



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE LA
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y PATERNO Y SU
INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.**

AUTORA:

VIANCA DENISSE CASTRO IZQUIERDO

TUTOR:

MSc. PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO, Ph.D.

GUAYAQUIL, ECUADOR

2020



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

AUTORA:

VIANCA DENISSE CASTRO IZQU

IERDO

TUTOR:

MSc. PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO, Ph.D.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

GUAYAQUIL, ECUADOR

2020



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO V. INFORME DEL AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

Miravalles



ANEXO IV.- INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

Tutor: Pedro Alvarado Andino Título del trabajo: Análisis comunicacional del rol materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género.
 Tipo de trabajo de titulación: _____
 Carrera: Comunicación Social

No. DE SESIÓN	FECHA TUTORÍA	ACTIVIDADES DE TUTORÍA	DURACIÓN:		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA TUTOR	FIRMA ESTUDIANTE
			INICIO	FIN			
12	10/2/21	Capítulo 9 Terminado	10h00	12h00	Revisión de infografías.	Pedro Alvarado	JC
13	17/2/21	Capítulo 4 - Conclusiones y recomendaciones.	10h00	12h00	Empezar dispositivas.	Pedro Alvarado	JC
14	24/2/21	Revisión de Dispositivos.	10h00	12h00	Dispositivas terminadas	Pedro Alvarado	JC
15	3/3/21	Práctica de sustentación.	10h00	12h00	Ensayo de sustentación.	Pedro Alvarado	JC

PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
 Docente-tutor

Firmado digitalmente por PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
 Fecha: 2021.03.03 11:01:22 -05'00'

Gestor de Integración Curricular y Seguimiento a Graduados.

CI: 0915093629

CI: _____



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

**ANEXO VII. CERTIFICADO DEL DOCENTE TUTOR
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Guayaquil, marzo 8 de 2021

Sr. /Sra.
Alba Rosa Barreth Gonzalez
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA COMUNICACIÓN
SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación *Análisis comunicacional del rol materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género.*

Del (los) estudiante (s) Vianca Castro Izquierdo, indicando que ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

PEDRO WILFRIDO
ALVARADO ANDINO

Firmado digitalmente por PEDRO
WILFRIDO ALVARADO ANDINO
Fecha: 2021.03.08 10:21:09 -05'00'

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
Pedro Alvarado Andino
C.I. 0915 093629
Fecha: 8 de marzo 2021



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXOVIII. CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Pedro Alvarado Andino**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Vianca Castro Izquierdo** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Lcda. En Ciencias de la Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación Análisis comunicacional del rol materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género. ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio **URKUND** quedando el 6% de coincidencia.

URKUND

Document Information

Analyzed document	PROYECTO VIANCA CASTRO PARA URKUND en PDF.pdf (D97224743)
Submitted	3/4/2021 3:48:00 PM
Submitted by	Pedro Alvarado Andino
Submitter email	pedro.alvaradoand@ug.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	pedro.alvaradoand.ug@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / urkund_1.docx Document urkund_1.docx (D80606199) Submitted by: maria.murillopa@ug.edu.ec Receiver: maria.murillopa.ug@analysis.orkund.com	1
W	URL: https://repositorio.iber.edu.co/bitstream/001/1996/1/Comunicac%C3%B3n%20numera%20... Fetched: 3/4/2021 3:52:00 PM	1
W	URL: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-2125200000060008&script=sci_arttext&lng=pt Fetched: 3/4/2021 3:52:00 PM	1

Escribe aquí para buscar

PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
Firmado digitalmente por PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
Fecha: 2021.03.08 13:57:35 -05'00'

Pedro Alvarado Andino
C.I: 0915093629
FECHA: 8 de marzo 2021



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO IX. CERTIFICADO DEL DOCENTE REVISOR



ANEXO 8

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 19 de marzo de 2021

Señora
Dra. Alba Barreth González, MSc.
DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación "ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y PATERNO Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO" de la estudiante CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISSE. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 16 palabras
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad
- La investigación es pertinente con la línea y sub-líneas de investigación de la carrera
- Los soportes teóricos son de máximo 10 años
- La propuesta presentada es pertinente

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que la estudiante CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISSE está apta para continuar el proceso de titulación. Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



BRENDA MERCEDES
CARRIÓN RAMÍREZ

Lic. Brenda M. Carrión Ramírez, Mgs.
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0703589630



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 19 de marzo de 2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrada BRENDA MIROSLAVA CARRIÓN RAMÍREZ, tutor revisor del trabajo de titulación "ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y PATERNO Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO", certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISSE, con C.I. No. 2450646449, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, en la Carrera/Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.



BRENDA MIROSLAVA
CARRIÓN RAMÍREZ

Lic. Brenda M. Carrión Ramírez, Mgs.
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0703589630



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR,
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA

ANEXO XI. FICHA DE REGISTRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Título y subtítulo: “Análisis comunicacional de los roles materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género

AUTOR: Vianca Denisse Castro Izquierdo **TUTOR:** Ph.D Pedro Wilfrido Alvarado Andino

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil **FACULTAD:** Comunicación Social

CARRERA: Comunicación Social

FECHA DE PUBLICACIÓN: **N. DE PÁGS:**90

ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación y género

PALABRAS CLAVE: Estereotipos, género, disminución, campaña digital, Facebook.

RESUMEN: El presente proyecto de investigación se llevó a cabo con el fin de lograr una disminución en los estereotipos de género en el sector ciudadela Quisquis manzanas Y2 a Y7, tras evidenciar que los moradores del lugar han sido afectados por los estereotipos de género se desarrolló una campaña digital con información dinámica y de fácil acceso. Para el desarrollo del proyecto se utilizaron herramientas de investigación como la realización de encuestas a 66 personas como muestra del sector, también se realizaron entrevistas a 2 psicólogos. En el diseño de la campaña “A la misma altura” se determinó que esta sería difundida a través de Facebook debido a la accesibilidad y gran demanda de esta red social.

N. DE REGISTRO (En base de datos): **N. DE CLASIFICACIÓN**

DIRECCIÓN URL (Tesis en la web)

ADJUNTO URL (Tesis en la web)

ADJUNTO PDF **SÍ** **NO**

CONTACTO CON AUTOR/ES **Teléfono:** 0968500167 **E-mail:** Vianca.castroi@ug.edu.ec

CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: **Nombre:** Ph.D Pedro Wilfrido Alvarado Andino

Teléfono: 0989191143

E-mail: pedro.alvaradoand@ug.edu.ec



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO XII. LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA

**PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO
ACADÉMICOS**

Yo, **Vianca Denisse Castro Izquierdo** con C.I. No. **2450646449**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y PATERNO Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Vianca Castro Izquierdo

C.I. 2450646449



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO XIII. ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y

PATERNO Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Autora: Vianca Castro Izquierdo

Tutor: Ph.D Pedro Alvarado Andino

Resumen

El presente proyecto de investigación se llevó a cabo con el fin de lograr una disminución en los estereotipos de género en el sector ciudadela Quisquis manzanas Y2 a Y7, tras evidenciar que los moradores del lugar han sido afectados por los estereotipos de género se desarrolló una campaña digital con información dinámica y de fácil acceso. Para el desarrollo del proyecto se utilizaron herramientas de investigación como la realización de encuestas a 66 personas como muestra del sector, también se realizaron entrevistas a 2 psicólogas. En el diseño de la campaña “A la misma altura” se determinó que esta sería difundida a través de Facebook debido a la accesibilidad y gran demanda de esta red social.

Palabras Clave: Estereotipos, género, disminución, campaña digital, Facebook.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

**ANEXO XIV. COMMUNICATIONAL ANALYSIS OF MATERNAL AND
PATERNAL ROLES AND THEIR INCIDENCE ON GENDER STEREOTYPES**

Author: Vianca Castro Izquierdo

Advisor: Ph.D. Pedro Alvarado Andino

Abstract

This research project was carried out in order to achieve a decrease in gender stereotypes in the Quisquis citadel sector, blocks Y2 to Y7, after showing that the residents of the place have been affected by gender stereotypes, a digital campaign was developed with dynamic and easily accessible information. For the development of the project, research tools were used such as conducting surveys of 66 people as a sample of the sector, and two interviews to psychologists. In the design of the campaign "A la misma altura" it was determined that it would be broadcasted through Facebook due to the accessibility and the great demand of this social network.

Keywords: Stereotypes, gender, decrease, digital campaign, Facebook,



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO XV. RÚBRICA PARA EVALUACION DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

ANEXO XVI. ACTA DE CAALIFICACIÓN FINAL

DEDICATORIA

A mi mamá, motor de mis sueños, dueña de mis logros y ejemplo a seguir

A mi papá, por todo el amor

A mi abuelita, por todas las oraciones

A Evelyn y Mayra, mis ángeles de la guarda

Y a Roberto, por estar junto a mí siempre.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Guayaquil quien me abrió sus puertas ofreciéndome una excelente educación.

A mi tutor PhD, Pedro Alvarado Andino, quien por su vocación de docente hizo este proceso menos intimidante, su disposición, paciencia y grandes consejos fueron fundamentales.

INDICE

1	ANEXO V. INFORME DEL AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL	III
2	ANEXO VII. CERTIFICADO DEL DOCENTE TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	IV
3	ANEXO VIII. CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	V
4	ANEXO IX. CERTIFICADO DEL DOCENTE REVISOR	VI
5	ANEXO XI. FICHA DE REGISTRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	VIII
6	ANEXO XII. LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	IX
7	ANEXO XIII. ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LOS ROLES MATERNO Y PATERNO Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.....	X
8	ANEXO XIV. COMMUNICATIONAL ANALYSIS OF MATERNAL AND PATERNAL ROLES AND THEIR INCIDENCE ON GENDER STEREOTYPES.....	XI
9	ANEXO XV. RÚBRICA PARA EVALUACION DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
10	ANEXO XVI. ACTA DE CALIFICACIÓN FINAL	III
11	DEDICATORIA	IV
12	AGRADECIMIENTO	V
	INTRODUCCIÓN	1
1	Capítulo I El problema.....	3
1.1	Planteamiento del problema.....	3
1.2	Formulación y sistematización del problema.....	4

1.2.1	Formulación del problema	4
1.2.2	Sistematización del problema	5
1.3	Objetivos de la investigación	5
1.3.1	Objetivo general	5
1.3.2	Objetivos específicos	5
1.4	Justificación.....	6
1.5	Delimitación del problema de investigación.....	7
1.6	Hipótesis.....	8
1.7	Identificación de variables	8
1.8	Operacionalización de las variables	8
2	Capítulo II Marco teórico.....	9
2.1	Antecedentes de la investigación	9
2.2	Fundamentación teórica	10
2.2.1	Comunicación	10
2.2.2	Género.....	12
2.2.3	Estereotipos de género	14
2.2.4	Comunicación intrafamiliar	17
2.3	Marco contextual.....	19
2.4	Marco conceptual.....	20
2.5	Marco legal.....	20

3	Capítulo III Aspectos metodológicos.....	24
3.1	Metodología	24
3.2	Tipo de investigación	24
3.3	Diseño de Investigación	24
3.4	Metodología de la Investigación	24
3.4.1	Método analítico	24
3.4.2	Método inductivo	25
3.5	Herramientas para la recolección de datos.....	25
3.5.1	Encuesta	25
3.5.2	Entrevista	25
3.6	Población y muestra	26
3.6.1	Población.....	26
3.6.2	Muestra	26
3.7	Resultados de la encuesta.....	27
3.8	Análisis de las entrevistas	38
3.9	Comprobación de hipótesis	42
4	Capítulo IV Propuesta.....	43
4.1	Título de la propuesta.....	43
4.1.1	Propuesta.....	43
4.2	Introducción	44

4.3	Descripción de la propuesta	44
4.4	Justificación.....	44
4.5	Público objetivo.....	45
4.6	Objetivos de la propuesta	45
4.6.1	Objetivo general.....	45
4.6.2	Objetivos específicos	45
4.7	Recursos financieros	46
4.8	Recursos humanos.....	47
4.9	Cronograma de actividades	48
4.10	Conclusiones y recomendaciones.....	49
4.10.1	Conclusiones.....	49
4.10.2	Recomendaciones	49
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50
6	ANEXOS	54

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	8
Tabla 1 Pregunta número uno de la encuesta.....	27
Tabla 2 Pregunta número dos de la encuesta.....	28
Tabla 3 Pregunta número tres de la encuesta.....	29
Tabla 4 Pregunta número cuatro de la encuesta.....	30
Tabla 5 Pregunta número cinco de la encuesta.....	31
Tabla 6 Pregunta número seis de la encuesta.....	32
Tabla 7 Pregunta número siete de la encuesta.....	34
Tabla 8 Pregunta número ocho de la encuesta.....	35
Tabla 9 Pregunta número nueve de la encuesta.....	36
Tabla 10 Pregunta número diez de la encuesta.....	37
Tabla 11 Presupuesto de campaña digital.....	46
Tabla 12 Tabla de recursos humanos.....	47
Tabla 13 Cronograma de actividades.....	48

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	28
Figura 2	29
Figura 3	30
Figura 4	31
Figura 5	33
Figura 6	34
Figura 7	35
Figura 8	36
Figura 9	37

INTRODUCCIÓN

La idea principal del presente trabajo de titulación se da desde la actualidad de los moradores sector Mapasingue ciudadela Quiquis en el cual se llevó a cabo un análisis comunicacional de los roles paterno y materno con el fin de descubrir cual es la incidencia de estos en los estereotipos de género y crear una campaña digital en Facebook que informe a las personas de la ciudadela Quisquis sobre los estereotipos de género y así combatir los mismos.

Para el apropiado desarrollo de esta investigación fue necesario dividir el proyecto en cuatro partes o etapas en las cuales se exponen: el problema y su planteamiento, objetivos específicos y generales, la justificación, la exposición de la hipótesis, antecedentes del tema y finalmente una propuesta cuyo fin es buscar una solución para la problemática encontrada.

El capítulo I está conformado por el planteamiento del problema que señala la constante convivencia con los estereotipos de género de los habitantes del sector Mapasingue ciudadela Quiquis y como estos no solo afectan a su desarrollo social, sino también afectan la vida de las personas en el aspecto laboral, emocional, educativo e incluso familiar.

