), esto en vista de que este tipo de contenido discriminatorio elude de manera directa a la persona discriminada. En nuestro país existen organismos como el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación que detecta el contenido discriminatorio explícito, los organismos que lo requieran están en su derecho de solicitar un informe técnico a la institución que regula el desarrollo y promoción del contenido comunicativo, para detectar este tipo de contenido.

El procedimiento sobre el Informe Técnico, no tendrá el carácter de vinculante; sin embargo, de ser solicitado por una autoridad pública, deberá ser valorado al momento de emitir una decisión para cada caso concreto. (LOC, 2019). Luego de que el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación realice el proceso de análisis del contenido comunicacional, si existe la necesidad es indispensable “ponerlos en conocimiento de la Defensoría del Pueblo para su trámite correspondiente” (LOC, 2019, p. 25). Que exista

una legislación que nos permita detectar el tipo de contenido discriminatorio que se emiten en los medios de comunicación es muy importante para aportar a la construcción de una comunicación alternativa: “El Reglamento de esta Ley, desarrollará el trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido” (LOC, 2019, p. 25).

Otra herramienta que nos permite detectar el contenido discriminatorio es:

El Índice de Vulneración de Derechos en los Medios no pretende ser un instrumento, rígido ni permanente; se trata más bien de una herramienta flexible, válida para el contexto ecuatoriano si bien extrapolable, con adaptaciones, a otras realidades y sujeta a la evolución de la propia dinámica socioeconómica y comunicativa del país. (Chavero y Aliaga, 2010, p. 3)

En nuestro caso, hemos analizado las siguientes dimensiones que nos permitirán detectar la existencia de contenido discriminatorio como parte de nuestro trabajo de investigación, las cuales son: banalización, victimización y discriminación por género.

### **Banalización**

Para entender a profundidad la dimensión de la palabra banalización, es necesario analizar su concepto: “Desvalorizar a una persona, colectivo o acontecimiento, volviéndolo superficial, insustancial, trivial e intrascendente” (Chavero y Oller, 2015, p. 14). Este término hace referencia a la invalidación o al restarle importancia a una persona o grupo de personas en el contexto de la sociedad, es decir a menoscabar su valor, transformándolo en superficial, se refiere a comunicar la información sin contenido que no aporta al análisis profundo de la realidad.

También se refiere al reconocimiento de estereotipos autodefinidos como superiores: la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios. (Chavero y Oller, 2015). Es decir que resaltando la superioridad como superficial da pie a olvidarse de lo medular y la información sustancial queda en un segundo plano o a veces en ninguno. La banalización hace referencia a lo banal, a la información superficial, que no profundiza para explicar con exactitud la comunicación importante que requiere la audiencia.

### **Victimización**

Mientras que la victimización hace referencia a: “Mostrar a una persona o colectivo desprovisto de sus derechos por ser víctima de sí mismo, de la sociedad o de las circunstancias, destacando su carácter de vulnerabilidad por encima de las acciones negativas que ha llevado a cabo” (Chavero y Oller, 2015, p. 13). En este contexto es muy común el uso de calificativos de tonalidad lastimera, así como también la repetición del discurso lastimero que constantemente victimice al sujeto de la noticia, o de quien se exprese en la comunicación.

Si el enfoque de la información fomenta a dar visibilidad a una persona o un colectivo solo cuando es víctima de accidentes o sucesos o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal (Chavero y Oller, 2015). Es decir, cuando al sujeto del cual nos estamos expresando, se lo muestra solo en el papel de víctima, en este sentido los comunicadores sociales deberíamos manejar un discurso propositivo que motive a la víctima a salir de la circunstancia por la cual atraviesa y dejar de usar el discurso lastimero que va a permitir que la víctima no permanezca en la misma situación. Es indispensable en el marco del respeto tratar condescendentemente a las personas de acuerdo a cada situación física o psicológica en la que se encuentre.

Como comunicadores no debemos caer en: convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (Chavero y Oller, 2015) y de esta manera justificar el negativo accionar que ha tenido en contra de la sociedad. En ningún ámbito se debe incitar y fomentar a la victimización, ya que esto no permite el desarrollo humano.

### **Discriminación por género**

En nuestra sociedad es muy común vivir la discriminación por género, para profundizar en el tema, refresquemos el concepto de lo que este enunciado significa “Atribuir a una persona, colectivo o hecho la condición de potencialmente peligroso para el orden social establecido, creando la duda y el miedo en la sociedad o en parte de ella” (Chavero y Oller, 2015, p. 12). La discriminación por género es un atentado a garantizar el goce de los derechos humanos en el marco del respeto y la igualdad. La discriminación por género se basa en dos aspectos, orientación sexual o identidad de género incentiva a menospreciar a un individuo ya sea por pertenecer al género masculino o femenino, o por su orientación sexual, es decir la decisión o preferencia sexual de cada persona, posiciona a este sujeto como un ser peligroso para el resto



de la sociedad, propiciando la existencia de prejuicios ante los individuos que pertenecen al colectivo LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales).

Es necesario aclarar que este tipo de discriminación agrede a mujeres y hombres, en el caso del género femenino “la discriminación y la violencia de género es parte consustancial de una sociedad patriarcal en donde la mujer no es considerada par del hombre, sino que, por el contrario, se subordina al mismo” (Soliz, 2014, p. 9) En este contexto la discriminación por género se encuentra en varias dimensiones, ciertos grupos de la sociedad y algunos medios de comunicación que difunden en su contenido estereotipos discriminatorios.

En este punto es importante la participación de los medios de comunicación ya que son “generadores de opinión pública” (Soliz, 2014, p. 42). Los medios de comunicación al transmitir información también cumplen el papel de educar con el tipo de contenido que crean, por esta razón influyen en la construcción del pensamiento y conductas sociales. Contrario a la discriminación por género se quiere lograr la igualdad de género tanto masculino como femenino, así como también el respeto hacia cada individuo por su preferencia sexual, como sociedad que prejuzga, a menudo nos sentimos muy preocupados por la decisión de las demás personas, debemos recordar que vivimos en un país libre y que en sus leyes tipifica el respeto y la garantía del adecuado goce de los derechos humanos, por lo que debemos respetar la decisión en cuanto a preferencia sexual de los demás. Los estereotipos negativos sobre el género no permiten que la sociedad avance en el marco de la tolerancia y desarrollo.

Todos debemos ser parte de la solución: “Diversos autores mencionan la necesidad de que la población reconozca el tema de la violencia de género y el femicidio como un problema estructural, público y no individual y del espacio privado” (Soliz, 2014, p. 52). Con un estereotipo mal infundado en nosotros podemos hacer mucho daño al género, ya sea masculino o femenino, lo ideal sería recordar que todos somos humanos y que nuestra preferencia sexual no define otros aspectos de nuestra vida en los que tenemos el derecho de desempeñarnos, porque la Constitución garantiza el goce de nuestros derechos como ciudadanos.

El papel de los medios es indispensable para formarnos como seres educados, por eso existe el llamado a los medios de comunicación para que traten la violencia de género sin promover el sensacionalismo y la revictimización de las mujeres y hombres, en su lugar aporte como mecanismo de información, profundización de las causas. Se requiere que los medios

mantengan un enfoque crítico a la violencia de género en lugar de naturalizar y justificarla. (Soliz, 2014). Sin lugar a dudas los medios son una pieza clave para solucionar el problema de la discriminación de género existente no sólo en nuestro país, sino también en varios lugares del mundo.

## **9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS**

1. ¿Cómo se define la educomunicación como mecanismo para la comprensión de la discriminación en los medios de comunicación?
2. ¿Cuáles son las características de las preferencias y consumo mediático en los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019?
3. ¿Cuáles son las percepciones sobre contenidos discriminatorios en los medios masivos, que tienen los estudiantes de las unidades educativas del proyecto LDA, durante el período marzo-julio 2019, cotejando resultados de cada técnica aplicada?

## 10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

### OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADOR	ÍNDICES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<b>Procesos educomunicacionales</b>	Influencia de procesos de educomunicación	¿Qué es educomunicación en medios?	Cuestionan lo que se dice en los medios	Comentan entre ellos después de ver el programa	Grupo focal	Fichas de análisis
<b>Contenidos discriminatorios</b>	Identificación de contenidos discriminatorios	¿Qué son los contenidos discriminatorios?	Prefieren ya no ver ciertos medios de comunicación	Antes y después de conocer los contenidos discriminatorios existentes en los programas	Grupo focal	Encuesta inicial y final

## **10.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El marco metodológico en el proceso investigativo permite que el investigador analice a profundidad y demuestre los resultados obtenidos durante el estudio, por lo que se considera los siguientes aspectos: el diseño de la investigación, la estrategia a utilizar, la muestra a estudiar, los métodos empleados para recoger los datos, las técnicas seleccionadas para el análisis de los resultados (Binda y Balbastre, 2013). Actualmente, es una tendencia en la investigación recurrir al análisis mixto: cualitativo y cuantitativo, como ocurre con la presente investigación.

### **Diseño de la investigación**

En la presente Investigación hemos utilizado como Método el Diseño no Experimental. Según Kerlinger “La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o que son inherentes no manipulables” (Kerlinger, 2002, p1). Nos hemos enfocado en este tipo de investigación ya que podemos observar al sujeto en su ambiente natural sin realizar ninguna manipulación para después realizar el análisis correspondiente.

El Diseño no Experimental debe ir acompañado del diseño Transversal, Hernández (2002) menciona que: “recopila datos en un momento único, con el fin de describir variables presentes y analizarlas” (p.3). Es decir, el investigador no construye ninguna situación porque las variables independientes ya han ocurrido al igual que sus efectos, las cuales no pueden ser manipuladas.

El diseño transversal se basa en un estudio observacional, y este suele tener dos propósitos: descriptivo y analítico. Rodríguez y Mendivelso (2018) explican que: “describe y analiza a los sujetos sin intervención alguna, además se recolectan los datos en un tiempo único, con el fin de describir las variables y su efecto de intercomunicación en un momento dado” (p.2).

## **10.2. ENFOQUE**

Hemos escogido realizar un análisis mixto: cualitativo - cuantitativo, debido a que se trata de un ejercicio de interpretación de las percepciones que los estudiantes tienen sobre los contenidos discriminatorios en los mensajes de los medios. De igual modo, para lograr lo anterior, cuantificamos estadísticamente las características del consumo mediático de los estudiantes de las unidades educativas en estudio.

### **Enfoque cualitativo**

El enfoque es en parte cualitativo, ya que nos permite interpretar aspectos y características de la muestra, este enfoque es muy usado por varios profesionales de las ciencias sociales, porque permite valorar las cualidades del objeto de estudio. Al pertenecer a la carrera de Comunicación Social, de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, se necesita profundizar en el análisis no solo de forma cuantitativa, es indispensable medir aspectos que describen y nos permiten interpretar de mejor manera los resultados obtenidos en la investigación “está obligada a conocer exhaustivamente el contexto” (Mesías, 2010, p.1). El estudio del entorno de nuestro objeto de investigación también está implicado, ya que como sabemos el contexto es un influyente en el comportamiento del sujeto u objeto.

La investigación de tipo cualitativo en su enfoque rechaza la pretensión racional de solo cuantificar la realidad humana, en cambio da importancia al contexto, a la función y al significado de los actos humanos, valora la realidad como es vivida y percibida, con las ideas, sentimientos y motivaciones de sus actores. (Mesías, 2010, p.2)

El enfoque cualitativo escogido para el análisis, nos permite indagar más allá de cifras estadísticas cuantificables, es una plataforma para valorar e interpretar los actos humanos y sus consecuencias y por esta razón este tipo de estudio “se ha convertido en el principal indicador y criterio de desarrollo científico” (Iñiguez Rueda, 1999, p.108), convirtiéndose en un gran aporte para las investigaciones de las ciencias sociales.

El aspecto cualitativo se destaca por “ser descriptivo, inductivo, holístico, fenomenológico, estructural-sistémico y ante todo flexible” (Mesías, 2010, p.2), su principal función es la identificación profunda de la realidad, entorno y contexto social.

**Enfoque cuantitativo:**

Se aborda también una perspectiva cuantitativa, considerando que tiene un carácter objetivo, es decir, “tiende a adoptar un enfoque estructurado para estudiar el fenómeno” (Ugalde, Balbastre, 2013, p. 180), es minuciosamente planificado y direcciona hacia lo medular que se quiere obtener como resultado de la investigación. En este caso, tiene que ver con medir el tipo de consumo mediático de los estudiantes de las cinco unidades educativas en estudio.

Con este enfoque, el investigador no se involucra en la dinámica del objeto de estudio, ya que su análisis debe ser objetivo, meramente de investigador, nunca de participante o actor. Este enfoque permite precisión en los resultados a obtener, en vista de que: “Los datos que emanan de investigaciones cuantitativas son considerados, a menudo, como tangibles, rigurosos y fidedignos” (Ugalde, Balbastre, 2013, p. 180), esta dinámica investigativa da lugar a que posteriores investigadores puedan interpretar y contrastar la información, de manera objetiva y concreta.

La metodología cuantitativa, permite “la verificación o el contraste de hipótesis fundamentadas en el conocimiento teórico existente que para construir o avanzar en la formación de una teoría todavía en fase de desarrollo” Flick, Gill y Johnson (como se citó en Binda y Balbastre, 2013). Su finalidad es explicar el estudio del fenómeno basándose en hechos, para alimentar y producir más teorías que puedan ser explicadas de manera estadística y apoyadas en un sustento de estudio objetivo.

**10.3. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Arias, 2012: “El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (p.23). Este punto de la investigación es trascendental para la obtención de resultados, ya que determina la superficialidad o profundidad de nuestro estudio. Una vez analizado este concepto, los niveles de investigación que utilizaremos en nuestro proyecto son:

**Descriptivo:** Para Morales la investigación descriptiva:

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta o se limita a la recolección de datos, o a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Morales, 2010, p.3)

**Exploratorio:** La investigación exploratoria tiene como “objetivo examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Estos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos” (Causas, 2015, p.5).

#### **10.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

##### **Población**

La población se refiere a objetos o sujetos que son parte del universo de estudio: “Es conveniente que la población o universo se identifique desde los objetivos del estudio, y puede ser en términos clínicos, geográficos, sociales, económicos, etc.” (Otzen y Manterola, 2017, p. 202). Lo importante es delimitar a la población sobre la cual se procederá con el estudio del caso.

Decíamos que la población de estudio puede ser un sujeto o un objeto: “cuando se habla de población de estudio, el termino no se refiere exclusivamente a seres humanos, sino que también puede corresponder a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones” (Otzen y Manterola, 2017, p. 202). Como sujeto se aplica a un individuo y como objeto a una cosa.

En este caso, la población de nuestro estudio son los estudiantes de las cinco Unidades Educativas del proyecto Latacunga Desde Adentro, correspondiente al período académico marzo-julio 2019.

### **Muestreo Intencional no probabilístico**

Para nuestra investigación el tipo de muestreo es Intencional no probabilístico ya que según Tamayo (2015), “Si se utiliza este método no se puede establecer de una manera exacta la probabilidad de que un elemento de la población participe en la muestra” (p.2). Es decir, el investigador elige su muestra, pero sin la seguridad de que todos los sujetos elegidos vayan a ser partícipes de la investigación.

En el caso del Proyecto Latacunga Desde Adentro, los sujetos a estudiar son estudiantes de los ciclos superiores (bachillerato) del período académico marzo-julio 2019, quienes fueron seleccionados, conjuntamente, entre los pasantes responsables del Proyecto LDA y las autoridades de cada unidad educativa, quienes les asignaban los cursos disponibles para la ejecución del proyecto.

## **10.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Encuesta**

La encuesta es un instrumento de investigación que nos permite acceder a información y detalles requeridos directamente desde la perspectiva de la persona encuestada “las personas implicadas como unidades de análisis se recaba información tanto objetiva como subjetiva” (Martín, 2011, p. 6), de esta manera se permite que el investigador obtenga datos directamente de una muestra y se recoge información subjetiva si las preguntas requieren que la persona encuestada aporte a la investigación con su criterio sobre determinado tema y lo hace de manera objetiva si se requiere que el encuestado aporte con información concreta que aporte al proyecto de investigación.

Para realizar esta tarea es indispensable contar con un cuestionario estructurado, que nos permita obtener la información deseada, y es importante determinar la muestra que será el universo de estudio en el cual se aplicará la encuesta. Con el paso del tiempo la encuesta desde sus orígenes ha ido mejorando para obtener un mejor método de análisis, se ha ido desarrollando a lo largo de muchos años, mejorando y cambiando los procedimientos, así como los objetivos de recogida de información. (Martín, 2011)



Debido a que la selección de la muestra para los trabajos del proyecto LDA fue intencional no probabilística, en las diferentes unidades educativas se aplicó la encuesta a la totalidad de estudiantes, quienes integraban los cursos de bachillerato que fueron seleccionados para participar en el proyecto.

### **Observación participante**

Esta técnica nos ayuda a la recolección de datos. Al respecto Rekalde, Vizcarra y Macazaga (como se citó en Rodríguez, Gil y García, 1996) mencionan que:

La observación participante es un método interactivo de recogida de información, que requiere de la implicación del observador en los acontecimientos observados, ya que permite obtener percepciones de la realidad estudiada, que difícilmente podríamos lograr sin implicarnos de una manera afectiva. (p.7)

Además, la observación participante nos permite conocer interiormente a la persona, y aprecia de manera subjetiva su entorno de este modo se puede conocer las circunstancias, dificultades, valores, dificultades del sujeto a estudiar, es una observación mediante la cual se puede descubrir el problema. (Acuña, 2015).

