



Facultad de Comunicación

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Evaluación del circuito de podcast educativos, dirigidos a generadores de contenido, a través de la plataforma digital Zoom, género y sociedad (<http://www.proyectozoom.com/>) para la formación en temáticas de género.

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Marketing

Presentado por:

Daniel Enrique Noblecilla Castro

Equipo de Asesores:

José Miguel Campi

Naomi Nuñez

GUAYAQUIL, ECUADOR

NOVIEMBRE 2016

RESUMEN o ABSTRACT

En el año 2016, un grupo de estudiantes de la Universidad Casa Grande, realizó como Proyecto de Aplicación Profesional “Estrategias de comunicación que permitan mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales de la televisión ecuatoriana enfocados en la equidad e igualdad de género” que nace con el fin de generar conciencia social en los generadores de contenido de la televisión ecuatoriana. El presente trabajo adquiere importancia pues su propósito principal es la de evaluar el circuito de podcasts educativos, dirigidos a generadores de contenidos y conocer cuál fue la percepción de este público al visualizarlo. Como parte de la investigación las personas entrevistadas previamente realizan una observación de los podcasts y posteriormente contestan una entrevista para conocer la percepción que tuvieron, identificar las fortalezas y debilidades del contenido, y recibir una retroalimentación que en un futuro permita implementar mejoras continuas en este tipo de material educativo expuesto en el espacio digital www.proyectozoom.com.

PALABRAS CLAVES: Podcast / Género/ Sexo / Television / zoom

ÍNDICE

1	Introducción.....	4
2.	Motivación Personal.....	6
3.	Metodología de la investigación.....	7
3.1.	Naturaleza del proyecto.....	7
3.2	Objetivos.....	8
3.3	Unidades de análisis y muestra.....	8
3.4	Instrumentos de Medición y Técnicas.....	10
4.	Resultados.....	11
5.	Conclusiones generales.....	15
6.	Recomendaciones generales.....	16
7.	Autoevaluación.....	17
8.	Bibliografía.....	18
9.	Anexos.....	19

1. INTRODUCCIÓN

La Ley Orgánica de Comunicación (2013) en su artículo 61, busca erradicar condiciones de discriminación, distinción, exclusión de género. Con este hecho los contenidos que tienen los programas que se producen localmente deben ser muy bien revisados y analizados previo a su publicación, lo que conlleva a que los medios cada día sean más cuidadosos y participen de la responsabilidad de los criterios y comentarios que son emitidos en su programación regular.

En el año 2013, estudiantes de la Universidad Casa Grande, realizan una investigación enfocada en el análisis de las representaciones de género en la producción nacional desde un ámbito cuantitativo, a partir de esta investigación y adicionando una actualización de resultados, en el año 2014 se crea un digital publishing llamado “Zoom”, el que busca formar a sus lectores en conceptos como sexo, género, identidad de género, heteronormatividad, machismo, sistema binario de género, LGBTI, modelos de estereotipos de Richard Dyer, para así poder entender cómo la sociedad percibe e interioriza los estereotipos en los medios de comunicación. En la actualidad Zoom se ha convertido en una plataforma digital donde a través de su contenido lucha por la visibilidad de la diversidad de género en la ciudad de Guayaquil.

Según investigaciones publicadas en el espacio digital de proyecto zoom en la sección Zoom in Ecuador 2016, donde se identifica el sexo de los personajes presentados en la programación; se evidencia un crecimiento en la participación de la mujer cissexual, mientras que la aparición de hombres y mujeres transexuales es del 0%, cifra que no refleja la realidad que se vive en la sociedad ecuatoriana. Dentro de esta misma investigación, RTS cuenta con la mayor aparición de mujeres cissexuales con el 48,36% frente al 45,60% de los hombres. El canal con mayor aparición de hombres cissexuales es Gama TV con el 60,57% y solo un 27,25% de mujeres; lo sigue Teleamazonas con un 57,50% de hombres y un 28,75% de mujeres y finalmente Canal UNO con menor diferencia, presentando a los hombres cissexuales con el 51,12% y a las mujeres cissexuales 46,54%. Ecuavisa y TC Televisión siguen siendo los canales con mayor equilibrio en las representaciones de hombres y mujeres cissexuales. En el primer canal los hombres cissexuales tienen un 57,85% y las mujeres Cissexuales 41,11%; mientras que en el segundo las mujeres cissexuales representan el 50,70% frente a un 49,30% de hombres cissexuales.