A este problema se le añaden la formulación, delimitación y sistematización, de igual manera los objetivos generales y específicos, la justificación del mismo, su hipótesis y finalmente las variables con sus respectivas tablas de operacionalización.

En el Capítulo II se encuentran los recursos bibliográficos de las investigaciones y conceptos que son relevantes en el tema de investigación en el cual se mencionan y se sustentan las citas de varios autores.

El Capítulo III evidencia la metodología que encaminó este trabajo de titulación que en este caso son los métodos tanto cuantitativo y descriptivo. Para la recolección de información se usaron herramientas como las encuestas y las entrevistas.

La muestra se tomó en la ciudadela Quisquis en el sector de Mapasingue específicamente de las cuadras Y2 a la Y7, en este capítulo se encuentran las entrevistas y su análisis, la tabulación de los datos recogidos de la muestra y la confirmación de la hipótesis.

Para finalizar en el capítulo IV se da a conocer la propuesta del proyecto que es la creación y desarrollo de una campaña digital en Facebook, también se encuentran las especificaciones de la misma, el material usado y la información de la campaña.

Capítulo I

El problema

1.1 Planteamiento del problema

Los habitantes de la ciudad de Guayaquil diariamente experimentan y mantienen la existencia de estereotipos de género, problema que afecta el correcto desarrollo de las personas y sus roles en la sociedad.

Aunque no lo parezca estos estereotipos de género siguen muy enraizados en la sociedad, en ocasiones incluso de manera inconsciente los expresamos y los vivimos, estos pueden dejar en desventaja a un individuo sin importar su género, aunque cabe recalcar que a quien afecta más es al género femenino.

Como cuando una mujer tiene que ayudar más en su casa en relación a su hermano, simplemente bajo el argumento de que ella es mujer, o cuando un hombre no puede expresar sus sentimientos y mucho menos llorar pues esta acción demuestra vulnerabilidad y los hombres no pueden ser vulnerables.

La convivencia constante con los moradores del sector ciudadela Quisquis ubicada en Mapasingue resaltó la diferencia que se percibe entre hombre y mujer y los preceptos que tiene cada individuo formado acerca del género opuesto.

A lo largo de la historia el rol la mujer y el hombre en la sociedad han experimentado el cambio constante según el contexto económico y social del momento, sin embargo, no se han podido evitar la creación de patrones conductuales que se le atribuyen a cada género.

Estos patrones conductuales no solo condicionan la manera de ver a una persona, también limitan las actividades, oportunidades y derechos de las mismas aplicándose desde escenarios determinantes como el estudio y el trabajo hasta características propias como la vestimenta.

Aunque la creación y conservación estereotipos de género se le atribuyen a la sociedad, la base de la misma es la familia, haciendo a los padres los modelos principales para los individuos, por tanto, aunque exista una influencia de los entornos fuera del hogar, los padres serán un papel crucial al momento de eliminar los conocimientos o perpetuarlos.

Ante esta realidad se pretende desarrollar y difundir una campaña digital a través de Facebook con el fin de llegar a las personas, no solo informándoles el por qué es importante combatir los estereotipos de género en la sociedad actual y además se pretende recordar la importancia del papel que cada uno desarrolla en la sociedad y como no solo es importante comunicar a través de palabras sino también mediante acciones y como estas pueden en ocasiones ser más importantes que la comunicación verbal.

1.2 Formulación y sistematización del problema

1.2.1 Formulación del problema

¿Cómo influyen los roles paterno y materno en la creación de estereotipos de género de las nuevas generaciones en el sector ciudadela Quiquis manzanas Y2 a Y7?

1.2.2 Sistematización del problema

- ¿Qué opinión tienen los padres en cuanto a los estereotipos de género y sus diferencias?
- ¿Cuál es el impacto que los patrones conductuales de los padres en la comunicación con los hijos?
- ¿Cómo se puede combatir dichos estereotipos de géneros a través de una campaña en Facebook?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el nivel de influencia que ejercen las acciones y el discurso de los padres en la formación de estereotipos de género de los jóvenes.

1.3.2 Objetivos específicos

- Definir el conocimiento de los padres sobre los estereotipos de género
- Analizar la postura de los hijos en cuanto a estereotipos de género para definir la influencia de los padres
- Creación y difusión de una campaña digital en Facebook que contenga imágenes e infografías con información resumida que genere mayor impacto acerca de los estereotipos de género para la comunidad del sector Mapasingue ciudadela Quisquis manzanas y2 a y7.

1.4 Justificación

La búsqueda de la disminución de los estereotipos de género en el sector ciudadela Quisquis es de suma importancia ya que esto mejoraría la convivencia, el desarrollo individual de los moradores del sector y cortaría las creencias erróneas que se traspasan generacionalmente.

El presente trabajo de titulación está enfocado en crear una campaña digital que brinde información valiosa a la comunidad del sector ciudadela Quisquis ya que los moradores del mismo se ven afectados debido a la continuación y normalización de los estereotipos de género.

La finalidad de la creación de la campaña es generar conciencia en los moradores del sector a través de infografías, imágenes y publicaciones que contengan datos valiosos y ayuden a combatir los estereotipos de género que actualmente siguen creando diferencias entre hombres y mujeres en la sociedad.

Una parte fundamental de la campaña digital serán las entrevistas que realizaremos a dos profesionales relacionados con la problemática los cuales son un psicólogo y sociólogo que mediante su experiencia y conocimientos en sus campos aportarán datos, hechos y recomendaciones que ayudarán al grupo de enfoque a tener una mayor comprensión del tema.

Finalmente, la creación de la campaña digital será una iniciativa que no solamente generará conciencia y un cambio en el pensamiento de los moradores, estos a su vez serían portadores de voz, generando un efecto dominó que desencadenaría en un impacto a un nivel macro en la comunidad de la ciudadela Quisquis.

1.5 Delimitación del problema de investigación

Objetivo de Investigación: Comunicación intrafamiliar

Campo de Acción: Campaña digital en Facebook

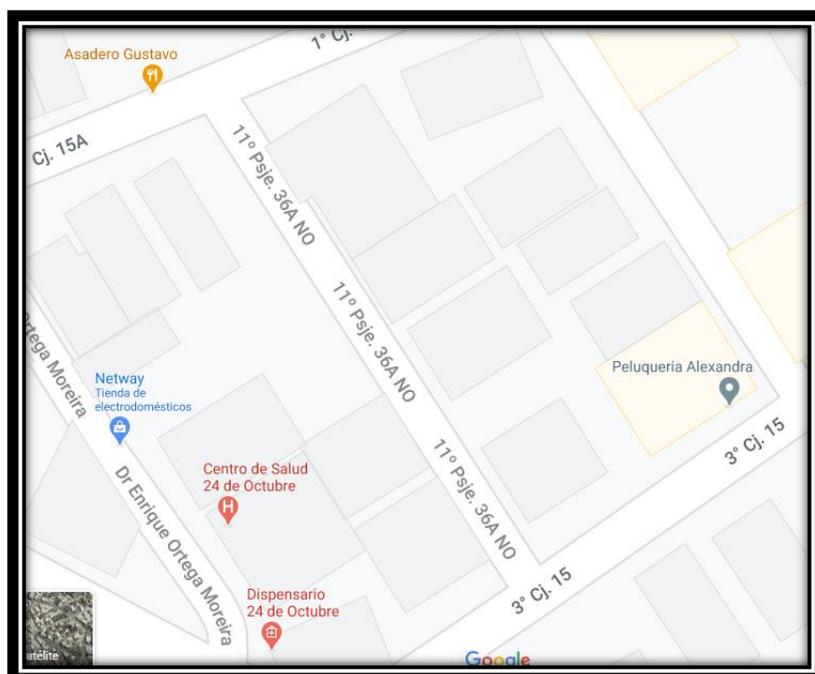
Área: Comunicación

Tema: Análisis comunicacional de los roles materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género.

Problema: Estereotipos de género

Delimitación Temporal: Año 2020

Ubicación Geográfica: Ecuador, Provincia del Guayas, Ciudad de Guayaquil, ciudadela Quisquis, manzanas Y2 a Y7



Fuente: Google Maps

1.6 Hipótesis

Se pueden reducir los estereotipos de género a través de una campaña digital en Facebook

1.7 Identificación de variables

Variable Independiente: Incidencia en los estereotipos de género

Variable Dependiente: Análisis comunicacional del rol materno y paterno

1.8 Operacionalización de las variables

Tabla

Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTO	ÍTEM	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	INDICADORES
Variable independiente	Incidencia en los estereotipos de género	Que incidencia tienen los estereotipos de género en la comunidad de la ciudadela Quisquis de las manzanas Y2 a Y7	Entrevista Encuesta	Entrevista Encuesta Plataforma digital Facebook Google forms	A través de la campaña digital se pretende reducir los estereotipos de género y su continuidad
Variable dependiente	Análisis comunicacional del rol	Cuáles serán los beneficios	Entrevista Encuesta	Entrevista Encuesta	La comunicación entre padres e

	paterno y materno	obtenidos a través de la campaña digital		Plataforma digital Facebook Google forms	hijos mejorará al reducir los estereotipos de género existentes
--	-------------------	--	--	---	---

ELABORADO POR: VIANCA CASTRO

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

El presente trabajo titulación tiene como enfoque la disminución de la incidencia de padres de familia en la formación de los estereotipos de género en la ciudadela Quisquis manzanas Y2, Y3, Y4, Y5, Y6 y Y7. En virtud de que se ha observado la carencia de información en cuanto a equidad de género en los habitantes del sector, esto conlleva a que persistan estereotipos de género que limitan las actividades de los moradores del sector ciudadela Quisquis.

(Ospina & Montoya, 2019) realizaron un estudio basado en la investigación de desarrollo familiar y comunitario en el que se analizó los cambios que han experimentado los estereotipos de género desde el año 1930. Con la llegada de la primera ola del feminismo, hasta la actualidad contrastando y comparando el rol del hombre y la mujer con el paso del tiempo y el cambio de contexto social. Mediante el contraste de varias teorías y antecedentes, se concluye que los cambios que se han desarrollado social, laboral y familiarmente con el paso de los años son significativos. Sin embargo, señalan que el género masculino sigue estando bastante reacio a cambiar sus preceptos, por lo que los autores advierten que la equidad de género debe explicarse y enseñarse de manera constante.

(Cubillas , y otros, 2016) llevaron a cabo un análisis a las valoraciones de género a estudiantes universitarios de dos instituciones públicas de México para lo cual utilizaron el recurso de la encuesta como método para descubrir las creencias de género en aspectos roles paterno y materno, competencias de cada género, feminidad y masculinidad, este análisis mostró al género más apegado a posturas que promueven los estereotipos de género.

Según (Buxarrais, 2016) Además, somos conscientes de su potencial, no solamente porque promueven nuevas formas de aprendizaje, como el aprendizaje colaborativo, sino porque nos ofrecen todo un mundo de información y posibilidades de interconectividad que pueden ser positivas o negativas, según se mire. Por lo tanto, la influencia de las redes sociales en la educación es sumamente importante, por lo que es necesario que las personas aprendamos a integrarlas. (pág. 16)

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Comunicación

La comunicación, en términos generales, es la acción de expresar y receptar información a través de varios canales. La comunicación juega un rol esencial en las relaciones entre padres e hijos pues los padres son los primeros transmisores de conocimientos, costumbres e ideas a los hijos; estas se receptan como realidades siendo los estereotipos de género uno de los primeros prejuicios en transmitirse.

En el libro “Comunicación humana interpersonal: una mirada sistémica” (Bernal, Pereira, & Rodriguez, 2018) aclaran que:

“La comunicación brinda a las personas la posibilidad de aprender, reconstruir y producir el conocimiento, de interactuar con otros, participar en la vida social, transmitir y reproducir la cultura.” (pág. 56)

La comunicación para Bernal, Pereira y Rodríguez entonces permite a los individuos ampliar el conocimiento con la potestad de elegir como este vaya a ser aceptado y reproducido. De igual manera, plasma a la comunicación como el medio por el cual el ser humano existe como conglomerado y a través del mismo crea conocimientos colectivos.

Por su parte (Schramm, 1965) menciona que:

Así como el individuo acumula creencias y valores que se convierten en parte de su personalidad y trata de defenderlas a toda costa. Asimismo, aprecia su pertenencia a grupos - su familia, sus compañeros, su grupo de trabajo, las organizaciones a las que quisiera pertenecer - etc. Casi todo mensaje importante que reciba, estará relacionado con uno de estos grupos que ha llegado a valorar. (pág. 9)

Señalando que tanto el entorno de un individuo, como su crianza, definen la manera en la que estos recibirán los mensajes que reciban a lo largo de su vida; haciendo entonces que existan millones de maneras de recibir un mensaje expresado exactamente igual.

En su libro “Informar no es comunicar” (Wolton, 2010) expone:

La comunicación, por el contrario, remite a la idea de relación, de compartir y negociar. Ayer, el horizonte normativo consistía en conseguir establecer la comunicación; hoy en día se trata más bien de gestionar la incomunicación, mediante la negociación para construir una convivencia. (pág. 3)

Wolton resalta el cambio de comunicación que, si el eje inicial fue establecer lazos comunicativos, en la actualidad se enfoca más en gestionar la falla que aún quedan para lograr conexiones e intercambio de información.

La comunicación es el proceso más básico y viejo de la sociedad; sin embargo, su antigüedad no simboliza su total entendimiento, pues esta ha evolucionado a la par de la humanidad, dividiéndose en varios canales, mismos que influyen de gran manera en el desarrollo de un ser humano.

Existen diversas formas de comunicarse y no todas estas incluyen expresiones vocales, todas las acciones que realiza un individuo dan un mensaje, desde los gestos hasta el modo de vida que lleva plasman un mensaje e incluso crean la imagen que la comunidad tiene del individuo.

La manera de recibir y emitir mensajes que tiene una persona es el resultado de influencias: familiares, culturales y contextuales. Estas se van adoptando conforme el individuo crece y pueden ser adoptados de manera consciente e inconsciente a través de la repetición prolongada de ciertas conductas, convirtiéndose en posturas que difícilmente serán cambiadas.

