



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO /A EN  
COMUNICACIÓN  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE  
GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO AGOSTO  
- DICIEMBRE 2025.”

**AUTOR(A) (ES):**

CRISTIAN ALEXANDER GOYES ANDRADE  
DAYANNA SILVANA ROSERO ARTOS

**DIRECTOR(A)**

Lic. Pilar Chávez, Mgs

**PARES ACADÉMICOS**

Lic. Marcelo Barriga, Mgs

Lic. Lissette Zambrano, Mgs

**GUARANDA – ECUADOR  
2025**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO /A EN  
COMUNICACIÓN  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE  
GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO AGOSTO  
- DICIEMBRE 2025.”

**AUTOR(A) (ES):**

CRISTIAN ALEXANDER GOYES ANDRADE  
DAYANNA SILVANA ROSERO ARTOS

**DIRECTOR(A)**

Lic. Pilar Chávez, Mgs

**PARES ACADÉMICOS**

Lic. Marcelo Barriga, Mgs

Lic. Lissette Zambrano, Mgs

**GUARANDA – ECUADOR  
2025**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO AGOSTO - DICIEMBRE 2025.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y vida para culminar una etapa más en mi vida, así mismo, agradezco profundamente a mis padres Víctor y Pilar, así como a mi tía Elizabeth Andrade, por haber creído en mí y por el enorme esfuerzo que han hecho para poder apoyarme incondicionalmente durante todo este proceso, y como no dedicarle este logro a mi abuelita Rosario que ha sido mi mayor motivación para no darme por vencido. Por último, agradezco a mi directora Pilar Chávez, a mis pares académicos Lissette Zambrano y Marcelo Barriga, por su apoyo y paciencia en la culminación de mi tesis, también agradezco a todos los docentes que forman parte de la carrera de comunicación por los conocimientos impartidos durante toda mi etapa universitaria.

*Cristian Alexander Goyes Andrade*

Agradezco a Dios por brindarme salud y vida, además de la fortaleza necesaria para culminar esta etapa de mi formación académica. A mis papás que son y han sido un papel fundamental a lo largo de mi carrera universitaria y los cuales han sido mi inspiración para poder lograrlo y no rendirme. A mi tutora Pilar Chávez por su guía, paciencia y conocimientos brindados durante mi proceso de titulación. A mis compañeros por su amistad y apoyo durante las clases que compartimos día a día. Finalmente, agradezco a mi Universidad Estatal de Bolívar por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

*Dayanna Silvana Rosero Artos*

## DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación especialmente a mi abuelita Rosario Chonato, quien con su cariño y consejos se ha convertido en una pieza fundamental en mi vida y ha sido mi inspiración para seguir adelante en los días grises, también, se lo dedico a mi tía Elizabeth Andrade por haber creído en mí, por apoyarme incondicionalmente, por darme fuerzas, por escucharme y por haberme brindado todo su amor. Así mismo, dedico mi trabajo a mis padres Víctor y Pilar, por todo el esfuerzo que han hecho, a mis hermanos Víctor, Mateo, Emily y Galilea, quienes han llenado de felicidad mis días con sus locuras y ocurrencias. Por último, se lo dedico a mi pareja Heidy Guevara, quien entre días buenos y malos ha sido mi compañía durante gran parte de la carrera universitaria y no ha dejado que me sintiera tan solo.

*Cristian Alexander Goyes Andrade*

Este proyecto se lo dedico principalmente a Dios que me ha sabido guiar en todo momento. A mis padres, por su amor, apoyo incondicional y sacrificio constante, quienes han sido mi mayor motivación para no rendirme. A mis hermanas por estar presente, creer en mí y brindarme palabras de aliento en los momentos más difíciles. A mis profes por siempre brindarme sus conocimientos y hacer de ellos un aprendizaje que me ayuda y ayudará en el futuro. Y a mí misma, por la constancia, esfuerzo y valentía para alcanzar esta meta a pesar de las dificultades.

*Dayanna Silvana Rosero Artos*

## CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs Pilar Janeth Chávez Chacan, Mgs. Martha Lissette Zambrano Moreira, Mgs. Marcelo Gustavo Barriga Tamay en su orden: director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO AGOSTO - DICIEMBRE 2025**. Desarrollado por los estudiantes **CRISTIAN ALEXANDER GOYES ANDRADE Y DAYANNA SILVANA ROSERO ARTOS**

### CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumplen con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación**.