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

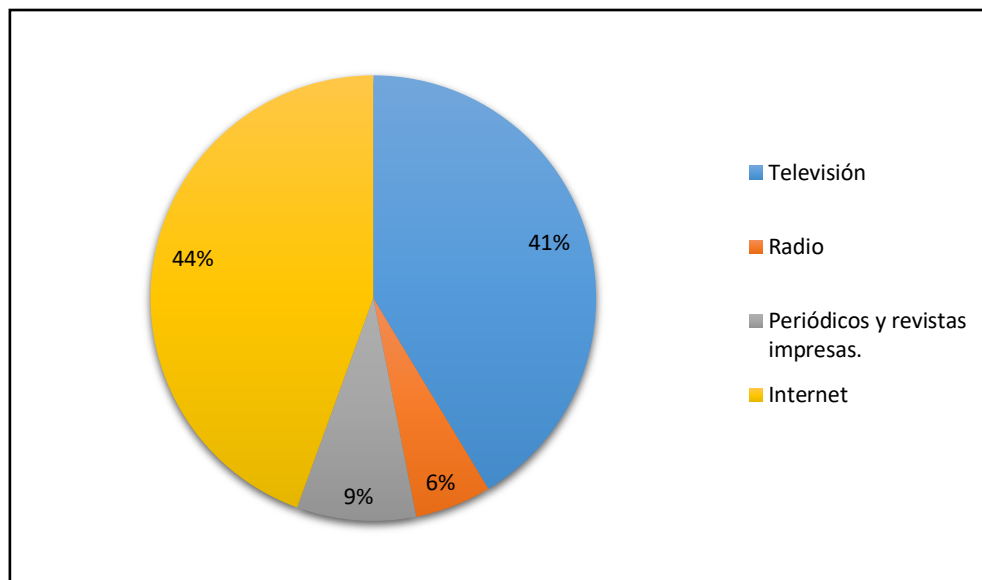
### 11.1. TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS DE LAS CINCO UNIDADES EDUCATIVAS

**TABLA 1.- ¿Qué medio de comunicación consume con más frecuencia?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	67	41,36
Radio	9	5,56
Periódicos y revistas impresas	14	8,64
Internet	72	44,44
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 1.- ¿Qué medio de comunicación consume con más frecuencia?**



Una vez tabulada la información recopilada en las cinco Unidades Educativas, hemos comprobado que la mayoría de encuestados consume con más frecuencia el internet, con un total del 44%, luego tenemos a la televisión, con un 41%. En tercer lugar, tenemos periódicos y revistas impresas, con el 9% de estudiantes que consumen este medio. Finalmente tenemos la

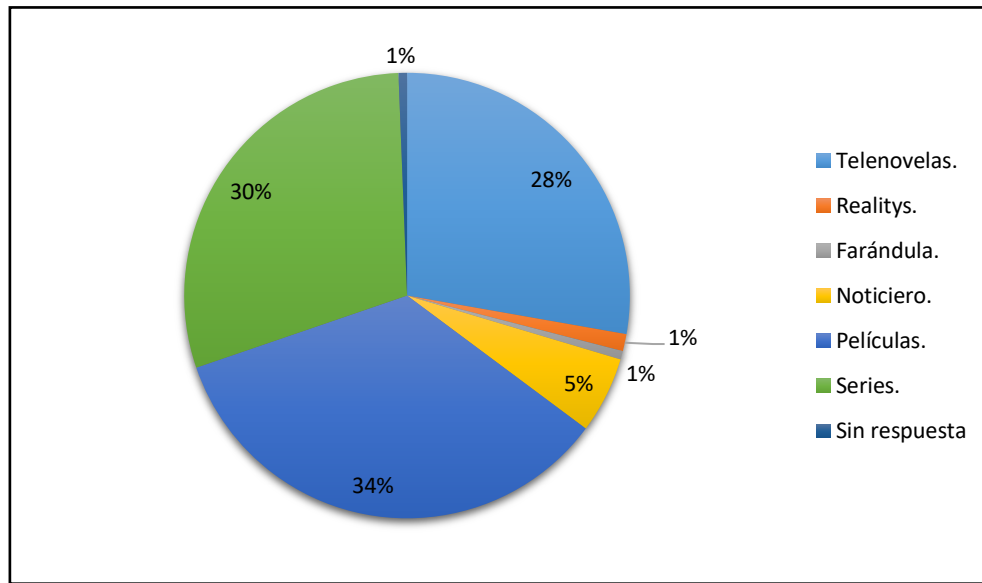
radio con el 6 %. Se evidencio que la mayoría prefiere el internet y la televisión, siendo estos dos los medios mucho más sintonizados; y los que tienen una mayor penetración e influencia en la sociedad, por sobre medios como la radio, los periódicos y las revistas impresas, que son menos consumidos por los jóvenes.

**TABLA 2.- En la TV ¿qué tipo de programa prefiere ver?**

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Telenovelas</b>	<b>45</b>	<b>27,78</b>
<b>Realitys</b>	<b>2</b>	<b>1,23</b>
<b>Farándula</b>	<b>1</b>	<b>0,62</b>
<b>Noticiero</b>	<b>9</b>	<b>5,56</b>
<b>Películas</b>	<b>56</b>	<b>34,57</b>
<b>Series</b>	<b>48</b>	<b>29,63</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>1</b>	<b>0,62</b>
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 2.- En la TV ¿qué tipo de programa prefiere ver?**

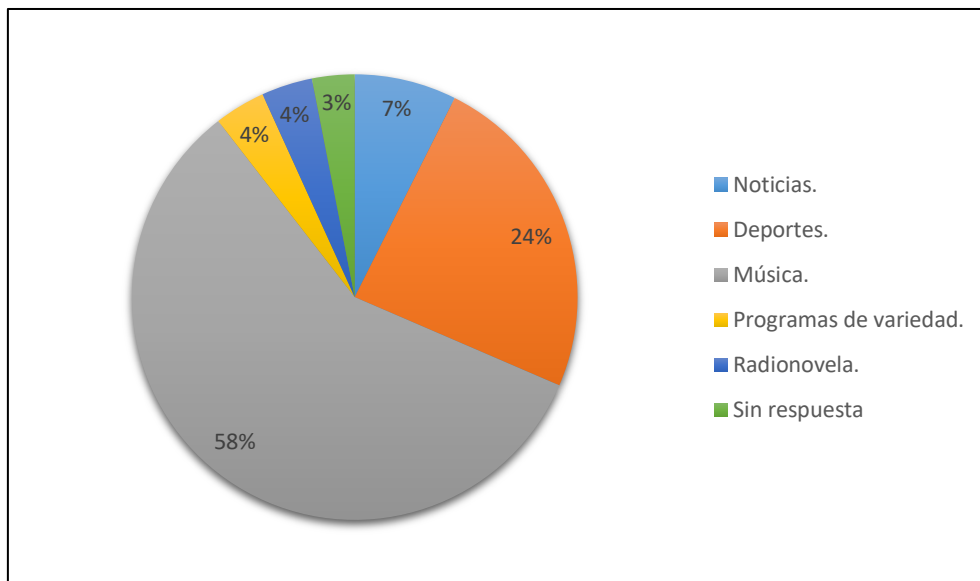


Los encuestados expresan su preferencia mayor por las películas, con un 34%; en segundo lugar, están series, con un 30%; a continuación, telenovelas, con un 28%. En cuarto lugar, tenemos noticieros, con un porcentaje del 5%; es decir, los estudiantes no ven noticias con frecuencia, el 1% de estudiantes prefiere ver programas de realitys y por último tenemos farándula con el 1%, además tenemos el 1% de estudiantes que no responde. Como se evidencia en la gráfica, la mayor parte de encuestados prefiere ver series, películas y telenovelas, dándonos una pauta de que los jóvenes usan este medio más para el entretenimiento, mientras que los programas con menos preferencia son el noticiero y la farándula.

**TABLA 3.- En la radio ¿qué tipo de programas escucha?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticias	12	7,41
Deportes	39	24,07
Música	94	58,02
Programas de variedad	6	3,70
Radionovela	6	3,70
Sin respuesta	5	3,09
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

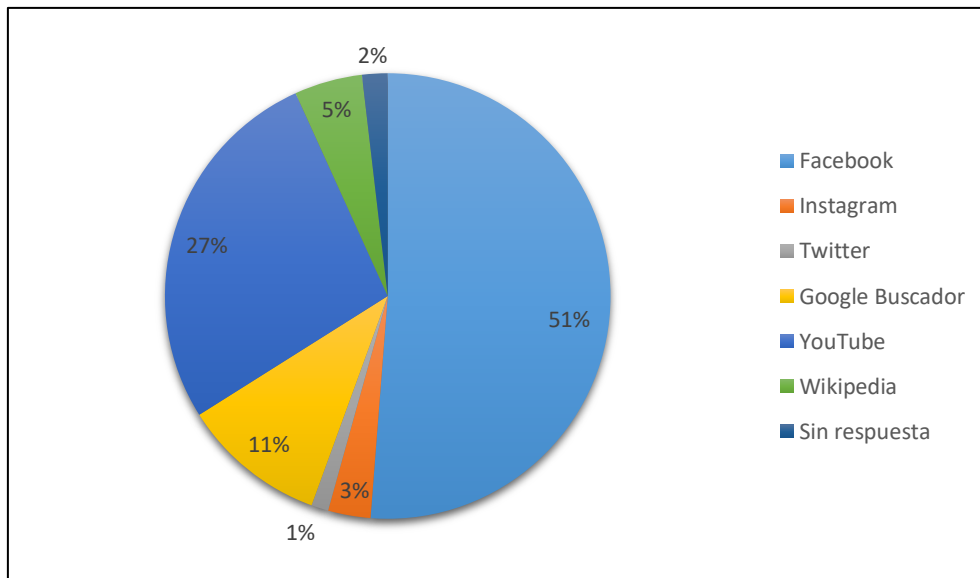
**FIGURA 3.- En la radio ¿qué tipo de programas escucha?**

En cuanto a la radio, la música es lo que más escuchan los estudiantes de las cinco unidades educativas, con un 58%, luego están los deportes, con un 24% de estudiantes que prefieren este segmento. En tercer lugar, tenemos noticias, con un 7%; seguido de quienes prefieren programas de variedades, con un 4%. En quinto lugar, están las radionovelas, con un 4%, y por último tenemos el 3% de estudiantes sin respuesta. Como se evidencia en la gráfica, la mayoría de los encuestados prefiere escuchar música y deportes en este medio de comunicación, mientras que los programas menos sintonizados por los jóvenes son: noticias, programas de variedades y radionovelas. Se repite el comportamiento anterior: se prefiere el entretenimiento.

**TABLA 4.- ¿Qué tipo de espacio prefiere en internet?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	83	51,23
Instagram	5	3,09
Twitter	2	1,23
Google Buscador	17	10,49
YouTube	44	27,16
Wikipedia	8	4,94
Sin respuesta	3	1,85
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 4.- ¿Qué tipo de espacio prefiere en internet?**

El tipo de espacio que prefieren en internet los estudiantes de las cinco unidades educativas es Facebook, con el 51% de preferencia, luego está YouTube, con el 27% de estudiantes que prefieren este espacio en internet. En tercer lugar, tenemos Google Buscador, con un 11% de preferencia, y la mayoría solo lo utiliza para realizar consultas. En cuarto lugar, está Wikipedia, con el 5% de estudiantes, seguido por Instagram con el 3%. En sexto lugar están quienes no

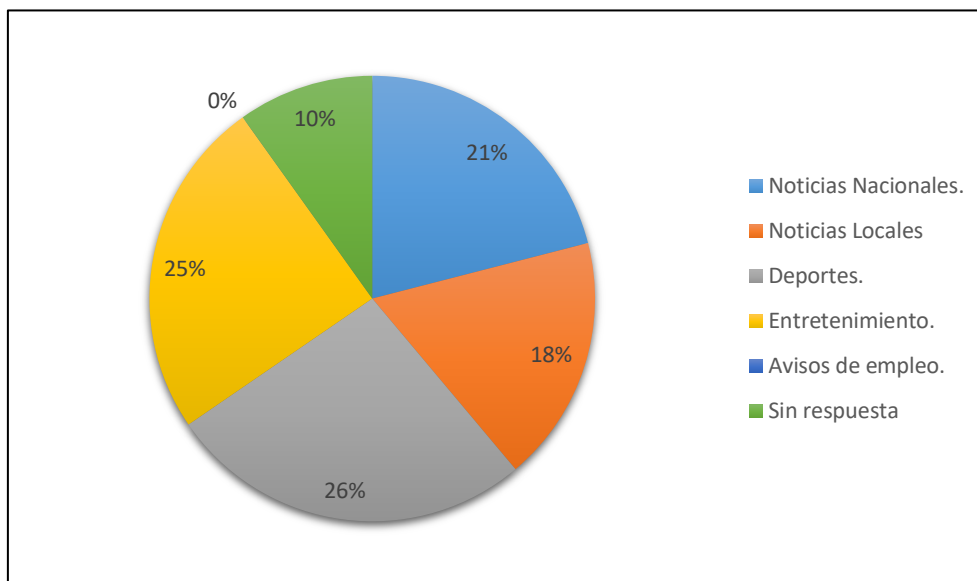
respondieron, con el 2%. Por último, está Twitter, con el 1% ya que consideran que es una aplicación poco llamativa.

El espacio que prefiere en el internet la mayoría de los encuestados es Facebook, seguido de YouTube y Google Buscador, lo cual confirma los resultados de muchos otros estudios, en relación al crecimiento de cada una de estas plataformas, que son reconocidas a nivel mundial y preferidas por la mayoría de los jóvenes, mientras que Wikipedia, Instagram y Twitter son de menos preferencia.

**TABLA 5.- ¿Qué tipo de espacio prefiere leer en los periódicos o revistas?**

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Noticias Nacionales</b>	<b>34</b>	<b>20,99</b>
<b>Noticias Locales</b>	<b>29</b>	<b>17,90</b>
<b>Deportes</b>	<b>43</b>	<b>26,54</b>
<b>Entretenimiento</b>	<b>40</b>	<b>24,69</b>
<b>Avisos de empleo</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>16</b>	<b>9,88</b>
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 5.- ¿Qué tipo de espacio prefiere leer en los periódicos o revistas?**

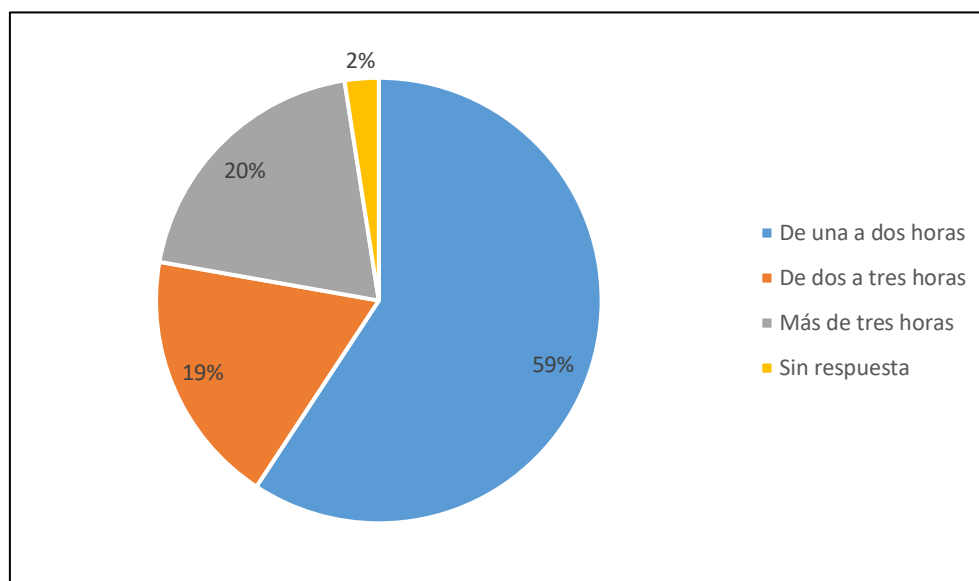
En esta pregunta, los encuestados responden que prefieren mayoritariamente los Deportes, en un 26% de estudiantes; en segundo lugar, está el entretenimiento, con el 25%. A continuación, están las noticias nacionales, con el 21% de respuestas. En cuarto lugar, las noticias locales, con el 18% de estudiantes que prefieren este espacio. El 10% corresponde a las personas sin respuesta, y por último están los avisos de empleo con el 0% de respuestas, ya que ningún estudiante lee este espacio en los periódicos y revistas. Se evidencia, una vez más, que la mayoría de los encuestados prefiere leer los espacios de deportes y entretenimiento.

**TABLA 6.- TV: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De una a dos horas	96	59,26
De dos a tres horas	30	18,52
Más de tres horas	32	19,75
Sin respuesta	4	2,47
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019



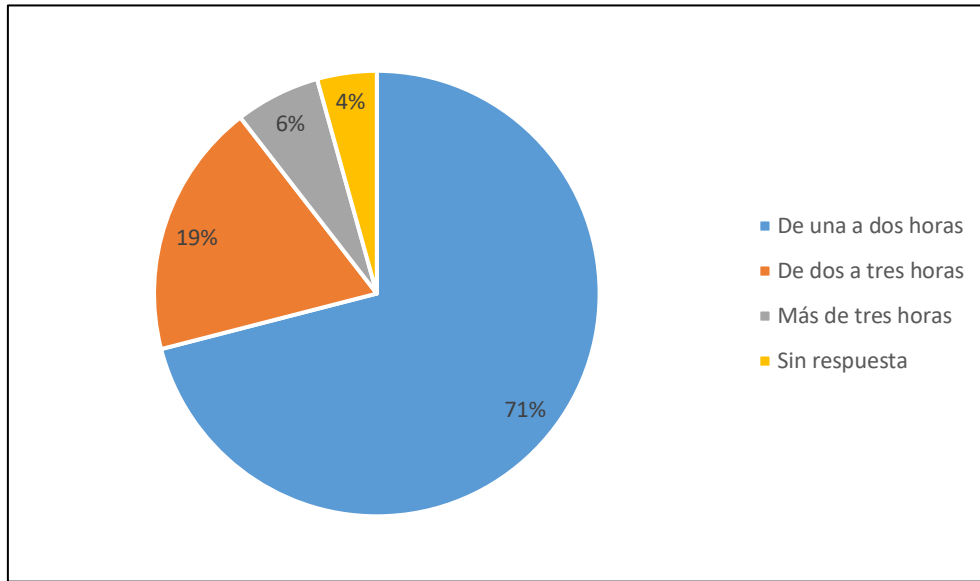
**FIGURA 6.- TV: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

La televisión es el medio al que mayor tiempo le dedican los encuestados, de una a dos horas diarias con el 59% de respuestas. Luego están quienes consumen este medio por más de tres horas, con el 20%. En tercer lugar, tenemos a quienes le dedican de dos a tres horas diarias, con el 19%, y por último tenemos el 2% de estudiantes sin respuesta. Como se evidencia en la gráfica, la mayor parte de los encuestados el tiempo que le dedican al consumo de la TV es de una a dos horas y más de tres horas, mientras que la menor parte de los jóvenes le dedican de dos a tres horas de su tiempo. Este medio sigue teniendo una gran sintonía en la juventud, aunque esté siendo desplazado por el internet.