Los medios televisivos tienen un papel protagonista, ya que en sus manos radica la posibilidad de contribuir a que se tolere y se comprenda la diversidad que existe en la sociedad, mostrando productos audiovisuales que rompan estereotipos, proyectando imágenes positivas respecto a la tolerancia y estimulando a que sus audiencias conozcan más de diferentes grupos minoritarios. Todos quienes participan en el proyecto Zoom, desde sus distintas aristas creemos que este hecho ayudaría a minimizar la discriminación que tienen grupos minoritarios.

Según estudio de Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación MIES (2014) “la televisión ha llevado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos, modelos de convivencia, valores y actitudes, que no se corresponden con la realidad social” (p. 36)

De acuerdo a las cifras y datos citados en los párrafos anteriores se puede identificar cual es la realidad de la equidad e igualdad de género en los canales de televisión ecuatoriana, situación que ha llevado a estudiantes de la Universidad Casa Grande, a plantear proyectos que busquen tomar participación y acción sobre esta realidad.

Dentro del proyecto grupal de aplicación profesional “Estrategias de comunicación que permitan mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales de la televisión ecuatoriana enfocados en la equidad e igualdad de género” se propone realizar podcasts educativos que aborden la temática de equidad género y permitan mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales de la televisión ecuatoriana, así mismo se propone la difusión de este material a través de www.proyectozoom.com.

Bajo lo expuesto se motiva a que en el presente trabajo se haga una evaluación del contenido de los podcasts educativos por parte de guionistas y redactores. Para hacer la evaluación de los podcast educativos, se invitó a guionistas y redactores del medio para visualicen el contenido de los circuitos de podcast, luego se realizó una entrevista como técnica de investigación cualitativa a cada uno de ellos, lo que permitió obtener

información útil del nivel de aceptación que tuvieron los contenidos de los videos y realizar conclusiones y recomendaciones.

2. MOTIVACIÓN PERSONAL

Este proyecto para mí tiene una gran relevancia, pues soy parte de un grupo minoritario de la población y puedo comprender más claramente cómo los medios de comunicación, la religión, las creencias y otros factores pueden contribuir a que la discriminación e intolerancia hacia grupos vulnerables exista. De igual manera, considero que el desconocimiento parcial o total de lo que estos conceptos significan, estimulan la intolerancia, promueve la creación de estereotipos negativos y promueve la burla hacia quienes no pertenecen a las grandes mayorías.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Naturaleza del proyecto:

El trabajo de investigación consiste en la evaluación por parte de guionistas y redactores del contenido del circuito de podcasts educativos realizado en el proyecto grupal “Estrategias de comunicación que permitan mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales de la televisión ecuatoriana enfocados en la equidad e igualdad de género” cuya propuesta es la generación de contenidos más inclusivos en términos de género a través del espacio digital www.proyectozoom.com

3.2 Descripción de los objetivos:

Objetivo General:

Evaluar por parte de guionistas y redactores el contenido del circuito de podcasts educativos sobre temáticas de género, desarrollados para la espacio digital Zoom, género y sociedad.

Objetivos Específicos:

- Conocer la apreciación que tienen los guionistas y redactores del contenido de los podcasts educativos.
- Identificar cuáles son las fortalezas y debilidades del contenido de los podcasts educativos, a partir de la revisión y opinión de guionistas y redactores.
- Identificar qué mejoras se pueden recomendar en los podcasts educativos, a partir de la observación y opinión de guionistas y redactores.

3.3 Unidades de análisis y Muestra

Población y muestra de la investigación

La muestra con la que se va a evaluar los podcasts educativos será de 6 personas de distinto sexo, entre guionistas y redactores, con nivel de estudio universitario, de principales canales de televisión abierta. Para efectuar el presente trabajo de investigación se acude a reproducir los videos al entrevistado y luego se le elabora una serie de preguntas que servirán para conocer la percepción que tuvo referente al contenido de los podcasts.