Guaranda, marzo 2026

  
Mgs. PILAR CHÁVEZ  
DIRECTOR

  
Mgs. LISSETTE ZAMBRANO  
Par Académico

  
Mgs. MARCELO BARRIGA  
Par Académico

**DERECHOS DE AUTOR**

Nosotros, CRISTIAN ALEXANDER GOYES ANDRADE y DAYANNA SILVANA ROSERO ARTOS portadores de la Cédula de Identidad No 0650352131 - 1726652033 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO AGOSTO - DICIEMBRE 2025. proyecto de investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Cristian Alexander Goyes Andrade



Dayanna Silvana Rosero Artos

## ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
DEDICATORIA .....	III
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO.....	IV
DERECHOS DE AUTORIA .....	V
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
RESUMEN.....	3
ABSTRACT .....	4
CAPÍTULO I.....	5
1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	5
1.1. Descripción del Problema .....	5
1.2. Formulación del Problema .....	6
1.3. Preguntas de Investigación.....	6
1.4. Justificación.....	6
1.5. Objetivos .....	8
1.5.1. Objetivo General .....	8
1.5.2. Objetivos Específicos.....	8
1.6. Hipótesis.....	8
1.7. Variables .....	9

CAPÍTULO II .....	11
2. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1. Antecedentes .....	11
2.2. Científico.....	15
2.3. Conceptual.....	20
2.4. Legal.....	24
2.4.1. Constitución del Ecuador .....	24
2.4.2. Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) .....	27
2.4.3. Código Orgánico Integral Penal (COIP).....	28
2.4.4. Consejo de Educación Superior (CES) .....	29
2.4.5. Organización de Naciones Unidas .....	29
2.5. Georreferencial.....	31
CAPITULO III .....	32
3. METODOLOGÍA .....	32
3.1. Tipo de Investigación.....	32
3.1.1. Investigación descriptiva.....	32
3.1.2. Investigación explicativa.....	33
3.1.3. Investigación acción.....	33
3.2. Enfoque de la investigación .....	34
Según Caicedo, Palacios y Cely (2023), la investigación requiere un proceso estructurado y coherente, por lo que puede desarrollarse desde enfoques cualitativos, cuantitativos o mixtos, permitiendo aproximarse a la realidad de manera organizada y sistemática para generar respuestas a distintas problemáticas. ....	34
3.2.1. Enfoque Mixto .....	34
3.3. Métodos de Investigación .....	34

3.3.1.	Método Deductivo.....	34
3.3.2.	Método analítico.....	35
3.3.3.	Método sintético.....	35
3.3.4.	Método holístico .....	36
3.4.	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos.....	37
3.4.1.	Técnica 1: Encuestas.....	37
3.4.2.	Técnica 2: Entrevista.....	37
3.5.	Universo, Población y Muestra.....	37
3.5.1.	Universo .....	37
3.5.2.	Población.....	38
3.5.3.	Muestra.....	38
3.6.	Procesamiento de la Información.....	41
CAPITULO IV.....		42
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
4.1.	Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.....	42
4.1.1.	Análisis e interpretación de encuestas realizadas a estudiantes.....	43
4.1.2.	Análisis e interpretación de encuestas realizadas a docentes.....	56
4.1.3.	Análisis e interpretación de encuestas realizadas al personal administrativo.....	69
4.1.4.	Transcripción de entrevistas.....	82
4.1.5.	Análisis cualitativo de entrevistas a expertos.....	88
4.2.	Discusión de resultados.....	91
4.3.	Comprobación de hipótesis.....	92
CONCLUSIONES .....		94

RECOMENDACIONES.....	95
CAPITULO V.....	96
5. PROPUESTA.....	96
5.1. TEMA .....	96
5.2. Antecedentes .....	96
5.3. Objetivo de la propuesta.....	96
5.4. Justificación.....	96
5.5. Estructura y diseño de la propuesta.....	97
5.5.1. Preproducción del Audiovisual formato reel .....	97
5.5.2. Producción del Audiovisual Formato Reel .....	102
5.5.3. Postproducción del Audiovisual Formato Reel.....	103
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	107
ANEXOS .....	113
Anexo 1. Compilatio. ....	114
Anexo 2. Cronograma (Gantt).....	116
Anexo 2. Presupuesto Ejecutado .....	117
Anexo 3. Instrumentos de recopilación de datos.....	118
Otros. ....	122

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables .....	9
Tabla 2. Estrategias comunicacionales de la UEB.....	43
Tabla 3. Funcionamiento de las estrategias .....	44
Tabla 4. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB .....	45
Tabla 5. Comunidad universitaria empática.....	46
Tabla 6. Violencia dentro de la UEB .....	47
Tabla 7. Programas de igualdad de género .....	48
Tabla 8. Ejecución de un plan de comunicación estratégica.....	49
Tabla 9. Canales de difusión para concientizar.....	50
Tabla 10. Los medios utilizados por la institución son los adecuados.....	51
Tabla 11. Reglamentos sobre igualdad de género.....	52
Tabla 12. Equidad entre hombres y mujeres .....	53
Tabla 13. Difusión de programas de igualdad de género.....	54
Tabla 14. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria .....	55
Tabla 15. Estrategias comunicacionales de la UEB.....	56
Tabla 16. Funcionamiento de las estrategias .....	57
Tabla 17. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB .....	58
Tabla 18. Comunidad universitaria empática.....	59
Tabla 19. Violencia dentro de la UEB .....	60
Tabla 20. Programas de igualdad de género .....	61
Tabla 21. Ejecución de un plan de comunicación estratégica.....	62
Tabla 22. Canales de difusión para concientizar.....	63
Tabla 23. Los medios utilizados por la institución son los adecuados.....	64
Tabla 24. Reglamentos sobre igualdad de género.....	65
Tabla 25. Equidad entre hombres y mujeres .....	66
Tabla 26. Difusión de programas de igualdad de género.....	67
Tabla 27. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria .....	68
Tabla 28. Estrategias comunicacionales de la UEB.....	69