2.2.2 Género

El presente trabajo de titulación expone conceptualizaciones de diferentes autores acerca del género para comparar los conocimientos y tener una perspectiva más completa para entender su desarrollo y cambio a través de los años.

En el libro “Género desde una perspectiva global” (Connell & Pearse, 2018) mencionan:

Todos los órdenes de género se asientan en una división entre las tareas que se aprecian como masculinas y las tareas que se aprecian como femeninas. Sin embargo -Y este matiz es fundamental- aunque la distribución genérica de tareas sea un rasgo común a todas las culturas y

todas las sociedades no lo es, el resultado de esta, lo es. No todas las comunidades definen las mismas actividades como propias de los hombres o propias de las mujeres. (pág. 16)

Connel y Pearse señalan un aspecto importante del género y es que a pesar de la creencia general de que las diferenciaciones de género ya están bien definidas, estas varían dependiendo del contexto y las condiciones del mismo.

Las expectativas que se tienen del género femenino en Ecuador no son iguales a las expectativas que se tienen de las mujeres en Alemania, todo esto se debe la diferencia de condiciones políticas, económicas y culturales que existen entre estos dos países.

Por otro lado, en el artículo “Niños, niñas y perspectiva de género” (Ortega, Rubio, & Torres, 2005) señalan que:

“A su vez, es en la familia donde todas las creencias sobre el género se socializan, mostrando a los niños y las niñas las pautas de comportamiento esperadas para cada uno de ellos.” (pág. 6)

Menciona a la familia como responsables del juicio de género de las personas; es decir, se desempeña como célula de la sociedad y por tanto es responsable de las apreciaciones de género de futuras generaciones que a su vez usaran las enseñanzas que tuvieron para traspasarlas a sus descendientes formándose así una cadena indefinida.

Las definiciones de género tienen un gran impacto en la sociedad, estas definiciones afectan directa e indirectamente la vida de las personas en la sociedad limitando las actividades, gustos e incluso libertades que una persona posee, sin que el individuo esté al tanto o se sienta vulnerado.

En el artículo “Rol de género y funcionamiento familiar” (Herrera, 2000) advierte:

“La problemática de la asignación de un rol de género a hombres y a mujeres va más allá de una significación social vista de manera abstracta, ya que interfiere de manera palpable y ostensible en la vida cotidiana.”

Siendo entonces nombrado como una limitante en la sociedad que no afecta únicamente de manera individual; también, afecta al desarrollo de la sociedad como tal de manera casi imperceptible condicionando las actividades funciones y papeles del hombre y la mujer en la sociedad.

2.2.3 Estereotipos de género

Los estereotipos de género han sido a lo largo de la historia un constante tema de debate; su funcionamiento, creación y utilidad son enfoques que han despertado la curiosidad científica dando como resultado varias teorías opiniones y fundamentos.

Estereotipo de género se considera al conjunto de ideas y posturas que nos ayudan a entender las razones por las que los géneros toman ciertas conductas, estas establecen el modo de vida que cada persona debe seguir según su género en los ámbitos familiar, social, laboral y cultural.

En el artículo “Los estereotipos como factor de socialización en el género” (Gonzales, 1999) se manifiesta:

“Los estereotipos no son, en definitiva, más que fieles reflejos de una cultura y una historia y como tales van a nacer y mantenerse porque responden a las necesidades que tiene tal contexto de mantener y preservar unas normas sociales ventajosas para él.” (pág. 80)

González no solo adjudica los estereotipos de género a la cultura también, menciona un punto muy importante, que es la decisión colectiva de traspasarlos de generación en generación debido a la comodidad que estos ofrecen.

Si bien se creería que el género masculino es el más beneficiado y por tanto el que desea traspasarlos y mantenerlos esto no es cierto en su totalidad ya que, las mujeres también se acomodan con ellos y se rehúsan a cambiar la vida como la conocieron.

Para (Amurrio, Larrinaga, Usategui, & Del Valle, 2012) los estereotipos de género son la manera de poder justificar y validar la desigualdad que existe entre los géneros y que afecta más a las mujeres desde el inicio de la civilización, distorsionando así la realidad en la que vivimos.

Los estereotipos de género, debido a su constante réplica se han normalizado al punto de que en la sociedad suelen pasar desapercibidos e incluso las luchas que existen para disminuir los mismos son tomadas como exageraciones o calificadas como “innecesarias”.

El artículo estereotipos de género en la relación de padres e hijos (García, Salguero, & Pérez, 2010) exponen:

Los estereotipos son vistos como racionalizaciones de los roles genéricos del hombre y la mujer que ayudan a colocarlos en el “orden natural”, y sólo mantienen una línea delgada con la realidad, pues son exageraciones, incluso ficciones o fantasías, que ayudan a justificar el orden social existente, y, por consiguiente, están estrechamente relacionados con los prejuicios. (págs. 4-5)

Por su lado los autores (García, Salguero, & Pérez, 2010) nos brindan una percepción bastante parecida en la que los estereotipos no son más que un justificativo usado por la

sociedad, también reconoce en el colectivo de la sociedad, la individualidad de cada persona al calificar los estereotipos como exageraciones

Sin embargo, (Olmo, 2005) nos presenta una percepción diferente de los estereotipos mencionando que estos nos permiten recopilar experiencias de las personas en nuestro entorno y adoptarla como nuestra, permitiéndonos entonces expandir en gran manera nuestra información de los seres y las cosas de nuestro ambiente.

Esta por su puesto es una perspectiva más social en la que se plantea a los estereotipos de género como una simplificación de información que nos permite expandir conocimiento de una manera más sencilla ofreciendo entonces una especie de contra punto con los dos autores anteriores que implicaron que estos no deberían continuarse.

En la investigación “Hacia un análisis integral de estereotipos: desafiando la garantía estándar de imparcialidad” (Clérico, 2018) advierte:

Identificar estas imágenes estereotipadas, enunciarlas, nombrarlas, desenmascararlas ayuda para plantear y comprender el problema del caso; desarmar las razones que se alegan para justificar la afectación de los derechos y evaluarlas mediante un examen bien estricto de igualdad, dejando al desnudo la discriminación por género u orientación sexual o identidad de género. (pág. 74)

El primer paso para buscar la disminución de los estereotipos de género es reconocerlas y aceptar que representan un problema y un retraso en el desarrollo para la sociedad recalando la importancia de educar en igualdad para así poder trabajar en una sociedad que no reproduzca estos estereotipos a generaciones futuras.

2.2.4 Comunicación intrafamiliar

A continuación, se citan conceptos de la comunicación entre padres e hijos de diferentes autores mismo que aportarán una óptica variada y por tanto una mejor comprensión.

(Maldonado, 2017) plantea que es la familia el génesis de las primeras nociones, ejemplos y roles que un niño aprende mediante la observación con cada integrante de la familia y por tanto esos comportamientos serán aceptados como naturales y a su vez se convertirán en los estándares con los que se regirá para actuar en la sociedad.

(De la A , 2020) por otro lado menciona:

“El desarrollo cognitivo de un aprendiz depende en gran magnitud del estilo educacional familiar en el que crece. Dicho factor definirá la inteligencia emocional del individuo y la autonomía que ejercerá frente a los desafíos emergentes en su convivencia académica, personal y laboral.” (pág. 12)

Ratificando la teoría inicial con la variante de que no adjudica en su totalidad la responsabilidad a la familia, más bien la plantea como una guía que tendrá influencia sobre las percepciones del individuo mas no que las condicionarán.

En el trabajo de investigación “La comunicación intrafamiliar y su influencia en los hogares de la parroquia Tarifa del cantón Samborondón 2018” (López, 2018) manifiesta que:

“Las relaciones en la familia son cotidianas, es aquí también donde los miembros de la familia expresan sus emociones y lo que suelen vivir diariamente, cada cual por su estructura variando la comunicación y la afectividad que tiene cada integrante del vínculo familiar.” (pág. 10)

López por su lado, añade una nueva variante a la comunicación intrafamiliar, las relaciones afectivas, mostrando otro punto influyente de las relaciones intrafamiliares y es que estas nos son lineales, por tanto, las influencias enseñanzas y conductas que atestigüe un individuo serán proporcionales a la relación que tenga con el familiar.

(Castillo & Merino, 2018) proponen que la cultura y principios de moral se ven diferenciadas según factores como la ubicación geográfica y el estatus social, ya que según estas características varían los papeles que juegan las personas en la sociedad, sin embargo, enfatiza a la familia como primera influencia de todo ser humano.

Este factor es uno de los más influyentes al hablar de relaciones intrafamiliares ya que existen diversos estilos de vida, todos condicionados por religión, política y las creencias de la sociedad propias de la cultura del lugar, todas estas afectarán la dinámica familiar, dando como resultado muchas relaciones familiares ideales y por consecuencia muchas variaciones en la influencia que estas tendrán en un individuo.

En el artículo “La comunicación entre la familia y la escuela” (Guzón & Gonzáles, 2019).mencionan que:

Se ha pasado de una interacción unidireccional a un sentido bidireccional en la relación padres-hijos. Los padres y madres marcaban la educación de los hijos. Este modelo bidireccional ha supuesto que los padres ya no señalan ni el ritmo, ni la forma ni el contenido de la relación y educación en el seno de la familia. (págs. 38-39)

Con el paso del tiempo la dinámica familiar ha sufrido cambios, inició una era de comunicación en de doble vía abriendo paso así al debate, el pensamiento crítico y la no

concordancia, con las reglas y líneas de comportamiento que imparten los padres, lo que abre un espacio a que los progenitores aprendan a formar a sus hijos a través del debate y dialogo abierto.

(Seguí, 2010) por su lado señala a la familia como una escuela que será la base para nuestras capacidades comunicativas a través de la práctica, señalando que la forma de comunicarnos intrafamiliarmente será exactamente la misma forma que usaremos para comunicarnos en la sociedad.

Seguí muestra una manera diferente de ver la comunicación intrafamiliar mencionando es como un entrenamiento para la formación de la base de todo ser humano, la comunicación, sin hacerla responsable de aspectos de la personalidad o de la moral de una persona, argumento que contrasta con autores anteriormente mencionados.

2.3 Marco contextual

Como lo menciona Castillo al hablar de marco contextual, menciona el lugar desarrollo de una acción, una investigación o un suceso que impacte a la sociedad y que debe ser analizado en la creación de un proyecto.

Mencionando que el marco contextual es una necesidad imperiosa en una buena investigación ya que, no basta con analizar los datos ya existentes, teorías u otras investigaciones, el contexto cambia según cambian las situaciones y siempre debe ser tomado en cuenta.

2.4 Marco conceptual

Comunicación: Acción de transmitir un mensaje o contenido de emisor a receptor, utilizando distintos medios para que lo que se desea llegue a la o las personas de forma adecuada y así crear un intercambio de información.

Influencia: La acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra.

Estereotipo: Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

Género: El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres.

Rol: Función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.

Impacto: Aquel estado en el que se puede encontrar una persona por recibir una noticia inesperada, una sorpresa o simplemente algún acto que le logre causar desconcierto.

2.5 Marco legal

Art. 10.- Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 21)

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.

2. Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

3. Los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos serán de directa e inmediata aplicación por y ante cualquier servidora o servidor público, administrativo o judicial, de oficio o a petición de parte.

Para el ejercicio de los derechos y las garantías constitucionales no se exigirán condiciones o requisitos que no estén establecidos en la Constitución o la ley.

Los derechos serán plenamente justiciables. No podrá alegarse falta de norma jurídica para justificar su violación o desconocimiento, para desechar la acción por esos hechos ni para negar su reconocimiento.

4. Ninguna norma jurídica podrá restringir el contenido de los derechos ni de las garantías constitucionales.

5. En materia de derechos y garantías constitucionales, las servidoras y servidores públicos, administrativos o judiciales, deberán aplicar la norma y la interpretación que más favorezcan su efectiva vigencia.
6. Todos los principios y los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía.
7. El reconocimiento de los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, no excluirá los demás derechos derivados de la dignidad de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que sean necesarios para su pleno desenvolvimiento.
8. El contenido de los derechos se desarrollará de manera progresiva a través de las normas, la jurisprudencia y las políticas públicas. El Estado generará y garantizará las condiciones necesarias para su pleno reconocimiento y ejercicio. Será inconstitucional cualquier acción u omisión de carácter regresivo que disminuya, menoscabe o anule injustificadamente el ejercicio de los derechos.
9. El más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución. El Estado, sus delegatarios, concesionarios y toda persona que actúe en ejercicio de una potestad pública, estarán obligados a reparar las violaciones a los derechos de los particulares por la falta o deficiencia en la prestación de los servicios públicos, o por las acciones u omisiones de sus funcionarias y funcionarios, y empleadas y empleados públicos en el desempeño de sus cargos. El Estado ejercerá de forma inmediata el derecho de repetición en contra de las personas responsables del daño producido, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales y administrativas. El Estado será responsable por detención arbitraria, error

judicial, retardo injustificado o inadecuada administración de justicia, violación del derecho a la tutela judicial efectiva, y por las violaciones de los principios y reglas del debido proceso.

Cuando una sentencia condenatoria sea reformada o revocada, el Estado reparará a la persona que haya sufrido pena como resultado de tal sentencia y, declarada la responsabilidad por tales actos de servidoras o servidores públicos, administrativos o judiciales, se repetirá en contra de ellos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, págs. 21-22)

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad.

El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 27)

Art. 156.- Los consejos nacionales para la igualdad son órganos responsables de asegurar la plena vigencia y el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. Los consejos ejercerán atribuciones en la formulación, transversalización, observancia, seguimiento y evaluación de las políticas públicas relacionadas con las temáticas de género, étnicas, generacionales, interculturales, y de discapacidades y movilidad humana, de acuerdo con la ley. Para el cumplimiento de sus fines se coordinarán con las entidades rectoras y ejecutoras y con los organismos especializados en la protección de derechos en todos los niveles de gobierno. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, págs. 90-91)

Capítulo III

Aspectos metodológicos

3.1 Metodología

En este capítulo se describen la metodología que se empleó para realizar el presente trabajo de titulación.