**TABLA 7.- Radio: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De una a dos horas	115	70,99
De dos a tres horas	30	18,52
Más de tres horas	10	6,17
Sin respuesta	7	4,32
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

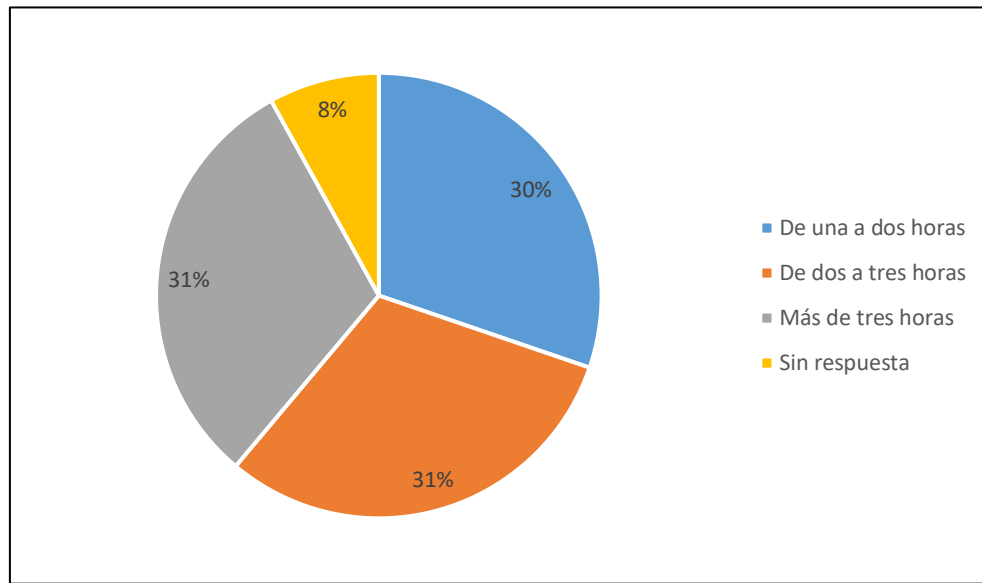
**FIGURA 7.- Radio: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

Como mayor porcentaje en este ítem están quienes escuchan la radio de una a dos horas diarias, con el 71% de respuestas, luego están quienes la escuchan de dos a tres horas, con el 19%. En tercer lugar, tenemos quienes escuchan radio más de tres horas diarias, con 6%, y por último está el 4% de estudiantes sin respuesta. Como se evidencia en la gráfica, el tiempo que le dedica la mayoría de los encuestados al consumo de la radio es de una a dos horas, un porcentaje parecido al de la televisión, aunque este medio esté siendo desplazado por plataformas que ofertan a los jóvenes música de todos los géneros.

**TABLA 8.- Internet: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>De una a dos horas</b>	<b>49</b>	<b>30,25</b>
<b>De dos a tres horas</b>	<b>50</b>	<b>30,86</b>
<b>Más de tres horas</b>	<b>50</b>	<b>30,86</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>13</b>	<b>8,02</b>
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 8.- Internet: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

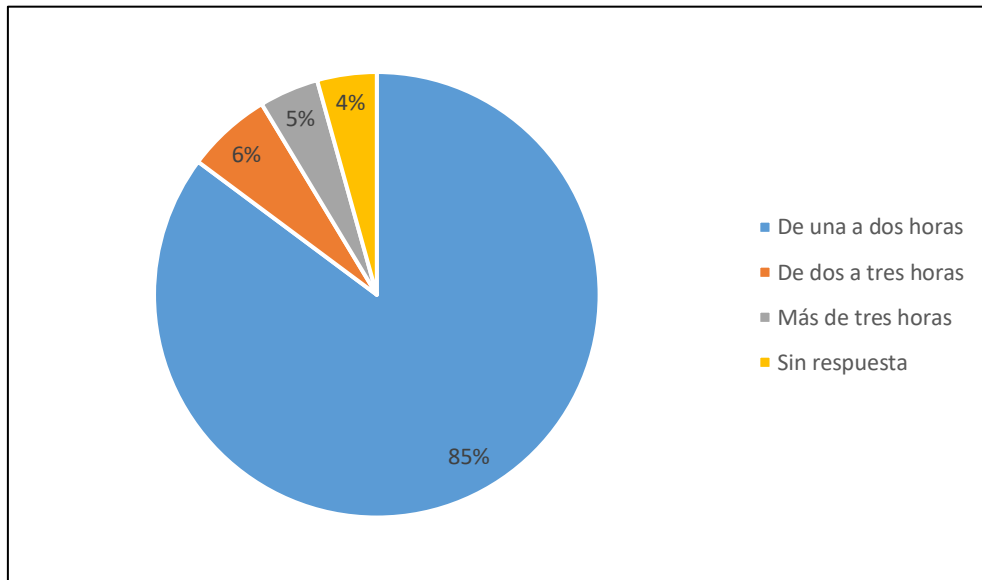
Los jóvenes consumen internet, de dos a tres horas diarias, en un 31% de los encuestados. Están también quienes le dedican a la red más de tres horas, con un similar 31%. En tercer lugar, están quienes consumen internet de una a dos horas, con el 30%, y por último, un 8% de estudiantes no responde. Como se evidencia en la gráfica, internet es el medio que más tiempo de consumo tiene entre los jóvenes encuestados. El 62% está conectado de dos a más de tres horas diarias, mientras que en la televisión y la radio apenas están una hora o máximo dos.

**TABLA 9.- Periódicos y Revistas: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De una a dos horas	138	85,19
De dos a tres horas	10	6,17
Más de tres horas	7	4,32
Sin respuesta	7	4,32
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 9.- Periódicos y Revistas: ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?**



La mayoría de encuestados afirma dedicarle a la lectura de periódicos o revistas impresas de una a dos horas diarias, con el 85% de respuestas; de dos a tres horas el 6%. En tercer lugar, están quienes leen por más de tres horas, con el 5%, y por último el 4% de estudiantes no respondió. Como se evidencia en la gráfica, la gran mayoría de los encuestados eligió la opción que incluye menos tiempo de dedicación a este medio, probablemente le dedican incluso menos de una hora diaria. Y hasta es muy probable que ese consumo ni siquiera sea diario, lo cual evidencia la situación de este tipo de medios entre los jóvenes.

**TABLA 10.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

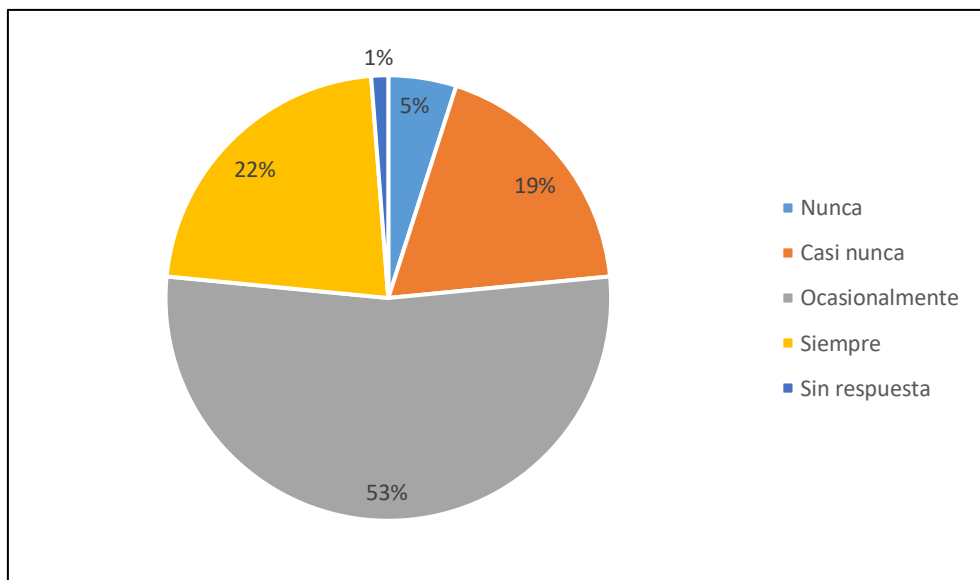
**a) ¿La información que muestran respeta los derechos de las personas?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	4,94
Casi nunca	30	18,52
Ocasionalmente	86	53,09
Siempre	36	22,22
Sin respuesta	2	1,23
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 10.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

**a) ¿La información que muestran respeta los derechos de las personas?**



Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios, los jóvenes afirman la información por ellos mostrada, ocasionalmente respeta los derechos de las personas, así se expresó el 53% de los encuestados. A continuación, con el 22%, los estudiantes afirmaron que no los respetan casi nunca, con el 19%. Un 5% corresponde a los sin respuesta y por último

están quienes afirman que los medios nunca respetan los derechos de las personas, con el 1% de encuestados. Como se evidencia en la gráfica, la mayoría de los encuestados dijo que los medios ocasionalmente respetan los derechos de las personas. Hay un buen porcentaje de encuestados que manifiestan confianza en los medios, al afirmar que siempre los respetan. Es decir, en la encuesta se evidencia la valoración positiva que los jóvenes tenían sobre los medios, antes de ser capacitados en elementos de educomunicación.

**TABLA 11.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

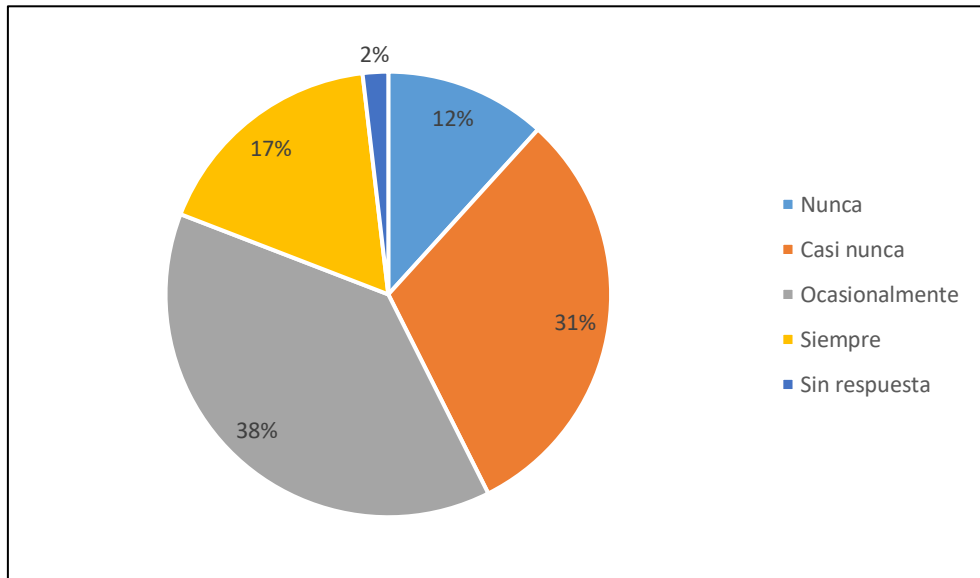
**b) ¿Al informar se remite a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico?**

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Nunca</b>	<b>19</b>	<b>11,73</b>
<b>Casi nunca</b>	<b>50</b>	<b>30,86</b>
<b>Ocasionalmente</b>	<b>62</b>	<b>38,27</b>
<b>Siempre</b>	<b>28</b>	<b>17,28</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>3</b>	<b>1,85</b>
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 11.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

**b) ¿Al informar se remite a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico?**



Al evaluar la calidad de los contenidos, en relación a si los medios favorecen o no a algún sector económico o político, los encuestados afirman, en un 38%, que los medios cuando informan ocasionalmente se remiten a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico. A continuación, con un 31%, estudiantes, afirman que casi nunca. En tercer lugar, están quienes dicen que los medios siempre intentan favorecer a uno u otro sector económico o político, así se expresó el 17%. En cuarto lugar, están quienes afirmaron que los medios nunca se comportan de ese modo, en un 12% de estudiantes. Por último, está el 2% que corresponde a los sin respuesta. En la gráfica se puede observar que la mayoría de los encuestados, aunque mantienen un nivel de sospecha, confían aún en lo que, en general, hacen los medios. Esto debe ser cruzado con la evidencia anterior: no consumen preferentemente espacios informativos, en los que se pudiera identificar con mayor claridad este tema.

**TABLA 12.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

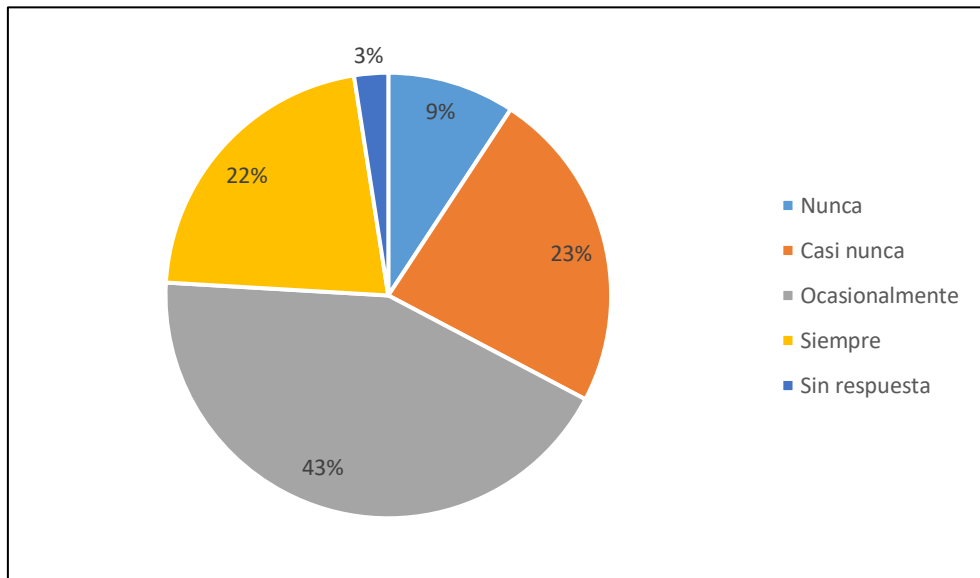
**c) ¿Trata equitativamente a las diversas expresiones culturales que existe en el país?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	15	9,26
Casi nunca	38	23,46
Ocasionalmente	70	43,21
Siempre	35	21,60
Sin respuesta	4	2,47
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 12.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

**c) ¿Trata equitativamente a las diversas expresiones culturales que existe en el país?**



Al evaluar la calidad de los contenidos, en el sentido de si los medios tratan equitativamente a las diversas expresiones culturales que existen en el país, como mayor porcentaje tenemos a quienes dicen que ocasionalmente, y representan el 43%. A continuación, están quienes dicen



que casi nunca, con el 23% de estudiantes. En tercer lugar, están quienes dicen que siempre, con el 22%, y quienes afirman que nunca corresponden al 9% de estudiantes. Un 3% corresponde a los sin respuesta. Se evidencia que la mayoría de los encuestados dijeron que sí evidencian elementos de exclusión en los contenidos de los medios, aunque aún hay un importante porcentaje que afirma sí confiar en que los medios incluyen a las diversas expresiones culturales.

**TABLA 13.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

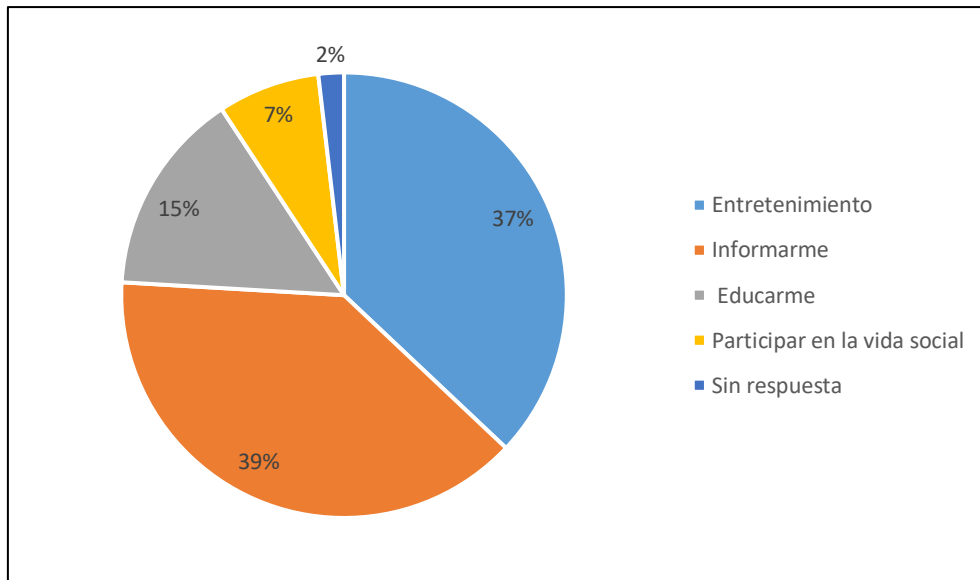
**d) Sus programas o espacios me sirven especialmente para:**

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Entretenimiento</b>	<b>60</b>	<b>37,04</b>
<b>Informarme</b>	<b>63</b>	<b>38,89</b>
<b>Educarme</b>	<b>24</b>	<b>14,81</b>
<b>Participar en la vida social</b>	<b>12</b>	<b>7,41</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>3</b>	<b>1,85</b>
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 13.- Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume ¿Cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos?**

**d) Sus programas o espacios me sirven especialmente para:**



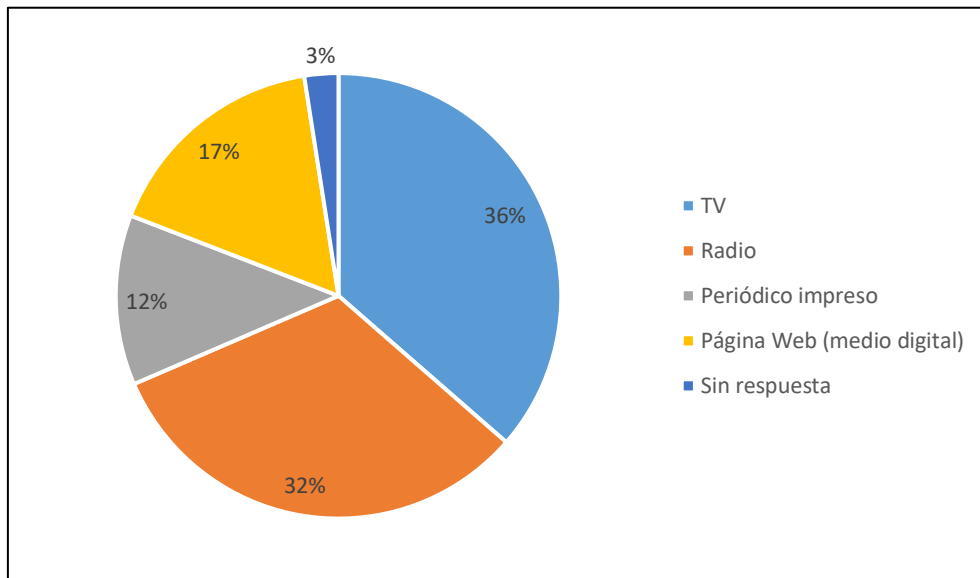
La mayoría de encuestados, es decir, el 39%, considera que los contenidos que brindan los medios se usan principalmente para informarse. Un 37% considera que sirven principalmente para entretenimiento. En tercer lugar, están quienes afirman que sirven principalmente para educarse, en un 15%. En cuarto lugar, están quienes dicen que sirven para participar en la vida social, con el 7% de respuestas. El 2% corresponde a los sin respuesta. Se evidencia en la gráfica que la mayoría de los encuestados dijeron que sus programas o espacios en los diferentes medios de comunicación sirven especialmente para: informarse, aunque si relacionamos esto con el ítem anterior en el que decían consumir más por entretenimiento, se evidencia una idea en los jóvenes, de un deber ser y un ser que no siempre corresponden. Se debe considerar que apenas el 7% considera que los medios sirven para participar en la vida social.