Tabla 29. Funcionamiento de las estrategias .....	70
Tabla 30. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB .....	71
Tabla 31. Comunidad universitaria empática.....	72
Tabla 32. Violencia dentro de la UEB .....	73
Tabla 33. Programas de igualdad de género .....	74
Tabla 34. Ejecución de un plan de comunicación estratégica.....	75
Tabla 35. Canales de difusión para concientizar.....	76
Tabla 36. Los medios utilizados por la institución son los adecuados.....	77
Tabla 37. Reglamentos sobre igualdad de género.....	78
Tabla 38. Equidad entre hombres y mujeres.....	79
Tabla 39. Difusión de programas de igualdad de género.....	80
Tabla 40. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria .....	81
Tabla 41. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria .....	88
Tabla 42. Posicionamiento de la plataforma de distribución. ....	101
Tabla 43. Estructura narrativa interna de cada Reel y guion literario.....	101
Tabla 44. Equipo y Recursos de Producción .....	102
Tabla 45. Plataformas de Publicación y Estrategia de Difusión .....	103
Tabla 46. Cronograma de Producción y Publicación (Cronograma Grantt).....	104
Tabla 47. Presupuesto Estimado. ....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategias comunicacionales de la UEB .....	43
Figura 2. Funcionamiento de las estrategias .....	44
Figura 3. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB.....	45
Figura 4. Comunidad universitaria empática .....	46
Figura 5. Violencia dentro de la UEB.....	47
Figura 6. Programas de igualdad de género .....	48
Figura 7. Ejecución de un plan de comunicación estratégica .....	49
Figura 8. Canales de difusión para concientizar .....	50
Figura 9. Los medios utilizados por la institución son los adecuados .....	51
Figura 10. Reglamentos sobre igualdad de género .....	52
Figura 11. Equidad entre hombres y mujeres.....	53
Figura 12. Difusión de programas de igualdad de género .....	54
Figura 13. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria.....	55
Figura 14. Estrategias comunicacionales de la UEB .....	56
Figura 15. Funcionamiento de las estrategias .....	57
Figura 16. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB.....	58
Figura 17. Comunidad universitaria empática .....	59
Figura 18. Violencia dentro de la UEB.....	60
Figura 19. Programas de igualdad de género .....	61
Figura 20. Ejecución de un plan de comunicación estratégica .....	62
Figura 21. Canales de difusión para concientizar .....	63
Figura 22. Los medios utilizados por la institución son los adecuados .....	64
Figura 23. Reglamentos sobre igualdad de género .....	65
Figura 24. Equidad entre hombres y mujeres.....	66
Figura 25. Difusión de programas de igualdad de género .....	67
Figura 26. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria.....	68
Figura 27. Estrategias comunicacionales de la UEB .....	69
Figura 28. Funcionamiento de las estrategias .....	70

Figura 29. Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB.....	71
Figura 30. Comunidad universitaria empática .....	72
Figura 31. Violencia dentro de la UEB.....	73
Figura 32. Programas de igualdad de género .....	74
Figura 33. Ejecución de un plan de comunicación estratégica .....	75
Figura 34. Canales de difusión para concientizar .....	76
Figura 35. Los medios utilizados por la institución son los adecuados .....	77
Figura 36. Reglamentos sobre igualdad de género .....	78
Figura 37. Equidad entre hombres y mujeres.....	79
Figura 38. Difusión de programas de igualdad de género .....	80
Figura 39. La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria.....	81

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Referencia geográfica de la Universidad Estatal de Bolívar.....	31
Ilustración 2. Logo Reels por la igualdad .....	98

## INTRODUCCIÓN

La igualdad de género se ha convertido en un eje fundamental para el desarrollo de sociedades más justas e inclusivas, especialmente en el ámbito educativo, donde se forman no solo profesionales, sino también ciudadanos con valores y principios orientados a la convivencia social. En este contexto, las instituciones de educación superior tienen la responsabilidad de promover espacios equitativos, libres de violencia y discriminación, que garanticen el respeto de los derechos de todos los miembros de la comunidad universitaria.

En la Universidad Estatal de Bolívar, a pesar de la existencia de normativas y esfuerzos institucionales orientados a fomentar la equidad de género, aún se evidencian problemáticas relacionadas con prácticas de desigualdad y diversas manifestaciones de violencia, principalmente de tipo verbal y psicológica. Estas situaciones reflejan la persistencia de una interrelación social poco equitativa, que limita la participación y el ejercicio pleno de los derechos dentro del entorno universitario.

Frente a esta realidad, surge la necesidad de analizar el papel de la comunicación como herramienta estratégica para promover cambios sociales y culturales. En este sentido, la presente investigación se plantea como objetivo general promover la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar mediante la aplicación de estrategias de comunicación audiovisual efectivas que contribuyan a la sensibilización de la comunidad universitaria.