Nombre	Sexo	Canal de televisión	Experiencia
Gustavo Segale	Masculino	Ecuavisa	15 años guionista
Stephanie Iperti	Femenino	Gama TV	10 años Guionista de campo y redactor
Jorge Luis Perez	Masculino	Ecuavisa	12 años guionista de campo
Paola Andrade	Femenino	Gama TV y TC Televisión	10 años como guionista y redactor
Ricardo Velez	Masculino	Gama TV y TC Televisión	13 años como guionista
María José Gabela	Femenino	Gama TV	15 años como guionista

Fuente: Datos obtenidos a octubre del 2016 en canales de televisión

Elaborado por: Daniel Noblecilla

A los guionistas y redactores se les realizará una entrevista a profundidad para poder obtener la información necesaria que permita cumplir los objetivos propuestos en la investigación. La muestra empleada será de tipo no probabilístico.

3.4 Instrumentos de Medición y Técnicas

Para la recolección de datos se aplica el tipo de investigación cualitativa a través de la entrevista a profundidad. Según Martínez (2011), la entrevista de profundidad es una técnica cualitativa que permite, a través del diálogo, conseguir información valiosa acerca del tema a investigar.

A través de esta técnica, el entrevistador decide y organiza los temas mientras que el entrevistado (en este caso los guionistas y redactores) aporta con las vivencias y experiencias que tuvo luego de revisar los contenidos mediante la observación de los podcasts educativos, convirtiéndose en un diálogo donde se permite conocer puntos clave de la investigación.

Para facilitar la entrevista, se desarrolla un cuestionario de preguntas que servirán de ayuda para que el entrevistado pueda transmitir la percepción que tuvo en los podcast educativos.

Para realizar el trabajo de investigación “Evaluación del circuito de podcast educativos, dirigidos a generadores de contenido, a través de la plataforma digital Zoom, género y sociedad (<http://www.proyectozoom.com/>) para la capacitación en temáticas de género”, se acude a la modalidad de campo, con la que se llega a recolectar los datos de los entrevistados.

Cuestionario de preguntas para entrevistas

1. ¿Cuál cree que fue el objetivo de los podcasts?
2. ¿Cómo calificaría el contenido de los podcasts?
3. ¿Qué fortalezas y debilidades pudo encontrar en los podcasts?
4. ¿Qué recomendación haría Ud. para mejorar el contenido de los podcasts?
5. ¿Cree Ud. que los podcasts permiten transmitir de manera adecuada temas de género, sexo, orientación sexual y violencia de género?
6. ¿Cree Ud. que los términos de género, sexo, orientación sexual y violencia de género se transmiten de manera clara en los podcasts?

4.- Resultados

4.1. Análisis e interpretación de la entrevistas dirigida a guionistas y redactores

Percepción general de los podcasts educativos

Luego de realizar la entrevista a los guionistas y redactores, se identifica que los podcast educativos tienen el objetivo de abordar temas de género con el fin de inculcar a las personas que manejan contenido sobre esta temática. Según Andrade en entrevista expresa que: “el contenido es muy bueno, sencillo y específico, habla de cómo identificar la violencia de género, situaciones que antes la sociedad no le daba importancia. Los podcast cumplen con informar sobre la violencia de género que existe en diferentes ramas profesionales sobre todo en periodismo y fútbol”

Los podcasts manejan bastante bien los términos de género, sexo, orientación sexual, violencia de género, intentan formar a las personas para saber cómo tratar grupos minoritarios como LGBTI. De acuerdo a entrevista Vélez indica “Los vídeos subidos en internet se constituyen en una herramienta muy valiosa para que las personas que están en comunicación puedan aprender y manejar de mejor manera este tipo de términos”.

Si identifica una oportunidad de difundir los podcasts a través de publicaciones de internet y redes sociales se viralice, lo cual se constituye en una forma de capacitar a la sociedad de una manera sencilla.

. Según entrevista efectuada Andrade manifiesta “Los podcast cumplen con informar sobre la violencia de género que existe en diferentes ramas profesionales sobre todo en periodismo y fútbol”. El contenido de los podcasts educativos va desde lo básico hasta lo vivencial con talentos de pantalla que cuentan sus experiencias para que las

personas sepan cómo tratar esta temática. . Uno de los videos aborda un tema de discriminación racial, que llama la atención a alguno de los entrevistados, por ser otro problema que vive la sociedad.

