



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

**La programación televisiva de Unimax Televisión y la prevención de violencia
de género**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Doménica Monserrath García Solis

TUTOR:

Walter Viteri Torres

AMBATO – ECUADOR

2022 – 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema “LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DE UNIMAX TELEVISIÓN Y LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO” de la Srta. Doménica Monserrath García Solis portadora de la cédula 1850702380, egresada de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencia Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 16 de enero de 2024

Lo certifico



.....
Walter Viteri Torres

Tutor

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios y datos manifestados en el proyecto de investigación: “LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DE UNIMAX TELEVISIÓN Y LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO” así como también los análisis, pensamientos y conclusiones emitidos son responsabilidad de la autora.

Se autoriza su reproducción parcial siempre que estén sujetas a las condiciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando los derechos de mi autoría y sin ser utilizadas con fines de lucro.

Ambato, 16 de enero de 2024



Doménica Monserrath García Solis

C.I. 1850702380

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Doménica Monserrath García Solis, en calidad de autora del proyecto de investigación en el tema: “LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DE UNIMAX TELEVISIÓN Y LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO” cedo los derechos patrimoniales de mi tesis y autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución., con fines estrictamente académicos o de investigación, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica. Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor.

Ambato, 16 de enero de 2024



Doménica Monserrath García Solis

C.I. 1850702380

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

Los miembros del tribunal de grado APRUEBAN el proyecto de investigación sobre el tema: “LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DE UNIMAX TELEVISIÓN Y LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO” presentado por la Srta. Doménica Monserrath García Solis de conformidad con el reglamento de graduación para la obtención del título de tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 16 de enero de 2024

Para constancia firman:

.....

PRESIDENTE

.....

Miembro del Tribunal

.....

Miembro del Tribunal

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

INDICE

Contenido	
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO	v
PRESIDENTE	v
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Categorías fundamentales.....	5
1.2.1 Comunicación Masiva	5
1.2.2 Perspectiva de Género	10
1.2.3. Televisión.....	13
1.2.4. Producción Audiovisual	18
1.3. Objetivos.....	21
1.3.1. Objetivo general.....	21
1.3.2. Objetivos específicos	21
CAPÍTULO II.....	22
METODOLOGÍA	22
2.1. Metodología de investigación	22
2.1.1. Investigación cualitativa	22
2.2. Modalidad de la investigación.....	22
2.2.1. Investigación Bibliográfica Documental	22
2.3. Tipo de investigación.....	23
2.3.1. Investigación descriptiva	23
2.3.2. Investigación analítica	23
2.4. Materiales	24
2.4.1. Recursos materiales	24
2.4.2. Recursos económicos	24

2.4.3. Recursos institucionales	24
2.4.4. Recursos humanos	24
2.5. Técnica e instrumento	24
2.5.1. Población y muestra.....	33
Capítulo III.....	35
Análisis y discusión.....	35
4.2.1. Comprobación de la hipótesis	60
CAPÍTULO IV	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
Bibliografía	64

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	35
TABLA 2.....	36
TABLA 3.....	37
TABLA 4.....	39
TABLA 5.....	41
TABLA 6.....	42
TABLA 7.....	44
TABLA 8.....	45
TABLA 9.....	47
TABLA 10.....	48
TABLA 11.....	50
TABLA 12.....	51
TABLA 13.....	53
TABLA 14.....	54
TABLA 15.....	56
TABLA 16.....	57
TABLA 17.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	35
GRÁFICO 2	37
GRÁFICO 3	38
GRÁFICO 4	40
GRÁFICO 5	41
GRÁFICO 6	43
GRÁFICO 7	44
GRÁFICO 8	46
GRÁFICO 9	47
GRÁFICO 10	49
GRÁFICO 11	50
GRÁFICO 12	52
GRÁFICO 13	53
GRÁFICO 14	55
GRÁFICO 15	56
GRÁFICO 16	58

Resumen

El propósito principal de la presente investigación es examinar la programación de UNIMAX televisión como un agente de comunicación masiva y potencial facilitador de la alfabetización ciudadana, centrándose en la manera en que aborda temas que tengan relación con la perspectiva de género, violencia de género y la postura vinculada con la comunicación. Además, se busca evaluar la producción audiovisual, si contribuye efectivamente a la igualdad de género, reconociendo al género como una parte integral del desarrollo humano y su inclusión en los derechos humanos fundamentales. Se parte de la proposición que tiene la televisión tiende a reproducir de manera repetitiva estereotipos sexistas y la violencia de género, derivados de la construcción social de los géneros, lo que perjudica el respeto a la diversidad de género. En cuanto a la metodología, se adopta un enfoque cualitativo mediante una modalidad de investigación bibliográfica documental, complementada con la recopilación de datos a través de encuestas. El análisis de contenido revela que la programación de UNIMAX televisión carece de programas que aborden temas acerca de la violencia de género.

Palabras claves: Comunicación masiva, Perspectiva de género, Televisión, Producción audiovisual

ABSTRAT

The main purpose of this research is to examine the programming of UNIMAX television as an agent of mass communication and potential facilitator of civic literacy, focusing on how it addresses issues related to gender perspective, gender-based violence and the position linked to communication. In addition, it seeks to evaluate the audiovisual production, whether it effectively contributes to gender equality, recognising gender as an integral part of human development and its inclusion in fundamental human rights. It is based on the proposition that television tends to repeatedly reproduce sexist stereotypes and gender violence, derived from the social construction of gender, which undermines respect for gender diversity.

In terms of methodology, a qualitative approach is adopted through a documentary bibliographic research modality, complemented by data collection through surveys. The content analysis reveals that UNIMAX television programming lacks programmes that address issues of gender-based violence.

Keywords: Mass Communication, Gender Perspective, Television, Audiovisual Production

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

La investigación presente se llevó a cabo con una metodología que incluyó la revisión exhaustiva de bibliotecas virtuales y repositorios de diversas universidades. El objetivo principal fue respaldar los argumentos planteados y proponer enfoques innovadores, así como descubrir nuevos hallazgos en relación con el tema de "La programación televisiva de UNIMAX Televisión y la perspectiva sobre la violencia de género".

Para Langet (2018), quien en su investigación tituladas "Los contenidos culturales y la promoción educativa de Unimax tv de la ciudad de Ambato" la cual tiene como interés principal realizar un estudio de los contenidos educativos y culturales en la programación emitida por UNIMAX. Se abordaron conceptualizaciones y posturas teóricas relacionadas con la comunicación, edu-comunicación, diversidad cultural, interculturalidad, identidad y programación se empleó un enfoque cualitativo, de modalidad de investigación bibliográfica-documental, técnica de recolección de datos: el análisis de contenidos por medio de fichas de análisis. Con resultado se comprobó que Unimax televisión cuenta con contenidos educativos e interculturales, mayor parte de los contenidos proviene de la producción vinculada con el canal público, además de una minoría de los contenidos es producción propia del medio. El canal ambateño incluye fragmentos acordes con el Título 1 de la Ley Orgánica de Comunicación, la misma que ordena que los medios de comunicación deben contar con programas informativos, de opinión, culturales y educativos. Finalmente mostrando la relevancia de los contenidos interculturales y educativos en la programación de Unimax TV, así como la conformidad con la normativa legal relacionada con la diversidad de programación en los medios de comunicación.

Según Jarrín (2019), en su investigación "El rol de los medios de comunicación locales de la ciudad de Riobamba en la prevención de violencia de género", quien aborda la conexión de los medios de comunicación impresos y la prevención de la violencia de género en la ciudad de Riobamba. El rol de los medios en la construcción de la

percepción social es crucial, y cuando se trata de cuestiones de género, puede generar un impacto muy significativo en cuanto a la manera en que se perciben y abordan los problemas relacionados con la violencia contra las mujeres. Explora estudios previos sobre el papel de los medios de comunicación en la percepción sobre la violencia de género. Investiga cómo otros lugares han abordado este problema y si han implementado políticas o iniciativas específicas. Se Sugiere posibles estrategias para mejorar la interpretación de la violencia de género, en los medios impresos. Esto podría incluir campañas de sensibilización, capacitación para periodistas, o incluso cambios en las políticas editoriales.

Molina (2020), “Los medios de comunicación y el discurso disciplinante: Análisis del doble femicidio de turistas argentinas en Montañita - Ecuador”, El análisis del doble femicidio de turistas argentinas en Montañita, Ecuador, enfocado en su relevancia mediática, revela importantes aspectos sobre la relación entre los medios de comunicación, las creencias sociales y la forma en que se aborda la violencia de género, el análisis reveló cómo la lógica periodística puede influir en la representación de la violencia de género. La necesidad de atraer audiencia, la selección de titulares sensacionalistas y la priorización de ciertos aspectos del caso sobre otros pueden distorsionar la realidad y desviar la atención de cuestiones fundamentales, como la denuncia de la violencia de género. La investigación empleó técnicas de análisis de contenido y análisis crítico del discurso para examinar las noticias publicadas por El Comercio y El Universo. Estas metodologías permitieron identificar patrones, enfoques y narrativas específicas que contribuyen a la comprensión de cómo los medios abordan la violencia de género. La conclusión resaltó que la mediatización de la violencia de género no garantiza automáticamente un cambio en las estructuras socioculturales. Aunque los medios tienen el potencial de generar conciencia, también pueden contribuir a la legitimación de prototipo y de los roles de género, lo que podría obstaculizar los esfuerzos por combatir la violencia de género de manera efectiva.

Para Carvajal (2021), “Análisis de las estrategias comunicacionales de la Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género” El objetivo principal de la investigación es realizar un análisis de la operatividad de las tácticas de comunicación implementadas por un Consejo específico. Este análisis se llevará a cabo a través de un diagnóstico comunicacional que permitirá identificar las

necesidades existentes. La metodología empleada es cualitativa, lo que implica un enfoque que busca comprender en profundidad los fenómenos estudiados. Las técnicas e instrumentos utilizados incluyen la realización de diálogos con los expertos, análisis documental y revisión bibliográfica. Los hallazgos derivados del desarrollo de la investigación señalan que cualquier acción ejecutada por el Consejo, en términos de comunicación, debe ajustarse a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Asimismo, se resaltan las contribuciones relevantes del estudio, subrayando la importancia de la comunicación organizacional en las instituciones mediante la ejecución de un plan comunicacional.

Romero & Valbuena (2019). En su trabajo titulado “Perspectiva de Género en la Prensa Ecuatoriana“, el objetivo del estudio es examinar cómo se representa a la mujer y la violencia de género en las notas periodísticas de los medios de comunicación seleccionados en Ecuador, el mismo que hace referencia a la Constitución ecuatoriana, que prohíbe la discriminación por diversas razones, incluyendo el sexo e identidad de género. Además, se menciona la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que restringe la publicación de contenidos discriminatorios, especialmente por razones de identidad de género y orientación sexual. También se destaca la prohibición de prácticas que menoscaben los derechos humanos establecidos en la Constitución, además en los instrumentos internacionales. La reciente Ley constituida para Prevenir además de Erradicar la Violencia contra las Mujeres es considerada en este contexto. Se utilizó un enfoque de investigación exploratoria que implica analizar el tema de los medios de comunicación durante un período específico (tres meses del año 2018), la investigación ha permitido identificar algunas lecciones que podrían contribuir a mejorar la práctica periodística en relación con la violencia de género.

Según Goldarbeiter & Guzmán (2021), “La perspectiva de género en los medios de comunicación”, la perspectiva de género en los medios de comunicación" en Quito, Ecuador, con el objetivo de averiguar si los medios cuentan con perspectiva de género y cómo esto se relaciona con la percepción del feminismo en la sociedad. Se plantearon preguntas sobre la influencia que tiene los medios en la percepción de la información y si la sociedad sería capaz de detectar la falta de perspectiva de género, el análisis reveló que la perspectiva de género en los medios es limitada, con ejemplos

como la forma en que se enfocan las noticias relacionadas con la violencia de género. Los medios a menudo ponen el énfasis en los motivos de los agresores en lugar de condenar sus acciones. A pesar de esta falta de perspectiva de género en los medios tradicionales, se observaron impactos en la vida real, como la promulgación de la Ley de Violencia de Género tras el asesinato de Ana Orantes y la participación en marchas por la justicia en casos como el de La Manada el 8 de marzo.

Gonzabay (2022), "Programas informativos y su efectividad en la resolución de problemas de la comunidad. caso entre ellas de TC televisión", el propósito principal es evaluar la efectividad de la comunicación en el programa informativo "Entre Ellas" y su relevancia para abordar los problemas sociales en Guayaquil. Este programa presenta una segmentación temática, contenido de calidad, diversidad y pluralismo. Representa una nueva propuesta comprometida con la comunidad y sirve como modelo para la producción de otros programas con objetivos similares. El enfoque del programa es explicativo, de diseño no experimental y utiliza metodología deductiva-directa, observación cualitativa, análisis cuantitativo, estudio de caso, investigación bibliográfica, entrevistas y encuestas con una muestra no probabilística. Los resultados de las encuestas y entrevistas confirman la hipótesis de la necesidad urgente de establecer paradigmas comunicacionales mediáticos para abordar estos problemas.

Según Palau & Carratalá (2020), "Docuficción y responsabilidad social: la recreación de la violencia de género en TV" La investigación se centra en el procedimiento de la violencia de género emitida en los medios de comunicación españoles, específicamente en el programa, la investigación tiene como objetivo analizar el tratamiento de la violencia de género en el programa "Amores que duelen" de Telecinco, mediante un enfoque cualitativo se utilizó una metodología cualitativa que incluye el análisis de una temporada del programa impartida entre enero y marzo del 2017. Además, se creó un formulario de investigación que incluye criterios particulares relacionados con el medio audiovisual y los elementos de ficción o de la televisión tabloide. Teniendo como resaltado que, a pesar del progreso en la cobertura mediática de la violencia de género, la presencia de formatos de docuficción como "Amores que duelen" puede estar contribuyendo a una explotación sensacionalista del tema, utilizando estrategias propias de la televisión tabloide y alejándose de un enfoque más ético y centrado en las causas estructurales del problema.