Metodológicamente, el estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas, tales como encuestas aplicadas a estudiantes, docentes y miembros del personal administrativo, y entrevistas a diferentes autoridades de la UEB. Asimismo, se emplearon métodos inductivo, deductivo, analítico, sintético y holístico, enmarcados en un nivel de investigación descriptivo, explicativo y de investigación-acción, lo que permitió comprender de manera integral la problemática estudiada.

Los resultados evidencian un nivel bajo de conocimiento sobre las estrategias comunicacionales implementadas por la institución, así como la existencia de áreas sensibles donde se manifiestan diferentes tipos de violencia de género. En este contexto, la investigación propone el diseño de estrategias de comunicación audiovisual como una alternativa viable para fortalecer los procesos de sensibilización, fomentar discursos inclusivos y contribuir a la construcción de una cultura institucional basada en la equidad y el respeto.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo promover la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar mediante la aplicación de estrategias de comunicación audiovisual orientadas a la sensibilización de la comunidad universitaria durante el período agosto–diciembre 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, de tipo descriptivo, explicativo y de investigación-acción, utilizando métodos inductivo, deductivo, analítico, sintético y holístico. Para la recolección de datos se aplicaron encuestas a estudiantes, docentes y miembros del personal administrativo, y entrevistas a diferentes autoridades de la UEB. Los resultados evidenciaron que existe una percepción de interrelación social poco equitativa dentro de la institución, así como un bajo nivel de conocimiento sobre las estrategias de comunicación implementadas para promover la igualdad de género. Además, se identificaron diversas manifestaciones de violencia, destacándose la violencia verbal y psicológica como las más recurrentes, lo que afecta la convivencia y el desarrollo académico. En conclusión, se determina que las estrategias de comunicación constituyen una herramienta fundamental para fortalecer los procesos de sensibilización, promover cambios en actitudes y comportamientos, y contribuir al desarrollo de una cultura institucional basada en la equidad, el respeto y la igualdad de derechos.

**Palabras clave:** Igualdad de género, estrategias de comunicación, comunidad universitaria, concienciación social, violencia de género.

## ABSTRACT

This research aimed to promote gender equality at the State University of Bolívar through the implementation of audiovisual communication strategies focused on raising awareness within the university community during the August–December 2025 period. The study was conducted under a mixed-method approach, with a descriptive, explanatory, and action-research design, applying inductive, deductive, analytical, synthetic, and holistic methods. Data collection techniques included surveys administered to students, teachers, and administrative staff, as well as interviews conducted with university authorities. The results revealed a perception of inequitable social interaction within the institution, along with a low level of knowledge regarding the communication strategies implemented to promote gender equality. Additionally, various forms of gender-based violence were identified, with verbal and psychological violence being the most recurrent, negatively affecting coexistence and academic development. In conclusion, communication strategies are fundamental tools to strengthen awareness processes, promote changes in attitudes and behaviors, and contribute to the development of an institutional culture based on equity, respect, and equal rights.

**Keywords:** Gender equality, communication strategies, university community, social awareness, gender-based violence

## **CAPÍTULO I**

### **1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

#### **1.1. Descripción del Problema**

La igualdad de género se ha consolidado como un tema recurrente dentro de los espacios académicos del país, especialmente en las instituciones de educación superior, y en este contexto la Universidad Estatal de Bolívar constituye un escenario donde se forman profesionales y ciudadanía a través de prácticas culturales, sociales y comunicativas que influyen directamente en la construcción de percepciones sobre equidad, sin embargo, la ausencia de estrategias comunicacionales orientadas a fortalecer la igualdad de género ha generado condiciones que favorecen la persistencia y reproducción de manifestaciones de violencia de género dentro de los distintos estamentos universitarios como estudiantes, docentes y personal administrativo.

Al analizar esta realidad institucional, se observa que la carencia de narrativas comunicacionales que integren voces auténticas y experiencias reales limita el alcance de las acciones desarrolladas en torno a la igualdad de género, lo que provoca que las campañas existentes tengan un impacto reducido y poco transformador, evidenciando una desconexión entre los mensajes emitidos y las dinámicas sociales que se viven cotidianamente en la comunidad universitaria.

De manera paralela, el contexto social contemporáneo se caracteriza por un alto consumo de contenidos audiovisuales, visuales y textuales que, desde distintos ámbitos mediáticos, tienden a normalizar la violencia de género, y en este escenario las universidades no quedan al margen, ya que reproducen discursos que debilitan la capacidad crítica y reflexiva frente a problemáticas sociales históricas como las desigualdades de género.

Asimismo, la lucha histórica de las mujeres por alcanzar equidad e igualdad de derechos, particularmente en el ámbito laboral, ha estado marcada por avances limitados que no siempre se reflejan en la práctica cotidiana, situación que se ve

reforzada por una postura pasiva de los medios de comunicación, lo cual contribuye a mantener el statu quo social y a reproducir estas desigualdades desde espacios formativos como las aulas universitarias.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿De qué manera las estrategias de comunicación ayudan a promover la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar?

## **1.3. Preguntas de Investigación**

¿Qué estrategias comunicacionales tiene la Universidad Estatal de Bolívar para promover la igualdad de género?