Fortalezas:

Las fortalezas detectadas por los entrevistados se centran en los siguientes aspectos:

El mensaje de los podcast educativos es directo y claro, utiliza formatos de fácil comprensión para comunicar el mensaje, esto hace que su contenido sea llamativo y no se vuelva aburrido y monótono.

La participación de personajes de televisión permite tener una mayor acogida a este tipo de herramientas de comunicación audiovisual.

Las vivencias de personas permiten sensibilizar más a las personas que visualizan el contenido de los videos, y de esta manera transmiten de manera más clara el mensaje en base a la experiencia contada.

Debilidades:

Los guionistas y redactores en su calidad de entrevistados identificaron como debilidad que el tiempo que tienen los podcast vivenciales es muy corto, no se alcanza a

profundizar más el tema y se lo trata de una manera superficial, deberían tener un final que invite a la reflexión sobre este tema.

Recomendaciones:

Con el fin de mejorar la calidad de los podcasts educativos, del grupo de guionistas y redactores se puede captar las siguientes recomendaciones realizadas:

Se recomienda realizar podcasts educativos a través de la ficción basada en hechos reales.

Hay que mejorar la parte audiovisual, esto ayudaría a ser más didáctico el contenido de los podcasts.

Realizar vídeos de tipo vivencial inclusive con personas que pertenecen a grupos minoritarios ayudan a receptar más rápido el mensaje al público. El contar una experiencia a través de un podcast es una manera acertada de llevar a la reflexión a las personas sobre la problemática que se aborda.

Los podcasts deben ser de acceso libre no solo a generadores de contenido, sino a todas las personas para que puedan entender sobre la problemática de género. Se puede realizar una campaña de difusión por redes sociales.

5.-Conclusiones generales

Luego de la investigación realizada, se puede concluir de manera general con lo siguiente:

Los guionistas y redactores ratifican que los podcasts educativos sobre temáticas de género, desarrollados para la espacio digital Zoom, género y sociedad son una herramienta adecuada que permite transmitir de manera acertada términos que abordan la temática de género, sexo, orientación sexual y violencia de género, así mismo se constituyen también en una herramienta que permite tratar sobre otros temas que son problemática social, como lo es el racismo.

De acuerdo a las personas entrevistadas, existe la percepción que la participación de talentos de pantalla en los podcasts educativos donde transmiten vivencias personales, permite llegar de mejor manera con el mensaje a transmitir.

Los podcasts educativos no solo deben ser orientados a generadores de contenidos de canales de televisión, también pueden utilizarse en otros ámbitos tales como colegios y universidades a que desde una etapa formativa se puedan entender estos términos y comenzar a tratar a las personas con igualdad en la sociedad.

De acuerdo a los entrevistados, los podcast que más llamaron la atención fueron los de Doménica Menessini y Carlos Luis Morales, permiten conocer la realidad que han vivido estas personas desde diferentes situaciones, muestran que la discriminación puede existir tanto para el hombre y la mujer.

6.-Recomendaciones

La difusión de los podcast, no debe quedar limitada a solo ser publicada en el sitio web de Proyecto Zoom, se recomienda realizar una campaña de difusión a través de redes sociales de manera que se pueda dar a conocer la existencia de este material a diferentes grupos sociales, esto también se convierte en una oportunidad para promocionar el espacio digital www.proyectozoom.com y el resto del material valioso existente en este sitio.

Se recomienda grabar más podcast educativos tipo vivenciales con la participación de personas de la pantalla que se identifiquen con grupos LGBTI, de esta manera puedan contar de manera un poco más profunda sus experiencias y que el público pueda ver cuál es la realidad de su entorno y aprendan a tratar con igualdad a todas las personas.

La elaboración de podcast educativos que dentro de su contenido tengan temáticas que abordan temas complejos, como lo es el de equidad de género, debe de revisarse que

el tiempo de grabación sea el idóneo para transmitir las vivencias y el mensaje que permitan llevar a una reflexión al público objetivo.

Con el fin de tener una sociedad más inclusiva, es necesario que se continúe generando material educativo que aborden la temática de género y pueda ser publicado y difundido a través del espacio digital de Proyecto Zoom.

7.-Autoevaluación

Tuve la oportunidad de exponer mis puntos de vista como parte del grupo minoritario al que pertenezco, esto permitió exteriorizar mis sentimientos y pensamientos y a su vez compartir con mis compañeros experiencias vividas como aporte a enriquecer conocimientos sobre esta temática.