Cangás (2020), “Impacto de la televisión sobre la cultura política de los jóvenes en programas informativos de canales nacionales” se aborda de manera significativa el efecto de la televisión sobre la cultura política de los jóvenes del barrio San Juan en la ciudad de Quito, centrándose específicamente en el análisis del contenido sobre violencia en los programas informativos, teniendo como objetivo de la investigación analizar el impacto de la televisión en la cultura política de los jóvenes del barrio San Juan, con un enfoque particular en el contenido relacionado con la violencia. Emplea la teoría de la investigación del cultivo de George Gerbner (1969) como guía para examinar los programas informativos de televisión, la investigación se lleva a cabo mediante un estudio de campo de la cultura política juvenil, se emplean métodos cualitativos y cuantitativos, como encuestas, grupos de discusión y entrevistas en profundidad, para obtener una comprensión completa de las percepciones, valores, prácticas y significados de la cultura política de los jóvenes, en conclusión se aborda un tema relevante y proporciona una visión detallada de cómo la televisión, en particular el contenido violento, puede influir en la cultura política de los jóvenes en el barrio San Juan de Quito

Cruz y otros (2022), “Violencia de género en la televisión. Un análisis del discurso” esta investigación estaca los desafíos que presenta la violencia de género y su descripción con los medios de comunicación, específicamente con programas de espectáculos y noticias, la perpetuación de esta violencia está vinculada a instrumentos de socialización, como los medios de comunicación. La investigación utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia para analizar el discurso de un programa de espectáculos y uno de noticias. En conclusión, la investigación destaca la importancia de un enfoque más reflexivo y consciente en lo que respecta a los medios de comunicación, cómo se enfrentan al tema de la violencia de género de manera responsable y evitar la perpetuación de estereotipos perjudiciales.

1.2. Categorías fundamentales

1.2.1 Comunicación Masiva

La comunicación masiva hace alusión a la difusión de datos o mensajes a gran escala a un amplio público, utilizando diversos medios y canales para llegar a un número significativo de personas simultáneamente (López A. , 2021).

Históricamente, el surgimiento de la imprenta en el siglo XV, gracias a Johannes Gutenberg, marcó un momento fundamental en la difusión masiva de la información, ya que permitió la reproducción rápida y accesible de libros y otros documentos. Esto llevó a una democratización del conocimiento y a una mayor difusión de ideas. Con el tiempo, la radio y la televisión se convirtieron en medios masivos poderosos, permitiendo la transmisión de información y entretenimiento a audiencias aún más extensas. La llegada de Internet y las tecnologías digitales en el siglo XXI ha llevado la comunicación masiva a nuevas alturas, con plataformas en línea, redes sociales y servicios de streaming que permiten la difusión instantánea de información a nivel global. Este cambio tecnológico ha transformado la interacción entre emisores y receptores de información, permitiendo una participación más activa del público a través de comentarios, interacciones en redes sociales y la creación de contenido por parte de los propios usuarios.

La comunicación masiva a tenido una transformación considerable en la era digital y globalizada en la que vivimos, la proliferación de Internet y las redes sociales, la información está al alcance de nuestras manos actualmente esto ha cambiado la manera en que tomamos noticias, por lo que ahora podemos acceder a múltiples perspectivas y fuentes de información de manera instantánea. La comunicación masiva ha acercado a las personas de todo el mundo, la comunicación masiva en la era digital y globalizada ha transformado la forma en que nos conectamos, obtenemos información y moldeamos nuestras percepciones. Si bien ofrece oportunidades significativas, también presenta desafíos que requieren un enfoque crítico y ético para aprovechar al máximo su potencial positivo (Cruz , Pozo , Aushay , & Arias , 2018).

La comunicación masiva y los medios de comunicación, al ser utilizada como una herramienta al servicio del dominio, la comunicación masiva pierde su potencial comunicativo y puede no reflejar de manera transparente los intereses y posiciones reales de los medios. La comunicación masiva a menudo se utiliza como una herramienta para consolidar el dominio de ciertos grupos o entidades, al hacer explícitos sus intereses, los medios podrían fomentar un enfoque más crítico por parte de la audiencia hacia la información, lo que podría dar la oportunidad a nuevas estructuras de comunicación más transparentes y participativas la importancia de la transparencia y la apertura en la comunicación mediática fomentando una sociedad

que sea más crítica e informada. La reflexión sobre los intereses subyacentes en la comunicación masiva es fundamental para la construcción de un diálogo público más genuino y participativo (Andrade M. , 2021)

Funciones clave de la comunicación masiva

La comunicación masiva es un componente integral de la vida contemporánea, y su influencia en la sociedad es profunda y multifacética. Además, con el avance tecnológico de la información, la forma en que consumimos y participamos en la comunicación masiva sigue cambiando y moldeando la sociedad de formas aún más complejas (Samson & Orbe, 2023).

Las funciones clave de la comunicación masiva en la sociedad contemporánea. Permíteme expandir un poco más sobre cada una de esas funciones:

➤ **Información y noticias**

Globalización de la información: Los medios de comunicación masiva admiten a las personas puedan obtener información del mundo en tiempo real, por lo que contribuye a la globalización de la conciencia y la comprensión.

Conciencia pública: La difusión de noticias y eventos actuales contribuye a crear conciencia pública sobre cuestiones importantes, desde asuntos locales hasta problemas globales.

➤ **Educación**

Alfabetización mediática: Los medios de comunicación masiva juegan un papel fundamental en fomentar la alfabetización mediática, asistiendo a las audiencias en la comprensión y análisis crítico de la información que lo perciben.

Contenido educativo: Además de las noticias, los medios también ofrecen contenido educativo en diversas formas, como documentales, programas educativos y plataformas en línea.

➤ **Entretenimiento**

Diversidad de formatos: La música, el cine, la televisión y otros medios proporcionan una amplia variedad de formas de entretenimiento para satisfacer los gustos diversos de la audiencia.

Cultura popular: Muchos elementos de la cultura popular, desde programas de televisión hasta canciones populares, son productos de la comunicación masiva y poseen un gran impacto importante en la sociedad.

➤ **Persuasión e influencia**

Publicidad: Los anuncios publicitarios buscan convencer a las personas, con el fin que compren productos o adopten ciertos comportamientos. La publicidad es una forma efectiva de influencia a través de los medios de comunicación.

Opinión pública: Los discursos políticos, editoriales y otros mensajes persuasivos influyen en la formación de opiniones y actitudes en la sociedad.

Los medios de comunicación masiva abarcan una variedad de formas, y cada uno ejerce un papel clave en la transmisión de información, entretenimiento y cultura en la sociedad, como la televisión, radio, prensa, cine e internet. Cada uno de estos medios tiene sus propias características y alcances, y juntos forman un paisaje mediático complejo que influye en la opinión pública, la cultura y la forma en que percibimos el mundo. La convergencia de estos medios también ha llevado a nuevas formas de narración y participación del público (Robledo, 2017).

La comunicación masiva se refiere a la difusión de información a un amplio público a través de medios de comunicación que alcanzan a grandes audiencias simultáneamente (Canales, Fuentes, & de León, 2019). Este desarrollo ha ejercido una evolución de manera significativa en lo largo de la historia, marcada por avances tecnológicos clave. Aquí hay algunas etapas importantes en la evolución de la comunicación masiva:

Imprenta

El desarrollo de la imprenta a manos de Johannes Gutenberg en el siglo XV permitió la producción de libros y periódicos en masa, lo que facilitó la distribución de información a un público más amplio.

Prensa escrita

Los periódicos y revistas se convirtieron en una forma dominante de comunicación masiva durante los siglos XIX y XX, brindando a las personas noticias, entretenimiento y publicidad.

Radio

La transmisión de radio se convirtió en una forma poderosa de comunicación masiva en el siglo XX, llegando a audiencias globales con noticias, música y programas.

Televisión

La televisión se convirtió en un medio dominante a mediados del siglo XX, proporcionando no solo información, sino también entretenimiento visual a grandes audiencias.

Internet

La llegada de Internet en las últimas décadas del siglo XX marcó un cambio significativo. La web permitió la interacción y la asistencia del usuario, transformando la comunicación de una dirección a muchas direcciones.

Redes sociales

Con la expansión de las redes sociales durante el siglo XXI, la comunicación masiva se volvió más personalizada y descentralizada. Las personas pueden compartir información instantáneamente, contribuir a la conversación global y conectarse con audiencias diversas.

Dispositivos móviles

La proliferación de smartphones ha llevado la comunicación masiva a un nivel aún más personal, ya que las personas pueden acceder a información y comunicarse en cualquier instante y sitio.

Es fundamental reconocer que la relación entre los medios y la audiencia es compleja, y la forma en que las personas interpretan y responden a los mensajes mediáticos puede variar según diversos factores, como la cultura, la educación y la experiencia personal.

Dado el poder y la influencia de la comunicación masiva, es primordial que los medios de comunicación operen con responsabilidad y ética. Los expertos en medios deben seguir principios éticos como la veracidad, la imparcialidad, el respeto por la privacidad y la diversidad, y la responsabilidad social. La manipulación de la información, la difusión de contenido sensacionalista y la invasión de la privacidad son prácticas que deben evitarse (Casa , 2019).

Finalmente, la comunicación masiva la influencia en la sociedad es una potente fuerza contemporánea, moldeando nuestras percepciones, informando y entreteniendo a las audiencias en todo el mundo. Si bien se presenta desafíos, como la desinformación y la manipulación de la información. Por lo tanto, es fundamental que los medios de comunicación operen con ética y responsabilidad, promoviendo la diversidad de voces, la transparencia y la búsqueda de la verdad. Al reconocer y comprender el impacto de la comunicación masiva, podemos aprovechar su potencial para el bien común y construir una sociedad más informada y conectada (Brito, Ortiz, & Guamán, 2020).

1.2.2 Perspectiva de Género

La perspectiva de género destaca que las diferencias de género no son simplemente el resultado de diferencias biológicas, sino que son socialmente construidas, se argumenta que las sociedades asignan roles, comportamientos y expectativas específicas según el sexo, y estas construcciones varían culturalmente. El género no es algo que se tiene, sino más bien algo que se hace, una actuación repetitiva de roles y normas. La idea es que las personas "hacen" su género a través de acciones cotidianas y expresiones que cumplen con las expectativas de género de la sociedad (Sagot, 2017).

Las identidades de género son construcciones sociales que se desarrollan a través de la interacción compleja entre factores biológicos, psicológicos y, especialmente, sociales, en el cual la sociedad juega un papel fundamental al imponer normas, expectativas y roles de género que influyen en cómo las personas perciben y expresan su identidad de género. La igualdad de género y la aceptación de diversas identidades de género ha llevado a cambios significativos en muchas sociedades, pero aún queda

trabajo por promover la conciencia y el respeto por las identidades de género diversas contribuye a la formación de entornos que sean más equitativos e inclusivos para todas las personas (Sánchez & Balaguera, 2019).

Desde una perspectiva de género, es crucial examinar las desigualdades y las inequidades que persisten en la sociedad. La disparidad salarial, la segregación laboral y la ausencia de representación en puestos directivos y la violencia de género son solo algunas de las manifestaciones de estas desigualdades. Además, se debe prestar atención a las intersecciones entre género y otras formas de opresión, como la raza, la clase social y la orientación sexual, que pueden agravar aún más la discriminación (Sánchez , Uriguen , & Vega , 2021).

Fundamentos al examinar la discrepancia de género:

Brecha salarial de género

A nivel global, las mujeres generalmente reciben salarios inferiores a los hombres, incluso cuando desempeñan labores similares. Esto no solo afecta la autonomía financiera de las mujeres, sino que también contribuye a la reproducción de desigualdades en distintas etapas de la vida.

Segregación ocupacional

A menudo, las mujeres y los hombres tienden a ocupar diferentes sectores y roles dentro del mercado laboral. La segregación ocupacional puede contribuir a la brecha salarial y limitar las oportunidades de avance profesional para las mujeres.

Falta de representación en roles de liderazgo

La falta de representación adecuada de las mujeres en posiciones de liderazgo es un fenómeno común. Este desequilibrio no solo priva a las mujeres de oportunidades de liderazgo, sino que también puede afectar la toma de decisiones y las políticas dentro de las organizaciones y la sociedad en general.

Violencia de género

La violencia de género es una manifestación extrema de las desigualdades y puede adoptar diversas formas, como el acoso sexual, la trata de personas y la violencia doméstica. Es fundamental abordar estas cuestiones tanto a nivel legal como social.

Interseccionalidad

Al considerar la interseccionalidad, es esencial reconocer que las experiencias de discriminación de género pueden interconectarse con distintas maneras de opresión, así como la raza, la clase social, la orientación sexual y la capacidad. Esto destaca la importancia de abordar las desigualdades de manera integral y entender cómo se entrelazan diversas identidades.

Brechas en la educación y salud

Las desigualdades de género también se reflejan en el ingreso distinto a la educación y la atención médica. Es crucial abordar los estereotipos de género desde las etapas iniciales de la vida promoviendo la igualdad en cuanto a las oportunidades.

Normas culturales y expectativas sociales

Las normas culturales y las expectativas sociales pueden contribuir a la perpetuación de desigualdades de género. Desafiar y cambiar estas normas es esencial para lograr una sociedad más equitativa.

El análisis de estas desigualdades y la promoción de la igualdad de género son esenciales para construir sociedades más justas y equitativas. Este enfoque también puede contribuir a mejorar el bienestar y el incremento razonable a nivel global.

La Carta de las Naciones Unidas, adoptada en 1945, en su Preámbulo establece el compromiso de "reafirmar la fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y valor de la persona humana, y en la igualdad de derechos entre hombres y mujeres". Este hito es esencial y sienta las bases para la integración de la igualdad de género en la agenda internacional. La "evaluación de las repercusiones para mujeres y hombres de cualquier actividad planificada, incluyendo leyes, políticas o programas, en todos los sectores y niveles" constituye un enfoque estratégico. Este enfoque tiene como objetivo incorporar las preocupaciones y experiencias tanto de mujeres como de hombres en la formulación, aplicación, supervisión y evaluación de políticas y programas en ámbitos políticos, económicos y sociales. La meta final es alcanzar la igualdad, garantizando que mujeres y hombres se beneficien equitativamente y evitando la perpetuación de la desigualdad [sustantiva] entre los géneros" (ONU, 2023).