¿Qué limitación presenta las estrategias comunicacionales de igualdad de género actualmente en la Universidad?

¿Qué opinan los estudiantes sobre las estrategias comunicacionales para promover la igualdad de género que implementa la UEB?

¿Qué herramientas de comunicación se podrían implementar para impulsar la igualdad de género en la UEB?

## **1.4. Justificación**

Actualmente, en la Universidad Estatal de Bolívar resulta pertinente desarrollar estrategias de comunicación orientadas a la promoción de la igualdad de género, debido a que estas acciones permiten fortalecer un entorno universitario inclusivo, respetuoso y coherente con los principios de equidad y derechos humanos.

Si bien diversos estudios en el ámbito educativo han abordado la necesidad de fomentar relaciones más justas entre hombres y mujeres, todavía persisten estereotipos y barreras sociales y antropológicas que limitan la participación equitativa en los espacios universitarios, por lo que la comunicación adquiere relevancia estratégica al no solo difundir información, sino también influir en la construcción de valores, actitudes y comportamientos dentro de la comunidad académica.

En este sentido, la comunicación se configura como un recurso capaz de visibilizar problemáticas, cuestionar estereotipos y generar conciencia social, sin embargo, muchas iniciativas comunicacionales se centran únicamente en la transmisión de mensajes institucionales, lo que deja de lado la creación de narrativas participativas que integren voces diversas y experiencias reales.

La presente investigación se justifica porque busca contribuir, desde el campo de la comunicación, a la promoción de la igualdad de género en el ámbito universitario, a partir del análisis y diseño de estrategias basadas en historias de vida y testimonios como herramientas pedagógicas y de sensibilización, con el fin de generar mensajes más cercanos, empáticos y efectivos que impulsen un cambio cultural en la Universidad Estatal de Bolívar.

Asimismo, el estudio presenta relevancia académica y social, ya que en el plano académico fortalece el campo de la comunicación con un enfoque aplicado a la equidad de género, mientras que en el ámbito social aporta a la formación de profesionales comprometidos con la igualdad, el respeto y la defensa de los derechos humanos, además de constituirse en un referente para otras instituciones de educación superior del país.

En definitiva, esta investigación se justifica porque no solo analiza una problemática existente, sino que propone alternativas concretas de intervención comunicacional, reafirmando el rol de la universidad como un espacio generador de transformaciones culturales y sociales durante el período agosto – diciembre de 2025.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Promover la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar mediante la aplicación de estrategias de comunicación audiovisual efectivas para sensibilizar a la comunidad universitaria.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Categorizar las opiniones de la comunidad universitaria, con relación a temas de equidad e igualdad de género, para diagnosticar el nivel de conocimiento y las percepciones actuales.
- Identificar los tipos de violencia de género que se presentan en la Universidad Estatal de Bolívar, para identificar los sesgos o áreas sensibles a intervenir.
- Diseñar nueve productos comunicacionales que sirvan como herramientas de sensibilización y difusión para el fomento de la igualdad de género en los distintos estamentos de la UEB.

## **1.6. Hipótesis**

Las estrategias de comunicación tienen capacidad de mantener el equilibrio, la estabilidad y la cohesión social para promover la igualdad de género en la UEB, además, ayudan a la construcción y difusión de discursos inclusivos, lo que facilita fortalecer los procesos de sensibilización y reflexión crítica entre estudiantes, docentes y personal administrativo, aportando así a la modificación de actitudes y comportamientos, lo cual permite el desarrollo de una cultura institucional basada en el respeto, la equidad y la igualdad de derechos.

## 1.7. Variables

**Tabla 1.** Operacionalización de variables

<b>Variable Independiente</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
<b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.</b> De acuerdo a Páez, Barbos, & Ríoz (2020a), indican que “una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente” (pág. 20).	Planificación de contenidos	Objetivos definidos	Opiniones y Percepciones del público objetivo
		Cumplimiento	
	Diseño de los mensajes	Público objetivo	Tabulación de las preguntas
		Coherencia de los mensajes	
	Medios de difusión	Coincidencia del medio con la audiencia.	Análisis de contenidos
		Accesibilidad a los medios	
<b>Variable Dependiente</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
<b>PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO.</b> Según lo citado por García (2025), en el que: La igualdad de género es mucho más que una frase que escuchamos en debates o leemos en titulares. Es la calve para una sociedad	Preproducción de contenidos	Uso de lenguaje inclusivo	Promover la igualdad de género
		Promoción de equidad	
	Actitud frente a la igualdad de género	Rechazo a estereotipos de géneros	Valoración positiva de la igualdad
		Actitud frente a la discriminación	
		Apoyo institucional	

<p>donde el talento, los sueños y las oportunidades no tengan etiquetas. No se trata solo de leyes o derechos, sino de romper con prejuicios, abrir puertas y asegurarnos de que todas las personas, sin importar su género, puedan ser quienes quieran ser. (Párr. 1)</p>	<p>Conocimiento sobre la igualdad de género</p>	<p>Espacios seguros</p>	<p>Las desigualdades afectan la sociedad</p>
--	---	-------------------------	--