**TABLA 14.- ¿En qué medio de comunicación le gustaría participar en su Unidad Educativa?**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	59	36,42
Radio	52	32,10
Periódico impreso	20	12,35
Página Web (medio digital)	27	16,67
Sin respuesta	4	2,47
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 14.- ¿En qué medio de comunicación le gustaría participar en su Unidad Educativa?**



El mayor porcentaje de encuestados afirma que le gustaría participar en la televisión, esto es un 36% de jóvenes. Luego tenemos a la radio, con 32% de estudiantes. Y posteriormente a páginas web (medio digital) con un porcentaje de 17% de preferencia, en cuarto lugar, está periódico impreso, con el 12% de estudiantes. Y por último el 3% corresponde a los sin respuesta. Como se evidencia en la gráfica, el medio que la mayoría de los encuestados prefiere es: televisión y radio, mientras que la menor preferencia por los jóvenes es: páginas web (medio digital), lo

cual llama la atención, pues a pesar de tener mayor preferencia de consumo por la internet, los jóvenes siguen viendo con expectativa la posibilidad de participar en las plataformas tradicionales como son la televisión y la radio.

## **TABULACIÓN DE LAS FICHAS DE OBSERVACIÓN: BANALIZACIÓN, VICTIMIZACIÓN Y DISCRIMINACIÓN POR GÉNERO**

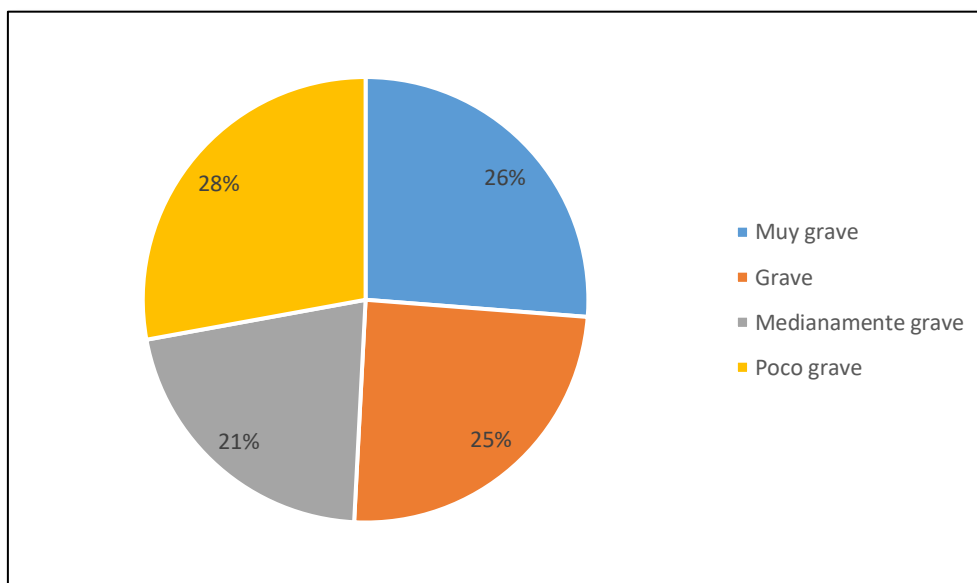
### **BANALIZACIÓN**

**TABLA 15: Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades en él, invalidándolo**

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy grave</b>	<b>16</b>	<b>26,23</b>
<b>Grave</b>	<b>15</b>	<b>24,59</b>
<b>Medianamente grave</b>	<b>13</b>	<b>21,31</b>
<b>Poco grave</b>	<b>17</b>	<b>27,87</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

**FIGURA 15: Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades en él, invalidándolo**



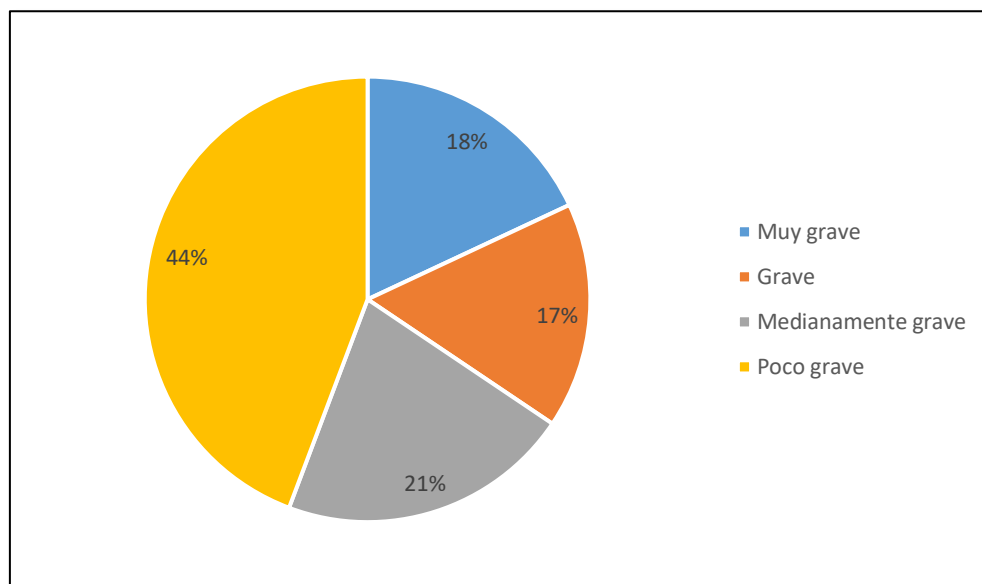
Luego de tabulada la información de las fichas de observación aplicadas en las cinco unidades educativas, dentro del componente banalización, llegamos a los siguientes resultados; en cuanto se refiere al indicador 1: Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades, invalidándolo. Del total de la muestra de 61 estudiantes, el 28% lo calificó como poco grave, el 26% muy grave, el 25% en una escala de grave y finalmente el 21% como medianamente grave. En conclusión, la mayoría de los estudiantes de las cinco unidades educativas, el 72% que aplicaron las fichas de observación califican entre grave y muy grave que los medios disminuyan la importancia a una persona o colectivo, invalidando sus capacidades.

**TABLA 16: Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	11	18,03
Grave	10	16,39
Medianamente grave	13	21,31
Poco grave	27	44,26
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 16: Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales**



En lo que se refiere al indicador 2: Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales. El resultado de las fichas de observación aplicadas en las cinco Unidades Educativas, es el siguiente: Poco grave corresponde al 44%, medianamente grave 21%, muy grave 18% y grave 17%. Se puede determinar que el 56% de estudiantes detectaron que los medios de

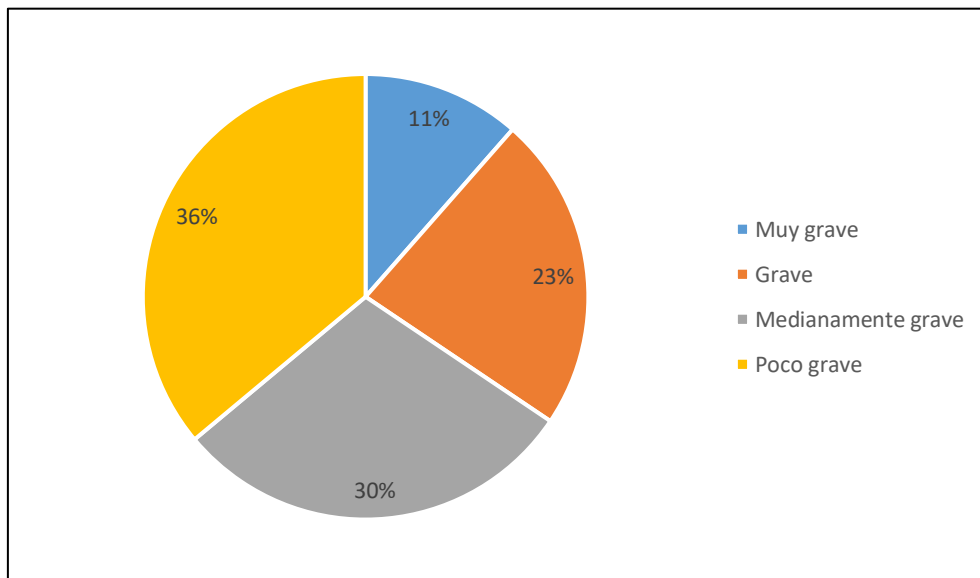
comunicación en la difusión de su contenido restan valor a la cultura, la valoración corresponde a una escala de muy grave, grave y medianamente grave.

**TABLA 17: Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios.**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	7	11,48
Grave	14	22,95
Medianamente grave	18	29,51
Poco grave	22	36,07
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 17: Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios.**



Los resultados obtenidos sobre el indicador 3: Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios, son los siguientes: en una escala del 36% están quienes miran esto como poco grave por parte de los medios. Un 30% corresponde a medianamente grave, seguido de un 23% considerado como grave y por último con un 11% definido como

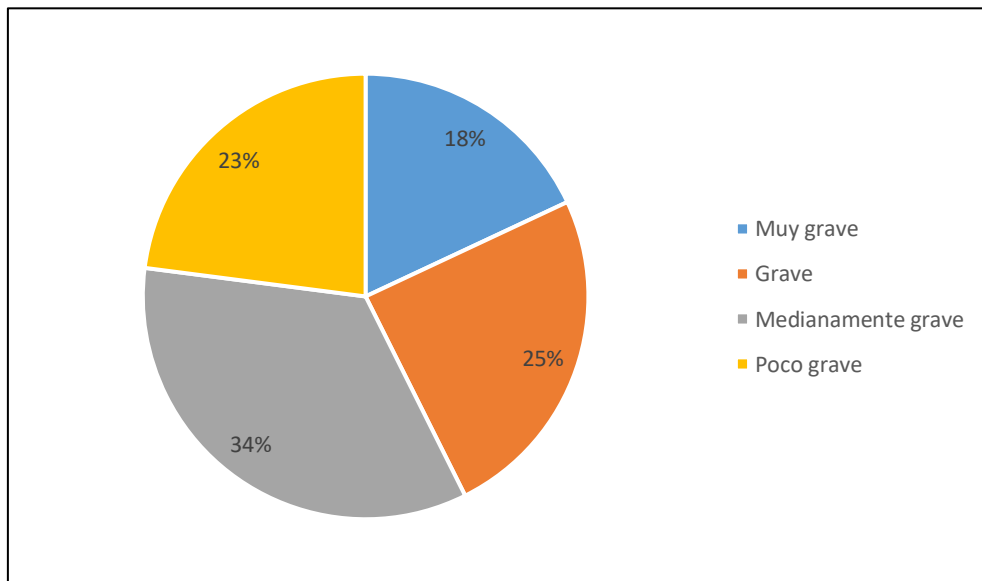
muy grave. La mayoría de estudiantes, es decir el 64%, consideran que entre muy grave, grave y medianamente grave los medios consideran superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios, permitiendo de esta manera la banalización de contenidos que son transmitidos.

**TABLA 18: Tratar un contenido sin profundizar en el, sus causas, consecuencias etcétera, (superficialización)**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	11	18,03
Grave	15	24,59
Medianamente grave	21	34,43
Poco grave	14	22,95
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 18: Tratar un contenido sin profundizar en el, sus causas, consecuencias etcétera, (superficialización)**





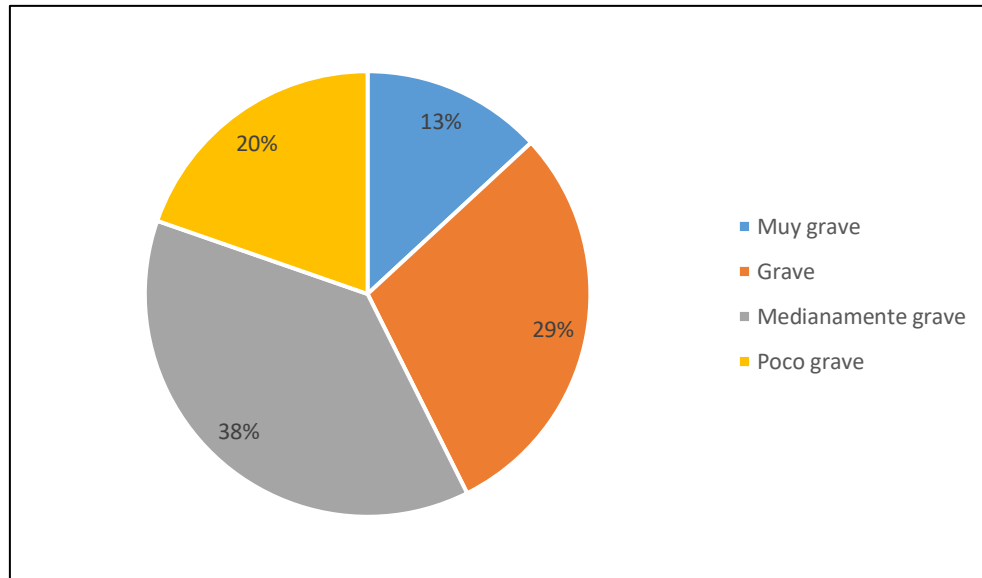
En cuanto a lo que comprende la superficialización, correspondiente al indicador 4: Tratar un contenido sin profundizar en el, sus causas, consecuencias, hemos obtenido los siguientes datos: medianamente grave 34%, grave 25%, poco grave un 23% y se posiciona como muy grave con un 18%. El 77% de estudiantes, en una escala valorativa de muy grave, grave y medianamente grave, identifican que en cuanto al tratamiento de la información se refiere, los medios de comunicación no profundizan en detalles de la información, volviéndolo superficial.

**TABLA 19: Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas.**

<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy grave</b>	<b>8</b>	<b>13,11</b>
<b>Grave</b>	<b>18</b>	<b>29,51</b>
<b>Medianamente grave</b>	<b>23</b>	<b>37,70</b>
<b>Poco grave</b>	<b>12</b>	<b>19,67</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 19: Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas.**

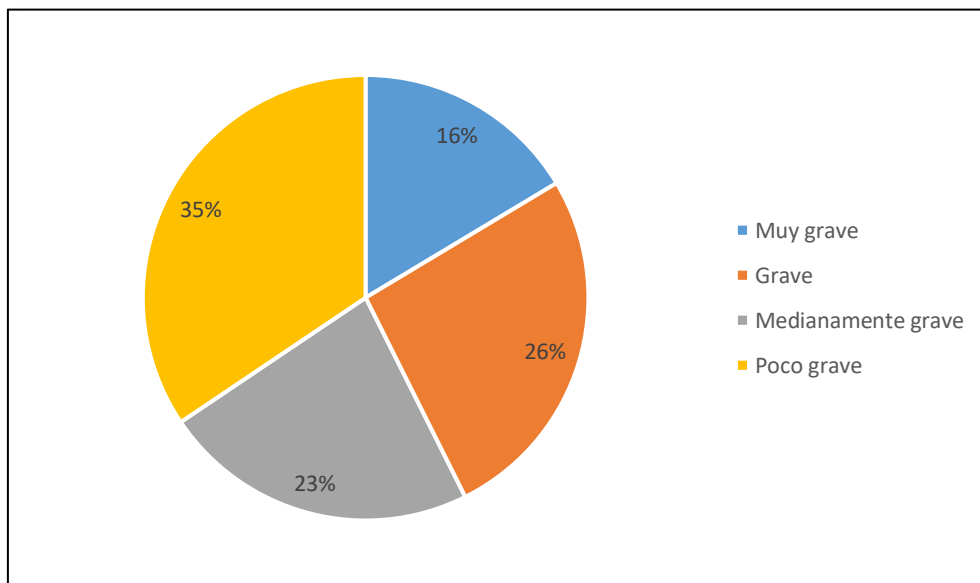


Sobre lo que se refiere al indicador 5: Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas, las fichas de observación aplicadas nos han permitido obtener los siguientes resultados: Medianamente grave con un 38%, grave en un 29%. En cuanto a la escala de grave tenemos un 20% y finalmente un 13% de estudiantes han considerado la presencia de este indicador como muy grave. La mayor parte de estudiantes, el 87%, en una escala de muy grave, grave y medianamente grave, identificaron que es necesario que los medios de comunicación al momento de emitir la información provean herramientas de análisis para la audiencia.

**TABLA 20: Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	10	16,39
Grave	16	26,23
Medianamente grave	14	22,95
Poco grave	21	34,43
TOTAL	61	100,00

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**TABLA 20: Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad**

El indicador 6: Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad, que se refiere al componente banalización, ha arrojado los siguientes resultados: Poco grave corresponde a un 35%, grave se determina con un 26%, medianamente grave se mide con un 23% y muy grave corresponde a un 16% del total de la muestra. La mayoría de estudiantes, es decir el 65% en una escala de grave, medianamente grave y muy grave, han determinado que los medios de comunicación usan adjetivos, frases hechas, o temas con un carácter de desinterés sobre la información relevante.