El trabajar en un grupo con diferentes opiniones y formas de pensar, ayudó a que a través del diálogo y sana discusión consolidemos criterios para que saquemos adelante el trabajo de investigación dentro del marco de respeto.

El aporte de los profesionales de la Universidad Casa Grande fue fundamental para enriquecer mis conocimientos y para tener una orientación de realizar trabajos de investigación que permitan abordar problemáticas sociales.

El conocer la existencia del espacio digital www.proyectozoom.com y explorar su contenido, me pareció una excelente opción para que las personas puedan entender temas de equidad e igualdad de género, así mismo considero que este sitio puede desarrollarse aún más para seguir beneficiando a la sociedad en general.

BIBLIOGRAFÍA

Borges, F. (2009). *Profcast: Aprender y enseñar con podcast*. Barcelona-España: Editorial UOC.

Constitución de la República del Ecuador (2008). Montecristi-Ecuador

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013). Quito-Ecuador

Gui, E., Manzano, M. G., Rivas, J. M., Olmedo, D., & Jijón, A. (2016). *Proyecto Acuerdo Zoom, Diseño metodológico de investigación Grupo Zoom Género, Violencia y Medios*. Guayaquil.

Ley Orgánica de Comunicación (2013). Quito-Ecuador.

Zoom in Ecuador 2016 recuperado de <http://www.proyectozoom.com/zoom-in>

ANEXOS

ANEXO 1: RESULTADO DE INVESTIGACIÓN DE TRABAJO GRUPAL.

RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de la entrevistas dirigida a los gestores de contenido

Objetivo: Analizar la importancia que le dan los generadores de contenido a la equidad e igualdad de género en el desarrollo televisivo.

Entre las respuestas más destacadas de las entrevistas realizadas son las siguientes:

Sofia Caiche

GamTV

Presentadora

1. **¿Cuál ha sido la evolución de los contenidos de los programas televisivos en los últimos 5 años?**

Yo pienso que la televisión no ha evolucionado como debería ser, porque aún estamos por debajo de la tv internacional en cuanto a contenidos, programas, historias, series y porque lo digital juega un papel importante.

2. **¿Qué acciones han tomado para alinear los contenidos de los programas televisivos a las nuevas exigencias de equidad e igualdad de género?**

Las acciones son pocas, aunque ya existe una ley de comunicación y la Secom que permanentemente chequean la programación diaria, y si algo no está alineado las sanciones se ven reflejadas en los medios que transmiten.

3. ¿Considera que conoce con claridad los términos de equidad e igualdad de género y por qué?

Considero que se debe reforzar estos conceptos, con explicación y ejemplos, eso nos ayudará a nosotros como comunicadores a poder enfrentar con argumentos.

4. ¿Qué aspectos mejoraría para desarrollar continuamente contenidos de calidad enfocados a la equidad e igualdad de género?

Los productores, directores de contenidos deben centrar mejor sus ideas basadas en conceptos claros. Si sus productores hacen buen uso de estos conceptos la brecha se abriría de forma positiva.

5. ¿Cuál es la tendencia futura de los contenidos de programas televisivos ecuatorianos?

Si no nos seguimos preparando y nutriendo de información no se mejorará, tiene que haber una orden, charlas, talleres etc, que permitan que nos familiaricemos.

Luigi Marquelle

Periodista Deportivo

- 1. ¿Cuál ha sido la evolución de los contenidos de los programas televisivos en los últimos 5 años?**

Hoy los contenidos están mucho más orientados a lo digital y a las redes sociales, sin embargo creo que todavía se mantienen los enfoques de audiencia, lo cual hace que los contenidos sean dirigidos a un target muy limitado

- 2. ¿Qué acciones han tomado para alinear los contenidos de los programas televisivos a las nuevas exigencias de equidad e igualdad de género?**

Se cuida un poco lo que se dice y el cómo se lo dice. Pero todavía prevalece el desconocimiento de la materia

- 3. ¿Considera que conoce con claridad los términos de equidad e igualdad de género y por qué?**

No, si bien los he visto, no he profundizado en los conceptos.