*Nota: variables. Elaboración: Goyes & Rosero*

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

Picarella & Guadarrama (2022) en su tesis sobre: “Igualdad de género” o “equidad de género” como derecho humano: un análisis del camino de Colombia frente a los retos de la agenda 2030, en el que:

La lucha por la equidad y la igualdad de género ha ganado importancia en las últimas décadas en América Latina, especialmente en Colombia. Sin embargo, sus raíces se remontan a la época colonial. Se manifestó con fuerza durante el proceso de independencia y luego creció con el desarrollo de la vida republicana, a medida que otras contradicciones sociales e ideológicas se intensificaron. A medida que las mujeres han adquirido más protagonismo en la vida económica, política y cultural en esta región, ha surgido una mayor conciencia de que la igualdad de género, considerando las diferencias no solo biológicas sino también en las funciones sociales entre hombres y mujeres, es una ilusión abstracta. Sin embargo, las luchas por la equidad de género representan un derecho humano más alcanzable, aunque aún utópico, pero sin duda concreto. (pág. 157)

Coslado, De Filippo, Ros & Sanz-Casado (2023) en el estudio realizado sobre: Análisis de buenas prácticas editoriales en igualdad de género en España, en el que se:

Menciona que las revistas científicas son un canal importante para la investigación. Deben ayudar a promover la igualdad de género tanto mediante sus políticas editoriales como en sus procesos de publicación. Este estudio examina varios indicadores relacionados con las políticas editoriales, como el uso de lenguaje inclusivo, la inclusión del nombre completo de los autores y del sexo en los datos de origen de los casos de estudio. También se investigan otros aspectos sobre la visibilidad de las mujeres en los procesos de publicación, como su participación en comités asesores, en funciones de gestión editorial y en los procesos de revisión. El estudio incluye 301

revistas científicas españolas de calidad. Los resultados se analizan según las áreas temáticas de las revistas y sus editoriales. Este análisis es un avance importante, ya que busca crear conciencia y difundir estándares en la edición científica que eliminen las barreras de género. (pág. 1)

Andrade (2020) en su estudio sobre: Campaña de comunicación para educar a la comunidad sobre el impacto negativo de la desigualdad de género en el ámbito laboral, de la Universidad San Francisco de Quito en el que:

Analiza una campaña de comunicación enfocada específicamente en educar a la comunidad sobre las consecuencias negativas de la desigualdad de género en el área laboral, es por esto que la investigación sugiere como principal estrategia usar mensajes de carácter informativo y persuasivo que sean transmitidos a través de materiales gráficos o visuales y persuasivos, usando una perspectiva pedagógica y de concientización social, debido a que estos hallazgos indican que, al emplear un lenguaje inclusivo, la demarcación del público al que va dirigido y una organización estratégica de todos los contenidos, refuerza la comprensión del problema. De la misma manera, se deduce que las campañas de comunicación bien estructuradas y organizadas ayudan a desafiar los estereotipos e impulsan las prácticas mucho más justas en las áreas educativas y laborales. (pág. 4)

Gordón (2021), de la Universidad Andina Simón Bolívar con sede en Ecuador, en su tesis, cuyo tema es: Estrategias de comunicación para la promoción de la equidad de género y el cuestionamiento del machismo a través de un medio de comunicación digital Caso de la revista latinoamericana “Onda Feminista” en donde:

Indaga las tácticas de comunicación usadas por la revista digital Onda Feminista con la finalidad de fomentar la equidad de género y criticar el machismo en sus discursos mediáticos, además, este estudio reconoce que la principal estrategia usada es la creación y difusión de contenidos feministas integrando la teoría de la comunicación

con prácticas periodísticas para cambiar las narrativas tradicionales y los resultados muestran la elaboración de mensajes con encuadre crítico y transformador, así como la creación de sitios digitales para el diálogo digital ayudan a evidenciar las desigualdades y a desafiar los patrones machistas. Esto demuestra que una comunicación digital estratégica y consciente puede incentivar cambios sociales y culturales hacia la equidad de género. (pág. 5)

El estudio realizado por Vela (2021) cuyo tema es: Usos estratégicos de la comunicación para la igualdad y equidad de género en la comunidad educativa de educación inicial y básica: caso Colegio Liceo Campoverde, en el que:

Se examinan las aplicaciones estrategias de la comunicación para fomentar la paridad y equidad de género dentro del entorno educativo del Colegio Liceo Campo Verde. El escrito propone como método primordial la comunicación estratégica integral, que va más allá de la mera difusión de mensajes y tiene como objetivo establecer espacios para un diálogo participativo entre todos los actores educativos con el fin de modificar las prácticas sociales y culturales. Los hallazgos muestran que la programación de resultados comunicacionales contextualizados, la identificación de los agentes principales y el entendimiento del contexto, refuerzan la concienciación sobre la igualdad de género. De este modo, las estrategias comunicacionales que se establecieron facilitan la creación de procesos más inclusivos que vayan de acuerdo con los desafíos socioculturales de la unidad educativa. (pág. 5)