La perspectiva de género es un enfoque analítico que busca comprender las desigualdades y las relaciones de poder. A lo largo de la vida, donde las mujeres y los distintos grupos marginados han enfrentado discriminación y desventajas debido a normas y prototipos de género establecidos en las estructuras sociales (Contreras , 2021).

Los estereotipos de género pueden limitar las oportunidades y expectativas de las personas con base en su género, desafiar y cambiar estos estereotipos es esencial para crear sociedades más equitativas, la subrepresentación de mujeres en roles de liderazgo y toma de decisiones que contribuyen a la perpetuación de desigualdades. El promover la diversidad de género en todos los niveles de la sociedad es esencial para lograr una representación más equitativa. Es primordial resaltar que la igualdad de género es un objetivo que requiere la colaboración de individuos, comunidades, gobiernos y organizaciones en todo el mundo (Veliz, 2019).

La perspectiva de género busca sensibilizar a la sociedad sobre las normas de género arraigadas, esto implica cuestionar las expectativas tradicionales asociadas con la masculinidad y la feminidad, así como reconocer cómo estas normas influyen en la vida cotidiana, desde las decisiones personales hasta las estructuras institucionales. La perspectiva de género no se trata únicamente de la dicotomía hombre-mujer. Es esencial reconocer y considerar las distintas identidades de género y expresiones. La inclusividad debe ampliar a todas las personas, sin importar dónde se ubiquen en el espectro de género.

La perspectiva de género es una herramienta valiosa para identificar, comprender y abordar las desigualdades arraigadas en nuestra sociedad. Al continuar desafiando las normas de género, construimos un camino hacia una sociedad más equitativa y justa para todos (Regalado, 2021).

1.2.3. Televisión

La televisión es un medio para difundir imágenes en movimiento y sonido a larga distancia, utilizando transmisiones a través de ondas de radio o redes dedicadas de televisión por cable. El término "televisión" se deriva de las palabras griegas "Tele" (distancia) y "visio" (visión), lo cual describe la esencia de la tecnología que posibilita

la observación de contenido a distancia. Es un medio de comunicación más empleado en todo el mundo y que tiene diversas aplicaciones en la sociedad, la industria, los negocios y la ciencia, cumple diversas funciones, siendo su uso más común el de proporcionar información y entretenimiento a los espectadores en sus hogares (Burgos, 2019).

La televisión, desde su invención a mediados del siglo XX, ha tenido un papel fundamental como un medio de comunicación masiva, influyendo significativamente en la forma en que percibimos el mundo, accedemos a la información y nos relacionamos con nuestra cultura. Este ensayo explora el impacto multifacético de la televisión, destacando su papel en la difusión de información, la formación cultural y su influencia en la sociedad contemporánea (López E. , 2020).

La televisión desempeña un papel principal en la emisión de información a nivel mundial y local, su capacidad para proporcionar noticias en tiempo real y llegar a un amplio espectro de audiencia ha transformado la forma en que las personas acceden a la información, el punto de vista de los medios de comunicación televisivos es crucial, ya que pueden afectar significativamente la percepción pública. La forma en que se presentan las noticias, la elección de qué historias se destacan y cómo se abordan los temas pueden influir en la opinión y comprensión de la audiencia (Torres & De Santis).

La televisión tiene un impacto directo en la sociedad al influir en los comportamientos de los televidentes, en el cual los programas y anuncios televisivos pueden moldear las percepciones sociales y establecer normas culturales, además, la publicidad, en particular, ejerce una influencia poderosa al crear demanda de productos y establecer estándares de belleza y estilo de vida (Gómez , 2018).

Según Es esencial que la televisión utilice esta influencia de manera ética, promoviendo valores positivos y contribuyendo a la construcción de una sociedad más inclusiva y equitativa. Sin embargo, la regulación y la autorregulación son herramientas clave para garantizar que la televisión no perpetúe estereotipos perjudiciales ni fomente comportamientos nocivos, además que ha sido un instrumento transformador en la sociedad contemporánea, su capacidad para difundir información, formar culturas y moldear actitudes la convierte en una fuerza influyente. Sin embargo, con este poder viene la responsabilidad de utilizarlo de manera ética y reflexiva, La

televisión, cuando se emplea de manera responsable, tiene el potencial de aportar en el desarrollo de una sociedad informada, culturalmente rica y socialmente consciente, la evolución continua de este medio seguirá dando forma de tal manera que nos encontremos conectados con el mundo el cual nos rodea (Endara & Herdoíza, 2018).

La importancia de la televisión como fuente primaria de noticias y eventos actuales, pero también señala la necesidad de ser conscientes de posibles sesgos y manipulaciones en la presentación de la información, empleando un papel crucial en la transmisión de noticias y eventos actuales, pero la conciencia crítica y la búsqueda de información diversa son fundamentales para obtener una comprensión más completa y objetiva de la realidad (García, Pérez, & Torres, 2018).

Acceso a información en tiempo real: La televisión proporciona a los espectadores la capacidad de obtener información actualizada de los eventos a nivel mundial. Los noticieros y programas informativos desempeñan un papel crucial al mantener al público informado sobre sucesos locales, nacionales e internacionales.

Manipulación de la información: Es importante reconocer que, en ciertos casos, los mismos medios de comunicación, incluida la televisión, pueden verse afectados por la manipulación de la información. Los intereses políticos, económicos o sociales pueden influir en la manera en que se presentan ciertas noticias. Los espectadores deben ser conscientes de este riesgo y estar alerta a posibles sesgos.

Selección de noticias: Los medios de comunicación tienen la capacidad de seleccionar las noticias que presentan, factores que pueden afectar la opinión general de la realidad. Algunos eventos pueden recibir más cobertura que otros, y esta selección puede afectar la comprensión general de los espectadores sobre los problemas.

Crítica y diversidad de fuentes: Para tener una perspectiva más completa y objetiva de los acontecimientos, es esencial que los espectadores sean críticos y busquen información de diversas fuentes. Consultar diferentes perspectivas y comparar la cobertura de varios medios puede ayudar a obtener una comprensión más equilibrada.

Educación mediática: Fomentar la educación mediática es crucial para empoderar a los espectadores. Enseñar habilidades para analizar y evaluar la información, así como comprender los posibles sesgos, puede ayudar a la audiencia a tomar decisiones informadas sobre lo que consumen en los medios de comunicación.

La televisión también es un medio de entretenimiento poderoso que nos proporciona una extensa gama de programas, películas, series además de eventos deportivos. A través de la televisión, podemos acceder a diversas formas de narrativa y expresión artística. Los programas de entretenimiento pueden influir en nuestras preferencias culturales, moldear nuestras percepciones y reflejar la realidad social. Además, la televisión desempeña un papel importante en la construcción de la identidad cultural y en la transmisión de valores y normas sociales.

"La televisión nos ha convertido en una sociedad sin contexto, en la que la información se presenta sin conexión ni significado" (Chamorro , 2020). La televisión ha transformado la forma en que consumimos información al privilegiar el entretenimiento y la superficialidad sobre el pensamiento crítico y la reflexión profunda. Ha erosionado nuestra capacidad de atención y ha reducido los asuntos complejos a una serie de imágenes y titulares simplificados.

La televisión también tiene el potencial de ser un agente de cambio social. Los programas y documentales que abordan temas como los derechos humanos, la justicia social y la diversidad pueden generar conciencia y promover el cambio. Por ejemplo, la televisión ha sido una plataforma para la visibilización de problemas sociales, como la lucha por los derechos civiles, la igualdad de género y la inclusión de minorías. Al mostrar diversas realidades y perspectivas, la televisión puede fomentar el diálogo, la empatía y la reflexión crítica (Rivera, 2020).

"La televisión ha creado una comunidad global sin fronteras, donde la información y las ideas se transmiten a una velocidad sin precedentes" (Gutiérrez, 2020). La televisión ha logrado conectar con personas que son de diferentes lugares del mundo, permitiendo la transmisión instantánea de información y la difusión de ideas a una velocidad nunca antes vista. Esta capacidad de la televisión para romper barreras geográficas ha ampliado nuestra comprensión del mundo y ha fomentado el intercambio cultural y la conciencia global

A pesar de su alcance y su poder la televisión enfrenta grandes desafíos y críticas, debido a la programación de baja calidad, la falta de diversidad en la representación de ciertos problemas a los que se enfrenta y la proliferación de la publicidad. Sin embargo, la televisión puede contribuir al consumo excesivo y la superficialidad (Arrese, 2022).

Programación de baja calidad

Muchos críticos argumentan que hay una sobreabundancia de programas de baja calidad que se centran en la sensacionalización en lugar de ofrecer contenido educativo o culturalmente enriquecedor. Generando un impacto desfavorable en la calidad de información y el entretenimiento proporcionado a los espectadores.

Proliferación de publicidad

La saturación de anuncios en la televisión puede afectar negativamente la experiencia del espectador. Los largos bloques de anuncios interrumpen la continuidad del contenido y a menudo llevan a críticas sobre la comercialización excesiva, lo que puede disminuir la calidad percibida del medio.

Falta de diversidad en la presentación

La representación limitada o estereotipada de ciertos grupos en la televisión es un problema persistente. La falta de diversidad étnica, de género, orientación sexual y otras dimensiones puede perpetuar prejuicios y limitar la capacidad de los espectadores para relacionarse con los diferentes personajes y con las historias.

Contribución a la cultura del consumo excesivo

La televisión a menudo promueve un estilo de vida consumista, mostrando una imagen idealizada que puede llevar a un deseo insaciable de bienes materiales. Esto puede contribuir a la cultura del consumismo y fomentar comportamientos no sostenibles.

Superficialidad

Algunos críticos argumentan que la televisión tiende a favorecer la superficialidad sobre la profundidad. Los programas que buscan altos índices de audiencia pueden optar por contenido fácilmente digerible en lugar de explorar temas más complejos o desafiantes.

Según Andrade (2021), la televisión ha transformado de manera significativa nuestra forma de informarnos y entretenernos, a través de este medio de comunicación somos testigos de avances significativos en la difusión de información, la construcción de la cultura y la promoción del cambio social. Sin embargo, debemos enfrentarnos a los desafíos en cuanto a la calidad de la programación y representación diversa. Pr esta

razón como espectadores, debemos ser críticos y selectivos en nuestra elección de programas, con un enfoque responsable, la televisión puede continuar siendo un medio de comunicación poderoso y transformador.

1.2.4. Producción Audiovisual

La producción audiovisual es una forma de expresión artística y comunicación que utiliza medios visuales y auditivos para contar historias, transmitir información o generar emociones, abarcando una amplia variedad de formatos y géneros, desde producciones cinematográficas y programas de televisión, documentales, videos en línea, publicidad, cortometrajes, etc. (Escola, 2022).

La producción audiovisual ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas, y este fenómeno se atribuye en gran medida a avances tecnológicos que han facilitado la creación y distribución de contenido multimedia, la convergencia de la cinematografía, la televisión, el video en línea y las redes sociales ha dado lugar a una expansión sin precedentes en la forma en que consumimos y creamos contenido visual (Andrade K. , 2022).

Aspectos destacados de la influencia de la producción audiovisual en nuestra sociedad

Narrativa impactante

La combinación de imágenes, sonido y narrativa en la producción audiovisual permite contar historias de manera más envolvente y emocional. Las películas, programas de televisión y videos en línea tienen la capacidad de transportar a la audiencia a diferentes mundos, generar empatía por los personajes y transmitir mensajes poderosos.

Cambio en las percepciones

La producción audiovisual puede desafiar y cambiar las percepciones culturales y sociales. Al abordar temas importantes, mostrar diversas perspectivas y contar historias auténticas, los medios visuales tienen el poder de influenciar las opiniones públicas y promover la comprensión.

Globalización de la cultura

La accesibilidad a través de plataformas digitales ha contribuido a la globalización de la cultura. Las producciones audiovisuales pueden llegar a audiencias de todo el mundo, facilitando la difusión de ideas, valores y formas de expresión cultural.

Conexión emocional

La música, el lenguaje corporal, la cinematografía y otros elementos visuales y auditivos en la producción audiovisual pueden evocar fuertes respuestas emocionales. Esto crea una conexión única entre los creadores y la audiencia, generando experiencias compartidas a través de diferentes culturas y geografías.

Plataformas de contenido en línea

El auge de plataformas de transmisión en línea como Netflix, Hulu y YouTube ha democratizado la producción y distribución de contenido audiovisual. Esto ha permitido a creadores independientes llegar a audiencias masivas sin depender de los canales de distribución tradicionales.

Innovación tecnológica

Avances en tecnologías como realidad virtual (RV) y realidad aumentada (RA) están transformando la forma en que experimentamos la producción audiovisual, ofreciendo nuevas oportunidades para la inmersión y la interactividad.

La producción audiovisual debe basarse en la combinación de diferentes elementos para generar una experiencia completa; como la dirección es responsable de establecer la visión general de la obra y guiar al equipo para lograr esa visión; la cinematografía se ocupa de la composición visual, la iluminación, la elección de la cámara y la creación de la estética visual; la edición organiza y ensambla las escenas para contar la historia de manera coherente y efectiva; el diseño de sonido agrega capas de sonido para crear una experiencia auditiva inmersiva. La colaboración y la coordinación entre estos elementos son esenciales para lograr una obra audiovisual efectiva (Proaño & Tayupanta, 2023).

La producción audiovisual implica diversas etapas, desde la concepción de la idea hasta la postproducción, en ciertos aspectos clave incluyen la redacción de guiones, la planificación de la producción, la filmación, la edición de video, el diseño de sonido, la creación de efectos visuales y la distribución del contenido en diferentes

plataformas. Con el auge de las redes sociales y la accesibilidad a herramientas de grabación y edición, las personas pueden participar de manera activa en la producción audiovisual, compartiendo en plataformas como Instagram, YouTube, Tik-Tok (Antezana, 2017).

La producción audiovisual es una herramienta poderosa que moldea y refleja la cultura y la sociedad, las películas, series y documentales pueden influir en cómo percibimos a diferentes grupos de personas, culturas y situaciones, sin embargo, varias producciones audiovisuales abordan problemas sociales importantes, como la injusticia, la discriminación, la pobreza, la salud mental, entre otros, generando conciencia y movilizar a la audiencia para tomar acción. Por lo que se tiene un impacto multifacético en la sociedad y puede ser una fuerza positiva al abordar problemas sociales, fomentar la comprensión y promover la diversidad y la inclusión. Sin embargo, también es importante tener en cuenta la responsabilidad ética de los creadores en la representación de diversos temas y grupos en la pantalla (García, Hernández, & Toro, 2020).