- 4. ¿Qué aspectos mejoraría para desarrollar continuamente contenidos de calidad enfocados a la equidad e igualdad de género?**

Muchísimos. Empezaría por el tratar de comprender que la audiencia no son solo los que me indica el rating. De allí generaría programas con personajes no estereotipados, lo cual es un desafío.

5. ¿Cuál es la tendencia futura de los contenidos de programas televisivos ecuatorianos?

Espero que tengan contenidos más pensados, no los mismos chistes de siempre. Tramas intercaladas tomando de referencia producciones brasileñas. Trato de buscar noticias relevantes para un público al que creo conocer tengo un perfil Serio, responsable, trato de ejercer con rigor.

4.2. Análisis e interpretación de la encuesta dirigida a los televidentes

Objetivo: Conocer la opinión de la audiencia televisiva en relación a los contenidos de los canales ecuatorianos enfocados en la equidad e igualdad de género.

1. Sexo

Tabla 4: Sexo

Su sexo es:		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Hombre	71,2%	245
Mujer	28,8%	99
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 1: Sexo

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 71,2% de los encuestados son hombres y el 28,8% son mujer, lo que significa que las opiniones en su gran mayoría son dadas por los hombres, más que por las mujeres, y es importante porque se dice que la mayor discriminación viene por parte de ellos.

2. Rango de edad

Tabla 5: Edad

Su rango de edad es de:		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
15 a 20 años	1,7%	6
21 a 30 años	40,1%	138
31 a 40 años	28,5%	98
41 a 50 años	14,0%	48
51 a 60 años	12,8%	44
61 años en adelante	2,9%	10
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 2: Edad

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

Entre los datos destacados se presenta que el 40,10% de los encuestados son televidentes de 21 a 30 años, el 28,5% entre 31 a 40 años, el 14% entre 41 a 50 años, el 12,8% entre 51 a 60 años. Lo que demuestra que las opiniones son de personas mayores de edad con criterio formado.

3. ¿Cuál es su estado civil actual?

Tabla 6: Estado Civil

¿Cuál es su estado civil actual?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Casado/a	52,3%	180
Viudo/a	0,6%	2
Divorciado/a	12,8%	44
Separado/a	0,9%	3
Soltero/a	33,4%	115
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 3: Estado Civil

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 52,30% de los televidentes encuestados son casados, el 33,40% son solteros, el 12,8% son divorciados, un mínimo porcentaje son separados y viudos. Los intereses de las personas casadas son siempre en búsqueda de mayor estabilidad y justicia, y su prioridad es el beneficio de la familia.

4 ¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla 7: Nivel de Educación

¿Cuál es el nivel de educación más alto que usted obtuvo?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Escuela primaria	0,0%	0
Escuela secundaria	23,5%	81
Diploma universitario	54,1%	186
Posgrado (maestría, doctorado, etc.)	21,8%	75
Ninguno	0,6%	2
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 4: Nivel de Educación

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 54,1% tiene diploma universitario, el 23,5% terminó la escuela secundaria, y el 21,8% tiene estudios de posgrado, lo que evidencia que las personas encuestadas tienen un

nivel de preparación académica idóneo, lo que permite obtener una respuesta más consolidada y oportuna de los temas tratados.

5. ¿Cuál es su situación laboral actual?

Tabla 8: Situación Laboral

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su situación laboral actual?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Empleo tiempo completo	73,3%	252
Empleo medio tiempo	18,6%	64
Desempleado, en busca de trabajo	6,4%	22
Desempleado, no busco trabajo	0,6%	2
Retirado	1,2%	4
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 5: Situación Laboral

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

Los valores más destacados son el 73,3% que menciona que tiene empleo tiempo completo, el 18,6% posee empleo medio tiempo y solo un mínimo porcentaje se encuentra entre los desempleados o retirados. Al ser personas que trabajan se permite inferir que durante el día no es tanto su impacto en la revisión del programa televisivo, y más bien en la noche es donde tendrá mayor influencia.

6. Rango de ingresos

Tabla 9: Rango de Ingresos Mensuales

Rango de ingresos mensuales:		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
\$366 a \$720	29,7%	102
\$721 a \$1440	36,3%	125
\$1441 a \$2880	15,7%	54
\$2881 a \$5760	18,3%	63
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 6: Rango de Ingresos Mensuales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 36,3% gana entre \$721 a \$1440, el 29.7% tiene ingresos entre \$366 a \$720, el 18.3% entre \$2881 a \$5760, el 15.7% entre \$1441 a \$2880, con estos parámetros económicos, ayuda a demostrar que los encuestados encajan en diferentes escalas de nivel socioeconómico lo cual permite tener una apreciación más diversa.