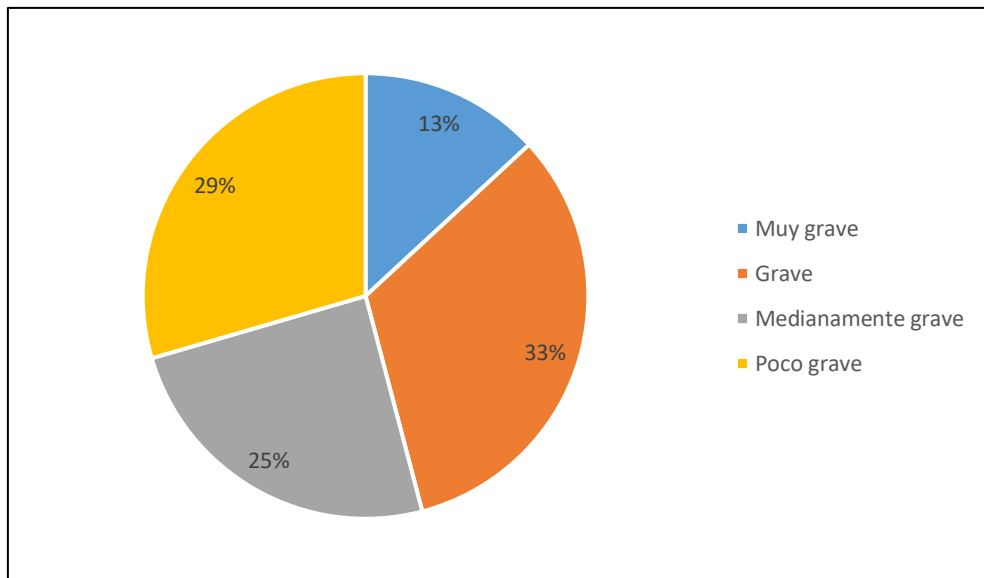
## VICTIMIZACIÓN

**TABLA 21: Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	8	13,11
Grave	20	32,79
Medianamente grave	15	24,59
Poco grave	18	29,51
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 21: Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social**



Entrando en el contexto de análisis del componente victimización, sobre lo que se refiere el indicador 1: Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social, los datos obtenidos son: grave se posiciona con un 33%, poco grave

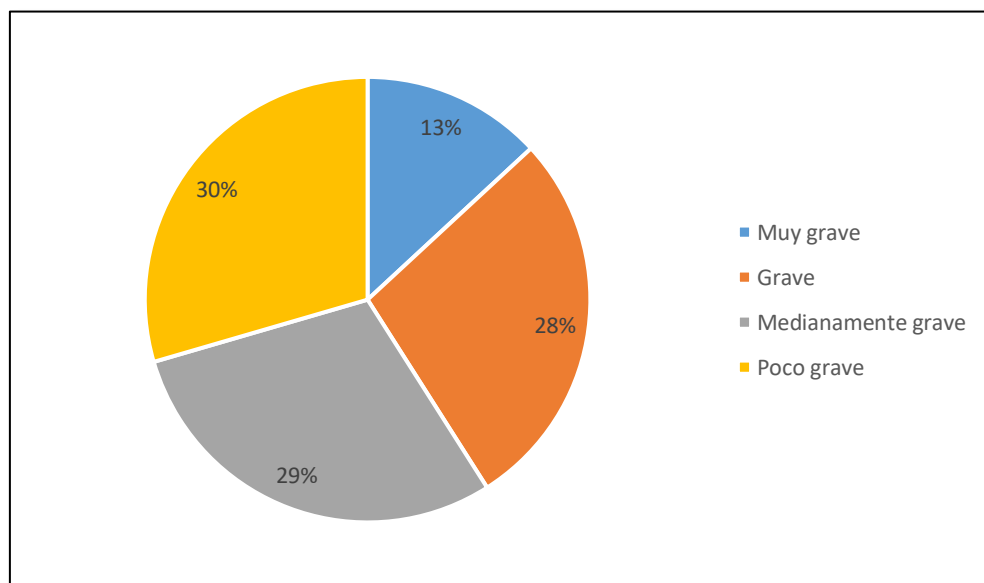
se muestra con un 29%, medianamente grave corresponde al 25% y muy grave se define con un 13%. El 71% de estudiantes que aplicaron las fichas de observación, determinaron que en una escala de medianamente grave, grave y muy grave los medios de comunicación aún utilizan un discurso lastimero provocando la victimización de la persona.

**TABLA 22: Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo.**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	8	13,11
Grave	17	27,87
Medianamente grave	18	29,51
Poco grave	18	29,51
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 22: Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo.**



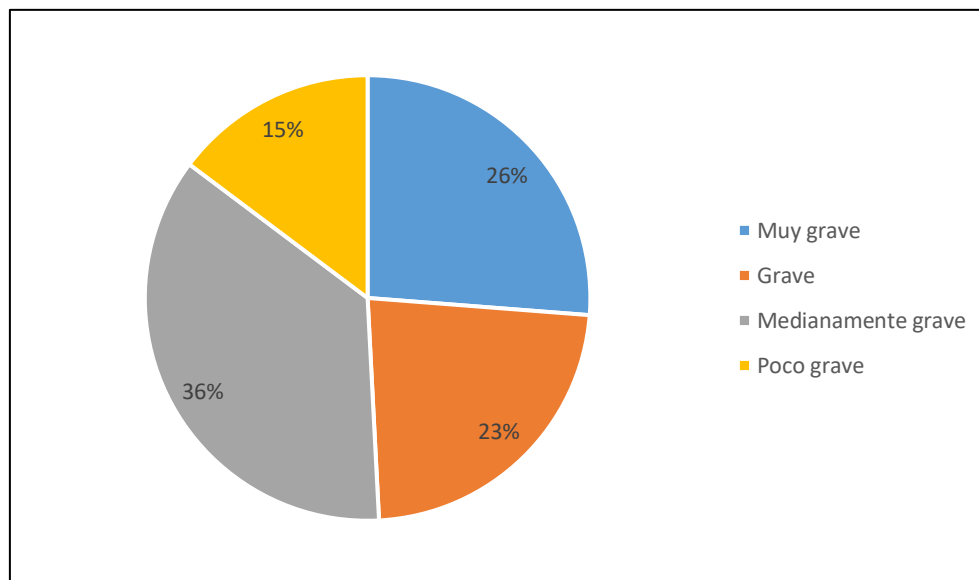
Sobre el indicador 2: Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo, la información recopilada es la siguiente: poco grave se refiere al 30%, medianamente grave corresponde al 29% mientras que grave al 28%, y muy grave se mide en una escala del 13%. La mayor parte de estudiantes, es decir el 70% registraron en las fichas de observación que en una escala de medianamente grave, grave y muy grave los medios perpetúan el discurso lastimero para provocar lástima en una persona o colectivo.

**TABLA 23: Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal.**

<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy grave</b>	<b>16</b>	<b>26,23</b>
<b>Grave</b>	<b>14</b>	<b>22,95</b>
<b>Medianamente grave</b>	<b>22</b>	<b>36,07</b>
<b>Poco grave</b>	<b>9</b>	<b>14,75</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 23: Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal.**



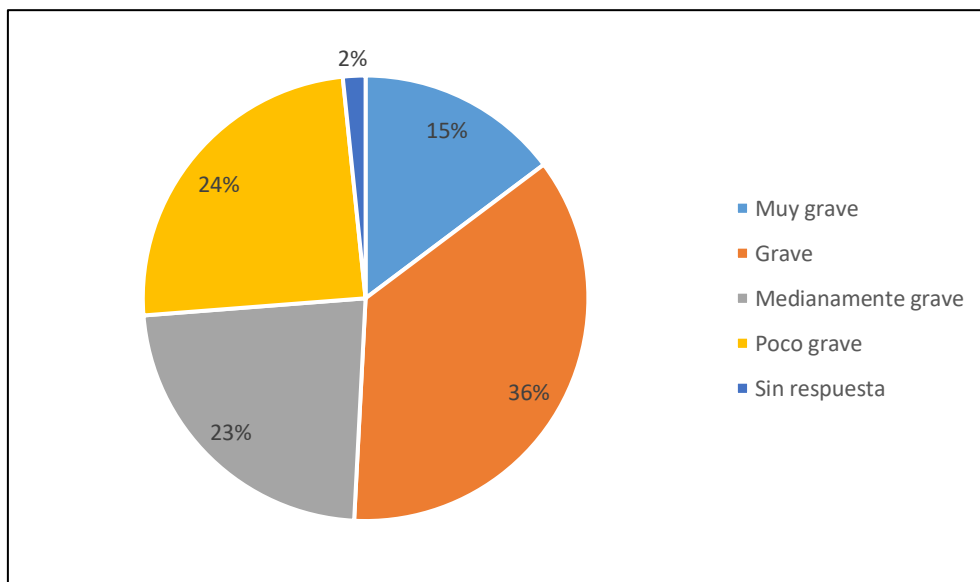
En cuanto al indicador 3 se refiere: Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal, los datos corresponden a medianamente grave 36%, muy grave 26%, grave 23% y finalmente poco grave un 15%. La mayoría de estudiantes, el 85% que aplicaron las fichas de observación en una escala de medianamente grave, grave y muy grave, identificaron que los medios de comunicación dan visibilidad a una persona o colectivo sólo cuando es víctima de algún suceso negativo, cayendo de esta manera en la victimización.

**TABLA 24: Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas.**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	9	14,75
Grave	22	36,07
Medianamente grave	14	22,95
Poco grave	15	24,59
Sin respuesta	1	1,64
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 24: Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas.**



Los resultados obtenidos sobre el indicador 4: Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas, son: grave, que se ubica con un 36% sobre poco grave, que posee un valor de 24%; posteriormente se posiciona a medianamente grave con un 23%, seguido de muy grave con un 15% y finalmente se registra



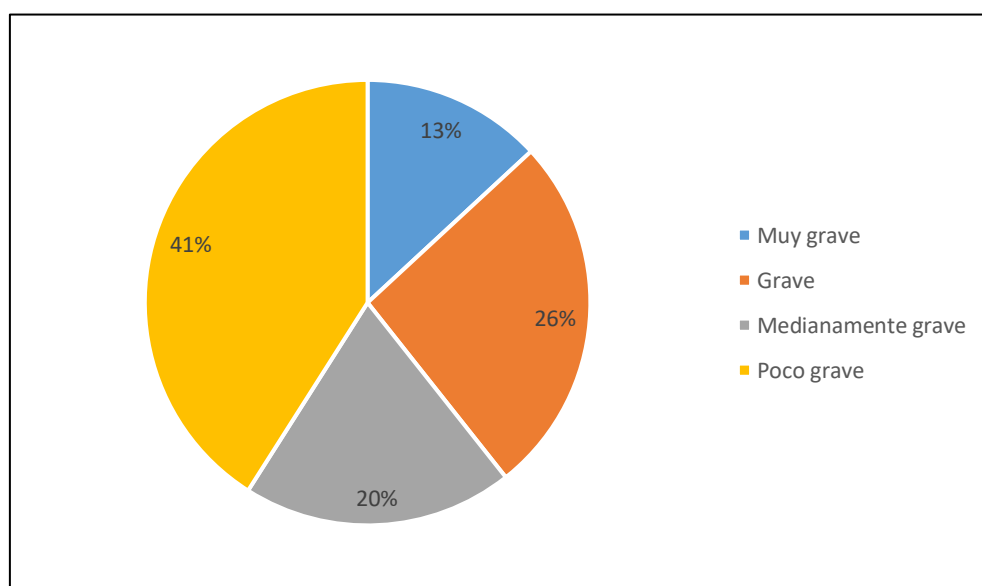
un 2% sin respuesta. Los estudiantes en su mayoría, es decir el 74%, que ha valorado lo analizado en una escala de medianamente grave, grave y muy grave, han determinado que los medios de comunicación usan un discurso de victimización al tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo, basándose en cualidades o condiciones físicas o psicológicas.

**TABLA 25: Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole).**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	8	13,11
Grave	16	26,23
Medianamente grave	12	19,67
Poco grave	25	40,98
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 25: Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole).**



Finalmente, el indicador 5: Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole), nos permite medir que, dentro del contexto de la victimización, los resultados son: Poco grave, que corresponde al 41%, grave al 26%, medianamente grave se refiere al 20% y muy grave al 13%. La mayoría de estudiantes, el 59% en una escala de medianamente grave, grave y muy grave, consideran que los medios de comunicación convierten a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias.

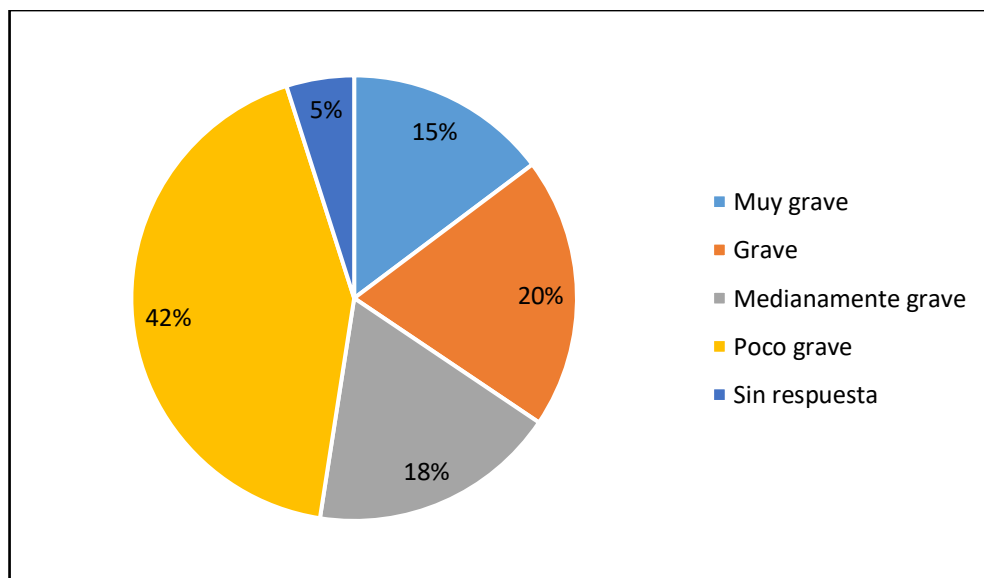
## GÉNERO

**TABLA 26: ¿Muestra el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	9	14,75
Grave	12	19,67
Medianamente grave	11	18,03
Poco grave	26	42,62
Sin respuesta	3	4,92
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 26: ¿Muestra el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?**



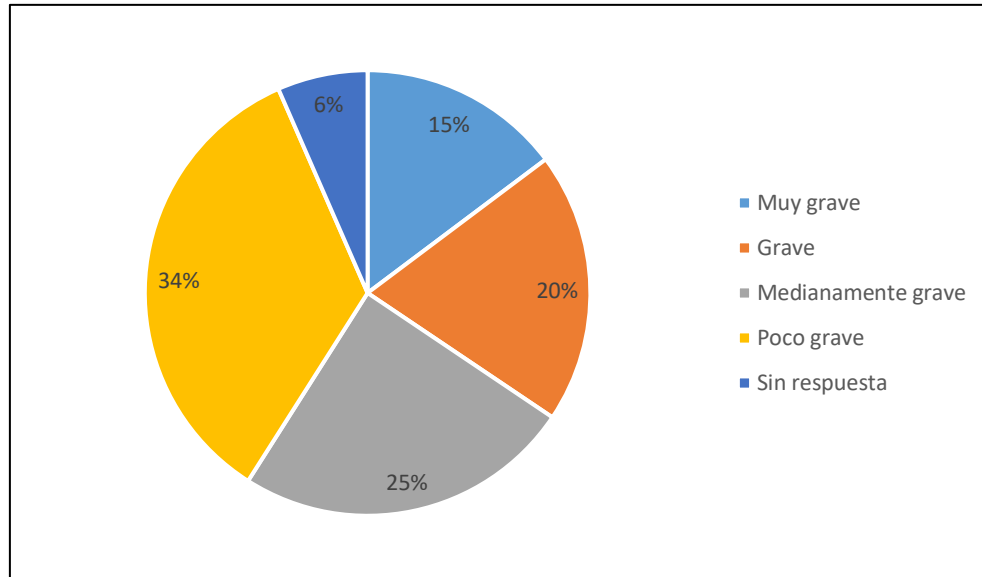
Dentro del componente género, el indicador 1 nos permite medir si los medios muestran el cuerpo de la mujer como un objeto sexual. Con base en lo recopilado en las fichas de observación, se concluye lo siguiente: Poco grave corresponde al 42%, grave está considerado con un 20%, mientras que medianamente grave significa un 18%, seguido de muy grave en una escala del 15%, además se registró un 5% sin respuesta. Dentro de la escala de medianamente grave, grave y muy grave el 53% de estudiantes que aplicaron las fichas de observación manifiestan que los medios de comunicación muestran el cuerpo de la mujer como un objeto sexual, cayendo de esta manera en la discriminación por género.

**TABLA 27: ¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?**

<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy grave</b>	<b>9</b>	<b>14,75</b>
<b>Grave</b>	<b>12</b>	<b>19,67</b>
<b>Medianamente grave</b>	<b>15</b>	<b>24,59</b>
<b>Poco grave</b>	<b>21</b>	<b>34,43</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>4</b>	<b>6,56</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 27: ¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?**

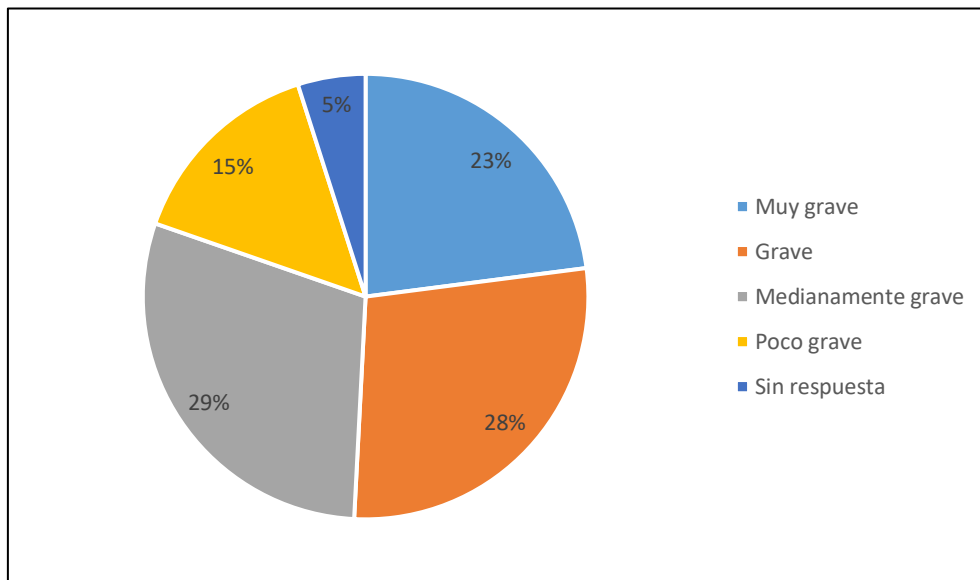


El indicador 2 pretende analizar si se presenta de manera reiterada a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente subalternos. Sobre lo que los estudiantes manifestaron lo siguiente: Poco grave en un 34%, seguido de medianamente grave en una escala de 25%, grave corresponde a 20%, mientras que muy grave se refiere al 15% y se registra a un 6% sin respuesta. La mayor parte de estudiantes en una escala de medianamente grave, grave y muy grave, es decir el 60%, determina que se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominante, subalternos.