Según Cardoso, Calvi, & Triguboff, (2019) La llegada de la era digital ha sido un cambio transformador en la producción audiovisual, marcando una transición significativa en la forma en que se crea, distribuye y consume contenido, conllevando a una serie de ventajas como desafíos:

Ventajas

- Las herramientas de producción audiovisual son más accesibles que nunca.
- Las tecnologías digitales ofrecen una amplia gama de posibilidades creativas, desde efectos especiales hasta técnicas de narración innovadoras.
- Plataformas en línea como YouTube, Vimeo y otras redes sociales han permitido a los creadores llegar a audiencias globales sin la necesidad de intermediarios tradicionales.
- Las redes sociales permiten la interacción directa entre creadores y audiencia. Comentarios, likes, compartidos y otras formas de participación han cambiado la dinámica tradicional, creando comunidades en línea alrededor de contenidos específicos.

Desafíos

- La facilidad de producción ha llevado a una saturación de contenido en línea.
- La presión para producir contenido constantemente puede afectar la calidad.
- La facilidad de difusión de información en línea también ha facilitado la difusión de información errónea y noticias que no son verídicas.
- La disponibilidad masiva de contenido ha llevado a desafíos en términos de derechos de autor y monetización.

La producción audiovisual tiene el poder de influir en la sociedad, generando conciencia y promover el diálogo de temas relevantes, la evolución hacia la era digital ha democratizado el acceso a herramientas de producción y distribución, permitiendo así que las personas puedan contar sus propias historias. Sin embargo, se presentan desafíos en la era digital, como la saturación de contenido además de la necesidad de discernir la información confiable. Por lo que la producción audiovisual continúa siendo un medio poderoso para expresar nuestra creatividad, compartir experiencias y conectar con el mundo que nos rodea (Cruz , Pozo , Aushay , & Arias , 2018).

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar en qué medida la programación televisiva de UNIMAX televisión contribuye a la prevención de la violencia de género en la ciudad de Ambato en el periodo del año 2022.

- Para la ejecución de los objetivos se utilizó la encuesta a un total de 376 personas las mismas que fueron de gran aporte para determinar si la programación de UNIMAX televisión contribuye a la prevención de la violencia de género.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar en la programación de UNIMAX TV la existencia de programas de prevención de violencia de género.
- Analizar el contenido de los programas sobre la prevención de violencia de género.
- Describir el rol de UNIMAX TV en la prevención de la violencia de género.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Metodología de investigación

2.1.1. Investigación cualitativa

La investigación cualitativa es un método de investigación que busca la comprensión profunda de un fenómeno dentro de su entorno natural, basándose en métodos como la recolección de datos enfocados en la comunicación, lo que proporciona datos dispersos a profundidad como contextualización la riqueza interpretativa del entorno, detalles de la misma y de experiencias únicas (Neill & Cortez, 2018).

En la investigación cualitativa, el análisis de contenido fue empleado para evaluar discursos, signos, temas, palabras e interpretaciones de la realidad. Este enfoque se utilizó como insumo para estudiar el papel que tenía UNIMAX televisión de la ciudad de Ambato en la prevención de la violencia de género.

El método cualitativo se basa casos individuales o de grupos pequeños, en este caso desea analizar la prevención de la violencia de género y el rol de UNIMAX televisión, permitirá analizar los programas de los diferentes horarios del canal, su objetivo principal es emplear está funcionando para la disminución del problema planteado e interpretar el significado y las experiencias subjetivas de las personas involucradas, si existe algún contenido que está aportando al problema, se verificará si las estrategias comunicacionales están teniendo éxito con las audiencias.

2.2. Modalidad de la investigación

2.2.1. Investigación Bibliográfica Documental

La investigación bibliográfica tiene como objetivo principal examinar y analizar la investigación existente, teorías, conceptos y enfoques de diferentes autores sobre un tema específico, a través de la recopilación y análisis de información contenida en libros, revistas, periódicos y otros documentos relevantes (Cabezas, Naranjo, & Torres, 2018).

Se toma esta modalidad de investigación para la caracterización del problema ya que aportará al estudio abordando temas de contenido como la violencia de género, pues se tomó información de revistas, libros, artículos, publicaciones de la web sobre la programación televisiva de UNIMAX Televisión y su relación con la violencia de género.

2.3. Tipo de investigación

2.3.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva tiene como objetivo principal el describir las características de una situación o de un fenómeno, sin ser manipulado, ni establecer relaciones causales, proporciona una información detallada y precisa de los fenómenos o hechos como se presenta en su contexto natural (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

Se llevó a cabo una investigación con el propósito de recopilar datos sobre los contenidos y enfoques presentes en la programación televisiva, así como de recabar información sobre la percepción y la respuesta de la audiencia en relación con la violencia de género teniendo como objetivo primordial de este estudio era describir y comprender la situación actual, identificando los patrones y las tendencias existentes en la relación entre la programación de UNIMAX televisión y la prevención de la violencia de género, todo ello en el entorno de la ciudad de Ambato.

2.3.2. Investigación analítica

La investigación analítica, conocida también como investigación correlacional o explicativa, se centra en examinar, comprender y detallar el por qué ocurre este fenómeno. La investigación analítica pretende identificar y comprender las conexiones y relaciones causales (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

Se sintetiza todos los datos en un exhaustivo proceso de recopilación de datos con el objetivo de analizar cómo la programación de UNIMAX Televisión abordaba la problemática de la violencia de género. Este proceso incluyó la revisión de programas específicos, la observación de patrones temáticos y la recopilación de opiniones de espectadores.

2.4. Materiales

2.4.1. Recursos materiales

Para dar lugar esta investigación fue necesario la utilización de recursos y materiales como: computadora, celular inteligente, electricidad, internet, audífonos, cuaderno, lápiz, esfero, resaltador, borrador, micrófonos y cámara.

2.4.2. Recursos económicos

Los gastos son cubiertos por el investigador que es un total de 500 dólares entre los cuales se destinó a: alimentación, transporte, materiales de oficina, pago de servicios como internet y electricidad.

2.4.3. Recursos institucionales

- El canal UNIMAX nos ayudó con la información de sus programas para el análisis de contenido.
- La Universidad Técnica de Ambato con ayuda de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales nos facilitó con la expedición de resoluciones para avanzar con el proceso de

2.4.4. Recursos humanos

- Investigador: Doménica Monserrath García Solis
- Tutor de investigación: Walter Viteri Torres

2.5. Técnica e instrumento

En la investigación sobre la relación entre la programación televisiva de UNIMAX televisión y la prevención de la violencia de género, se pueden emplear diversos métodos de investigación. Algunos posibles métodos incluyen:

- **Análisis de contenido**

Este enfoque abarca diversos tipos de fuentes, como publicaciones, entrevistas grabadas, cartas, canciones, caricaturas, dibujos y gráficos, entre otros, es importante señalar que el análisis de contenido puede conducir a la cuantificación de los datos y, posteriormente, a su interpretación (Sánchez, Reyes, & Mejía, 2018).

Consiste en analizar y examinar sistemáticamente la programación televisiva de UNIMAX televisión en el periodo del año 2022 para identificar la presencia de contenidos relacionados con la prevención de la violencia de género. Se pueden utilizar categorías predefinidas para clasificar y cuantificar la cantidad y tipo de contenido relevante.

Tabla 1

Análisis de contenido

Aspecto de Análisis	Descripción	Evaluación
Horario de programación	Horas que se transmiten los programas relacionados con la violencia de género. Horarios adecuados para la audiencia objetivo.	El análisis del horario de programación en relación con la violencia de género implica considerar tanto la idoneidad del contenido como la audiencia a la que se dirige, donde la evaluación determino que no existe mucho contenido del mismo.
Contenido de programas	Tipo de programas que abordan la temática de violencia de género.	No existe información específica sobre los programas de UNIMAX Televisión acerca de la violencia de genero
Representación de genero	Representan a hombres y mujeres en los programas. Perpetúan estereotipos de género.	UNIMAX Televisión aborda la representación de género en sus programas y si perpetúa o desafía estereotipos de género

Temas y mensajes	Mensajes transmitidos en relación con la violencia de género.	Los resultados pueden variar según cada programa y de la evolución de las políticas y enfoques de UNIMAX televisión.
Participación de expertos	Expertos o profesionales en la discusión de la violencia de género en los programas. Información precisa y consejos útiles.	Existe poca participación de expertos sobre el tema de violencia de género de tal manera que no se posee información precisa.
Lenguaje y narrativa	Lenguaje respetuoso y no sexista en los programas. Las historias sobre violencia de género son precisas y sensibles.	UNIMAX, utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en toda su programación.
Representación de víctimas	Representación de las víctimas de violencia de género. Les brinda apoyo y empatía en lugar de sensacionalismo.	La representación de las víctimas de violencia de género en los medios de comunicación es un tema que influye en la percepción pública, la conciencia y la comprensión del problema. Sin embargo, en UNIMAX no se hayan presentado víctimas de violencia de género.
Reacción de la audiencia	Observación de alguna reacción específica de la audiencia a la programación relacionada con la violencia de género en UNIMAX Televisión.	Al realizar la encuesta se encontró que no todas las personas tienen información específica sobre la violencia de género transmitido por UNIMAX tv.

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Al analizar y examinar sistemáticamente la programación televisiva de UNIMAX televisión en el periodo del año 2022 se identificó que no existe la presencia de contenidos relacionados con la prevención de la violencia de género así mismo no utiliza ninguna programación de este tipo de contenido.

- **Encuestas**

Se pueden realizar encuestas a la audiencia de UNIMAX televisión en la ciudad de Ambato para recopilar información sobre su percepción y consumo de los contenidos relacionados con la prevención de la violencia de género en la programación televisiva. Las encuestas pueden incluir preguntas cerradas y abiertas, abarcando temas como la concienciación, conocimientos, actitudes y comportamientos relacionados con la violencia de género.

Encuesta para los televidentes

1 ¿Con qué frecuencia mira programas en UNIMAX Televisión?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Raramente
- Nunca

2. ¿Cuál es su programa favorito en UNIMAX Televisión?

- UNIMAX NOTICIAS
- TV HOGAR
- ESTO ES ECUADOR MUSICA
- DOCUMENTALES
- ESPRESS MUSICAL
- NOVELAS
- EDUCA
- ECUADOR MULTICOLOR
- DIBUJOS ANIMADOS
- LA SANTA MISA

- PELICULAS
- TELEVENTAS

3.¿Ha visto programas en UNIMAX Televisión que aborden la temática de la violencia de género?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Raramente
- Nunca

4.Si ha visto programas relacionados con la violencia de género en UNIMAX Televisión, ¿Cuál es tu opinión sobre la forma en que abordan este tema?

- Profundidad
- Superficialmente
- Seguimiento al tema
- Existe sensacionalismo
- Con morbo
- No abordan

5.¿Usted considera que UNIMAX Televisión ofrece suficientes programas relacionados con la igualdad de género y la violencia de género?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6.¿Durante que tiempo en la programación de UNIMAX se ha dedicado al tratamiento de temas sobre la violencia de género?

- 0 minutos
- 1-5 minutos
- 6-10 minutos
- 20-30 minutos
- Más de 30 minutos

7.¿Considera usted que si se implementaría programas en contra de la violencia de género en UNIMAX televisión, el problema disminuiría en la sociedad?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8.¿Consideras importante que los medios de comunicación, como UNIMAX Televisión, promuevan una perspectiva de género en sus programas?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9.¿Cómo calificaría el desempeño y el nivel de conocimiento de los presentadores y las presentadoras en los programas de UNIMAX Televisión en cuanto a la tratamiento de temas de género?

- Mucho conocimiento
- Algo de conocimiento
- Poco conocimiento
- Nada de conocimiento

10. ¿Cree que UNIMAX Televisión debería incluir más programas que promuevan la igualdad de género y la prevención de la violencia de género?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

11. ¿Le gustaría ver más expertos y profesionales discutiendo la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

12. ¿Cree que UNIMAX Televisión utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas que abordan la violencia de género?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

13. ¿Ha observado alguna acción o compromiso por parte de UNIMAX Televisión en relación a combatir la violencia de género?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo

Totalmente de acuerdo

14. ¿Ha reaccionado de alguna manera a la programación relacionada con la violencia de género en UNIMAX Televisión, como comentar en redes sociales?

Mucho, he participado activamente en redes sociales

Moderadamente, he reaccionado de alguna manera, pero no en redes sociales

Poco, no he reaccionado, pero he reflexionado sobre el contenido

Nada, no he reaccionado ni reflexionado al respecto

15. ¿Considera que la programación televisiva de UNIMAX Televisión influye en la conciencia social sobre la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

16. ¿Le gustaría que UNIMAX Televisión proporcionara más información sobre recursos disponibles para las víctimas de violencia de género, como líneas de ayuda o centros de atención?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Nota: el presente cuestionario se utilizó para tomar en cuenta la opinión de la población televisiva sobre UNIMAX televisión.

• **Entrevista**

Se realizaron entrevistas individuales o grupales con miembros de la audiencia, especialistas en violencia de género, productores de televisión y otros actores

relevantes. Las entrevistas permiten obtener perspectivas más detalladas y profundas sobre la influencia de la programación televisiva en la prevención de la violencia de género, así como identificar posibles áreas de mejora.

La entrevista se realizó al Lic. Javier Gamboa director de UNIMAX televisión, pero no se pudo realizar de manera formal ya que nos comentó que no contaba con una programación exclusiva para la prevención de violencia de género y que ellos no les convenía investigar sobre el tema, y que la mayoría de trabajadores son hombres.

Sin embargo, se adjunta la guía de entrevista preparada.