3.2 Tipo de investigación

En el proyecto se empleó la investigación descriptiva, puesto que permite conocer y describir de manera detallada y literal contenido, datos e información acerca de la investigación desarrollada en este análisis comunicacional del rol materno y paterno y su incidencia en los estereotipos de género

3.3 Diseño de Investigación

El desarrollo del presente trabajo de investigación hizo uso del diseño no experimental, transversal, dado que los resultados que se obtendrán serán mediante la observación del tiempo, espacio y contexto, que en este diseño no son controlados o manipulados, por tanto, los resultados obtenidos serán reales y objetivos.

3.4 Metodología de la Investigación

3.4.1 Método analítico

Se aplicará el método analítico, pues se descompondrá el objeto de estudio para analizar todas sus partes, efectos y causas, para de esta manera analizar y estudiar cada parte como sus causas, efectos, orígenes, etc, información que se obtendrá a través de la observación.

3.4.2 Método inductivo

Este método es necesario para cualquier trabajo de investigación ya que permite la creación de nuevas teorías, argumentos mismos que se requieren al momento de redactar las conclusiones.

3.5 Herramientas para la recolección de datos

3.5.1 Encuesta

El recurso de la encuesta se utiliza para la recolección de datos y opiniones de un grupo determinado de personas, las mismas delimitan a través del cálculo de la muestra que es un porcentaje de la población total a estudiar, para obtener la información deseada se realiza un cuestionario de preguntas mismo que debe estar estructurado según la escala de Likert.

De una población estimada de 2376 se encuestó a 66 moradores de las cuadras Y2, Y3, Y4, Y5, Y6 y Y7 de la ciudadela Quisquis, mismas que representan el resultado de la muestra. Estos respondieron a un banco de 10 preguntas relacionadas con los estereotipos de género y sus experiencias propias con estos y finalmente si consideran necesaria la creación de una campaña digital a través de Facebook que ayude a disminuir los estereotipos de género.

3.5.2 Entrevista

El recurso de la entrevista nos permite recibir información desde una óptica profesional indagando sobre nuestro tema de investigación con un profesional en materia que nos brindara los recursos necesarios que respaldaran nuestro trabajo de titulación.

Se llevaron a cabo dos entrevistas a profesionales de la salud mental. La primera entrevistada fue la psicóloga Angela Izquierdo y a la psicóloga María Dolores Villao.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

Se estima que en el sector Ciudadela Quisquis de las manzanas Y2 a la Y7 vive un estimado de 2376 personas

3.6.2 Muestra

Tras aplicar la fórmula:

$$n = \frac{([Z \alpha])^2 Npq}{(e^2(N-1) + Z^2 pq)}$$

$$n = \frac{([1,65])^2 2376(0,5)(1-0,5)}{(0,1^2(2376-1) + (1,65)^2(0,5)(1-0,5))}$$

$$n = \frac{(2,72)594}{0,01(2375) + 2,72(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1615,68}{23,75 + 0,68}$$

$$n = \frac{1615,68}{24,43}$$

$$n = 66,13$$

El resultado de la muestra dio un total de 66 personas a los cuales se les realizó la encuesta que constó con 10 preguntas de selección múltiple.

3.7 Resultados de la encuesta

1. Identifique su género

Tabla 1

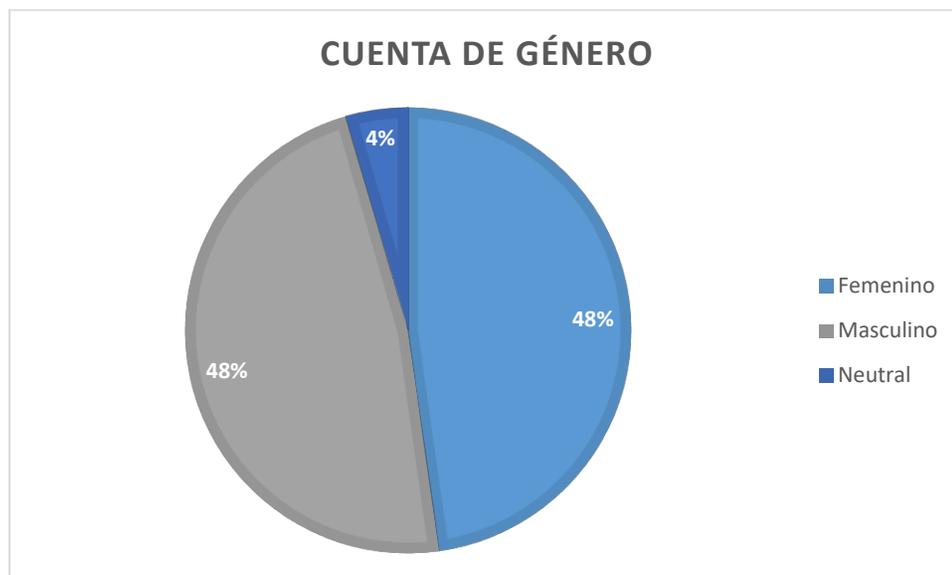
Pregunta número uno de la encuesta

Género	Participantes	Porcentaje
Masculino	31	47%
Femenino	32	48,5%
Neutral	3	4,5%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 1

Pregunta número dos de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de datos

En la primera pregunta se evidencia que del total de entrevistados un 47% es masculino, 48,5% es femenino y un 4,5% se considera de género neutral lo cual evidencia una equidad en los entrevistados en cuanto a género.

2. Nombre de la pregunta: Edad

Tabla 2

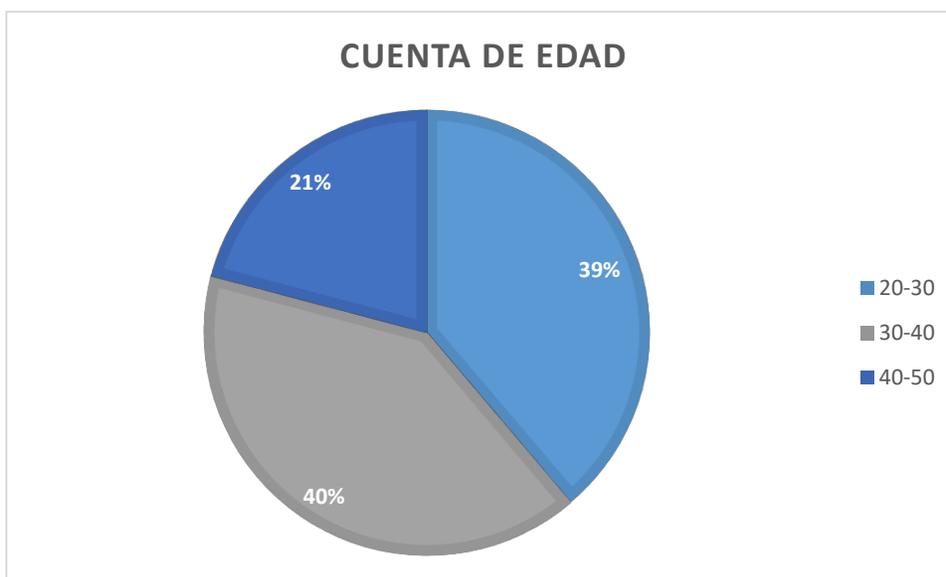
Pregunta número dos de la encuesta

Edad	Participantes	Porcentaje
20-30	26	39,4%
30-40	27	40,9%
40-50	13	19,7%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 1

Pregunta número dos de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis de interpretación de datos

Esta pregunta se realizó con el fin de segmentar la muestra y de esa manera poder realizar un análisis más detallado y preciso, del total de la muestra un 40,9% son personas entre 30-40 años, un 39,4% tiene entre 20-30 y finalmente un 19,7% tienen entre 40-50 años.

3. Nombre de la pregunta: ¿Tiene claro el concepto de estereotipos de género?

Tabla 3

Pregunta número tres de la encuesta

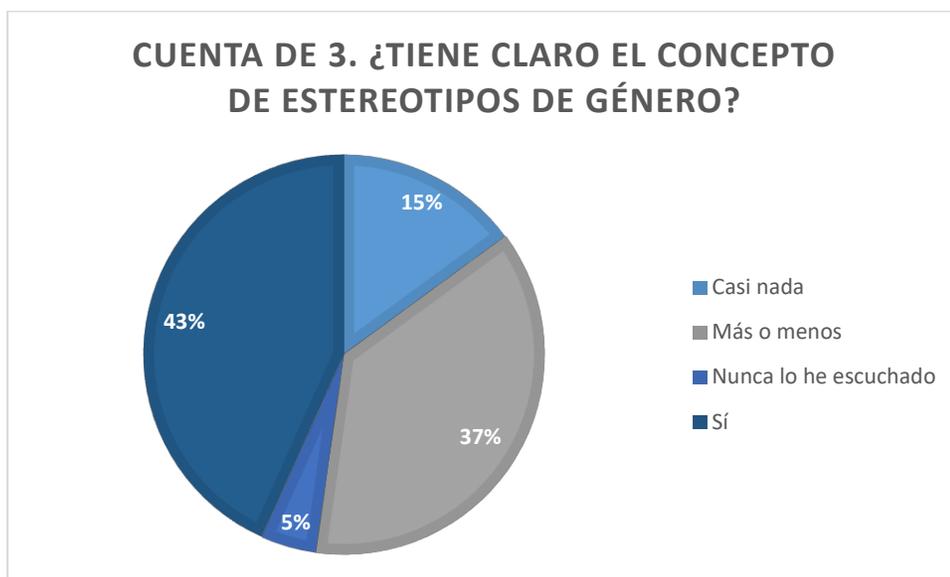
Concepto de estereotipos	Participantes	Porcentaje
Sí	29	43,9%
Más o menos	25	37,9%
Casi nada	9	13,6%
Nunca lo he escuchado	3	4,5%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público

Elaborado por Vianca Castro

Figura 2

Pregunta número 3 de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público

Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de los datos

En esta pregunta se realizó un primer sondeo de los conocimientos generales acerca del concepto de los estereotipos de género, de los 66 encuestados un 43,9% respondió que sí tiene claro lo que son los estereotipos de género, un 37,9% respondió que tiene un concepto a medias este, si bien el mayor porcentaje de las respuestas afirma

tener claro el concepto, el último dato nos muestra un alto porcentaje de personas que no saben el concepto de estereotipos de género, confirmando que existe una gran desinformación.

4. Nombre de la pregunta: ¿Alguna vez ha sido encasillado en uno?

Tabla 4

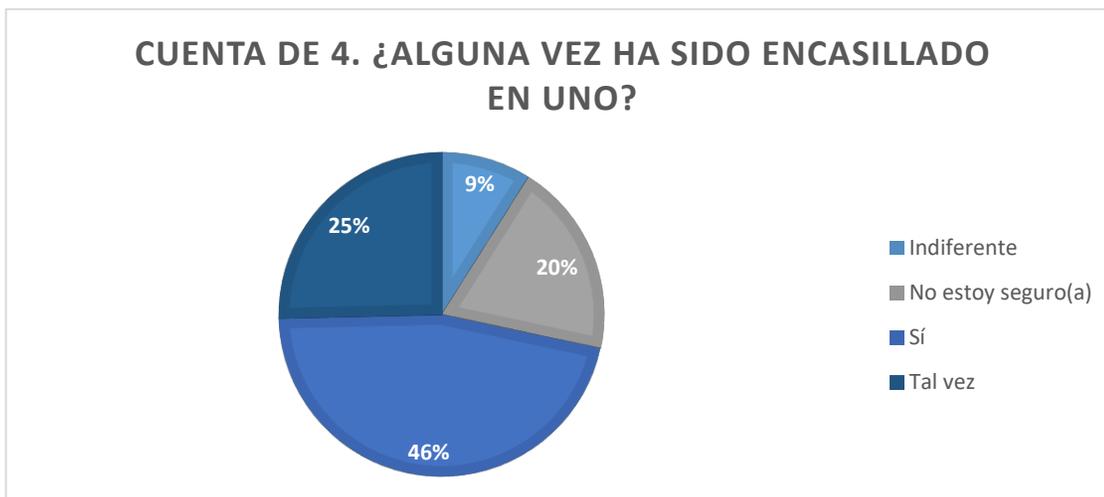
Pregunta número cuatro de la encuesta

Ha sido encasillado	Participantes	Porcentaje
Sí	31	47%
Tal vez	17	25,8%
No estoy seguro(a)	12	18,2%
Indiferente	6	9,1
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 3

Pregunta número cuatro de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de datos

En esta pregunta se indagó sobre las experiencias directas que han tenido los encuestados con la problemática lo que demostró que el 47% de las personas consideran

que han sido encasillados en algún estereotipo de género, un 25,8% probablemente, es decir, más de la mitad de la muestra ha sido afectada por los estereotipos de género, confirmando así que estos son un problema en la comunidad.