**TABLA 28: ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?**

<b>ESCALA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy grave</b>	<b>14</b>	<b>22,95</b>
<b>Grave</b>	<b>17</b>	<b>27,87</b>
<b>Medianamente grave</b>	<b>18</b>	<b>29,51</b>
<b>Poco grave</b>	<b>9</b>	<b>14,75</b>
<b>Sin respuesta</b>	<b>3</b>	<b>4,92</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 28: ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?**

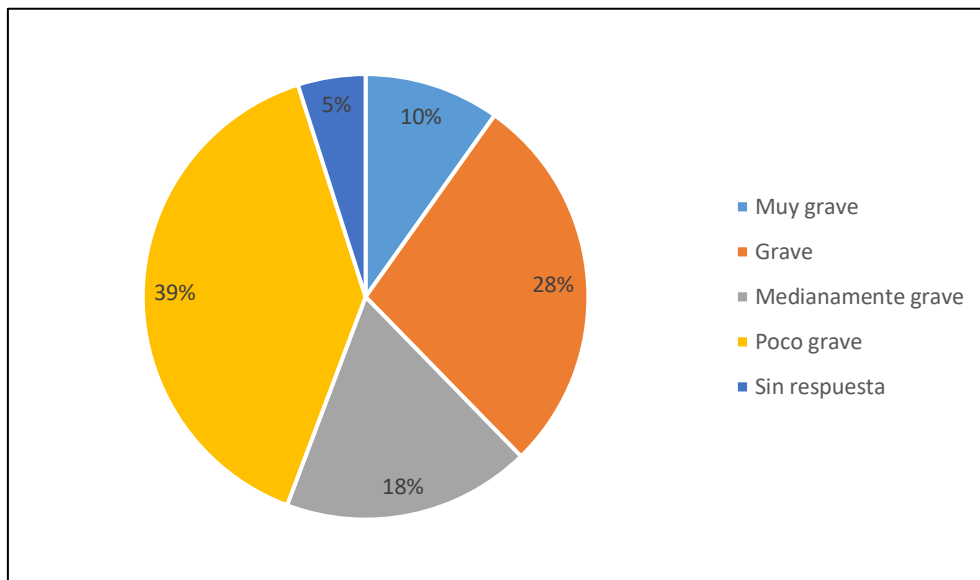
Sobre el indicador 3: ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?, los resultados corresponden a medianamente grave 29%, grave es un 28%, muy grave se refiere al 23%, mientras que poco grave se posiciona con un 15%; y se registra que un 5% del total de la muestra no registra respuesta. El 80% de estudiantes en una escala de medianamente grave, grave y muy grave, determinaron que el lenguaje que se usa en los medios de comunicación corresponde al género masculino.

**TABLA 29: ¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	6	9,84
Grave	17	27,87
Medianamente grave	11	18,03
Poco grave	24	39,34
Sin respuesta	3	4,92
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 29: ¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?**



El indicador 4 determina si se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales. Sobre lo que los 61 estudiantes identificaron lo siguiente: poco grave con un 39%, grave se refiere a un 28%, medianamente grave corresponde a un 18%, muy grave 10% y se registra que el 5% se encuentra sin respuesta. El 56% de estudiantes en una escala de medianamente grave, grave y muy grave identificaron que los medios de comunicación hacen alusión de manera

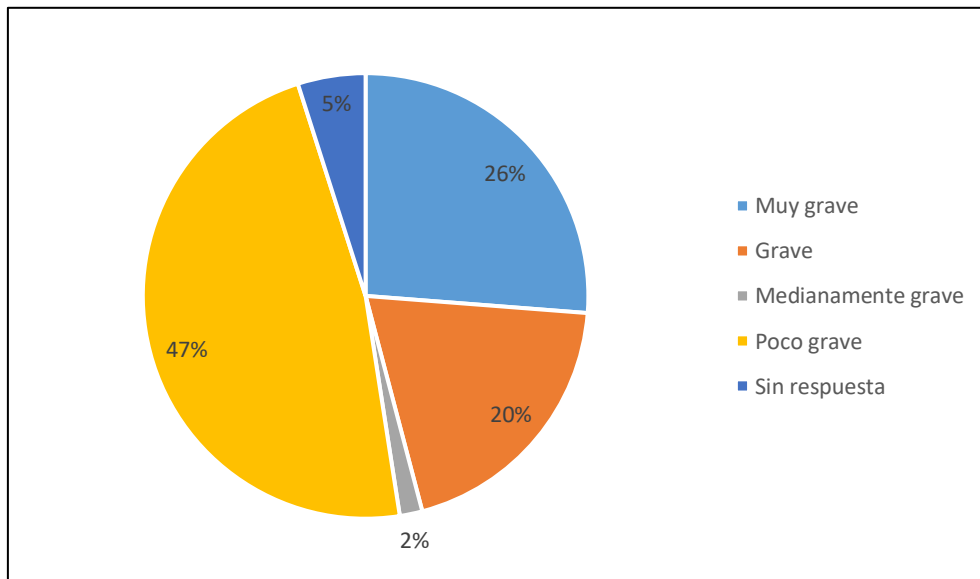
predominante al atractivo físico de la mujer, subestimando sus capacidades intelectuales y profesionales.

**TABLA 30: ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como enfermas?**

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy grave	16	26,23
Grave	12	19,67
Medianamente grave	1	1,64
Poco grave	29	47,54
Sin respuesta	3	4,92
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

**FIGURA 30: ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como enfermas?**



El indicador 5 del componente género, nos permite identificar las respuestas sobre dos interrogantes: ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula?, ¿se representa a personas LGBTI de forma peyorativa?; y: ¿se presenta a las personas LGBTI como enfermas? Los resultados obtenidos son los siguientes: Poco grave corresponde al 47%, muy grave marca al 26%, mientras que grave corresponde al 20%, seguido de un 5% sin respuesta y finalmente un 2% corresponde a medianamente grave. El 48% de estudiantes en una escala de medianamente grave, grave y muy grave han determinado que los medios de comunicación desmerecen al colectivo LGBTI, al presentarlos en secciones amarillistas, al expresarse sobre este colectivo de manera peyorativa.

## **11.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados obtenidos en el presente estudio corresponden, por un lado, a las encuestas aplicadas a una muestra de 162 estudiantes que pertenecen a las cinco unidades educativas, en las cuales funcionó el proyecto Latacunga Desde Adentro (LDA) durante el período académico marzo-julio 2019, mientras que, por otro lado, se realizó el análisis sobre los resultados obtenidos en las 61 fichas de observación sobre banalización, victimización y género, aplicadas a los estudiantes, quienes realizaron esta actividad organizados en equipos de trabajo.

Los hábitos de consumo de las audiencias se han ido modificando, han migrado a versiones digitales “los contenidos informativos que antes solo se publicaban en papel o se emitían por radio o por televisión, ahora pueden consultarse en internet y en las redes sociales” (Pérez, 2019, p.1057). Es decir, la mayoría de la sociedad consume con más frecuencia el internet viéndose obligados los medios tradicionales a migrar a las plataformas digitales. En cuanto a las encuestas, los resultados referentes a qué medio de comunicación consume con más frecuencia el joven, hemos evidenciado que la mayor parte prefiere internet y la televisión, con el 85%, probablemente porque estos dos medios son visuales, además, el internet en la actualidad es un medio que tiene una gran acogida en la población objeto de este estudio, mientras que los medios como la radio, periódicos y revistas impresas son menos consumidos, en un porcentaje del 15%.

El resultado arrojado referente a la televisión nos da una pauta de que la mayoría de los jóvenes la usan principalmente para el entretenimiento más no para Informarse. Vidales, Aldea y de la Viña (como se citó en López Valdivies, 2005) piensa que:



Los jóvenes de hoy no contemplan los medios de comunicación “al estilo tradicional” Lo manifiestan a través del uso que hacen de los mismos a diario modificando su modo de relacionarse y hasta su forma de acceso a los contenidos. Las reglas no han cambiado, pero sí el sujeto, ahora más activo en la comunicación (p. 99).

La sociedad actual, principalmente los jóvenes, consumen a diario los medios de comunicación tradicionales, pero de diferente manera. En el caso de la TV utilizan sus contenidos para ver series, películas y telenovelas, en un 92%, mientras que los programas consumidos con menos preferencia son el noticiero y farándula, con el 8%. En relación a cuánto tiempo le dedican los estudiantes al consumo de este medio tenemos los siguientes resultados: de una a dos horas y más de tres horas, un 79%; mientras que la menor parte de los jóvenes le dedican de dos a tres horas de su tiempo, en un 21%.

La Radio es otro medio que debido a los cambios ha tenido que adaptarse tecnológicamente, “pero no ha realizado el mismo esfuerzo en la transformación de sus contenidos, que siguen siendo los tradicionales, sin considerar las nuevas demandas de este sector del público” (Vidales, Rubio y García, 2014, p.1). Es por este motivo que muchos de los jóvenes prefieren este medio solo para la música y deportes, con un 82% de preferencia, mientras que los programas menos sintonizados son: noticias, programas de variedades y radionovelas, con el 18%.

Los jóvenes de hoy son nativos digitales, realizan un consumo de los medios de diferente manera a la de los adultos, ya que están acostumbrados a recibir la información de manera rápida, siempre están deseosos de que los medios interactúen con ellos y que los contenidos sean entretenidos (Vidales, Rubio y García, 2014). Con respecto al tiempo tenemos, que la mayor parte de los encuestados prefieren escuchar la radio de una a dos horas y de una a tres horas, con el 90%; mientras que la menor parte de los jóvenes le dedican más de tres horas de su tiempo, con el 10%.

Las plataformas y redes sociales son consumidas a diario por los jóvenes, ya que mediante ellas pueden interactuar con personas de diferentes partes del mundo, además son de fácil acceso y bajo costo.

Las redes sociales son un servicio de Internet que permite a cualquier cibernauta construirse un perfil público o semipúblico dentro de un sistema gestionado por un tercero; compartir relaciones experiencias, contenidos, etc., con una lista de otros usuarios que, dependiendo de la privacidad autodefinida de su perfil, podrá tener acceso a todos los seguidores y a sus experiencias de los miembros de las listas que sigan las suyas. Bravo y Rasco (como se citó en Boyd y Ellison, 2007, p. 26).

Gracias a las encuestas realizadas, hemos evidenciado que el tipo de espacio que prefieren en Internet los estudiantes de las cinco unidades educativas son: Facebook, YouTube y Google Buscador, con el 89%, ya que estas redes son reconocidas a nivel mundial y preferidas por la mayoría de los jóvenes, mientras que Wikipedia, Instagram y Twitter, son preferidas en un 11%. Respecto al tiempo que le dedican a este medio tenemos: de dos a tres horas y más de tres horas, con un porcentaje del 62%, mientras que la menor parte de los jóvenes le dedican de una a dos horas de su tiempo, con un porcentaje del 38%.

Los periódicos y revistas son los medios más antiguos y el primero en migrar a las nuevas plataformas de internet, cambiando la manera de redactar sus contenidos para llamar la atención del lector. Los jóvenes actuales prefieren los medios de fácil lectura, ya sea audiovisual o auditiva, por comodidad y por economía. Tenemos medios que son gratuitos como: TV, radio y acceso a internet; mientras que la lectura de un periódico, excepto los gratuitos o los ciber-periódicos requieren de una mínima inversión económica para obtenerlos. (Albiño, 2017, p.24)

Como resultado a la interrogante sobre qué tipo de espacio prefieren leer en los periódicos o revistas, tenemos que la mayoría de los encuestados prefieren el espacio de deportes, entretenimiento y noticias nacionales, con un 72%, mientras que los de menor preferencia para los jóvenes son: noticias locales y avisos de empleo, con un porcentaje del 28%. Es decir, no hay un interés por utilizar este medio para estar informados de las noticias locales porque les parecen aburridas, ya que consideran que son monotemáticas: casi todos los jóvenes creen que hablan en demasía de política (Albiño, 2017, p.25). Sobre el tiempo que le dedican, hemos evidenciado que la mayoría de los encuestados prefieren leer este tipo de medio de una a dos horas, con un porcentaje del 85%, mientras que la menor parte de los jóvenes le dedican de dos a tres horas y más de tres horas de su tiempo en un porcentaje del 15%.

La libertad de expresión y opinión es un derecho de todas las personas, en el artículo 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (2016) se menciona que:

Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía. (p.2)

Sabiendo esto las encuestas realizadas nos arrojó los siguientes resultados: con respecto a evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que consumen: ¿cómo califica lo que se hace en los siguientes aspectos (...) En el literal A tenemos: La información que muestran respeta los derechos de las personas, la mayoría de los encuestados dijeron que: ocasionalmente la información que se muestran en los diferentes medios respeta los derechos de las personas, con un porcentaje del 53,09%, mientras que la menor parte de jóvenes dijeron: nunca y casi nunca se respeta los derechos de las personas con el 25%. Es decir, la mayoría de los medios de comunicación si respetan los derechos de las personas.

Referente al literal B tenemos: Al informar se remite a los derechos sin intención de favorecer a algún sector político o económico, la mayoría de los encuestados dijeron que: ocasionalmente al informar se remiten a los derechos sin intención de favorecer a algún sector político o económico con el 38, 27%, mientras que la menor parte de los jóvenes dijeron que Nunca y casi nunca los medios favorecen a algún sector político o económico con el 45%.

En consiguiente, sobre el literal C tenemos: Trata equitativamente a las diversas expresiones culturales que existe en el país, la mayoría de los encuestados dijeron que: ocasionalmente trata equitativamente a las diversas culturas que existe en el país con un porcentaje del 43,21%, mientras que la menor parte de jóvenes dijeron que nunca y casi nunca tratan equitativamente a las diversas culturas con el 35%.

Los medios de comunicación son parte esencial de la sociedad en la que vivimos ya que nos sirve para mantenernos informados de los acontecimientos que se suscitan a diario en nuestro

entorno, también son utilizadas para el entretenimiento de las personas (Albiño, 2017). Como resultados respecto al literal D tenemos: Sus programas o espacios me sirven especialmente para: la mayor parte de los encuestados dijeron que sirven para: informarse con el 39% y entretenerse con el 37%, mientras que la menor parte de los jóvenes dijeron que los medios sirven especialmente para educarse con el 15% y participar en la vida social con un 9%.

Con respecto a: ¿en qué medio de comunicación le gustaría participar en su Unidad Educativa?, la mayoría de los encuestados prefieren: televisión con un 32% y radio con un porcentaje del 36%, mientras que la menor parte de los jóvenes prefieren: páginas web (medio digital) con un 17% y periódico impreso con un 15%.

En cuanto a las 61 fichas de observación sobre banalización, victimización y género, aplicadas a los estudiantes de las cinco unidades educativas, los resultados obtenidos son:

**TABLA 31: BANALIZACIÓN**

COMPONENTE ANALIZADO: BANALIZACIÓN	
INDICADOR	PORCENTAJE
1. Disminuir la importancia a una persona o colectivo o a sus capacidades en él, invalidándolo.	72%
2. Restar valor a la cultura, cosmovisión (vida, política, económica, ciencia, religión, moral, filosofía, etcétera), saberes populares y ancestrales.	56%
3. Considerar superiores la cultura, cosmovisión, saberes populares y ancestrales propios	64%
4. Tratar un contenido sin profundizar en él, sus causas, consecuencias etcétera	77%
5. Cubrir las informaciones relevantes desde un punto de vista emocional, vacías de contenido y sin proporcionar las herramientas de reflexión que ayuden a comprenderlas	87%

6. Uso de adjetivos frases hechas o tópicos para introducir dosis de frivolidad	65%
---	-----

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

En lo que se refiere a banalización: “Desvalorizar a una persona, colectivo o acontecimiento, volviéndolo superficial, insustancial, trivial e intrascendente” (Chavero y Oller, 2015, p. 14). Los estudiantes que aplicaron las fichas de observación han expresado los siguientes resultados, en base a las escalas de medianamente grave, grave y muy grave. Se detectó que los medios le dan un tratamiento superficial a la información, emiten sus contenidos sin profundizar en causas y consecuencias, “estamos demasiado ocupados, distraídos o abrumados por toda la información que nos llega para darnos cuenta de la forma superficial y jibarizada que ahora adopta esta información y el modo en que opera en nuestra manera de consumirla e interiorizarla” (Serrano, 2013, p.9), siendo en algunos casos cubiertos desde el punto de vista emocional, careciendo de contenido, es decir que no proveen herramientas de reflexión a la audiencia, además se detectó el uso de adjetivos, frases hechas, o tópicos que expresan frivolidad “lo que llamamos ahora 'cultura' está marcada por el puro entretenimiento y la frivolidad. Los principales síntomas de esta situación serían la banalización de las artes y la literatura, el imperio de la prensa amarilla” (García, 2014 p.3).

Además, se constató que existe un elemento de banalización que disminuye la importancia a una persona o colectivo, invalidando sus capacidades, de esta manera no se permite el conocimiento de habilidades del individuo para su libre desenvolvimiento en el entorno social. En cuanto al aspecto cultural, la mayor parte de estudiantes percibió que el contenido difundido en los medios resta valor a la cultura y cosmovisión; es decir a su vida política, económica, ciencia, religión, moral y filosofía, así como también a lo que comprende sus saberes populares y ancestrales. Por otro lado, se identificó un componente de superioridad hacia la cultura, en lo que se refiere a su cosmovisión, saberes populares y ancestrales. En América Latina la prensa amarilla tiene gran magnitud dentro del contenido de los medios, “ciertamente mucho se ha escrito y discutido sobre la prensa amarilla, de cómo falsea la información, cómo resalta el morbo e incentiva la violencia y banaliza la vida social” (Berti, 2010, p. 43), este tipo de contenido transmitido por los medios de comunicación cae en la banalización del contenido que es difundido a la audiencia, sin ningún carácter de reflexión sobre la información.

**TABLA 32: VICTIMIZACIÓN**

COMPONENTE ANALIZADO: VICTIMIZACIÓN	
INDICADOR	PORCENTAJE
1. Utilización de diminutivos o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social	71%
2. Perpetuar el discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo	70%
3. Dar visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal	85%
4. Tratar de manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas	74%
5. Convertir a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole)	59%

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

Sobre la dimensión de victimización, es decir: “Mostrar a una persona o colectivo desprovisto de sus derechos por ser víctima de sí mismo, de la sociedad o de las circunstancias, destacando su carácter de vulnerabilidad por encima de las acciones negativas que ha llevado a cabo” (Chavero y Oller 2015, p. 13). Los resultados obtenidos en base a las escalas de medianamente grave, grave y muy grave, nos demuestran que: En un alto porcentaje existe el uso de diminutivos o adjetivos que crean un discurso lastimero sobre alguien o algún grupo social, “Se han incrementado notablemente los hechos de violencia y, por lo tanto, el nivel de victimización; lo cual ha producido una demanda creciente para conocer, informarse e incluso sufrir con el mensaje que transmiten los mass media.” (Mena, 2010, p.7), lo que nos demuestra que la victimización se ha convertido en un componente de los contenidos demandados por la audiencia.

La victimización es un componente muy utilizado por varios medios de comunicación “Esta disyuntiva termina siendo procesada por el derecho de la víctima, proveniente del alto nivel de victimización que tiene la población, cuestión que se traduce en el rating de sintonía como el motor de las lógicas comerciales existentes” García (como se citó en Mena, 2010). Se identificó además la perpetuación de este discurso, cuando existe la repetición y acumulación de la información, lo que conlleva a la conmiseración de la persona o colectivo. En cuanto a la victimización del protagonista de la noticia, se determinó en un gran porcentaje que los medios dan visibilidad a una persona o colectivo únicamente cuando la persona en mención se encuentra en posición de víctima ya sea por accidentes o sucesos graves, o a su vez, cuando es necesario exponerlo de esa manera para que tenga la posibilidad de recibir apoyo social o estatal. Se identificó también que los medios tratan de manera condescendiente a una persona o colectivo, basándose en sus cualidades y condiciones físicas y psicológicas. En menor porcentaje se identificó que los medios convierten a una persona que comete actos delictivos en víctima de sus propias circunstancias, justificándole.