Entrevista a productores de UNIMAX

1. ¿Han producido programas específicos para concientizar sobre la violencia de género?
2. ¿Cómo se abordan los aspectos educativos en relación con la violencia de género en su programación?
3. ¿Existe diversidad en los programas que tratan la violencia de género, abarcando diferentes perspectivas y formas de violencia?
4. ¿Los programas que tratan la violencia de género tienen un enfoque más preventivo y educativo, o se centran en la denuncia y la representación de los hechos?
5. ¿Se proporcionan recursos o información para aquellos que puedan estar experimentando o presenciando situaciones de violencia de género?
6. ¿UNIMAX Televisión colabora con organizaciones o expertos en la lucha contra la violencia de género para garantizar la precisión y eficacia de los contenidos?
7. ¿Han desarrollado alianzas estratégicas con entidades externas especializadas en el tema?
8. ¿Realizan evaluaciones o estudios para medir el impacto de los programas dedicados a la violencia de género en la audiencia?
9. ¿Existe retroalimentación por parte de la audiencia sobre estos contenidos?
10. ¿Cuentan con políticas internas que guíen la producción de contenidos sensibles a la violencia de género?

11. ¿Existe un equipo o departamento encargado de asegurar que se sigan estas políticas?
12. ¿Cuáles son los planes futuros de UNIMAX para la programación contra la violencia de género?
13. ¿Se plantean metas específicas para expandir o mejorar la presencia de estos programas?
14. ¿Cuánta experticia tienen los presentadores en el manejo del tema de la violencia de género?

- **Observación directa**

En este método, los investigadores pueden participar activamente como espectadores de la programación televisiva de UNIMAX televisión, observando y registrando sus contenidos, mensajes, enfoques y posibles efectos en la audiencia. Esto permite una comprensión más directa de la experiencia de visualización y su relación con la prevención de la violencia de género.

- **Análisis estadístico**

Una vez recopilados los datos de la investigación, se pueden utilizar métodos de análisis estadístico para examinar las relaciones y correlaciones entre variables, como la exposición a la programación televisiva y los cambios en las actitudes y comportamientos relacionados con la violencia de género.

2.5.1. Población y muestra

La población escogida para realizar esta investigación fue de 15.782 habitantes del sector de Huachi Grande según la actualización del INEC (INEC, 2023), en la misma que se aplicó la encuesta propuesta en este documento.

Muestra

Para el desarrollo del cálculo de la muestra se implementó la calculadora online NETQUEST, mismo que determina la población a desarrollar la encuesta, en donde:

El tamaño de la muestra es de 15782

La heterogeneidad es de: 50%

Margen de error: 5%

Nivel de confianza del: 95%

Tamaño del universo	15782
Número de personas que componen la población a estudiar	
Heterogeneidad %	50
Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso	
Margen de error %	5
Menor margen de error requiere mayor muestra	
Nivel de confianza %	95
Nivel de confianza %	
Muestra	376
Personas a encuestar	

Al implementar los valores se conoció que la muestra la integraron 376 personas. A estas se les aplicó la encuesta.

Capítulo III

Análisis y discusión

1. ¿Con qué frecuencia mira programas en UNIMAX Televisión?

Tabla 2

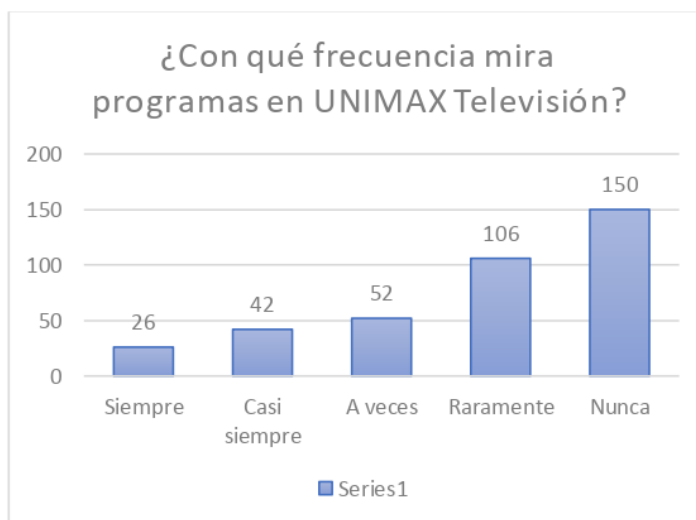
¿Con qué frecuencia mira programas en UNIMAX Televisión?

Siempre	26	7%
Casi siempre	42	11%
A veces	52	14%
Raramente	106	28%
Nunca	150	40%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 1

¿Con qué frecuencia mira programas en UNIMAX Televisión?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la investigación acerca de la frecuencia con la que los participantes sintonizan programas de UNIMAX televisión, se observa que el 40% pertenece a la categoría de nunca, seguido por un 28% que lo hace raramente. Además, el 14% responde que a

veces sintoniza, el 11% indica que casi siempre lo hace, y un 7% afirma que siempre lo mira. Esta distribución revela que los encuestados no son espectadores asiduos de UNIMAX Televisión, sugiriendo una tendencia hacia la visualización ocasional o la ausencia de sintonización en el canal.

2. ¿Cuál es su programa favorito en UNIMAX Televisión?

Tabla 3

¿Cuál es su programa favorito en UNIMAX Televisión?

UNIMAX noticias	72	19%
Tv hogar	56	15%
Documentales	15	4%
Express musical	23	6%
Novelas	12	3%
Educa	5	1%
Ecuador multicolor	8	2%
Dibujos animados	69	18%
La santa misa	51	14%
Películas	65	17%
Televentas	0	0%
Total	376	100%

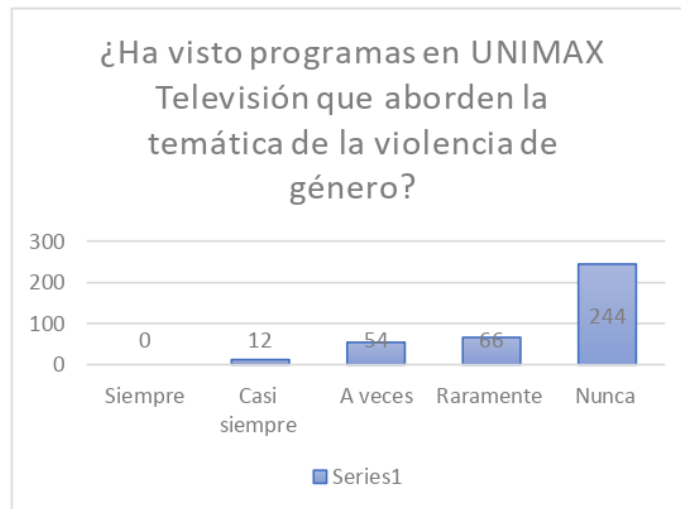
Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Casi siempre	12	3%
A veces	54	14%
Raramente	66	18%
Nunca	244	65%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 3

¿Ha visto programas en UNIMAX Televisión que aborden la temática de la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada acerca de la visualización de programas en UNIMAX Televisión que traten el tema de la violencia de género, los datos se presentan en una escala de respuestas donde el 65% indica que nunca lo hace, el 18% lo hace raramente, el 14% a veces, el 3% lo hace siempre y un 0% nunca. La interpretación de estos resultados sugiere que la mayoría de los encuestados ocasionalmente o raramente sintonizan programas sobre violencia de género. Además, un número 65% de los participantes nunca elige programas con este tema, lo que podría tener implicaciones

en las preferencias de la audiencia o en el contenido ofrecido por UNIMAX Televisión.

4. Si ha visto programas relacionados con la violencia de género en UNIMAX Televisión, ¿Cuál es tu opinión sobre la forma en que abordan este tema?

Tabla 5

Si ha visto programas relacionados con la violencia de género en UNIMAX Televisión, ¿Cuál es tu opinión sobre la forma en que abordan este tema?

Profundidad	0	0%
Superficialmente	9	2%
Seguimiento al tema	5	1%
Existe sensacionalismo	25	7%
Con morbo	15	4%
No abordan	322	86%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 4

Si ha visto programas relacionados con la violencia de género en UNIMAX Televisión, ¿Cuál es tu opinión sobre la forma en que abordan este tema?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada acerca de la manera en que UNIMAX Televisión aborda el tema de la violencia de género en sus programas, se observa que el 86% de los encuestados considera que no se aborda de manera significativa. El 4% opina que hay un enfoque morboso, el 7% percibe sensacionalismo, el 1% nota un seguimiento detallado sobre el tema, el 2% menciona un abordaje superficial y, finalmente, el 0% cree que se aborda a profundidad. Estos resultados indican que la mayoría de los programas no tratan de manera sustancial la cuestión de la violencia de género.

5. ¿Usted considera que UNIMAX Televisión ofrece suficientes programas relacionados con la igualdad de género y la violencia de género?

Tabla 6

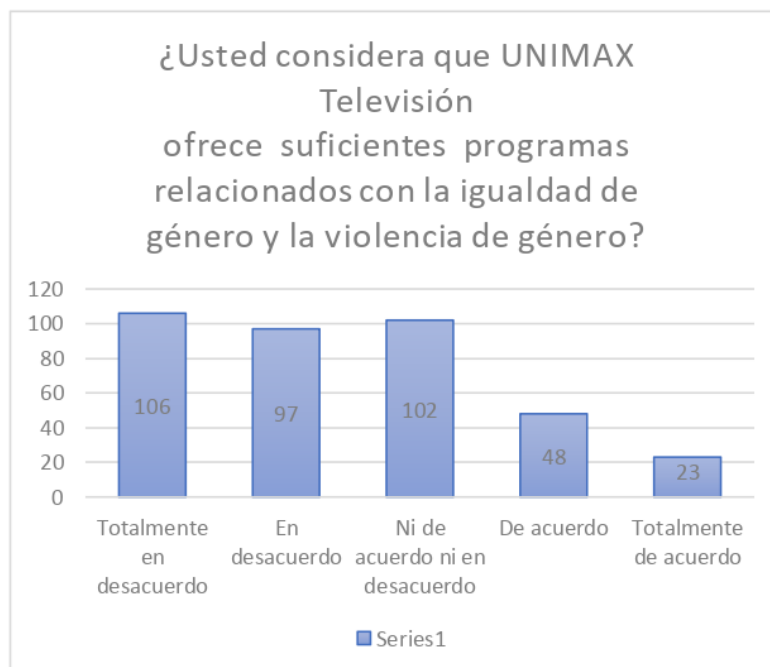
¿Usted considera que UNIMAX Televisión ofrece suficientes programas relacionados con la igualdad de género y la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo	106	28%
En desacuerdo	97	26%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	102	27%
De acuerdo	48	13%
Totalmente de acuerdo	23	6%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 5

¿Usted considera que UNIMAX Televisión ofrece suficientes programas relacionados con la igualdad de género y la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo acerca de si considera que UNIMAX Televisión presenta una cantidad adecuada de programas vinculados a la igualdad de género y la violencia de género, se observa que el 6% está completamente de acuerdo, el 13% está de acuerdo, el 27% se encuentra en una posición neutral, el 26% está en desacuerdo y el 28% está totalmente en desacuerdo. Esto sugiere que la mayoría de las personas parece estar en desacuerdo, lo que lleva a la conclusión de que UNIMAX Televisión no proporciona suficientes programas relacionados con la igualdad de género y la violencia de género según la interpretación de los resultados.

6. ¿Durante que tiempo en la programación de UNIMAX se ha dedicado al tratamiento de temas sobre la violencia de género?

Tabla 7

¿Durante que tiempo en la programación de UNIMAX se ha dedicado al tratamiento de temas sobre la violencia de género?

0 minutos	265	70%
1-5 minutos	55	15%
6-10 minutos	45	12%
20-30 minutos	5	1%
Más de 30 minutos	6	2%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 6

¿Durante que tiempo en la programación de UNIMAX se ha dedicado al tratamiento de temas sobre la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo sobre la cantidad de tiempo dedicado a abordar temas relacionados con la violencia de género en la programación de UNIMAX, se observó que el 70% de los encuestados indicó que se destinan 0 minutos a este tema. Asimismo, el 15% mencionó un intervalo de 1 a 5 minutos, el 12% de 6 a 10 minutos, el 2% de 20 a 30 minutos, y el 1% más de 30 minutos. Este análisis revela que la mayoría de los programas de UNIMAX no tratan explícitamente la problemática de la violencia de género, siendo la categoría de 0 minutos la de mayor frecuencia.

7. **¿Considera usted que si se implementaría programas en contra de la violencia de género en UNIMAX televisión, el problema disminuiría en la sociedad?**

Totalmente en desacuerdo	98	26%
En desacuerdo	54	14%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	114	30%
De acuerdo	54	14%
Totalmente de acuerdo	56	15%
Total	376	100%

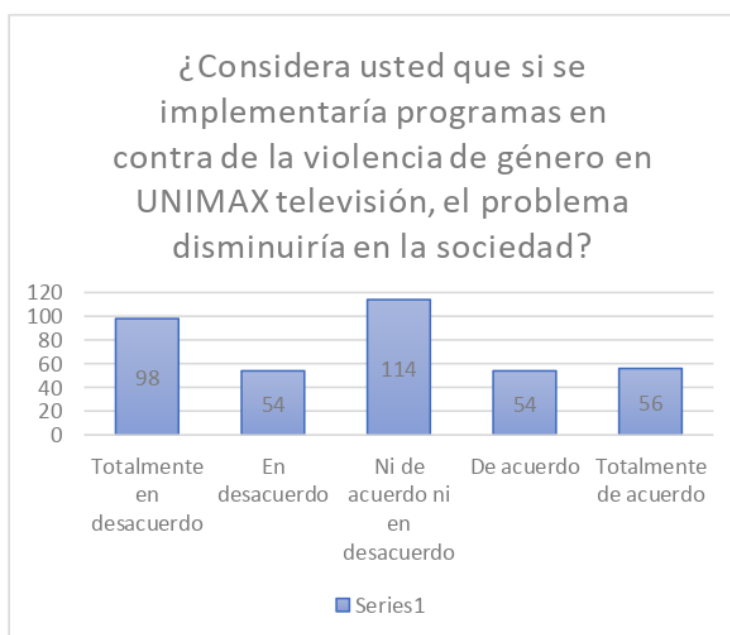
Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Tabla 8

¿Considera usted que si se implementaría programas en contra de la violencia de género en UNIMAX televisión, el problema disminuiría en la sociedad?