5. Nombre de la pregunta: ¿Experimenta indirectamente una desigualdad de género en su día a día?

Tabla 5

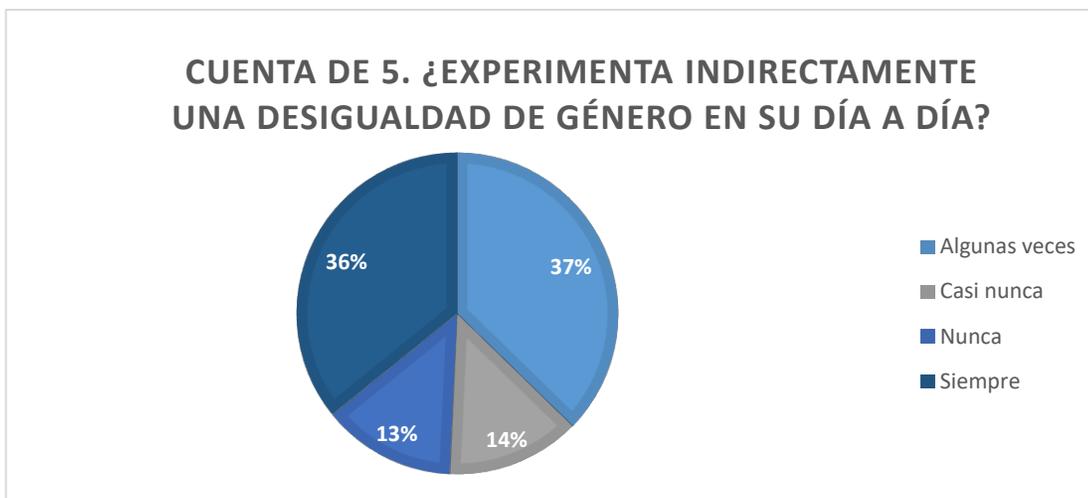
Pregunta número cinco de la encuesta

Experiencias no personales	Participantes	Porcentaje
Siempre	24	36,4%
Algunas veces	24	36,4%
Casi nunca	9	13,6%
Nunca	9	13,6%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 4

Pregunta número cinco de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de datos

Esta pregunta , los resultados fueron un 36,4% respondió que siempre, un 36,4% algunas veces, 13,6% respondió que casi nunca y 13,6% respondió que nunca en total un 86,4% ha presenciado la utilización de estereotipos en terceros, es decir que los habitantes del sector ciudadela Quisquis también reconocen el problema incluso cuando este afecta a terceros.

6. Nombre de la pregunta: ¿En qué lugares ha observado la utilización de estereotipos de género?

Tabla 6

Pregunta número seis de la encuesta

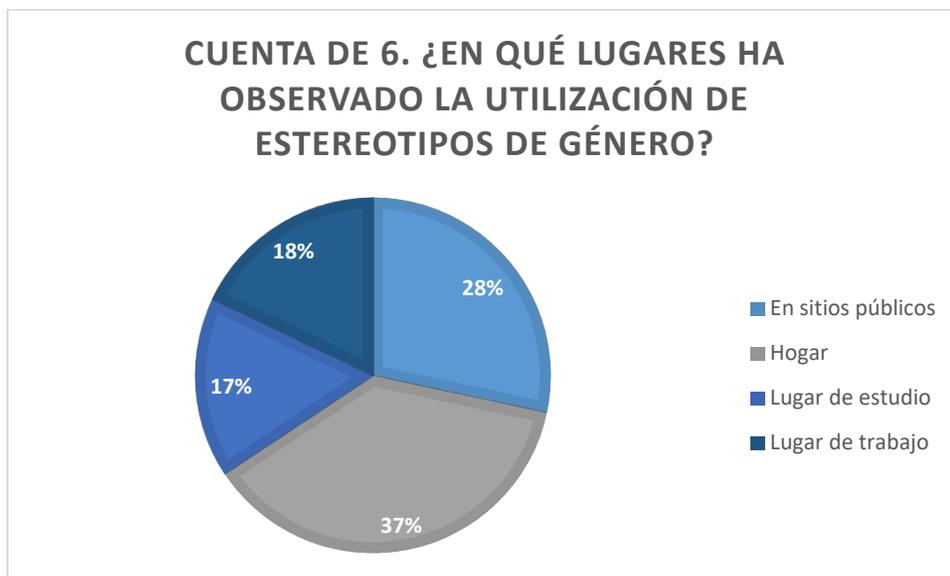
Lugares	Participantes	Porcentaje
Hogar	25	37,9%
Lugar de estudio	11	16,7%
Lugar de trabajo	12	18,2%
Sitios públicos	18	27,3%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público

Elaborado por Vianca Castro

Figura 5

Pregunta número seis de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de los datos

La sexta pregunta tiene como fin el definir los lugares en los que los encuestados perciben los estereotipos de género, del total de personas un 37,9% afirmó que presencian la utilización de estereotipos de género en el hogar, un 16,7% afirmó que sus experiencias fueron en el lugar de estudio, un 18,2% afirmó que en el lugar de trabajo mientras el 27,3% generalizó el lugar al afirmar que en sitios públicos, si bien este último porcentaje es grande, la mayoría afirmó que los estereotipos se observan en el núcleo familia

7. Nombre de la pregunta: ¿Ha expresado usted algún estereotipo de género inconscientemente?

Tabla 7

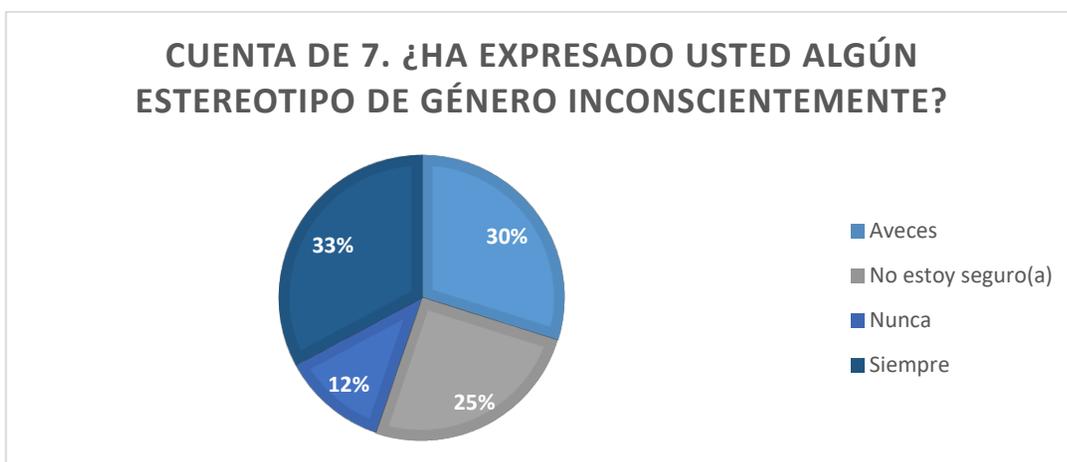
Pregunta número siete de la encuesta

Expresado estereotipo	Participantes	Porcentaje
Siempre	21	37,9%
A veces	20	16,7%
Nunca	8	18,2%
No estoy seguro(a)	17	27,3%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 6

Pregunta número siete de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de los datos

Un 31,8% afirma expresa constantemente, 30,3% lo hace intermitentemente, un 12,1% afirma que nunca los expresa datos confirman las preguntas anteriores dado el porcentaje de personas que no tienen claro el concepto mientras que más de la mitad de los encuestados los usa constante o inconstantemente.

8. Nombre de la pregunta: ¿De dónde considera usted que estos estereotipos se adquieren?

Tabla 8

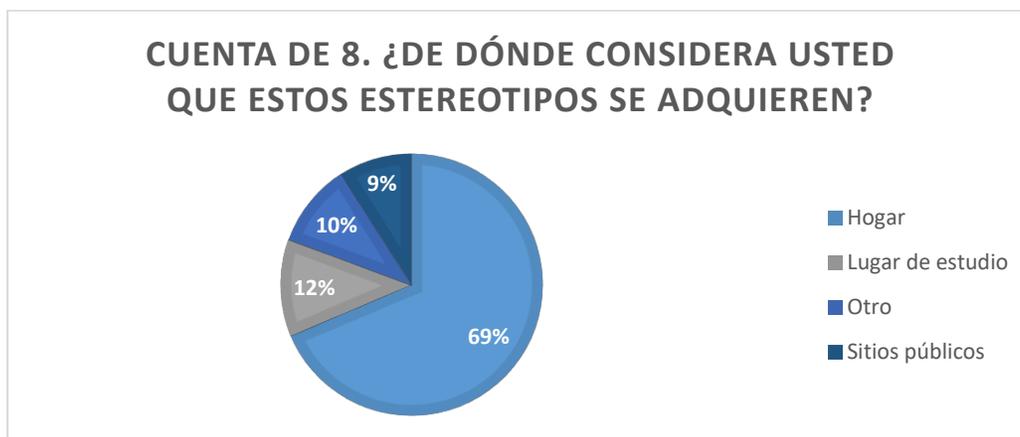
Pregunta número ocho de la encuesta

Raíz del estereotipo	Participantes	Porcentaje
Hogar	45	68,2%
Lugar de estudio	8	12,1%
Sitios públicos	6	9,1%
Otro	7	10,6%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 7

Pregunta ocho de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de los datos

Una gran mayoría de 68,2% de los encuestados afirma que los estereotipos se implantan en casa, un 12,1% cree que estos se adquieren en el lugar de estudio, 9,1% cree que estos se

aprenden en lugares, lo que muestra que las personas encuestadas confirman que los padres tienen una gran incidencia en el aprendizaje de los estereotipos de género.

9. Nombre de la pregunta: ¿Considera usted que los estereotipos de género pueden desaprenderse?

Tabla 9

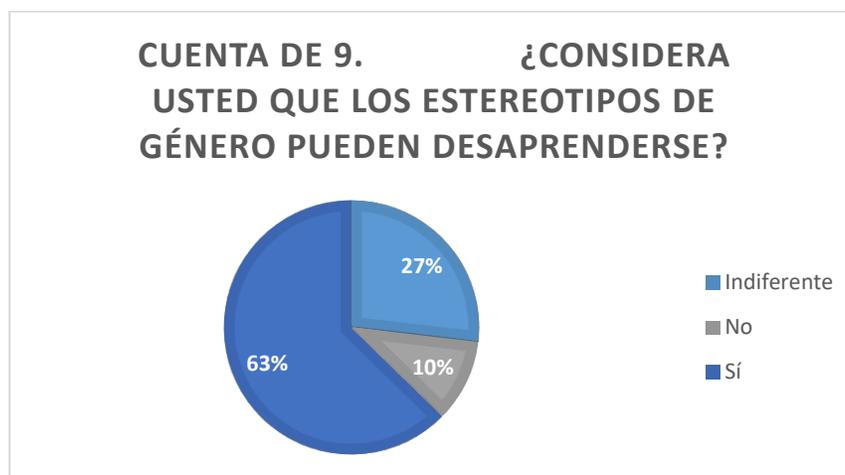
Pregunta número nueve de la encuesta

Pueden desaprenderse los estereotipos	Participantes	Porcentaje
Sí	42	63,6%
No	7	10,6%
Indiferente	17	25,8%%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 8

Pregunta número nueve de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de datos

Los resultados de esta pregunta resultaron muy favorables ya que muestran que la mayoría de las personas 63,6% creen que los estereotipos de género pueden desaprenderse, mientras que el 25,8% se muestra indiferente a si se puede o no dejando, el campo abierto a intentar y solo el 10,6% cree que estos no pueden ser cambiados o desaprendidos.

10. Nombre de la pregunta: ¿Le gustaría que se crease una campaña digital que disminuya los estereotipos de género?

Tabla 10

Pregunta número diez de la encuesta

Apoyo a la creación de una campaña digital	Participantes	Porcentaje
Sí	52	78,8%
No	2	3%
Indiferente	12	18,2%%
Total	66	100%

Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Figura 9

Pregunta número diez de la encuesta



Valores obtenidos de la encuesta realizada al público
Elaborado por Vianca Castro

Análisis e interpretación de datos

De 66 encuestados solo 2 seleccionaron que no les gustaría la creación de una campaña mientras 52 personas afirmaron que les gustaría la creación de una campaña digital a través de Facebook que ayude a disminuir los estereotipos de género mientras que 12 personas dejaron la posibilidad abierta, estos resultados respaldaron la propuesta del proyecto de investigación.

3.8 Análisis de las entrevistas

Entrevista a una psicóloga

Lcda. Angela Izquierdo

1. ¿Qué papel juegan los padres en el escenario del aprendizaje de estereotipos?

La familia en sí juega un rol crucial en las percepciones que los hijos tendrán de la vida y la sociedad, ya que no solo son la primera influencia que una persona recibe, también reguladores de la información que un hijo recibe, es decir, si al niño en la escuela le dicen que lo correcto es que los hombres y las mujeres hagan las mismas cantidades de quehaceres en la casa, pero en su casa sus padres no lo creen así, la información que recibió simplemente será desechada.

Puede pasar lo mismo si los padres no son un solo fuerte al momento de educar, es decir, si la madre por un lado le dice a su hijo que este debe recoger y lavar sus platos porque es su deber y por otro lado el padre le afirma que no, ya que este es hombre y esas no son cosas de hombre, pues muy probablemente el niño hará caso omiso a la mamá y receptorá el comentario del padre como una realidad.

2. ¿Cómo afectan estos al desarrollo de un hijo?

Sin duda alguna estos los afectan de una manera considerable en cualquiera de los géneros, ya que limitan su visión y esto dependerá también de la fuerza que tengan los padres al momento de educar.

En la sociedad actual vemos un cambio en los roles femenino y masculino, existe más información y más conciencia con los estereotipos de género y porque estos deben romperse totalmente, por lo tanto, una persona que no piense de esa manera y que lleve una línea de pensamiento no actualizada o antigua puede verse afectada en lo social, lo amoroso, lo educativo y más que todo en el ámbito laboral ya que como le mencione hace un momento los roles de los géneros se han dinamizado.

3. ¿Es alguno de los dos géneros más afectado por estos estereotipos?

Esta te la respondo con un sí y un no; como mencione en la pregunta anterior indudablemente los roles de género de ahora son muy diferentes que hace 20 años en los que la mujer era mucho más afectada que el hombre, ahora, con esto no digo que el género femenino ya no es el más afectado porque lo sigue siendo, sin embargo, la diferencia en comparación con el género masculino es mucho más corta.

No hay que olvidar que los hombres también se ven afectados por los estereotipos hoy en día y considero que a nivel de sociedad los hombres son más avergonzados cuando van en contra de los estereotipos preestablecidos ya que entra en juego el ego de la persona lo que hace muy probable que prefiera seguir con esa norma para no dañar su dignidad.

4. ¿Considera importante las campañas en contra de los estereotipos de género?

Las campañas son vitales, el ser humano necesita estar en constante aprendizaje, los estereotipos son una mala costumbre extremadamente difícil de cambiar que la persona por si mismo/a no hará entonces, la constante interacción con información que intente disminuir los estereotipos de género se ira introduciendo en su vida de manera muy sutil pero segura.