7. Su vivienda es

Tabla 10: Vivienda

¿Su vivienda es?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad

Alquilada	34,9%	120
Propia	58,7%	202
Prestada	6,4%	22
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 7: Vivienda

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 53,7% tienen casa propia, el 34,9% alquilan, y tan solo un 6,4% viven en casa prestada, es importante conocer si cuentan con un lugar fijo y seguro donde vivir y por lo tanto es más viable que cuenten con al menos un televisor en su vivienda.

8. Tipo de Vivienda

Tabla 11: Tipo de vivienda

Tipo de vivienda:		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Casa	65,4%	225
Departamento	34,6%	119
Total		344

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autores

Gráfico 8: Tipo de vivienda

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 65,5% vive en casa, y el 34,6% vive en departamento, se aprecia que la preferencia es la casa más que un departamento, probablemente por el espacio de entretenimiento para la familia.

9. ¿Cuántas personas conforma su familia?

Tabla 12: Cantidad de personas en su familia

Cantidad de personas en su familia:		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
1	2,9%	10
2	7,3%	25
3	27,9%	96
Más de 4	61,9%	213
Total		344

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autores

Gráfico 9: Cantidad de personas en su familia

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 61,9% tienen familias de más de 4 personas, el 27,9% constituyen familias con 3 miembros, el 7,3% la forman 2 personas y tan solo el 2,9% vive solo. Este dato permite inferir que es probable que en la vivienda exista al menos un televisor, aunque en familias de 4 personas la cantidad podría ser superior.

10. ¿Cuenta con servicio de televisión por cable?

Tabla 13: Servicio de televisión por cable

¿Cuenta con servicios de televisión por cable?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Si	83,1%	286
No	16,9%	58
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 10: Servicio de televisión por cable

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 83,1% tiene televisión con cable, y solo un 16,9% no lo tiene, lo que evidencia que el televidente tiene un abanico amplio para escoger de programas de televisión ya que no solo cuenta con televisión nacional sino también internacional, lo que exige que los contenidos televisivos sean cada vez de mayor calidad para que pueda competir.

11. ¿Usted ve con frecuencia televisión ecuatoriana?

Tabla 14: Frecuencia de televisión ecuatoriana

¿Usted ve con frecuencia televisión ecuatoriana?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Muy frecuentemente	18,3%	63
Frecuentemente	23,8%	82
Eventualmente	29,1%	100
Rara Vez	23,0%	79
Nunca	5,8%	20
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 11: Frecuencia de televisión ecuatoriana

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 29,1% ve eventualmente televisión nacional, el 23,8% frecuentemente, 23% rara vez, el 18,3% muy frecuentemente, 5,8% nunca. Estos datos permiten sustentar que la televisión nacional no es la opción número uno y eso obliga a mejorar continuamente los niveles de calidad de los contenidos.

12. ¿Cómo calificaría usted la calidad de los programas televisivos ecuatorianos?

Tabla 15: Calidad de los programas televisivos ecuatorianos

¿Cómo calificaría usted la calidad de los programas televisivos ecuatorianos?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Excelente	2,6%	9
Muy Bueno	6,7%	23
Bueno	26,5%	91
Regular	39,0%	134
Malo	25,3%	87
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 12: Calidad de los programas televisivos ecuatorianos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 39,0% de los encuestados menciona que la calidad de los programas televisivos son regulares, el 26,5% bueno, el 25,3% malo, el 6,7% muy bueno, y el 2,6% excelente. Es

claro que la percepción de los televidentes acerca de los programas nacionales no es buena, y hay grandes falencias que hay que superar en camino al éxito.

13. ¿Cree que es importante la equidad e igualdad de género?

Tabla 16: Equidad e igualdad de género

¿Cree que es importante la equidad e igualdad de género?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Si	90,1%	310
No	9,9%	34
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 13: Equidad e igualdad de género

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 90,1% considera importante la equidad e igualdad de género, y solo un 9,9% no le importa este aspecto, lo que evidencia que es importante para la audiencia que se defiende en todo momento la equidad e igualdad de género en los contenidos de los programas.