Gráfico 7

¿Considera usted que si se implementaría programas en contra de la violencia de género en UNIMAX televisión, el problema disminuiría en la sociedad?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada acerca de si la sociedad cree que la implementación de programas en UNIMAX televisión contra la violencia de género contribuiría a la disminución del problema, se observa que el 26% está en total desacuerdo, el 15%

muestra desacuerdo, el 30% se sitúa en una posición neutral, el 14% está de acuerdo y el 15% expresa estar totalmente de acuerdo. Esto indica que hay una proporción considerable de encuestados que no creen que la introducción de programas en UNIMAX televisión tenga un impacto positivo en la reducción de la violencia de género. A pesar de ello, existe un grupo minoritario pero significativo que respalda la idea.

8. ¿Consideras importante que los medios de comunicación, como UNIMAX Televisión, promuevan una perspectiva de género en sus programas?

Tabla 9

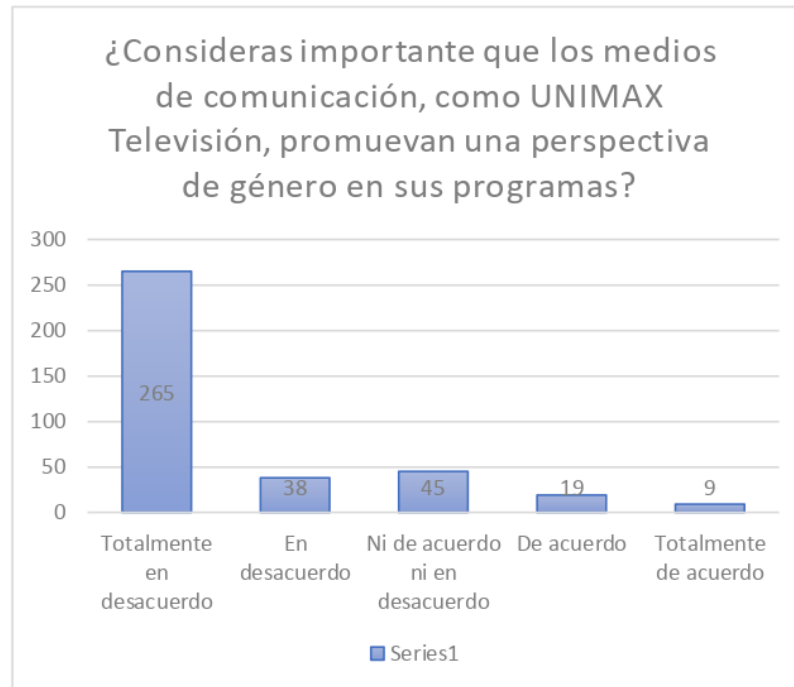
¿Consideras importante que los medios de comunicación, como UNIMAX Televisión, promuevan una perspectiva de género en sus programas?

Totalmente en desacuerdo	265	70%
En desacuerdo	38	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12%
De acuerdo	19	5%
Totalmente de acuerdo	9	2%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 8

¿Consideras importante que los medios de comunicación, como UNIMAX Televisión, promuevan una perspectiva de género en sus programas?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada sobre la importancia de que los medios de comunicación, como UNIMAX Televisión, incorporen una perspectiva de género en sus programas, se observa que el 71% de los encuestados discrepa completamente, el 10% está en desacuerdo, el 12% se encuentra indeciso, el 5% está de acuerdo y el 2% está totalmente de acuerdo. Se destaca que hay un porcentaje bajo de personas que respaldan la idea de que UNIMAX Televisión promueva una perspectiva de género en sus programas, siendo estos datos inferiores en comparación con las respuestas en contra. Esto sugiere que existe un segmento minoritario que apoya la inclusión de una perspectiva de género en la programación, aunque la mayoría de los encuestados no comparte esta opinión.

9. ¿Cómo calificaría el desempeño y el nivel de conocimiento de los presentadores y las presentadoras en los programas de UNIMAX Televisión en cuanto a el tratamiento de temas de género?

Tabla 10

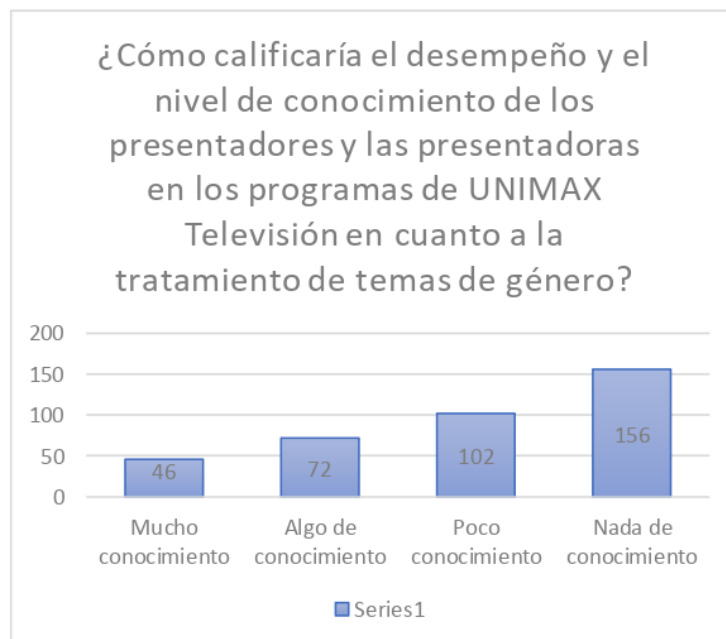
¿Cómo calificaría el desempeño y el nivel de conocimiento de los presentadores y las presentadoras en los programas de UNIMAX Televisión en cuanto a el tratamiento de temas de género?

Mucho conocimiento	46	12%
Algo de conocimiento	72	19%
Poco conocimiento	102	27%
Nada de conocimiento	156	41%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 9

¿Cómo calificaría el desempeño y el nivel de conocimiento de los presentadores y las presentadoras en los programas de UNIMAX Televisión en cuanto a el tratamiento de temas de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo para evaluar la competencia y nivel de conocimiento de los conductores y conductoras en los programas de UNIMAX Televisión en relación con el manejo de asuntos de género, se observa que el 12% posee un amplio conocimiento, el 19% cuenta con cierto grado de conocimiento, el 27% tiene un conocimiento limitado y el 42% carece por completo de conocimiento. Estos resultados indican que existe una variedad de opiniones respecto al desempeño y la pericia de los presentadores en la televisión de UNIMAX, con un porcentaje significativo de la audiencia expresando inquietud acerca de la falta de conocimiento en la cobertura de temas de género.

10. ¿Cree que UNIMAX Televisión debería incluir más programas que promuevan la igualdad de género y la prevención de la violencia de género?

Tabla 11

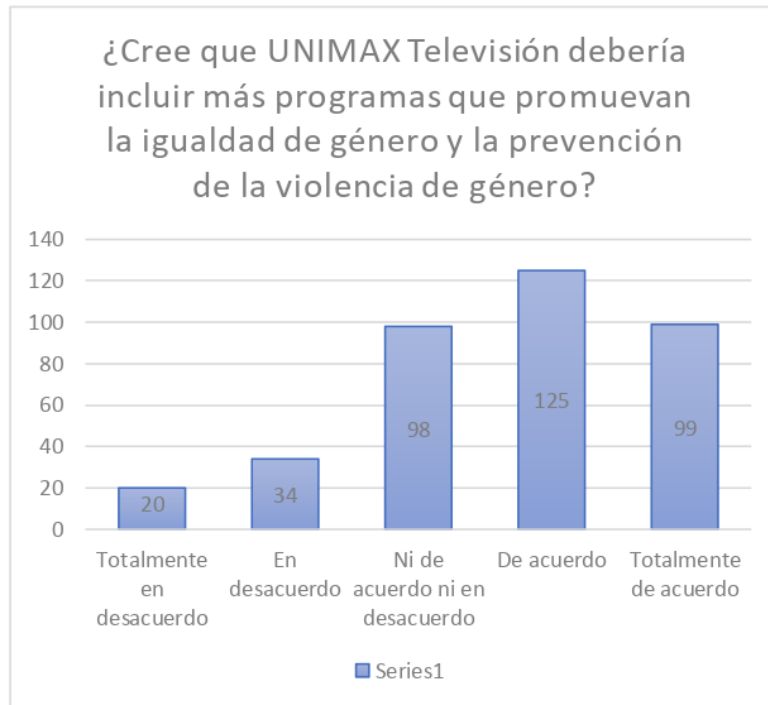
¿Cree que UNIMAX Televisión debería incluir más programas que promuevan la igualdad de género y la prevención de la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo	20	5%
En desacuerdo	34	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	26%
De acuerdo	125	33%
Totalmente de acuerdo	99	26%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 10

¿Cree que UNIMAX Televisión debería incluir más programas que promuevan la igualdad de género y la prevención de la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada sobre si UNIMAX Televisión debería incorporar más programas que fomenten la igualdad de género y prevengan la violencia de género, se observa que el 5% está completamente a favor, el 9% en desacuerdo, el 26% no tiene una postura clara, el 33% está a favor y el 27% está totalmente a favor. La mayoría de los encuestados muestra una inclinación positiva hacia la idea de que UNIMAX Televisión debería añadir más programas que promuevan la igualdad de género y prevengan la violencia de género.

11. ¿Le gustaría ver más expertos y profesionales discutiendo la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión?

Tabla 12

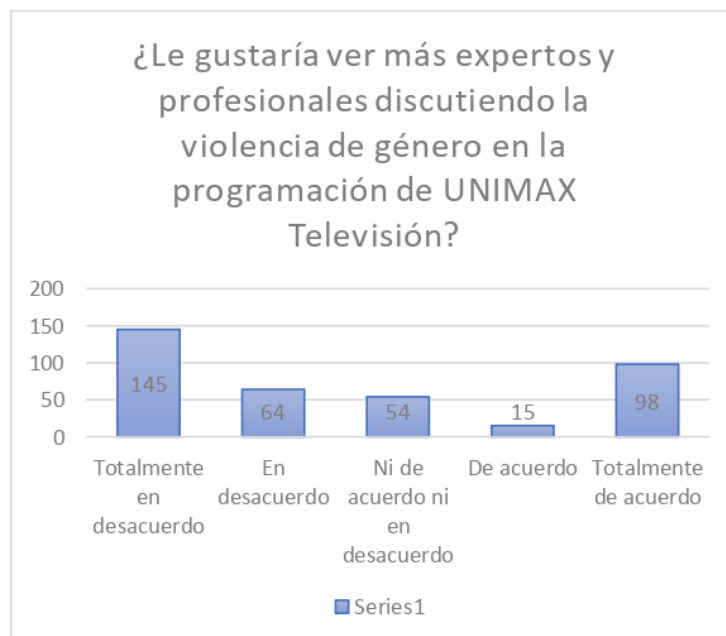
¿Le gustaría ver más expertos y profesionales discutiendo la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión?

Totalmente en desacuerdo	145	39%
En desacuerdo	64	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	14%
De acuerdo	15	4%
Totalmente de acuerdo	98	26%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 11

¿Le gustaría ver más expertos y profesionales discutiendo la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada, el 39% de los participantes expresaron su total acuerdo con la idea de incorporar más expertos y profesionales discutiendo la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión, mientras que el 17% manifestó

su desacuerdo. Por otro lado, el 14% se ubicó en una posición neutral, sin estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% mostró su acuerdo y el 26% estuvo totalmente en desacuerdo. En general, la mayoría de la audiencia parece no respaldar la propuesta de aumentar la presencia de expertos y profesionales abordando el tema de la violencia de género en la programación de UNIMAX Televisión.>

12. ¿Cree que UNIMAX Televisión utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas que abordan la violencia de género?

Tabla 13

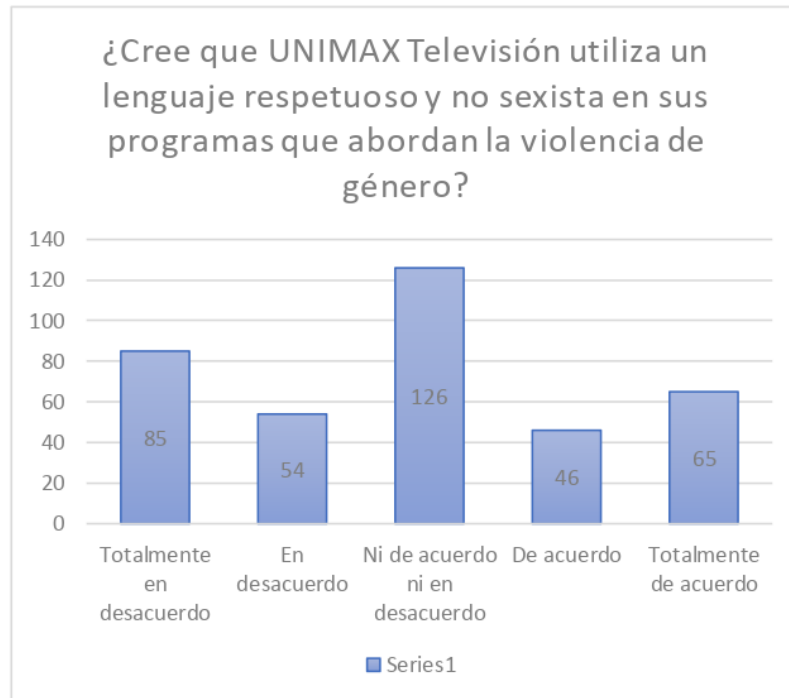
¿Cree que UNIMAX Televisión utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas que abordan la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo	85	23%
En desacuerdo	54	14%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	126	34%
De acuerdo	46	12%
Totalmente de acuerdo	65	17%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 12

¿Cree que UNIMAX Televisión utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas que abordan la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada Cree que UNIMAX Televisión utiliza un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas que abordan la violencia de género, el 23% está totalmente de acuerdo, el 14% está en desacuerdo, el 34% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% está de acuerdo y el 17% está totalmente de acuerdo, la mayoría de los encuestados determinan que están en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo, señalando que se sugiere que una parte considerable de los encuestados no considera que UNIMAX Televisión utilice un lenguaje respetuoso y no sexista en sus programas sobre violencia de género.

13. ¿Ha observado alguna acción o compromiso por parte de UNIMAX Televisión en relación a combatir la violencia de género?