**TABLA 33: DISCRIMINACIÓN POR GÉNERO**

COMPONENTE ANALIZADO: GÉNERO	
INDICADOR	PORCENTAJE
1. ¿Muestran el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?	53%
2. ¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?	60%
3. ¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?	80%
4. ¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?	56%
5. ¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como enfermas?	48%

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

Cuando hablamos de discriminación por género nos referimos a “Atribuir a una persona, colectivo o hecho la condición de potencialmente peligroso para el orden social establecido, creando la duda y el miedo en la sociedad o en parte de ella” (Chavero y Oller ,2015, p. 12). En base a las escalas de medianamente grave, grave y muy grave, los resultados de las fichas de observación aplicadas nos permiten analizar que los resultados nos muestran que la mayor parte de medios de comunicación analizados, muestran el cuerpo de la mujer como un objeto sexual, esto debido a que existen “elementos del imaginario social de género, principalmente los que generan déficit en la imagen de las mujeres, como pueden ser los estereotipos sexistas” (García, 2009, p.210).

Es una cuestión de dinámica de los medios para atraer audiencia, y por esta razón “Los estereotipos de género presentes en la publicidad difundida en la prensa han sido objeto de estudio” (García, 2009, p.210). Además, se constató que se presenta, de manera reiterada a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos; se hace referencia únicamente al atractivo físico de la mujer, sin valorizar sus capacidades intelectuales o profesionales. Se determinó además que en cuanto al lenguaje que se transmite es de carácter masculino.

Otro de los aspectos observados determina que “existen muchas situaciones en dónde los medios de comunicación no favorecen a la comunidad LGBT en cuanto a visibilidad, cobertura, trato, lenguaje, etc.” (Tapia, 2012 p.17), en este sentido los medios deberían demostrar su profesionalismo al difundir información que implique actores que pertenecen al colectivo LGBTI. “los medios de comunicación delimitan ciertos sentidos acerca de lo que es la Marcha del Orgullo y del carácter de los discursos y prácticas de los sujetos que se manifiestan, y los ponen en circulación para la sociedad” (Settanni, 2013, p.17). Se visibilizó que los medios transmiten información relacionada a personas LGBTI, haciéndoles protagonistas principales de secciones de crónica roja o farándula, exponiéndoles en los medios de manera peyorativa, o presentando a las personas LGBTI como enfermas. “En definitiva, hablamos del papel fundamental que tienen los medios de comunicación al animar procesos educativos en cuestiones de género que se adapten a la realidad social actual” (García, 2009, p. 213)

En este contexto es necesario que existan “espacios inclusivos y el tratamiento objetivo de la información” (Tapia, 2012, p.2) por parte de los medios de comunicación. “Esto otorga a la comunicación una importante cuota de responsabilidad por las asociaciones negativas que una



sociedad pueda hacer con la comunidad LGBT” (Tapia, 2012, p.23). Es fundamental como comunicadores sociales, nos dediquemos profesionalmente a ejercer nuestro papel de informar objetivamente y difundir en el marco del respeto el contenido comunicacional, sin caer en la proliferación de la discriminación.

## **12. IMPACTO SOCIAL**

Es evidente que la gente tiene una percepción históricamente formada sobre los medios de comunicación a quienes consideran fuentes confiables para estar informados o fuentes principalmente para el entretenimiento. En cuanto al impacto social del proyecto de investigación “El papel de los procesos educomunicacionales frente a contenidos discriminatorios”, hemos determinado que los estudiantes de las cinco unidades educativas que han sido participantes del proyecto Latacunga desde Adentro, durante el período académico, marzo-julio 2019. A través de la capacitación educomunicativa han logrado mejorar su capacidad crítica sobre los medios de comunicación que consumen, aprendiendo a diferenciar aspectos como banalización, victimización y discriminación por género que se difunden en los diversos medios de comunicación.

El impacto social ha ido hacia una dimensión de los estudiantes de educación secundaria al ser receptores durante la aplicación del proyecto LDA, las unidades educativas se convirtieron en semilleros para lograr una comunicación alternativa de calidad. Por lo que es necesario que los medios de comunicación estén capacitados en procesos educomunicacionales y que la comunidad esté en capacidad de producir contenido para difundirlo a la sociedad.

Es indispensable generar acciones que permitan insertar contenido con calidad informativa, el fin de este proyecto es llegar a conocimiento de las autoridades estatales, locales de educación que pudieran llegar a algunas acciones para que en las unidades educativas se inserte este tipo de temáticas. El proyecto ha sido de gran impacto social en vista de que ha permitido a los estudiantes de las cinco Unidades Educativas del cantón Latacunga, aplicar los procesos educomunicacionales para analizar e identificar los contenidos discriminatorios transmitidos por los medios de comunicación.

**13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO****Recursos materiales**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Utilización de computadoras	640,00
Utilización de internet	120,00
Traslado a tutorías	60,00
Energía eléctrica	20,00
Impresiones	30,00
Empastados	30,00
CDs	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>910,00</b>

## **14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- Concluimos que los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi participantes del proyecto Latacunga Desde Adentro han desarrollado su capacidad crítica sobre la identificación de contenido discriminatorio, lo que les ha permitido convertirse en actores que promuevan la difusión de los procesos educomunicacionales en las Unidades Educativas del cantón Latacunga.
- En vista de los resultados analizados y luego de realizada la discusión de los mismos, se detectó que los medios de comunicación al difundir su contenido utilizan los componentes del lenguaje discriminatorio en las dimensiones de banalización, victimización y género en un alto porcentaje.
- Se identificó que si bien es cierto que por parte del Estado existen leyes cuyo objetivo es promover una comunicación libre y democrática, que se enmarque en el respeto hacia los individuos y la sociedad, aún existen medios de comunicación que emiten información con un carácter discriminatorio y no existe una entidad que controle a detalle la difusión de contenido.

### **RECOMENDACIONES**

- En vista de la magnitud del proyecto LDA se recomienda fortalecer con recursos que permitan implementar más proyectos de esta índole ya que ayudan a la formación práctica de los estudiantes como también al crecimiento académico.
- Al ser los medios referentes de la educación de una sociedad, recomendamos evitar la difusión de contenidos discriminatorio, además eliminar la utilización de los componentes del lenguaje discriminatorio como: banalización, victimización y discriminación por género.
- El estado como ente regulador, deberá utilizar de manera correcta la información, respetando la integridad de la sociedad o individuo a exponer.

## 15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acuña, B. P. (2015). *La observación como herramienta científica*. ACCI (Asoc. Cultural y Científica Iberoamérica.).
2. Albiño, Vanessa, K. (2017). *Análisis del consumo de medios de comunicación en los jóvenes universitarios del norte de la Ciudad de Quito* (Bachelor's thesis, COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES FACULTAD: PUBLICIDAD Y GESTIÓN).
3. Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. 6ta. Fideas G. Arias Odón.
4. Aroca Herrera, L. A. (2018). *Respuestas estatales frente a la difusión de contenidos discriminatorios, sexistas y violentos en los medios de comunicación: impacto de la Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador en los medios de comunicación, período 2013–2016*(Bachelor's thesis, PUCE-Quito).
5. Avilés, G. I. B. (2017). *Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina: un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).
6. Barragán, V., y Terceros I. (2017). *Radios, redes e internet para la transformación social*. Quito, Ecuador: Ediciones Ciespal.
7. Barranquero, A., y Sáez, C. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. En Congreso Internacional AE-IC, Comunicación y desarrollo en la era digital.
8. Berti, F. (2010). Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. *Creación y producción en diseño y comunicación*, 2, 43-45.
9. Binda, N. U., y Balbastre Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 179-187.
10. Bravo, C. B., y Rasco, J. F. A. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (40), 25-30.
11. Buitrago Hurtado, A., Ulloa Ocampo, D., y Vaca Blandón, E. (2017). Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes universitarias en Villavicencio

12. Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78.
13. Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. *Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*, 2.
14. Ceballos, I. H., y Noriega, A. C. (2013). La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *Quórum Académico*, 10(1), 63-86.
15. Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.
16. Cuadernos de la igualdad ¿Qué es la discriminación y cómo combatirla? Rodríguez, J. (2004) México: Consejo Nacional para prevenir la discriminación.
17. Chaher, S. (2010). Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación. *Trabajo realizado en el marco del curso "Género y Derechos Humanos", dictado en el.*
18. Chaher, S. (2010). Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación. *Trabajo realizado en el marco del curso "Género y Derechos Humanos", dictado en el.*
19. Chasy, P., y Jeanpierre, J. (2015). Análisis del impacto de los contenidos discriminatorios y violentos en los programas de televisión y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes del colegio San José La Salle, 2015.
20. Chavero P. y Oller M. (2015). La construcción de un índice de medición de contenidos discriminatorios. Una propuesta metodológica desde Ecuador. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, (1), 23-40
21. Chavero, P., Aliaga F., Oller M. Índice de vulneración de derechos en los medios. Quito, Ecuador: Laboratorio de comunicación y derechos.
22. Daniel, A., y Fernando, T. (2013). Apuntes Para la Formación Educomunicación. Aire Comunicación. 7-28
23. De Oliveira Soares, I. (2009). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas*. (30), 194-207.
24. del Pueblo, E. D. (2012). El derecho a la igualdad y la prohibición de discriminación. Patrones y prácticas culturales discriminatorias en los medios de comunicación: producción nacional y publicidad discriminatoria.

25. Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, Á., & Pastor, I. (2016). Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género. *Comunicar*, 24(46), 67-76.
26. Elkan, M. (4 de junio 2018) Unidad Educativa Ana Páez [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://anitasanto.blogspot.com/2018/06/historia-de-la-unidad-educativa-ana.html>
27. García, F. C., y Flores, H. G. H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y palabra*, 14(70).
28. García, L. E. (2014). Cultura y superficialidad.
29. García, N., y Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*.19(1), 271-303.
30. García, N., y Martínez, L. (2009). La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios. *Comunicar*, 16(32), 209-214.
31. García, R., R., Gozávez Pérez, V., y Aguaded Gómez, I. (2014). La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos. info*, (35), 15-27. Gumucio, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*,10(10), 6-19.
32. Garzón, A. y Noda, (2018). Educomunicación hoy: un reto necesario. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*. e-ISSN 2550-6587. URL: [www.revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso](http://www.revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso), 3(2), 25-34.
33. Gómez, J. I. A. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (24), 25-34.
34. Guevara Cordero, G. D. (2016). *Desproporcionalidad en la sanción sobre difusión de contenido discriminatorio en la ley orgánica de comunicación* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016.).
35. Guevara, D. (2016). *Desproporcionalidad en la sanción sobre difusión de contenido discriminatorio en la ley orgánica de comunicación*. (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.
36. Gumucio-Dagron, A. (2011). Los medios masivos y la discriminación cultural. *Signo y pensamiento*, 30(58), 26-39.

37. Hernández I. y Chaguaceda A. (2013). La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *Quórum Académico*, 10(1), 63-86.
38. Hernández, D. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*. (7), 333-345.
39. Hernández, R (2002). Diseño de Investigación no Experimental: SlideShare. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>
40. Herrera Damas, S. (2006). Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica. *Palabra Clave*, 8(2).
41. <https://es.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>
42. <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/21-Discriminacion-DH.pdf>
43. <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2015/06/Declaracion-DDHH1.pdf>
44. Huerta, L. L. (2009). Periodismo sin discriminación: reto del siglo XXI. *El Cotidiano*, (158), 87-91.
45. Huerta, L. L. (2009). Periodismo sin discriminación: reto del siglo XXI. *El Cotidiano*, (158), 87-91.
46. Hueso A., Cascant M., (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. Valencia, España: Editorial Universitat Politècnica de Valencia
47. Humanos, D. (2016). Declaración universal de derechos humanos. *Inmanencia. Revista del Hospital Interzonal General de Agudos (HIGA) Eva Perón*, 4(2).
48. Info escuelas (2017). Ubica Ecuador: Ministerio de Educación. Recuperado de: <https://www.infoescuelas.com/ecuador/cotopaxi/unidad-educativa-ana-paez-en-latacunga/>
49. Info escuelas (2017). Ubica Ecuador: Ministerio de Educación. Recuperado de: <https://www.infoescuelas.com/ecuador/cotopaxi/escuela-de-educacion-basica-juan-manuel-lasso-en-latacunga/>
50. Info escuelas (2017). Ubica Ecuador: Ministerio de Educación. Recuperado de: <https://www.ubica.ec/info/UNIDAD-EDUCATIVA-CATORCE-DE-JULIO-JUAN-ABEL-ECHEVERRIA>
51. Info escuelas (2017). Ubica Ecuador: Ministerio de Educación. Recuperado de: <https://www.ubica.ec/info/UNIDAD-EDUCATIVA-DR-TRAJANO-NARANJO-ITURRALDE>

52. Íñiguez Rueda, L. (1999). Investigación y evaluación cualitativa: bases teóricas y conceptuales.
53. Jaenes Lara, A. C. (2016). Menores y contenidos audiovisuales. Regulación, consumo y sanciones a medios de comunicación.
54. Kerlinger. (2002). Diseño de la Investigación no Experimental: SlideShare. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>
55. Lara, E. C. (2001). El paradigma latinoamericano de la Educomunicación: El campo para la intervención social. *Metacomunicación, Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales*. (1), 117-128.
56. López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74.
57. López-Cózar, E. D. (2002). La investigación en la Biblioteconomía y documentación. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 25(2), 133-135.
58. María, E., del Carmen, M., & Victoria, M. (2018). Metodología de investigación.
59. Martín Barbero, J. (2009). Culturas y comunicación globalizada. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 175-192.
60. Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Vol. 35). CIS.
61. Mena, F. C. (2008). Violencia y medios de comunicación: populismo mediático. *URVIO: Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, (5), 7-12.
62. Mesias, O. (2010). La investigación cualitativa.
63. Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14(2), 268-291.
64. Mora, N. (2010). La investigación bibliográfica. *Introducción a la Investigación*, 2.
65. Morales, F. (2010). Tipos de investigación. *Bogotá DC*.
66. Moreno Gómez, C. A. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN DE LOS MENORES, ¿INFLUYE EN EL FOMENTO A LA VIOLENCIA DE GÉNERO? *Amicus Curiae. Segunda Época*, 1(3).
67. Nosty, B. D. (2015). La banalización del periodismo. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, (31), 9-17.
68. Occelli, M., y Valeiras, B. N. (2013). Los libros de texto de ciencias como objeto de investigación: una revisión bibliográfica.
69. Ortiz Enríquez, C. P. (2015). *La Educomunicación y la identidad cultural en los estudiantes de octavo, noveno y décimo año de educación básica de la unidad Educativa*



- Tamboloma de la Parroquia Pilahuin de la Ciudad de Ambato provincia del Tungurahua* (Bachelor's thesis).
70. Ortiz Enríquez, C. P. (2015). *La Educomunicación y la identidad cultural en los estudiantes de octavo, noveno y décimo año de educación básica de la unidad Educativa Tamboloma de la Parroquia Pilahuin de la Ciudad de Ambato provincia del Tungurahua* (Bachelor's thesis).
71. Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
72. Página Unidad Educativa Gral. Miguel Iturralde (2020). Historia: Recuperado de: <http://uemigueliturraldelatacunga.edu.ec/>
73. Parratt, S. (2011). Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 15(28).
74. Pedreira, M. C. C., Aguaded, I., & Rodríguez, M. A. P. (2019). Educomunicación y Buenas Prácticas en los nuevos escenarios tecnológicos: Análisis del Caso Gallego (España). *Hamut´ ay*, 6(1), 96-111.
75. Pérez, X. S., López-Cepeda, A. M., & Sixto-García, J. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1056-1070.
76. Pineda, E. (2016). DISCRIMINACIÓN RACIA LY VIDA COTIDIANA EN AMÉRICA LATINA: EMPLEO, EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 22(2), 121-144.
77. Pozo, B.H. (2019). Ley orgánica de comunicación. Arcotel: Recuperado de [https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/Reformatoria\\_LOC.pdf](https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/Reformatoria_LOC.pdf)
78. Ramírez, P. C., y Alonso, M. O. (2015). La construcción de un índice de medición de contenidos discriminatorios: una propuesta metodológica desde Ecuador. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 1(1), 23-40.
79. Ramírez, P. C., y Alonso, M. O. (2015). La construcción de un índice de medición de contenidos discriminatorios: una propuesta metodológica desde Ecuador. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 1(1), 23-40.
80. Ramírez, P. C., y Alonso, M. O. (2015). La construcción de un índice de medición de contenidos discriminatorios: una propuesta metodológica desde Ecuador. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 1(1), 23-40.

81. Rekalde, I., Vizcarra, M. T., & Macazaga, A. M. (2014). La observación como estrategia de investigación para construir contextos de aprendizaje y fomentar procesos participativos. *Educación XXI*, 17(1), 201-220.
82. Rekalde, I., Vizcarra, M. T., & Macazaga, A. M. (2014). La observación como estrategia de investigación para construir contextos de aprendizaje y fomentar procesos participativos. *Educación XXI*, 17(1), 201-220.
83. Rivadeneira R. (2002). *Igualdad y no discriminación, producción nacional y publicidad en televisión*. Quito, Ecuador: Giro Ciudadanos Consultores.
84. Rodríguez, M., y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista médica sanitas*, 21(3), 141-146.
85. Rojas, M. G. (2009). La educación en un contexto mediático: la apropiación educativa de las telenovelas juveniles/Education in the context of the media: the educational appropriation of youth-oriented soap operas. *Actualidades Investigativas en Educación*, 9(1).
86. Santiago, M. S. (2009). *Influencia de los Medios de Comunicación en la Educación Actual*.
87. Serrano, P. (2013). *La comunicación jibarizada. Como la tecnología ha cambiado las mentes*. Madrid.
88. Settanni, S. V. (2013). Sexualidades politizadas y medios de comunicación: la Marcha del Orgullo LGBT de Buenos Aires. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (5).
89. Soliz D. (2014). *Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación*. Quito, Ecuador: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
90. Tacuri Chinchay, J. L. (2018). *Identificación de discriminación sexual e identidad de género en medios de comunicación radial de la ciudad de Loja y Catamayo, durante el período académico octubre 2016-febrero 2017*(Bachelor's thesis).
91. Tamayo, G. (2015). *Diseños muestrales en la investigación*.
92. Tapia Tapia, G. (2012). *Situación de la comunidad LGBT en televisión y radio de la ciudad de cuenca, importancia y diseño de espacios inclusivos* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
93. Urzola, D. (2016). Comunicación alternativa para el cambio social. *Universidad Santo Tomás*. (13) 7-14.
94. Verdejo Pabón, M. A. (2017). Diez años denuncias de contenido sexista en los medios de comunicación: un análisis de los informes del observatorio de la imagen de la mujer de España, 2004-2014.