Barrera & Duque (2025) en su investigación, sobre: Dimensiones de la equidad de género en la educación superior y estrategias para su promoción. Una revisión narrativa de la literatura, en el cual se:

indica como principal estrategia la inclusión de políticas y acciones de comunicación institucionales dentro de la educación superior. Los escritores subrayan la importancia de promover espacios de participación, la propagación de contenido que permita evidenciar las desigualdades y el empleo de mensajes inclusivos. Concluyendo así que

una comunicación institucional bien organizada robustece la igualdad y genera conciencia dentro del ámbito universitario. (pág. 233)

Pérez (2020) en su investigación sobre: Medios de comunicación y fomento de la igualdad de las mujeres en el deporte, en el que se:

indica que la creación de contenidos que sean inclusivos y estén libres, de estereotipos, así como las políticas editoriales que respalden una representación equitativa. El escrito expone que el empleo de un lenguaje no sexista y la notoriedad de la participación de mujeres ayudan a concienciar al público e impulsar cambios en las creencias sociales con respecto al género. (pág. 195)

## 2.2. Científico

La corriente funcionalista considera la comunicación como un sistema que cumple funciones vitales para la sociedad, como informar, educar, integrar y mantener la cohesión social. Para la corriente funcionalista, los medios de comunicación y los procesos de comunicación social contribuyen a transmitir valores, normas y comportamientos que ayudan a garantizar la estabilidad del sistema social.

En cuanto a su aplicación en el ámbito educativo, esta corriente sostiene que:

Las estrategias de la comunicación institucional pueden contribuir a construir valores sociales, como por ejemplo la igualdad de género. En el contexto de la comunidad educativa de la UEB, la comunicación juega un papel relevante aprovechando su potencial para difundir mensajes en pro de actitudes igualitarias y para sensibilizar los estudiantes, el profesorado y el personal de administración y servicios frente a la equidad y a la no discriminación (pág. 15).

Por lo tanto, desde esta perspectiva, las campañas educativas, los talleres formativos y los contenidos institucionales informativos sobre la igualdad de género constituyen una práctica de integración de los comportamientos que contribuye a la modificación de los estereotipos de género tradicionales, a favor de un contexto educativo más inclusivo y equitativo.

Otra de las corrientes es la que recibe el nombre de Escuela de Palo Alto, o “colegio invisible”, propiciada por autores como D. Jackson y otros autores. Esta visión entiende que la comunicación es un proceso continuo de interacción social, con lo que todo comportamiento comunica algo. Uno de sus principios más famosos se podría enunciar como: “es imposible no comunicar”, lo que significa que las relaciones humanas siempre están mediatizadas por procesos comunicativos.

Desde la perspectiva educativa, este enfoque “comprende que la igualdad de géneros no se transmite solo por la vía de los discursos formales, puesto que se transmite también por medio de interacciones cotidianas, actitudes, lenguaje, normas institucionales y prácticas pedagógicas” García & Tescasiu (2023).

Por lo tanto, una estrategia de comunicación para la igualdad de géneros en la UEB ha de contemplar:

- El lenguaje inclusivo de los docentes y de las autoridades.
- La representación equitativa en los materiales educativos.
- Las relaciones entre estudiantes-docentes.
- Los mensajes implícitos que aparecen en la cultura institucional.

Desde esta perspectiva, “la comunicación no solo es la transmisión de información, sino que está configurando las relaciones sociales y las percepciones sobre los roles de los géneros” Zambrano, Gálvez, Benítez & Ullauri (2025).

La combinación de la corriente funcionalista y el punto de vista de la Escuela de Palo Alto nos da una idea clara de que las estrategias de la comunicación por la igualdad de género deben actuar en dos niveles complementarios:

- Nivel informativo y educativo (funcionalismo): difusión de campañas, programas formativos, talleres y materiales que favorezcan la igualdad.
- Nivel relacional e interactivo (Palo Alto): transformación de ciertas prácticas comunicativas ordinarias, del lenguaje institucional y de las prácticas sociales en el seno de la comunidad educativa.

Gutiérrez (2023) dice que “las estrategias comunicacionales por la igualdad de género no solo transmiten contenidos educativos, sino que también van construyendo una cultura institucional en la que priman el respeto, la equidad y la inclusión” (pág. 22). El análisis de la estrategia comunicativa para la igualdad de género se puede articular sobre la base de las contribuciones teóricas que la comunicación social ha desarrollado. En este sentido, el libro *Historia de las teorías de la comunicación*, de Armand Mattelart, constituye una obra fundamental que analiza la evolución de las principales corrientes teóricas que han analizado la importancia de la comunicación en la sociedad. En tal sentido, Mattelart (2005) explica que “la comunicación es un fenómeno multidisciplinar que integra aportes de la sociología, la psicología, la economía y la

política, y permite entender cómo los sistemas de comunicación inciden en la organización social, la cultura y la construcción de valores colectivos” (pág. 9).

En esta dirección, las teorías de la comunicación ya no únicamente estudian los medios y los mensajes, sino también las relaciones de poder y la generación de la opinión pública o la posibilidad de generar ideologías en el interior de la misma sociedad. Por lo que la comunicación se convierte en un 'instrumento' fundamental para poder generar cambios sociales, ya sea el tema de la igualdad de género, en las instituciones educativas.