Tabla 14

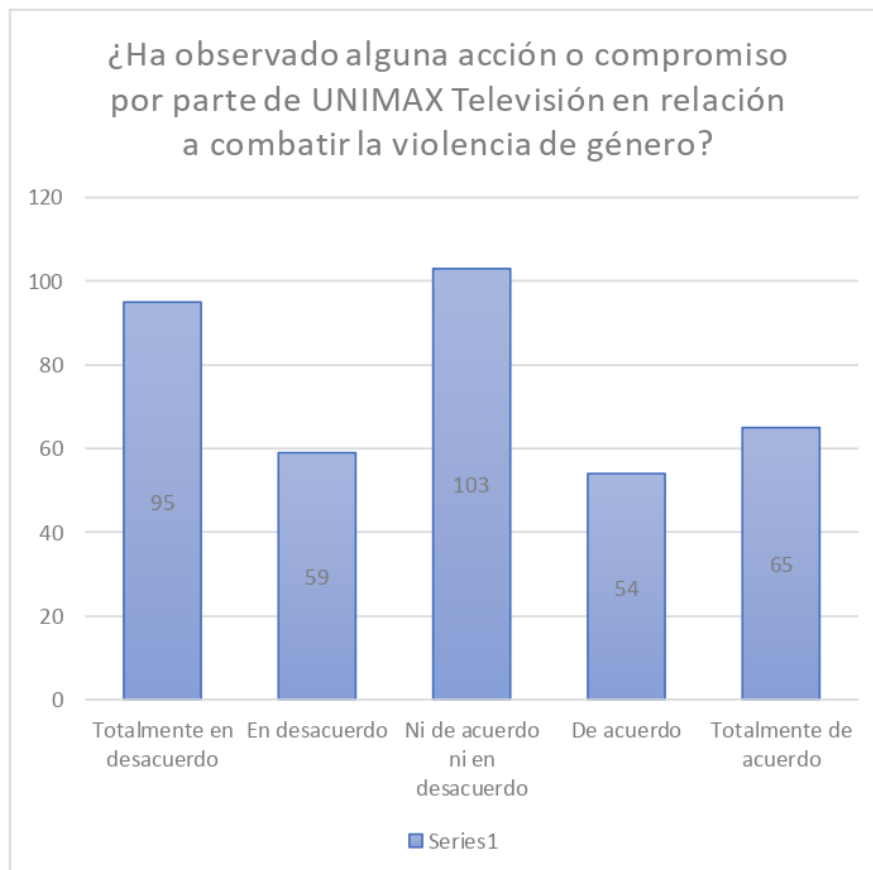
¿Ha observado alguna acción o compromiso por parte de UNIMAX Televisión en relación a combatir la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo	95	25%
En desacuerdo	59	16%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	103	27%
De acuerdo	54	14%
Totalmente de acuerdo	65	17%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 13

¿Ha observado alguna acción o compromiso por parte de UNIMAX Televisión en relación a combatir la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo, se ha notado que el 25% de los participantes respalda plenamente las acciones o compromisos de UNIMAX Televisión para abordar la violencia de género, mientras que el 16% expresa su desacuerdo. El 28% se sitúa en una posición intermedia, sin estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% está de acuerdo y el 17% está totalmente de acuerdo. Estos resultados reflejan una diversidad de opiniones sobre las acciones de UNIMAX Televisión en la lucha contra la violencia de género.

14. ¿Ha reaccionado de alguna manera a la programación relacionada con la violencia de género en UNIMAX Televisión, como comentar en redes sociales?

Tabla 15

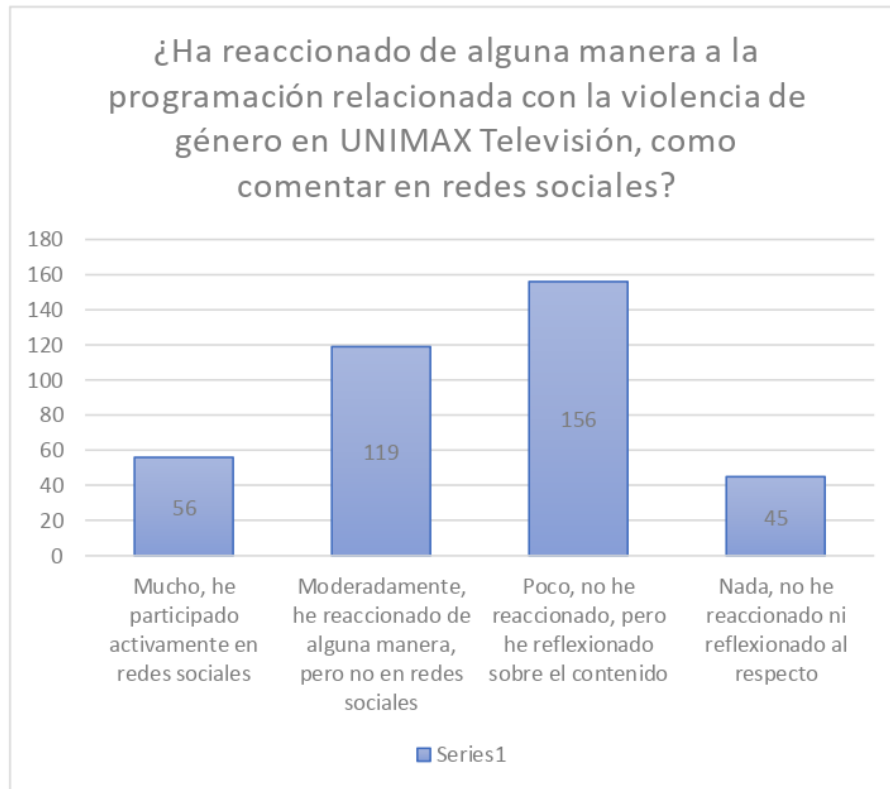
¿Ha reaccionado de alguna manera a la programación relacionada con la violencia de género en UNIMAX Televisión, como comentar en redes sociales?

Mucho, he participado activamente en redes sociales	56	15%
Moderadamente, he reaccionado de alguna manera, pero no en redes sociales	119	32%
Poco, no he reaccionado, pero he reflexionado sobre el contenido	156	41%
Nada, no he reaccionado ni reflexionado al respecto	45	12%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 14

¿Ha reaccionado de alguna manera a la programación relacionada con la violencia de género en UNIMAX Televisión, como comentar en redes sociales?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada, se observó que los participantes han respondido de diversas maneras a la programación vinculada a la violencia de género en UNIMAX Televisión. Esto incluye expresiones en redes sociales, donde el 15% indicó una participación significativa, el 32% mostró una participación moderada, reaccionando de alguna manera, pero no en plataformas sociales. Además, el 41% manifestó una participación limitada, sin reacciones públicas, pero reflexionando sobre el contenido. Por otro lado, el 12% no ha tenido ninguna reacción ni reflexión al respecto. En términos generales, la mayoría de los encuestados ha demostrado algún grado de respuesta o reflexión frente a la programación de violencia de género, ya sea de manera activa en redes sociales, de forma moderada, o reflexionando en privado.

15. ¿Considera que la programación televisiva de UNIMAX Televisión influye en la conciencia social sobre la violencia de género?

Tabla 16

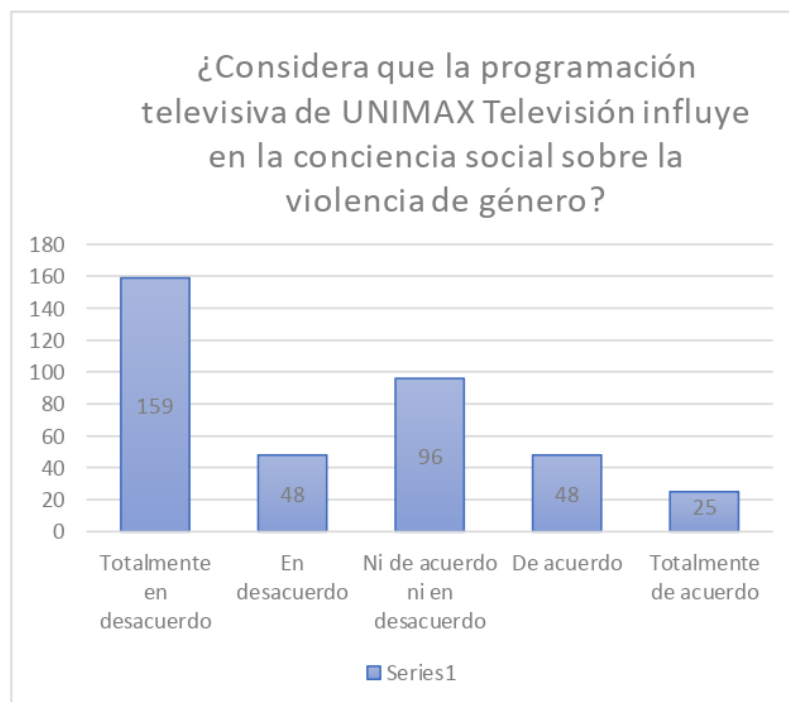
¿Considera que la programación televisiva de UNIMAX Televisión influye en la conciencia social sobre la violencia de género?

Totalmente en desacuerdo	159	42%
En desacuerdo	48	13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	96	26%
De acuerdo	48	13%
Totalmente de acuerdo	25	7%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 15

¿Considera que la programación televisiva de UNIMAX Televisión influye en la conciencia social sobre la violencia de género?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo acerca de si la programación televisiva de UNIMAX Televisión tiene impacto en la conciencia social sobre la violencia de género, se observa que el 42% de los participantes sostiene estar completamente en desacuerdo, mientras que el 13% expresa desacuerdo, un 25% se encuentra en la posición intermedia de ni estar de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% está de acuerdo y el 7% está totalmente de acuerdo. Es evidente que la mayoría de los encuestados no parece percibir una influencia positiva es crucial tener en cuenta que un segmento de los participantes no toma una postura clara en contra ni a favor, indicando que la percepción puede variar ampliamente.

16. ¿Le gustaría que UNIMAX Televisión proporcionara más información sobre recursos disponibles para las víctimas de violencia de género, como líneas de ayuda o centros de atención?

Tabla 17

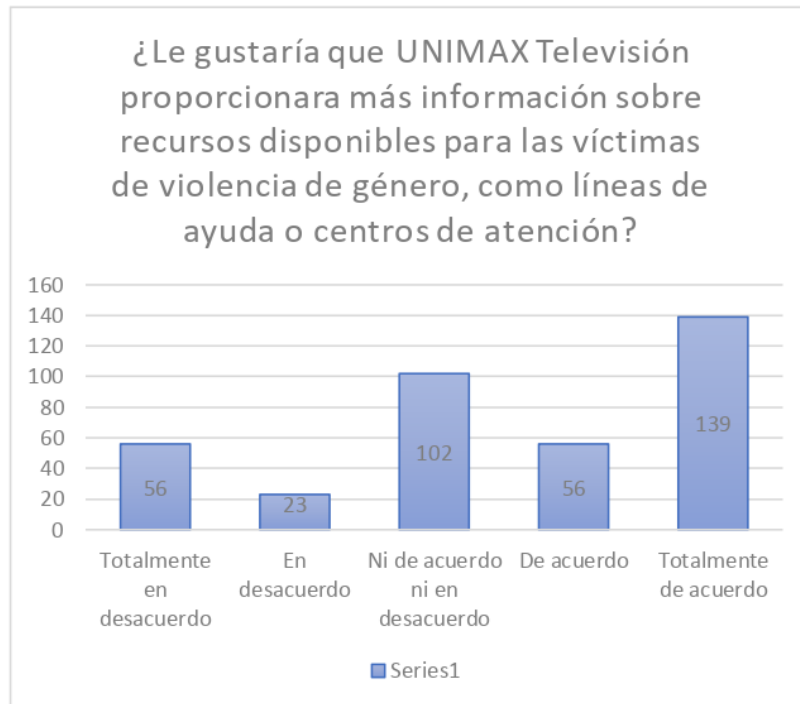
¿Le gustaría que UNIMAX Televisión proporcionara más información sobre recursos disponibles para las víctimas de violencia de género, como líneas de ayuda o centros de atención?

Totalmente en desacuerdo	56	15%
En desacuerdo	23	6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	102	27%
De acuerdo	56	15%
Totalmente de acuerdo	139	37%
Total	376	100%

Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Gráfico 16

¿Le gustaría que UNIMAX Televisión proporcionara más información sobre recursos disponibles para las víctimas de violencia de género, como líneas de ayuda o centros de atención?



Elaborado por: Doménica Monserrath García Solís

Análisis e Interpretación

En la encuesta llevada a cabo acerca de si a la audiencia le gustaría que UNIMAX Televisión ofreciera mayor información acerca de los recursos disponibles para las víctimas de violencia de género, como líneas de ayuda o centros de atención, se observa que el 15% manifiesta estar en total desacuerdo, el 6% muestra desacuerdo, el 27% se encuentra en una posición neutral, el 15% está de acuerdo y el 37% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere una receptividad general hacia la idea de que UNIMAX Televisión brinde más información sobre los recursos destinados a las víctimas de violencia de género, con una proporción significativa de la audiencia expresando un acuerdo total o parcial.

DISCUSIÓN

La programación televisiva de UNIMAX Televisión carece de información específica en relación a su postura sobre la violencia de género, siendo crucial que la programación aborde este tema de manera realista, resaltando las complejidades y consecuencias de tales comportamientos, pues bien es imperativo que UNIMAX evite exaltar la violencia de género o retratarla de manera que minimice su gravedad, ya que esto podría contribuir a desafiar estereotipos y fomentar una comprensión más completa del problema.

UNIMAX Televisión podría desempeñar un papel fundamental en la sensibilización y prevención de la violencia de género al destacar los problemas subyacentes, fomentar la empatía y educar al público sobre los recursos disponibles para aquellos que podrían verse afectados.

VERIFICACION DE HIPÓTESIS (chi cuadrado)

Modelo lógico

La Programación Televisiva de Unimax Televisión y la Perspectiva sobre la Violencia de Género.

Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis alterna (h₁):

La programación de Unimax Televisión influye en la Perspectiva sobre la Violencia de Género.

Hipótesis nula (h₀):

La programación de Unimax Televisión influye en la Perspectiva sobre la Violencia de Género.