14. ¿Considera usted que es equitativa la participación de hombres y mujeres en la televisión ecuatoriana?

Tabla 17: Participación equitativa de hombres y mujeres

¿Considera usted que es equitativa la participación de hombres y mujeres en la televisión ecuatoriana?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Muy frecuentemente	15,1%	52
Frecuentemente	36,9%	127
Eventualmente	34,0%	117
Rara Vez	11,9%	41
Nunca	2,0%	7
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 14: Participación equitativa de hombres y mujeres

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 36,9% considera que frecuentemente se maneja una participación equitativa entre hombre y mujeres en la televisión ecuatoriana, el 34% eventualmente, el 15,1% muy frecuentemente, 11,9% rara vez y tan solo un 2% nunca. Se ha mejorado la equidad en la participación entre hombres y mujeres, pero aún hay que solidificar este aspecto.

15. ¿Cree que hay violencia en los programas televisivos ecuatorianos?

Tabla 18: Violencia de programas televisivos ecuatorianos

¿Cree que hay violencia en los programas televisivos ecuatorianos?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad

Muy frecuentemente	20,9%	72
Frecuentemente	28,8%	99
Eventualmente	29,4%	101
Rara Vez	18,0%	62
Nunca	2,9%	10
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 15: Violencia de programas televisivos ecuatorians

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 29,4% manifiesta que hay violencia contra la mujer en los programa televisivos, el 28,8% frecuentemente, el 20,9% muy frecuentemente, el 18% rara vez y solo un 2,9% nunca. Se aprecia que la violencia es un factor común en los programas lo que preocupa seriamente ya que es un factor de alarma en el desarrollo de los contenidos que hay que evaluar para mejorar.

16. ¿Cree usted que en los programas televisivos ecuatorianos existe inclusión?

Tabla 19: Inclusión en programas televisivos ecuatorianos

¿Cree usted que en los programas televisivos ecuatorianos existe inclusión?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Muy frecuentemente	7,8%	27
Frecuentemente	21,5%	74
Eventualmente	38,7%	133
Rara Vez	26,5%	91

Nunca	5,5%	19
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 16: Inclusión en programas televisivos ecuatorianos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 38,7% de los encuestados consideran que eventualmente existe inclusión en los programas televisivos nacionales, el 26,5% rara vez, el 21,5% frecuentemente, el 7,8% muy frecuentemente y el 5,5% nunca. La inclusión se presenta, pero hay que mantener la continuidad en la programación.

17. ¿Cómo considera usted que es manejado el trato de la mujer en los programas televisivos ecuatorianos?

Tabla 20: Trato a la mujer en programas televisivos ecuatorianos

¿Cómo considera usted que es manejado el trato de la mujer en los programas televisivos?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Igual que los hombres	18,9%	65
Con mayor respeto que a los hombres	20,6%	71
Con menor respeto que a los hombres	18,0%	62
Como Símbolo Sexual	42,4%	146
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 17: Trato a la mujer en programas televisivos ecuatorianos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 42,4% consideran que la mujer en los programas televisivos son vistas como símbolo sexual, el 20,6% dicen que son tratadas con mayor respeto que a los hombres, el 18% con menos respeto que a los hombres, y el 18,9% igual que a los hombres. Sigue prevaleciendo la visión de que la mujer es un símbolo sexual y hay que trabajar para enfocar a la mujer con los mismos derechos que los hombres.

18. ¿Cómo considera usted que es manejado el trato de los LGBTI en los programas televisivos?

Tabla 21: Trato de los LGBTI en los programas televisivos

¿Cómo considera usted que es manejado el trato de los LGBTI en los programas televisivos?		
Opciones	Porcentaje	Cantidad
Igualdad	27,0%	93
Desigualdad	32,6%	112
Indiferente	40,4%	139
Total		344

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Gráfico 18: Trato de los LGBTI en los programas televisivos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autores

Análisis e Interpretación

El 40,4% manifiesta que los LGBTI son tratados con indiferencia, el 32,6% con desigualdad y tan solo 27% con igualdad. Aún existe discriminación con los LGBTI y hay que buscar los medios para dar cumplimiento a las leyes y que mejor que la programación televisiva como aporte a este cambio.