Un ejemplo que puedo nombrarte es el de las mascotas, hoy en día las personas tienen más conciencia y empatía al momento de tener una mascota y esto no fue porque alguien se los dijo, esto es resultado de lo que ven en redes sociales, videos de animalitos, información acerca de ellos que los empatiza con la mascota y les crea una conciencia que antes no había, y, aunque la persona sabe que cambió, este se dio de una manera casi imperceptible.

Lcda. María Dolores Villao

1. ¿Qué papel juegan los padres en el escenario del aprendizaje de estereotipos?

La familia es la base de la sociedad, por tanto, los padres son los responsables de la futura sociedad, la primera presencia que percibe un niño o niña es a su papá o mamá y conforme este crece ellos se convierten en balanzas de lo que la persona en cuestión normará como bueno o malo.

Ahora, el tema de los estereotipos es algo en cadena, “mi mamá me enseñó así por tanto yo lo enseñare a mis hijos así” y esa es la razón por la que los estereotipos están tan enraizados en la sociedad, tiene en el individuo una cierta carga emocional que no permite que estos se cuestionen, un aspecto importante también es que los estereotipos

están tan normalizados que muchas veces una persona no se da cuenta que está utilizando uno.

2. ¿Cómo afectan estos al desarrollo de un hijo?

Estos pueden cegar a la persona en cuestión ya que fijan sus expectativas y su modo de ver la vida e incluso pueden limitarlo, por ejemplo, si un hombre disfruta mucho de realizar trabajos de uñas, pero en su casa se le implantó el chip de que eso es para niñas, es muy poco probable que este siga su pasión ya que consideraría que tanto la sociedad como su familia lo juzgarían o rechazarían, lo mismo con la mujer quien a lo largo de a historia ha tenido grandes limitaciones.

3. ¿Es alguno de los dos géneros más afectado por estos estereotipos?

Creo que hoy en día la mujer sigue siendo la más afectada ya que se le cierran muchas puertas, en lo laboral y en lo académico, si bien la mujer por ley es libre de ingresar e insertarse en el campo que esta desee la sociedad difiere con esto y sigue limitándola, haciéndola a un lado, ya que los estereotipos con este género siguen muy vigentes, claro está que no hablamos de la totalidad de las personas, pero si de un porcentaje bastante alto aún.

4. ¿Considera importante las campañas en contra de los estereotipos de género?

Sí, las campañas son de gran importancia y ahora con la pandemia se han potencializado más las campañas digitales que a mi parecer en este tema en específico

son más efectivas, ya que llegan más y pueden ser más compartidas, también permite que exista el dialogo que es el primer paso para generar un cambio, las campañas de disminución de estereotipos deberían potencializarse ya que los estereotipos en si siguen siendo una enfermedad que posee la sociedad.

3.9 Comprobación de hipótesis

De acuerdo con la recolección de datos e información en el capítulo tres, la hipótesis queda comprobada, según las estadísticas, un 47% de los encuestados afirma que ha sido encasillado en un estereotipo de género, probando que la problemática en cuestión sí es un problema cotidiano en el sector ciudadela Quisquis de las manzanas Y2.

El 68,2%, es decir más de la mitad de los encuestados afirma que los estereotipos de género se aprenden en casa, comprobando que los padres tienen una gran influencia en la continuidad de los estereotipos de género

Y finalmente, el 63,6% de la muestra mostró una disposición a desaprender los mismos y un 78,8% le gustaría que se crease una campaña digital que ayude a generar conciencia y así disminuir la utilización de los estereotipos de género.

Datos que comprueban que Los estereotipos de género pueden ser disminuidos a través de una campaña digital.

Capítulo IV

Propuesta

4.1 Título de la propuesta

Creación y difusión de una campaña digital en Facebook que contenga información beneficiosa para la comunidad del sector Mapasingue ciudadela Quisquis manzanas y2 a y7.

4.1.1 Propuesta

Una vez analizados los resultados de la encuesta, en los que la mayoría de encuestados respondieron que, han sido afectados por estereotipos de género, que los mismos se adquieren en casa y que pueden ser desaprendidos se creó la campaña digital a través de Facebook “A la misma altura” que contiene información de gran importancia para el desarrollo de la sociedad ya que están destinados a buscar que los roles de género sean equitativos. La información de la página en Facebook será:

- ✓ Psicológica
- ✓ Científica
- ✓ Social

4.2 Introducción

Este capítulo se enfoca en abordar la propuesta del trabajo de investigación, misma que se desarrolló con el fin de respaldar las variables que se definieron en el proceso.

La creación y difusión de una campaña digital en Facebook que brinde información acerca de los estereotipos de género y que ayude a la comunidad a disminuirlos.

Facebook es una red social que permite a las personas estar comunicados entre sí e informarse de manera fácil y rápida, esta red social es una de las más usadas actualmente y puede accederse de distintas maneras.

4.3 Descripción de la propuesta

La campaña digital “A la misma altura” es una página de Facebook que ofrece información orientada a la disminución de los estereotipos de género en una plataforma usada diariamente por las personas lo que hace el acceso a esta información mucho más simple.

Las formas en las que se difunde esta información son:

- ✓ Infografías
- ✓ Imágenes

4.4 Justificación

Una vez analizados los resultados de la pregunta 10: ¿Le gustaría que se crease una campaña digital que disminuya los estereotipos de género? Se confirma que la mayoría de los encuestados considera beneficiosa una campaña digital dedicada a disminuir los estereotipos de género.

4.5 Público objetivo

Público interno: Habitantes de la ciudadela Quisquis de la manzana Y2 a la Y7

Público externo: Comunidad de la ciudad de Guayaquil.

4.6 Objetivos de la propuesta

A continuación, se detallan el objetivo general y los objetivos específicos de este trabajo investigativo.

4.6.1 *Objetivo general*

Crear una campaña digital que informe y eduque a las personas sobre los estereotipos de género a través de la plataforma digital de Facebook

4.6.2 *Objetivos específicos*

- ✓ Brindar información educativa a través de una plataforma accesible.
- ✓ Dinamizar la información para llegar al público de mejor manera.
- ✓ Generar un mejor conocimiento y una disminución en los estereotipos de género.

4.7 Recursos financieros

Tabla 11

Presupuesto de campaña digital

Nº	Estrategia	Recursos	Costo unitario	Costo total
1	Gastos Administrativos	Propios		135
	Comunity Manager		20	
	Diseñador		25	
	Psicóloga		35	
	Viáticos		25	
	Refrigerios		30	
2	Gastos Operativos	Propios		215
	Servicio de electricidad		15	
	Ordenador		150	
	Servicio de internet		20	
	Curso de diseño de imágenes		10	
	Membresía de Canva		20	
			Total	\$350

Elaborada por: Vianca Castro

4.8 Recursos humanos

Tabla 12

Tabla de recursos humanos

Comunity manager	Vianca Castro	Estudiante de Comunicación Social
Psicóloga	Angela Izquierdo	Psicóloga
Diseñador	Vianca Castro	Estudiante de Comunicación Social

Elaborada por: Vianca Castro

La psicóloga Angela Izquierdo psicóloga particular aporta información profesional que ayude a comprender mejor la problemática y maneras para llegar mejor a las personas.

Vianca Castro elaborará y resumirá la información para insertarla en infografías e imágenes para llamar hacer más llamativa la campaña digital.

También realizará la tarea de Comunity Manager encargándose de mantener la página y publicar la información en los horarios más beneficiosos, así como también responder a las dudas de los usuarios.

4.9 Cronograma de actividades

Tabla 13

Cronograma de actividades

N°	Actividades	Año 2020		
		Febrero	1-5 febrero	8-12 febrero
1	Instalación de servicio de internet	x		
2	Curso de diseño de imágenes	x		
3	Entrevista con la experta	x		
4	Asesoramiento con la experta		x	
5	Creación de la página		x	
7	Organización de la información		x	
8	Creación de las imágenes			X
9	Creación de las infografías			X
10	Publicación de los posts			X

Elaborada por: Vianca Castro

4.10 Conclusiones y recomendaciones

Esta sección se desarrollan las conclusiones del presente trabajo investigativo y también se exponen las recomendaciones para el desarrollo del proyecto.

4.10.1 Conclusiones

- 1 Según los datos que arrojaron las encuestas realizadas los moradores del sector ciudadela Quisquis manzanas Y2 a Y7 muestran que la mayoría ha presenciado la utilización de estereotipos de género directa o indirectamente.
- 2 La mayoría de los habitantes están dispuestos y creen que estos estereotipos de género pueden y deben ser desaprendidos.
- 3 La creación de una campaña digital en Facebook que presente la información de manera dinámica y accesible a todos los moradores generará un cambio.

4.10.2 Recomendaciones

Una vez concluido el trabajo de investigación se siguieren las siguientes recomendaciones:

- 1 Se recomienda la aplicación de encuestas a diferentes sectores de la ciudad para evidenciar cual es el impacto de los estereotipos de género.
- 2 Mejorar la educación de las personas demostrando que los estereotipos de género sí pueden ser desaprendidos para generar una disposición a la eliminación de estos.
- 3 Multiplicar las campañas digitales enfocadas en Facebook debido a la accesibilidad de esta red social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amurrio, M., Larrinaga, A., Usategui, E., & Del Valle, A. (2012). *Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes*. Obtenido de <https://www.campuseducacion.com/blog/wp-content/uploads/2018/04/Estereotipos-de-g%C3%A9nero-en-los-j%C3%B3venes.pdf>
- Bernal, S., Pereira, O., & Rodriguez, G. (2018). *Comunicación humana interpersonal*. Obtenido de <https://repositorio.iberu.edu.co/bitstream/001/596/1/Comunicaci%C3%B3n%20humana%20interpersonal%20una%20mirada%20sist%C3%A9mica.pdf>
- Castillo, S., & Merino, Z. (2018). La desintegración familiar: Impacto en el desarrollo emocional de los niños. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/209/324>
- Clérico, L. (2018). Hacia un análisis integral de los estereotipos: Desafiando la garantía estándar de imparcialidad. *Revista Derecho del Estado*, 74. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rdes/n41/0122-9893-rdes-41-00067.pdf>
- Connel, R., & Pearse, R. (2018). *Género: Desde una perspectiva global*. Universidad de Valencia. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5r10DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=g%C3%A9nero&ots=sDBG1ECa96&sig=L5TBOgGoAPE-XVBRhs0F9uW3FNc#v=onepage&q=g%C3%A9nero&f=false>
- Constitución de la República de Ecuador. (2008).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).

- Cubillas , M., Abril, E., Domínguez, S., Román, R., Hernández, A., & Zapata, J. (2016).
Creencias sobre estereotipos de género de jóvenes universitarios del norte de México.
228.
- De la A , M. (2020). *Análisis de la comunicación intrafamiliar y sus efectos en los procesos de formación académica de niños de 8 a 10 años de edad en la parroquia Consolata “El Fortín” durante el periodo 2020*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49395>
- Dirven , B. B., Pérez, R., Cáceres, R. J., Tito, A. T., Gómez , R. K., & Ticona, A. (2018). *El desarrollo rural establecido en las áreas Vulnerables*. Lima: Colección Racso.
- García, E., Salguero, A., & Pérez, G. (2010). Expectativas y estereotipos de género en la relación entre padre e hijas 2010. *Enseñanza e investigación en psicología*, 4-5. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/50285925_EXPECTATIVAS_Y_ESTEREOTIPOS_DE_GENERO_EN_LA_RELACION_ENTRE_PADRES_E_HIJAS
- Guzón, J., & Gonzáles, F. (2019). La comunicación entre la familia y la escuela. 38-39. Obtenido de <https://revistas.upsa.es/index.php/papeleseducacion/article/view/22/14>
- Herrera, P. (2000). Rol de género y funcionamiento familiar. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252000000600008&script=sci_arttext&tIng=pt
- López, E. (2018). *La comunicación intrafamiliar y su influencia en los hogares de la parroquia Tarifa del cantón Samborondón 2018*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32745/1/erika%20lopez%20arreaga%20tesis%20pdf.pdf>

- Maldonado, M. (2017). *LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA FAMILIA COMO AGENTE DE SOCIALIZACIÓN DE LOS/LAS ESTUDIANTES DEL OCTAVO AÑO DEL COLEGIO "ABDÓN CALDERÓN" DE LA CIUDAD DE QUITO*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/12640>
- Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso. *Revista de Educación*, 18. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1957/b15162084.pdf?sequence=1>
- Ortega, M., Rubio, L., & Torres, R. (2005). Niños, niñas y perspectiva de género. *Estudios sobre las familias*, 6. Obtenido de https://www.iimas.unam.mx/EquidadGenero/papers/Ninos_ninas_y_perspectiva_de_genero_ML_ORTEGA_VARGAS_ET_AL_DIF_JALISCO.pdf
- Ospina, M., & Montoya, E. (2019). Cambios en los estereotipos de género en la familia. 151. Obtenido de <https://revistas.ucp.edu.co/index.php/textosysentidos/article/view/318/306>
- Schramm, W. (1965). *La ciencia de la comunicacion*. CIESPAL. Obtenido de <https://n9.cl/zzv4n>
- Seguí, G. (2010). *Consecuencias de una comunicación intrafamiliar marcada por estereotipos de género en el Consejo Popular Vivero*. Obtenido de <https://revistapangea.org/index.php/revista/article/view/1/11>
- Tovar, G. L. (1986). *El asentamiento y la segregación de los Blancos y Mestizos*. Bogotá: Cengage.
- Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar*. Gedisa. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5jglBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=comunicar&ots=8Q5rG0MfNJ&sig=EgXE9YJsWBubcu_VwwQkuvrRGZE#v=onepage&q=comunicar&f=false

A
N
N
E
X
O
S

ANEXOS

INFOGRAFÍAS PARA LA PÁGINA

“A LA MISMA ALTURA”

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO
ELABORADO POR: VIANCA CASTRO

¿QUÉ SON LOS ESTEREOTIPOS?