Selección de nivel de significación

Nivel de significación

Para comprobación de la hipótesis, se selecciona un nivel de significación del 5%, ($\alpha=0,05$).

Determinación del estadístico

$$x^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

Desarrollo de la formula

g.l. = (F - 1)*(C - 1)

g.l. = (5 - 1)*(2 - 1)

g.l. = 4*1

g.l. = 4

Aceptación o rechazo

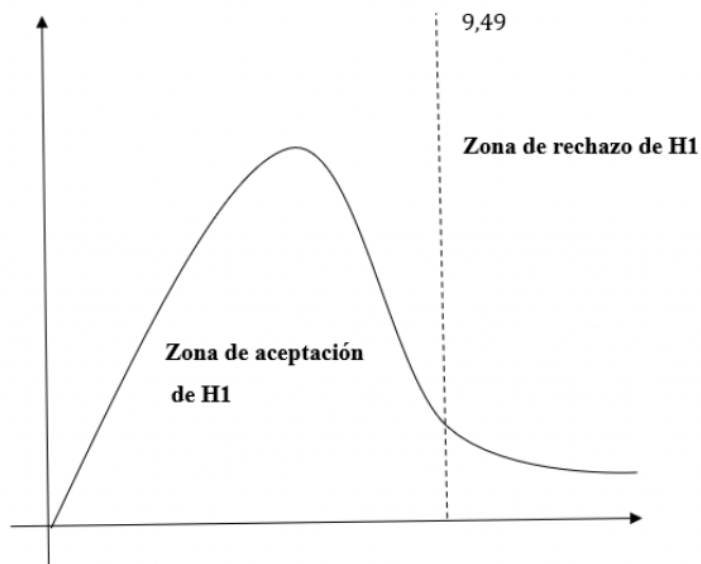
$X^{2t} = 9,49$ chi cuadrado de la tabla del libro estadístico.

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449

4.2.1. Comprobación de la hipótesis

Regal de decisión

$R(Ho) \text{ si } X^{2t} > X^{2t} > 9,49$



Operación o cálculo del chi cuadrado

Pregunta	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Suma
3	244	66	54	12	0	376
VI	244	66	54	12	0	376
15	159	48	96	48	25	376
VD	159	48	96	48	25	376
Total	403	114	150	60	25	752

Frecuencia observada

Frecuencia Observada					
VI	244	66	54	12	0
VD	159	48	96	48	25
TOTAL	403	114	150	60	25

Frecuencia esperada

Frecuencia Esperada					
VI	201.5	57	75	30	12.5
VD	201.5	57	75	30	12.5
TOTAL	403	114	150	60	25

Desarrollo

FE	FO	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
244	201.5	-42.5	1806.25	-7.40266393
159	201.5	42.5	1806.25	11.36006289
TOTAL	CHI CUADRADO			3.957398959

Análisis e interpretación

Una vez desarrollado el cálculo del chi cuadrado se puede determinar un valor de 3.957, mismo que se encuentra en la zona de aceptación en la campana de Gauss, definiendo así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Si bien la programación de UNIMAX televisión posiblemente desempeñó un papel en la disminuir la violencia de género en Ambato durante el año 2022, es esencial reconocer que este dilema es intrincado y multifacético, abordar eficazmente esta problemática demanda una colaboración coordinada en diversas esferas, que abarcan desde la educación y la legislación hasta la sensibilización comunitaria. De esta manera se determina como punto principal de este trabajo que UNIMAX televisión no posee ninguna programación en cuanto a la prevención de violencia de género

Al analizar la programación de UNIMAX TV, se descubre una escasa presencia de contenidos destinados a abordar la prevención de la violencia de género. Esto evidencia la falta de compromiso significativo por parte de la cadena televisiva en la promoción de mensajes positivos y la conciencia social.

La revisión de iniciativas para prevenir la violencia de género destaca la relevancia de adoptar estrategias educativas, fomentar la conciencia, promover la inclusión cultural, impulsar la participación comunitaria, fortalecer el empoderamiento de género y llevar a cabo evaluaciones continuas.

Aunque no hay detalles específicos disponibles sobre UNIMAX TV y su contribución a la prevención de la violencia de género, es posible proporcionar información sobre el papel que las cadenas de televisión en general pueden desempeñar en la prevención de este tipo de violencia.

Recomendaciones

Analizando detenidamente el contenido particular de los programas que se centran en cuestiones relacionadas con la igualdad de género y la prevención de la violencia, se busca indagar en entrevistas y testimonios de individuos que hayan vivido experiencias de violencia de género. El objetivo es evaluar cómo los programas transmitidos por UNIMAX televisión han influido en la percepción y conciencia de estas personas acerca de este importante tema.

UNIMAX TV debe incrementar la presencia de contenidos relacionados con la prevención de la violencia de género, invitar a amigos, familiares y seguidores a firmar la petición para mostrar apoyo.

Iniciar una campaña en redes sociales utilizando un hashtag específico para destacar el compromiso de UNIMAX TV en la prevención de la violencia de género, animando a otros usuarios a compartir mensajes, imágenes y estadísticas relacionadas con la importancia de abordar este tema.

Buscar colaboraciones con organizaciones dedicadas a la prevención de la violencia de género, trabajar de manera conjunta en la creación de contenido educativo y de concientización que pueda ser presentado a UNIMAX TV como una propuesta valiosa.

Bibliografía

1. Andrade, K. (2022). *La industria cultural audiovisual en las plataformas de streaming: Una muestra de las series de ciencia ficción en Netflix, Amazon Prime Video y Disney+*. Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <https://doi.org/10.32719/26312514.2022.5.3>
2. Andrade, M. (2021). *Medios de comunicación y sociedad*. Universidad de Loja. Obtenido de <https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf>
3. Antezana, C. (2017). *Las Características De Los Procesos De Producción Audiovisual En La Ciudad De Cochabamba*. Universidad Católica Bolivia "San Pablo". Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762017000200003
4. Arrese, A. (2022). *La transformación digital de la agencia de publicidad análisis del caso español*. Universidad de Navarra. Obtenido de https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/62869/1/Tesis_Kaufmann.pdf
5. Brito, X., Ortiz, L., & Guamán, N. (2020). *El desarrollo y la comunicación: Un divorcio en Latinoamérica*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.1>
6. Burgos, N. (2019). *Evolución de los medios tradicionales a cibermedios en Ecuador*. Universidad Técnica De Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6319/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000095.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
7. Cabezas, E., Naranjo, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
8. Canales, A., Fuentes, J., & de León, C. (2019). *Desarrollo y migración*. cepal. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/55aaa08e-7c40-4d21-90bf-1402d422b400/content>
9. Cangás, M. (2020). *Impacto de la televisión sobre la cultura política de los jóvenes en programas informativos de canales nacionales*. Universidad Central Del Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/90fd716a-1bdf-4d6d-b3a6-cf8ba87af935/content>
10. Cardoso, L., Calvi, G., & Triguboff, M. (2019). *Políticas y producción audiovisual en la era digital en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Obtenido de

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191212093537/Políticas-y-produccion-audiovisual.pdf>

11. Carvajal, R. (2021). *Análisis de las estrategias comunicacionales de la Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género*. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8049/1/T3487-MCE-Carvajal-Comunicacion.pdf>
12. Casa, R. (2019). *La ética aplicada a los medios de comunicación*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/05/etica-medios-comunicacion.html>
13. Chamorro, D. (2020). *Lenguaje audiovisual en la cultura digital: Enchufe.tv y las estrategias de fidelización*. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/1490/1325>
14. Contreras, C. (2021). *Transversalizando la perspectiva de género en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: el proyecto de la Unidad de Género, la erradicación de la violencia de género y la ruta hacia la igualdad sustantiva*. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182020000300233
15. Cruz, M., Pozo, M., Aushay, H., & Arias, A. (2018). *Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil*. Universidad de Costa Rica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4768/476862662003/html/>
16. Cruz, V., Guzmán, G., & Cisneros, J. (2022). *Violencia de género en la televisión. Un análisis del discurso*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/atotonilco/article/view/8147/8442>
17. Endara, S., & Herdoíza, M. (2018). *Otra mirada desde la práctica educativa educación, ética y valores*. Universidad Nacional De Educación Del Ecuador – Unae. Obtenido de <https://unae.edu.ec/wp-content/uploads/2020/03/OtraMiradaDesdeLaPracticaEducativa.pdf>
18. Escola, K. (2022). *Uso del audiovisual para la revitalización de la oralidad en 3 comunidades de la provincia de Imbabura*. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9248/1/T4053-MC-Escola-Uso%20del%20audiovisual.pdf>
19. García, D., Hernández, N., & Toro, D. (2020). *El Audiovisual Como Herramienta Social*. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

- Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2163/EL%20AUDI%20VISUAL%20COMO%20HERRAMIENTA%20SOCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
20. García, R., Pérez, A., & Torres, Á. (2018). *Educación para los nuevos Medios Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17049/1/Educacion%20para%20los%20nuevos%20medios.pdf>
 21. Goldarbeiter, M., & Guzmán, C. (2021). *La Perspectiva De Género En Los Medios De Comunicación*. Universidad De Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48696/TFG-N.%201676.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 22. Gómez, B. (2018). *El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa*. Universidad Internacional de La Rioja. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4415/441556240010/html/>
 23. Gonzabay, M. (2022). *Programas Informativos Y Su Efectividad En La Resolución De Problemas De La Comunidad. Caso Entre Ellas De Tc Televisión*. Universidad De Guayaquil. Obtenido de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/367b42c4-13e1-4bcd-bb70-4b5a80fb9186/content>
 24. Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Recimundo. Obtenido de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
 25. Gutiérrez, O. (2020). *Consideraciones sobre el proceso de globalización*. Obtenido de <https://www.academica.org/osvaldo.gutierrez.sanchez/15.pdf>
 26. INEC. (2023). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/page/3/?s=poblaci%C3%B3n>
 27. Jarrín, F. (2019). *EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO*. Universidad técnica de ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29710/1/FJCS-POSG-148.pdf>
 28. Langet, V. (2018). *“Los contenidos culturales y la promoción educativa de unimax tv de la ciudad de ambato”*. Universidad Técnica De Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27751/1/FJCS-CS-522.pdf>
 29. López, A. (14 de 04 de 2021). *La evolución de la imprenta: desde Gutenberg hasta la impresión digital. El país*. Obtenido de

- <https://elpais.com/cultura/2021-04-14/la-revolucion-silenciosa-de-johannes-gutenberg-con-el-invento-de-la-imprensa.html>
30. López, E. (2020). *La importancia de la televisión en la cultura*. Obtenido de <https://www.informauva.com/importancia-television-cultura/>
 31. Molina, C. (2020). *Los medios de comunicación y el discurso disciplinante: Análisis del doble femicidio de turistas argentinas en Montañita, Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/16105/8/TFLACSO-2020CIMA.pdf>
 32. Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Universidad Técnica De Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
 33. ONU. (2023). *Incorporación de la perspectiva de género*. unwomen. Obtenido de <https://www.unwomen.org/es/how-we-work/un-system-coordination/gender-mainstreaming>
 34. Palau, D., & Carratalá, A. (2020). *Docuficción y responsabilidad social: la recreación de la violencia de género en TV**. Universitat de Valencia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/649/64968045004/html/>
 35. Proaño, R., & Tayupanta, Á. (2023). *Preproducción multimedia: del concepto al pitch*. Instituto Superior Tecnológico Quito. Obtenido de https://itq.edu.ec/wp-content/uploads/2023/10/2023-09-29_preproduccion_multimedia_del_concepto_al_pitch.pdf
 36. Regalado, W. (2021). *Imaginario de la paternidad y maternidad en torno a la conciliación familia-trabajo desde la perspectiva de género y clase social: caso FLACSO Ecuador*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17978/2/TFLACSO-2021WGRN.pdf>
 37. Rivera, L. (2020). *El caso de las mujeres Awá víctimas de violencia sexual en el marco del conflicto armado colombiano*. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7603/6/TD140-DDE-Rivera-Acceso.pdf>
 38. Robledo, K. (2017). *Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión*. Universidad de Piura. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-EvolucionDelPeriodismo-6057561.pdf>
 39. Romero, P., & Valbuena, O. (2019). *Perspectiva de Género en la Prensa Ecuatoriana*. Universidad de la Habana. Obtenido de

<https://pure.ups.edu.ec/es/publications/gender-perspective-in-the-ecuadorian-press>

40. Sagot, M. (2017). *Feminismos, pensamiento crítico y propuestas alternativas en américa latina*. Clacso. Obtenido de https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20170828113947/Feminismos_pensamiento_critico.pdf
41. Samson, E., & Orbe, T. (2023). *Medios de comunicación masivos en la era digital: potenciando tu estrategia con email marketing*. Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de file:///C:/Users/pc/Downloads/216-231-PB.pdf
42. Sánchez, P., Uriguen, P., & Vega, F. (2021). *Discriminación y desigualdad salarial. Exploración de brechas por género en Ecuador*. Revista Científica y Tecnológica UPSE. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/544/507>
43. Sánchez, Y., & Balaguera, F. (2019). *Construcción de la Identidad de Género en Mujer Trans Mediante Estudio de Caso*. Universidad de Pamplona. Obtenido de http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/4715/1/Sanchez_Balaguera_2019_TG.pdf
44. Torres, A., & De Santis, A. (s.f.). *Youtube y la comunicación del siglo XXI*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19292/1/YouTube%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n%20del%20SIGLO%20XXI.pdf>
45. Veliz, M. (2019). *Violencia y discriminación contra mujeres, niñas y adolescentes: Buenas prácticas y desafíos en América Latina y en el Caribe*. OEA. Obtenido de <https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/ViolenciaMujeresNNA.pdf>

Cronograma

Tabla 18

Cronograma de actividades

CAPITULOS	TEMAS	SEMANAS																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	
Capítulo I	Antecedentes investigativos	X	X	X														
	Categorías fundamentales			X	X	X	X											
	Objetivos						X											
Capítulo II	Materiales						X	X										
	Métodos							X	X									
Capítulo III	Análisis y discusión de resultados							X	X	X	X							
	Verificación de hipótesis											X	X					
Capítulo IV	Conclusiones												X					
	Recomendaciones													X				
	Redacción final													X	X	X	X	X