95. Vidales, N. L., Aldea, P. G., y de la Viña, E. M. (2012). Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 16(30).
96. Vidales, N. L., Rubio, L. G., y García, M. R. (2014). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 19(37).
97. Villacís, B., Carrillo, D., y Martínez, A. G. (2011). Estadística demográfica en el Ecuador: diagnóstico y propuesta. *Quito: Instituto Nacional de Estadística y Censos*, 1-74.
98. Villón, G. (2017). *Análisis de la producción de programas culturales para los canales de televisión y su incidencia en el fomento de valores en adolescentes de sector norte de Guayaquil* (Tesis de licenciatura) Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil.

## 16. ANEXOS

### ANEXO 1: Instrumento de investigación Cuestionario de encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera de Comunicación Social

Proyecto: Latacunga desde Adentro: educomunicación y medios alternativos

Objetivo: Identificar las preferencias de consumo mediático en la Unidad Educativa

#### DATOS INFORMATIVOS

Edad: .....

Institución: .....

Género: .....

Barrio en el que reside: .....

Curso: .....

#### Instrucciones

Por favor conteste de manera sincera. Marque con una "X" únicamente una alternativa de las que se proponen.

1. ¿Qué medio de comunicación consume con más frecuencia?

- a. Televisión
- b. Radio
- c. Periódicos y revistas impresas
- d. Internet

2. ¿En la TV qué tipo de programas prefiere ver?

- a. Telenovelas
- b. Realitys
- c. Farándula
- d. Noticieros
- e. Películas
- f. Series

3. En la radio ¿qué tipo de programas escucha?

- a. Noticias
  - b. Deportes
  - c. Música
  - d. Programas de variedades (radiorevistas)
  - e. Radionovelas.
4. ¿Qué tipo de espacio prefiere en internet?
- a. Facebook
  - b. Instagram
  - c. Twitter
  - d. Google buscador (para tareas académicas o información)
  - e. YouTube
  - f. Wikipedia
5. ¿Qué tipo de espacio prefiere leer en los periódicos o revistas?
- a. Noticias nacionales
  - b. Noticias locales
  - c. Deportes
  - d. Entretenimiento (crucigramas, tiras cómicas, etc.)
  - e. Avisos de empleo
6. ¿Cuánto tiempo le dedica al consumo de este tipo de medios?
- TV
- a. De una a dos horas
  - b. De dos a tres horas
  - c. Más de tres horas
- Radio
- d. De una a dos horas
  - e. De dos a tres horas
  - f. Más de tres horas
- Internet

- g. De una a dos horas
- h. De dos a tres horas
- i. Más de tres horas

Periódicos o revistas

- j. De una a dos horas
- k. De dos a tres horas
- l. Más de tres horas.

7. Al evaluar la calidad de los contenidos que brindan los medios que usted consume, ¿cómo califica lo que hacen en los siguientes aspectos?:

A. La información que muestran respeta los derechos de las personas:

- a. Nunca
- b. Casi nunca
- c. Ocasionalmente
- d. Siempre

B. Al informar se remiten a los hechos, sin intención de favorecer a algún sector político o económico

- a. Nunca
- b. Casi nunca
- c. Ocasionalmente
- d. Siempre

C. Tratan equitativamente a las diversas expresiones culturales que existen en el país

- a. Nunca
- b. Casi nunca
- c. Ocasionalmente
- d. Siempre

D. Sus programas o espacios me sirven principalmente para:

- a. Entretenerme
- b. Informarme
- c. Educarme
- d. Participar en la vida social

8. En qué medio de comunicación le gustaría participar en su ¿unidad educativa?

- a. Tv
- b. Radio
- c. Periódico impreso
- d. Página Web (medio digital)

Muchas gracias por su valiosa colaboración.

Fuente: Proyecto LDA, período académico marzo-julio 2019

## ANEXO 2: Ficha de observación BANALIZACIÓN

 Universidad Técnica de Cotopaxi		<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN</b> <b>CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	 Licenciatura Comunicación Social
FICHA DE OBSERVACIÓN NÚMERO 1			
PROYECTO "LATACUNGA DESDE ADENTRO"			
DATOS INFORMATIVOS			
PARROQUIA:			
VARIABLE: Contenidos discriminatorios		DIMENSIÓN: BANALIZACIÓN	
TÉCNICA: OBSERVACIÓN ESTRUCTURADA		ESTUDIANTES RESPONSABLES:	
INDICADORES:			





3																										
4																										
5																										
6																										
7																										
<b>TOTAL DE CADA ESCALA</b>																										
<b>TOTAL GENERAL DE CADA INDICADOR</b>																										
<b>PORCENTAJE DE CADA ESCALA</b>																										
																									<b><i>BANALIZACIÓN:</i></b> <i>Desvalorizar a una persona, colectivo o acontecimiento, volviéndolo</i>	

<b>TOTAL PORCENTUAL DE CADA INDICADOR</b>																					<i>superficial, insustancial, trivial e intrascendente.</i>
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

<b>TOTAL de indicadores de escala</b>	<b>4</b>
<b>VALORACIÓN</b>	<b>1 Muy grave</b>
	<b>2 grave</b>
	<b>3 medianamente grave</b>
	<b>4 poco grave</b>


---

M.Sc.  
Franklin Falconí  
DOCENTE UTC

---

Estudiante responsable

## ANEXO 3: Fichas de observación victimización

 Universidad Técnica de Cotopaxi		<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN</b> <b>CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>		 Licenciatura Comunicación Social
FICHA DE OBSERVACIÓN NÚMERO 1				
PROYECTO "LATACUNGA DESDE ADENTRO"				
DATOS INFORMATIVOS				
PARROQUIA:				
VARIABLE: Contenidos discriminatorios			DIMENSIÓN: VICTIMIZACIÓN	
TÉCNICA: OBSERVACIÓN ESTRUCTURADA			ESTUDIANTES RESPONSABLES:	
INDICADORES:				

N °	MEDIO DE COMUNICACIÓN: PROGRAMA O ESPACIO OBSERVADO	Utilización	Perpetuar el	Dar	Tratar de	Convertir a	PARTICIPANTES COMUNITARIOS
		de diminutivo s o adjetivos creando un discurso lastimero sobre alguien o sobre algún grupo social.	discurso lastimero a través de la repetición y acumulación de información que conlleve a la conmiseración (sentir lástima) de una persona o colectivo.	visibilidad a una persona o un colectivo sólo cuando es víctima de accidentes o sucesos graves, o cuando necesita del apoyo o soporte social o estatal.	manera condescendiente a una persona o colectivo con base en sus cualidades o condiciones físicas o psicológicas.	una persona que comete actos delictivos en víctima de sus circunstancias (justificándole) .	
		1   2   3   4	1   2   3   4	1   2   3   4	1   2   3   4	1   2   3   4	

1																						
2																						
3																						
4																						
5																						
6																						
7																						
<b>TOTAL DE CADA ESCALA</b>																						<b>VICTIMIZACIÓN</b> <i>: Mostrar a una</i>

<b>TOTAL GENERAL DE CADA INDICADOR</b>						
<b>PORCENTAJE DE CADA ESCALA</b>						
<b>TOTAL PORCENTUAL DE CADA INDICADOR</b>						<p><i>persona o colectivo desprovisto de sus derechos por ser víctima de sí mismo, de la sociedad o de las circunstancias, destacando su carácter de vulnerabilidad por encima de las acciones negativas que ha llevado a cabo.</i></p>

<b>TOTAL de indicadores de escala</b>	<b>4</b>
<b>VALORACIÓN</b>	<b>1 Muy grave</b>
	<b>2 grave</b>
	<b>3 medianamente grave</b>
	<b>4 poco grave</b>

---

M.Sc.  
Franklin Falconí  
DOCENTE UTC

---

Estudiante responsable



**ANEXO 4: Fichas de observación discriminación por género**

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi</p>		<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b></p> <p><b>FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN</b></p> <p><b>CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b></p>		 <p>Licenciatura Comunicación Social</p>
FICHA DE OBSERVACIÓN NÚMERO 1				
PROYECTO "LATACUNGA DESDE ADENTRO"				
DATOS INFORMATIVOS				
PARROQUIA:				
VARIABLE: Contenidos discriminatorios		DIMENSIÓN: POR RAZONES DE GÉNERO		
TÉCNICA: OBSERVACIÓN ESTRUCTURADA		ESTUDIANTES RESPONSABLES:		
INDICADORES:				

N °	MEDIO DE COMUNICACIÓN: PROGRAMA O ESPACIO OBSERVADO	¿Muestra el cuerpo de la mujer como un objeto sexual?	¿Se presenta, de manera reiterada, a las mujeres en trabajos, exclusiva o predominantemente, subalternos?	¿El lenguaje que se usa en el contenido está únicamente en masculino?	¿Se hace alusión, única o predominantemente, al atractivo físico de la mujer, en desmedro de sus capacidades intelectuales o profesionales?	¿Solo se ven noticias e información relacionadas a personas LGBTI en la sección de crónica roja o farándula? ¿Se representa a personas LGBTI de forma peyorativa? ¿Se presenta a las personas LGBTI como	PARTICIPANTES COMUNITARIOS
--------	---	---	---	---	---	--	-------------------------------



4																					
5																					
6																					
7																					
<b>TOTAL DE CADA ESCALA</b>																					<b>RECUERDE:</b> “Se llama <b>LENGUAJE                  SEXISTA o                  SEXISMO                  LINGÜÍSTICO</b> a aquel que se emplea como referente de lo masculino,
<b>TOTAL GENERAL DE CADA INDICADOR</b>																					
<b>PORCENTAJE DE CADA ESCALA</b>																					
<b>TOTAL PORCENTUAL DE CADA INDICADOR</b>																					

						<p>que discrimina u omite a las mujeres. Aquel que utiliza términos de género masculino para referirse tanto a varones como a mujeres.”</p> <p><b>MACHISMO:</b> “conjunto de creencias, actitudes y conductas que descansan sobre dos</p>
--	--	--	--	--	--	---

						ideas básicas: por un lado, la polarización de los sexos, es decir, una contraposición de lo masculino y lo femenino según la cual no sólo son diferentes, sino mutuamente excluyentes; por otro, la superioridad de lo masculino en las áreas
--	--	--	--	--	--	---

						consideradas importantes por los hombres” <b>SEXISMO:</b> “ejercicio discriminatorio por el cual se adscriben características psicológicas y formas de comportamiento y se asignan roles sociales fijos a las personas, por el sólo hecho de pertenecer a un determinado sexo, restringiendo y
--	--	--	--	--	--	--

						condicionand o, de este modo, desarrollo pleno para todos los sujetos sociales, sean éstos hombres o mujeres”
--	--	--	--	--	--	---

<b>TOTAL de indicadores de escala</b>	<b>4</b>
<b>VALORACIÓN</b>	<b>1 Muy grave</b>
	<b>2 grave</b>
	<b>3 medianamente grave</b>
	<b>4 poco grave</b>

---

M.Sc.  
Franklin Falconí  
DOCENTE UTC

---

Estudiante responsable



**ANEXO 5: FOTOGRAFÍAS****UNIDAD EDUCATIVA “14 DE JULIO”**



**UNIDAD EDUCATIVA “ANA PÁEZ”**





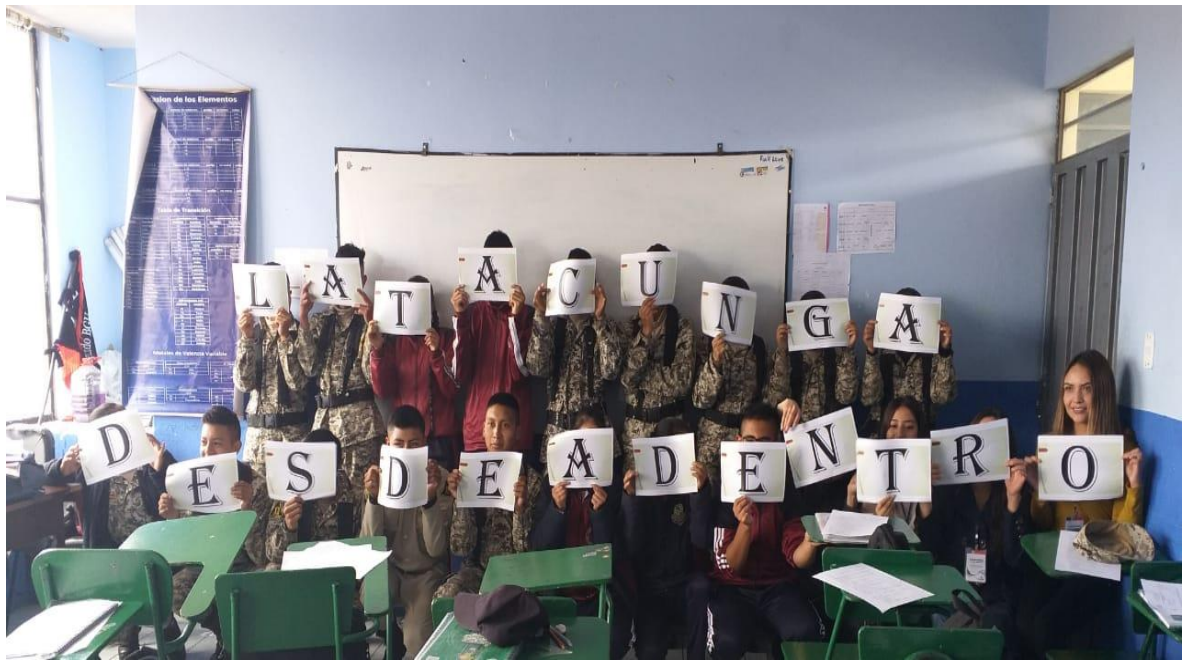
### UNIDAD EDUCATIVA “JUAN MANUEL LASO”





**UNIDAD EDUCATIVA “Gral. MIGUEL ITURRALDE”**







**UNIDAD EDUCATIVA “TRAJANO NARANJO”**





**ANEXO 6: HOJAS DE VIDA****Tutor: M.Sc. Franklin Falconí**

Formación Académica
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Licenciado en comunicación social, especialización en comunicación impresa por la Universidad Central del Ecuador.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Magister en Educación Superior por la Universidad Central del Ecuador.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Master en Comunicación y marketing político, por la Universidad Internacional de La Rioja, España.</li> </ul>

Experiencia Laboral
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC) Latacunga Ecuador, Docente (desde octubre 2011- actual) Licenciatura en Comunicación Social.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diario Hoy, comunicación social, (desde junio 1998 hasta noviembre 1998) puesto: periodista.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diario El Comercio, comunicación Social (desde septiembre 1996 hasta mayo 1998) puesto: periodista.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quincenario OPCIÓN, Comunicación Social (desde octubre actualidad), puesto: editor general.</li> </ul>

**Estudiantes:****1. DATOS PERSONALES**

PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE(S)
Guamán		Burgasí	Mayra Guadalupe
DOCUMENTO DE IDENTIDAD		NACIONALIDAD	
050380238-1		Ecuatoriana	
FECHA DE NACIMIENTO		DIRECCIÓN RESIDENCIA	
02-03-1994		Saquisilí	
TELÉFONOS	DIRECCIÓN		CORREO ELECTRÓNICO
0960241264	Saquisilí		guamanburgasi@gmail.com

**2. ESTUDIOS FORMALES REALIZADOS**

MODALIDAD ACADÉMICA	TERMINACIÓN		ESTUDIOS O TÍTULOS OBTENIDOS	CONVALIDADO		PAIS/ CIUDAD
	FECHA	AÑO		SI	NO	
Colegio Nacional Saquisilí	Junio	2011	Título de Bachiller	X		Ecuador/ Saquisilí
Universidad Técnica de Cotopaxi	Octubre	2019	Egresada de la Carrera de Comunicación Social	X		Ecuador/ Latacunga

**3. INVESTIGACIONES REALIZADAS**

INICIO PROYECTO		FINALIZACIÓN PROYECTO		NOMBRE DE INVESTIGACIONES REALIZADAS	PAIS/CIUDAD/TEL
FECHA	AÑO	FECHA	AÑO		
25 septiembre	2019	24 enero	2020	LDA: El papel de los procesos educomunicacionales frente a los contenidos discriminatorios en cinco unidades educativas del cantón Latacunga	Ecuador/ Latacunga 0960241265

**4. IDIOMAS DIFERENTES AL ESPAÑOL QUE HABLA, LEE Y/O ESCRIBE.**

IDIOMA	LO HABLA			LO LEE			LO ESCRIBE		
	R	B	MB	R	B	MB	R	B	MB
Francés	X				X			X	



**Guamán Burgasí Mayra Guadalupe**  
C.I: 05038023-1

**1. DATOS PERSONALES**

PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE(S)
Velasco		Vásquez	Alisa Gabriela
DOCUMENTO DE IDENTIDAD		NACIONALIDAD	
150109854-3		Ecuatoriana	
FECHA DE NACIMIENTO		DIRECCIÓN RESIDENCIA	
27-07- 1992		Latacunga	
TELÉFONOS	DIRECCIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	
0995061255	Latacunga	alissvelasco01@gmailmail.com	

**2. ESTUDIOS FORMALES REALIZADOS**

MODALIDAD ACADÉMICA	TERMINACIÓN		ESTUDIOS O TÍTULOS OBTENIDOS	CONVALIDADO		PAIS/ CIUDAD
	FECHA	AÑO		SI	NO	
Colegio María Inmaculada	Junio	2010	Título de Bachiller	X		Ecuador/ Archidona
Universidad Técnica de Cotopaxi	Octubre	2019	Egresada de la Carrera de Comunicación Social	X		Ecuador/ Latacunga

**3. INVESTIGACIONES REALIZADAS**

INICIO PROYECTO		FINALIZACIÓN PROYECTO		NOMBRE DE INVESTIGACIONES REALIZADAS	PAIS/CIUDAD/TEL
FECHA	AÑO	FECHA	AÑO		
25 septiembre	2019	24 enero	2020	LDA: El papel de los procesos comunicacionales frente a los contenidos discriminatorios en cinco unidades educativas del cantón Latacunga	Ecuador/ Latacunga 0995061255

**4. IDIOMAS DIFERENTES AL ESPAÑOL QUE HABLA, LEE Y/O ESCRIBE.**

IDIOMA	LO HABLA			LO LEE			LO ESCRIBE		
	R	B	MB	R	B	MB	R	B	MB
Inglés	X				X			X	



Alisa Gabriela Velasco Vásquez  
C.I: 150109854-3