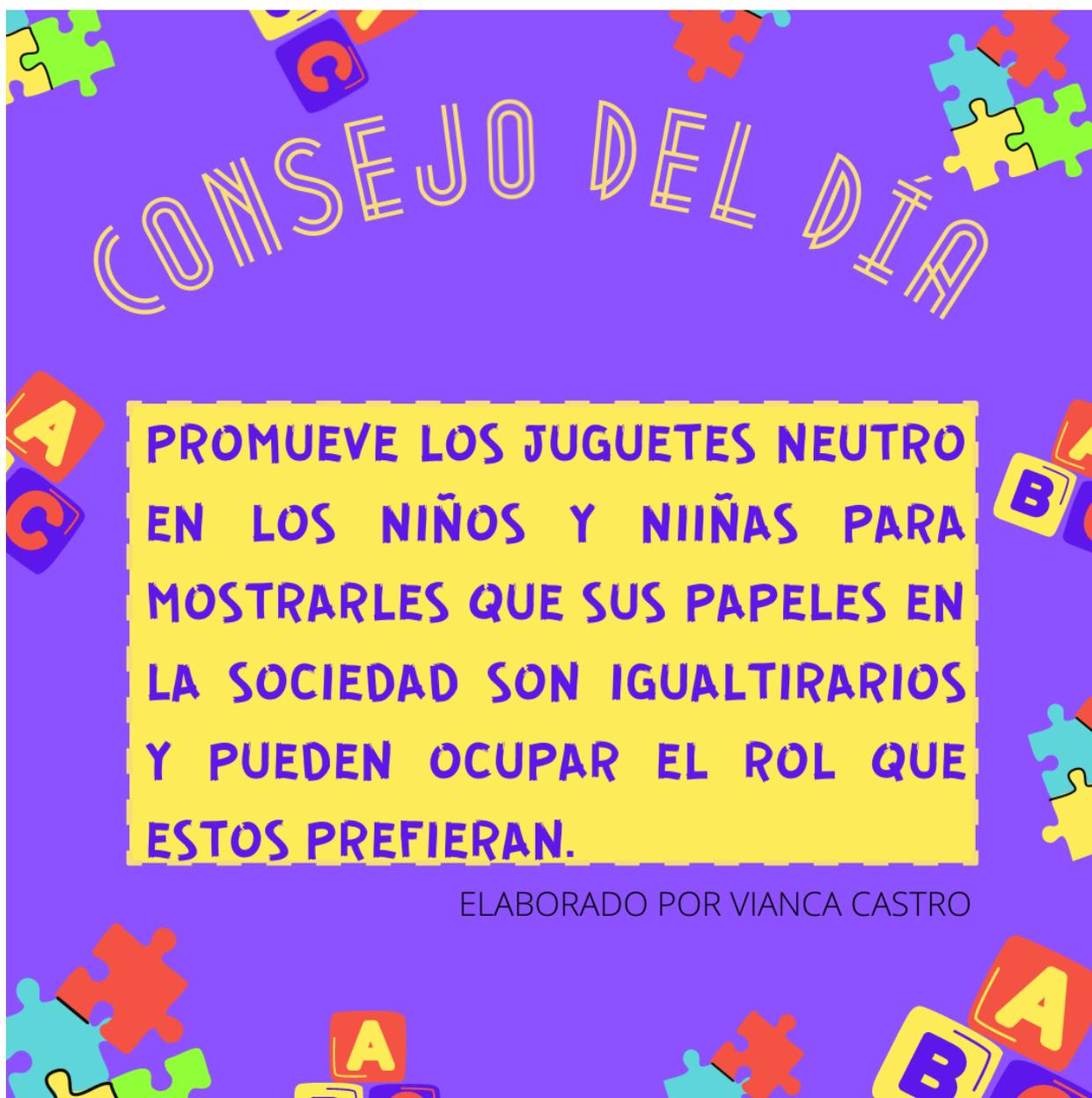
SON EL CONJUNTO DE IDEAS UTILIZADAS PARA EXPLICAR EL COMPORTAMIENTO TANTO DE LOS HOMBRES COMO LAS MUJERES

TAMBIÉN SON PRODUCTO DEL ENTORNO SOCIAL Y SUELEN PERMANECER MIENTRAS NADA PROVOQUE UN CAMBIO

UN CLARO EJEMPLO:
LA CREENCIA DE QUE A LAS NIÑAS DEBE GUSTARLES LAS MUÑECAS Y A LOS NIÑOS LOS CARRITOS

PROVOCA EL CAMBIO!
ALIENTA A LAS MUJERES EN TU ENTORNO A PARTICIPAR EN LOS CAMPOS QUE ELAS PREFIERAN

IMAGEN INFORMATIVA PARA LA CAMPAÑA
“A LA MISMA ALTURA”



INOGRAFÍAS PARA LA PÁGINA

“A LA MISMA ALTURA”

Elaborado por: Vianca Castro

Formas en las que promueves
estereotipos...

SIN DARTE CUENTA

CUANDO ALGUIEN
CONDUCE MAL Y
DICES: "MUJER DEBE
SER".

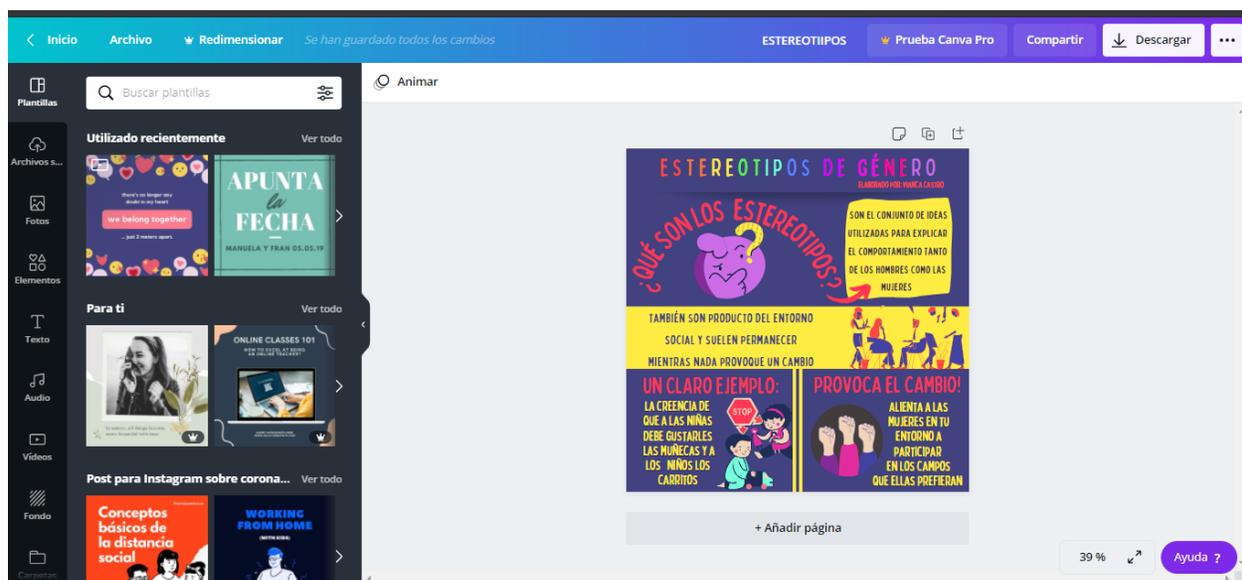
AL DECIR:
"LOS HOMBRES
NO LLORAN"

AL ASUMIR
QUE EL
HOMBRE ES
QUIEN DEBE
PAGAR TODO
EN UNA
RELACIÓN

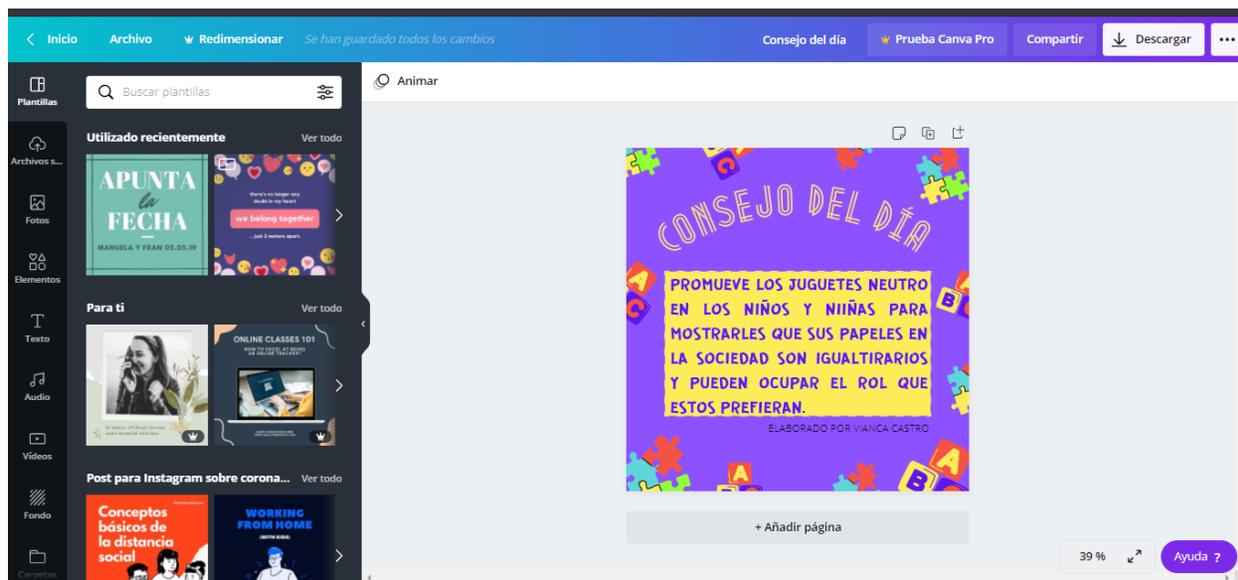
CUANDO
ALABAS A UN
HOMBRE POR
EL HECHO DE
QUE HAGA LOS
QUE HACERES
DEL HOGAR



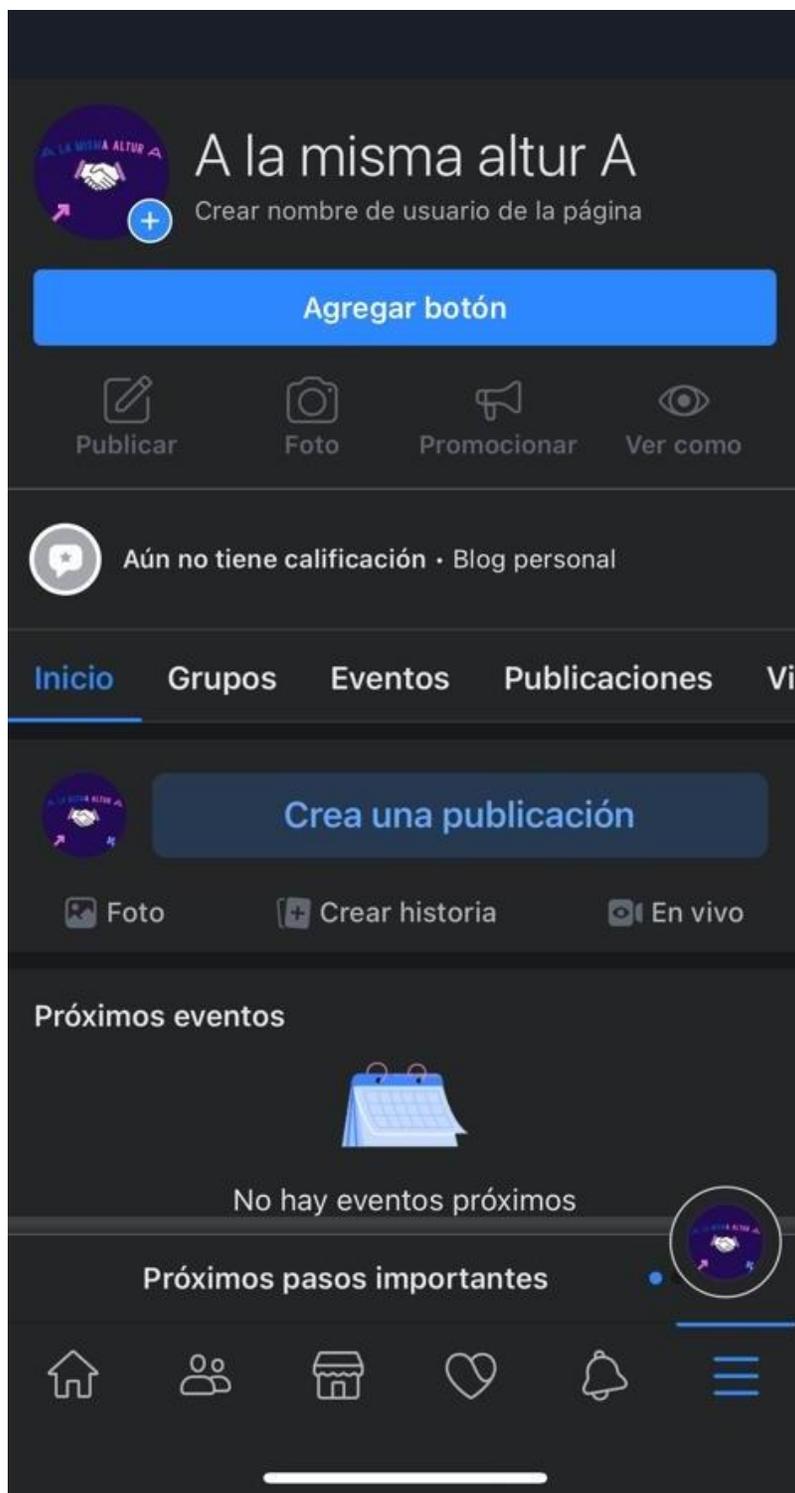
DESARROLLO EN CANVA DE INFOGRAFÍAS E IMÁGENES



DISEÑO DE IMAGEN EN CANVA



PAGINA EN FACEBOOK DE A LA MISMA A ALTURA



PUBLICACION DE INFOGRAFIA



PUBLICACIÓN DE IMAGEN



INFORMACION DE LA CAMPAÑA

son el conjunto de ideas utilizadas para explicar el comportamiento tanto de los hombres como las mujeres, también Son producto del entorno social y suelen permanecer mientras nada provoque un cambio

La creencia de que a las niñas debe gustarles las muñecas y a los niños los carritos Alienta a las mujeres en tu entorno a participar en los campos que ellas prefieran

Cuando alguien conduce mal y dices: "mujer debe ser"

Al decir: "los hombres no lloran"

Al asumir que el hombre es quien debe pagar todo en una relación

Cuando alabas a un hombre por el hecho de que haga los que haceres del hogar

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MORADORES DE LA CIUDADELA QUISQUIS

MANZANAS Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7

1. Identifique su género

Masculino Femenino Neutral

2. Edad

3. ¿Tiene claro el concepto de estereotipos de género?

4.

Sí Más o menos Casi nada Nunca lo he escuchado

5. ¿Alguna vez has sido encasillado en uno?

Sí Tal vez No estoy seguro(a) Indiferente

6. ¿Experimenta indirectamente una desigualdad de género en su día a día?

Siempre Algunas veces Casi nunca Nunca

7. ¿En que lugares ha observado la utilización de estereotipos de género?

Hogar Lugar de estudio Lugar de trabajo En sitios públicos

8. ¿Ha expresado usted algún estereotipo de género inconscientemente?

Siempre A veces Nunca No estoy seguro(a)

9. ¿De dónde considera usted que estos estereotipos se adquieren?

Hogar Lugar de estudios Sitios públicos Otro (Especifique cual)

10. ¿Considera usted que los estereotipos de género pueden desaprenderse?

Sí No Indiferente

11. ¿Le gustaría que se crease una campaña digital que disminuya los estereotipos de género?

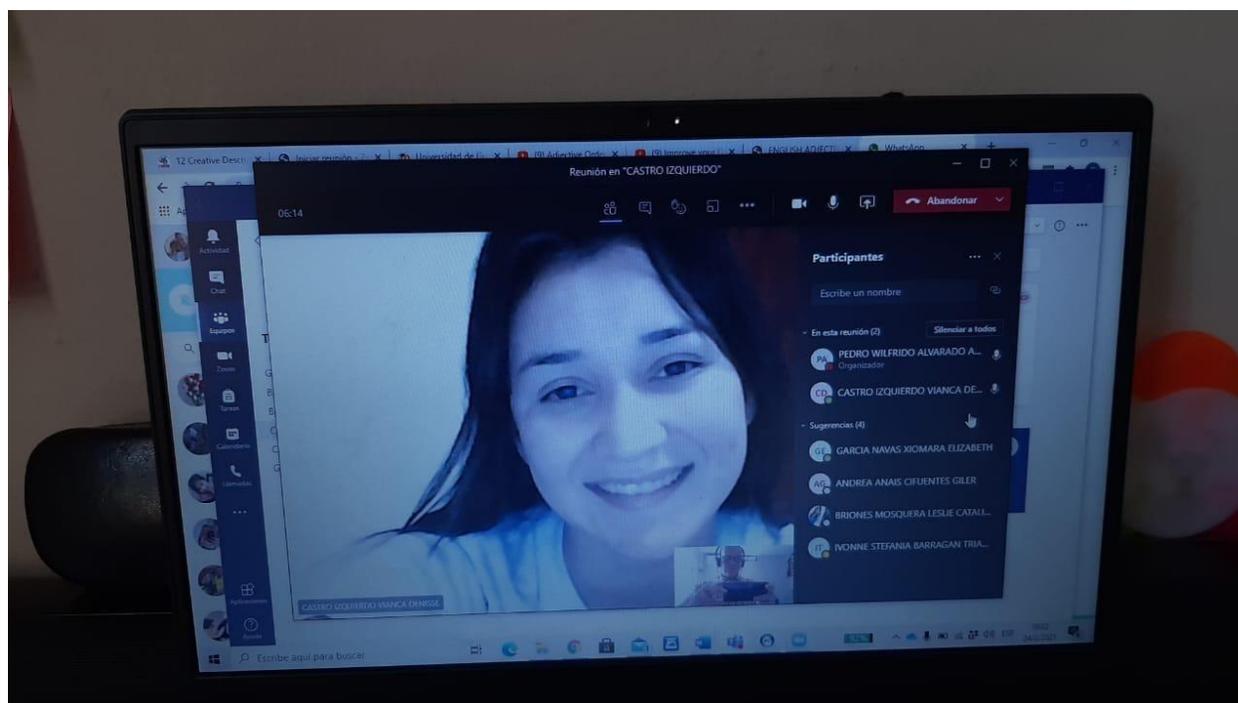
Sí No Indiferente

BANCO DE PREGUNTAS A LAS PSICÓLOGAS

ENTREVISTA A PSICOLOGA

1. ¿Qué papel juegan los padres en este escenario?
2. ¿Cómo afectan estos al desarrollo de un hijo?
3. ¿Es alguno de los dos géneros más afectado por estos estereotipos?
4. ¿Considera importante las campañas en contra de los estereotipos de género?

TUTORÍAS PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



Reunión en "CASTRO IZQUIERDO"

06:32 Solicitar control Abandonar

Está grabando Esta reunión. Asegúrese de que todos sepan que se les está g... Descartar

Participantes

Escribe un nombre

En esta reunión (2) Silenciar a todos

PA PEDRO WILFRIDO ALVARADO A... Organizador

CD CASTRO IZQUIERDO VIANCA DE...

CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISE

INCIDENCIA EN LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Autora: Vianca Castro Izquierdo
Tutor: PiD. Pedro Alvarado

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se llevó a cabo con el fin de lograr una clarificación en los estereotipos de género así como el sector académico (especialmente en los departamentos de género) se desarrolló una campaña digital con información dinámica y de fácil acceso. Para el desarrollo del proyecto se utilizaron herramientas de investigación como la realización de encuestas a las personas como muestra del sector. También se realizaron encuestas a los profesores. En el diseño de la campaña se le muestra al usuario un diagrama que está sustentado a través de Facebook debido a la accesibilidad y gran demanda de esta red social.

Palabras Clave: Estereotipos, género, discriminación, campaña digital

Reunión en "CASTRO IZQUIERDO"

06:04 Abandonar

Está grabando Esta reunión. Asegúrese de que todos sepan que se les está g... Descartar

Participantes

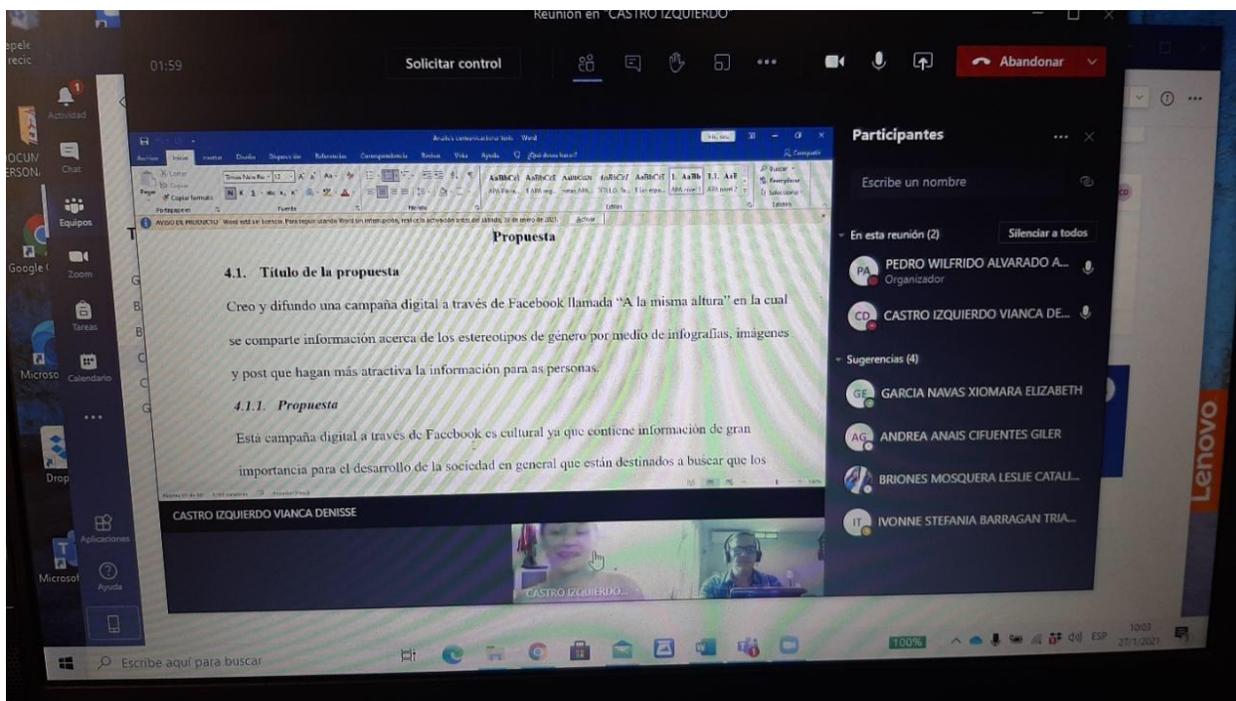
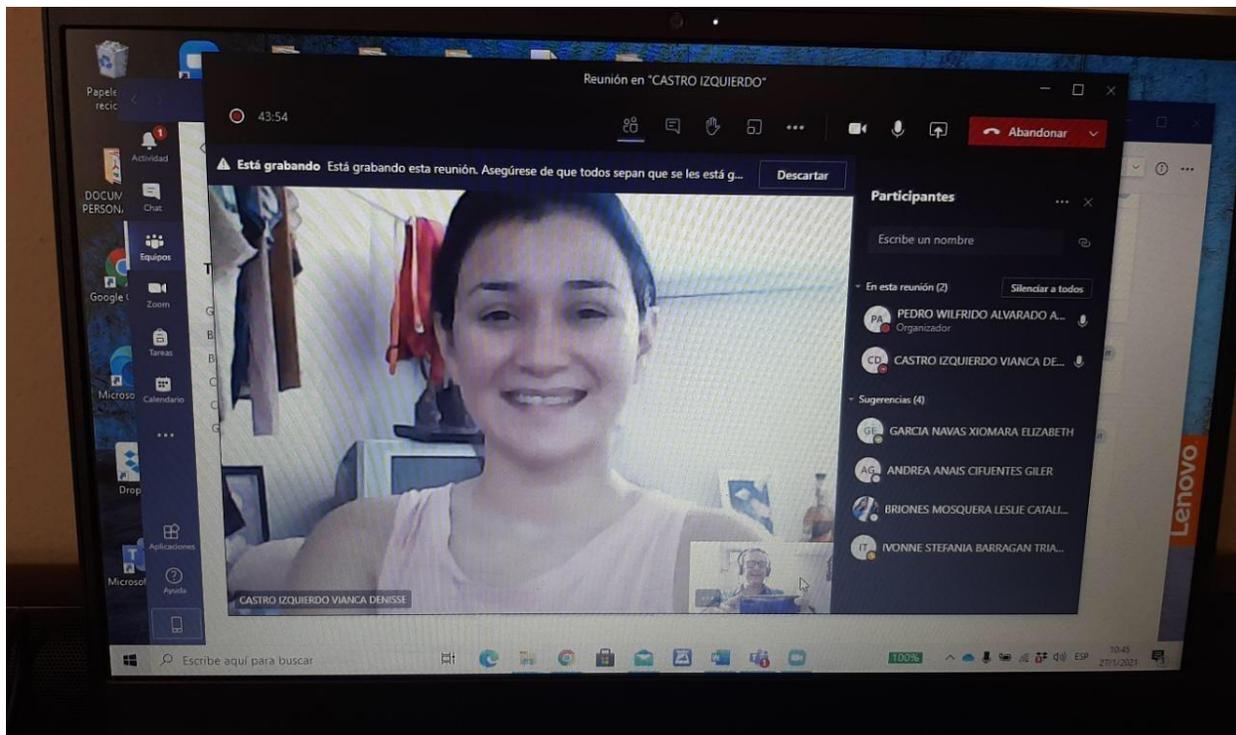
Escribe un nombre

En esta reunión (2) Silenciar a todos

PA PEDRO WILFRIDO ALVARADO A... Organizador

CD CASTRO IZQUIERDO VIANCA D...

CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISE



The image shows a Zoom meeting interface. The main content is a presentation slide titled "ESTEREOTIPOS DE GÉNERO" (Gender Stereotypes). The slide is divided into several sections:

- ¿QUE SON LOS ESTEREOTIPOS?** (What are stereotypes?): A purple brain icon with a question mark. Text: "SON EL CONJUNTO DE IDEAS UTILIZADAS PARA EXPLICAR EL COMPORTAMIENTO TAMTO DE LOS HOMBRES COMO LAS MUJERES" (They are the set of ideas used to explain behavior both of men and women).
- TAMBIÉN SON PRODUCTO DEL ENTORNO SOCIAL Y SUELEN PERMANECER MIENTRAS NADA PROVOQUE UN CAMBIO** (They are also products of the social environment and tend to persist unless something causes a change).
- UN CLARO EJEMPLO:** (A clear example): "LA CREENCIA DE QUE A LAS NIÑAS DEBE GUSTARLES LAS MUÑECAS Y A LOS NIÑOS LOS CARRITOS" (The belief that girls should like dolls and boys should like toy cars).
- PROVOCA EL CAMBIO:** (Causes change): "ALIENTA A LAS MUJERES EN TU ENTORNO A PARTICIPAR EN LOS CAMPOS QUE ELLOS PREFERIRAN" (Encourages women in your environment to participate in fields they would prefer).

Below the slide, there is a small video thumbnail of a participant. At the bottom of the screen, there are two larger video thumbnails of participants: "CASTRO IZQUIERDO VIANCA DENISSE" and "CASTRO IZQUIERDO VIAN...".

On the right side, the "Participantes" (Participants) list is visible:

- En esta reunión (2) Silenciar a t...
- PA PEDRO WILFRIDO ALVARADO A. Organizador
- CD CASTRO IZQUIERDO VIANCA D.
- Sugerencias (4)
- GE GARCIA NAVAS XIOMARA ELIZABI
- AG ANDREA ANAIS CIFUENTES GILER
- BRIONES MOSQUERA LESLIE CATAL
- IT IVONNE STEFANIA BARRAGAN TRIA