El autor también menciona que, a partir del siglo XIX, se empezó a tomar la comunicación como un sistema que conecta a la sociedad mediante redes de información, de ideas, de valores, etc. Dentro de estas redes, las personas pueden quedar integradas en un mismo sistema social y permitir con ello la difusión de conductas y normas colectivas.

De acuerdo con la teoría del constructivismo social, “el lenguaje y los discursos hacen posible la construcción de la realidad. A nivel educativo, la comunicación institucional, verbal o no verbal, puede activar o cuestionar los estereotipos en relación a los géneros”. Así lo sostienen algunos autores, tal es el caso de Paulo Freire (1994) cuando afirma que “la educación debe ser un proceso dialógico y de liberación, en el cual el diálogo crítico permita cuestionar las estructuras de la opresión. En este sentido, la comunicación educativa no solo es informativa, sino que transforma” Zambrano (2024).

Pero también la teoría de una comunicación con perspectiva de género propone:

- Las prácticas de uso de lenguaje sexista o inclusivo.
- El acceso paritario en los materiales educativos.
- La eliminación de cualquier tipo de comunicación sexista.
- Las prácticas de visibilización de las narrativas del liderazgo femenino o las masculinidades no hegemónicas.

La teoría del aprendizaje social afirma que “los alumnos reproducen comportamientos observados, por lo cual los docentes y las instancias de autoridad deben actuar como modelos de comunicación respetuosa e inclusiva” Wolpert, Avendaño, Vargas, & López (2024).

En la UEB, el uso de estrategias comunicativas adecuadas puede:

- Disminuir las prácticas discriminatorias.
- Mejorar la convivencia escolar.
- Evitar la violencia de género.
- Promover relaciones respetuosas.

La igualdad de género es un concepto considerado un principio de derechos humanos donde propone que mujeres y hombres, niñas y niños, tienen las mismas oportunidades, obligaciones y acceso a recursos sin haber una distinción por motivo de sexo o la identidad de género. De acuerdo a organismos internacionales, ONU Mujeres y UNESCO (2025), “la educación es el espacio por antonomasia para promover el cambio de patrones socioculturales que reproducen situaciones de desigualdades”.

Desde la mirada del género, se establece que “las diferencias entre hombres y mujeres no son solo de carácter biológico sino construcciones sociales que producen roles, estereotipos y relaciones de poder que puedan acontecer violencias simbólicas y desigualdades” Pantaleón (2022).

Según Moreno (2023) las estrategias comunicativas son acciones intencionadas que intentan modificar actitudes, comportamientos y creencias sociales.

En el contexto de la UEB se pueden identificar:

Estrategias educativas-formativas

- Talleres en igualdad y prevención de la violencia.
- Charlas participativas con estudiantes y docentes.

- Introducción del enfoque de género de manera transversal en los contenidos curriculares.
- Campañas escolares en fechas significativas.

#### Estrategias comunicativas institucionales

- Protocolos de comunicación inclusivo.
- Manual de un lenguaje no sexista.
- Carteles e imagen visual en paridad.
- Uso de las redes sociales institucionales para difundir mensajes por la igualdad.

#### Estrategias de participación

- Comités de igualdad.
- Diálogos en la comunidad educativa.
- Debate de los roles de género.

### **2.3. Conceptual**

#### **Comunicación Institucional**

De acuerdo a (UNIR REVISTA, 2024), la comunicación institucional es la herramienta de la que se vale una entidad para diseñar e implementar una estrategia que le permita explicar su identidad, así como sus valores y misión (pág. 1).

De acuerdo a esto, entendemos que la comunicación institucional es el canal por el cual una entidad puede informar a su comunidad sobre lo que pasara dentro de la institución, ya sean programas, eventos, campañas o simplemente comunicados de la institución.

#### **Estrategias de Comunicación**

Páez, Barbos, & Ríoz (2020b) dicen que “una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente” (pág. 20).

En este contexto, las estrategias de comunicación son el conjunto de decisiones que toma una entidad o persona, para dar solución a problemáticas comunicacionales, además, mediante estas estrategias, se genera conciencia sobre la población estudiada con la finalidad de lograr los objetivos planteados en la investigación.

#### **Igualdad de Género**

García (2025) manifiesta que la igualdad de género es mucho más que una frase que escuchamos en debates o leemos en titulares. Es la calve para una sociedad donde el talento, los sueños y las oportunidades no tengan etiquetas. No se trata solo de leyes o derechos, sino de romper con prejuicios, abrir puertas y asegurarnos de que todas las personas, sin importar su género, puedan ser quienes quieran ser. No es una utopía, es futuro que estamos construyendo juntos y juntas. (pág. 1)

#### **Estereotipos de Género**

González, Alemany & Ortiz (2022) manifiestan que los estereotipos de género son convicciones y conductas creadas por la sociedad para referirse a lo “normal” en hombres y mujeres, afectando así las expectativas, las funciones y las conductas que se asignan a cada género y se aprenden al relacionarse con el entorno. (pág. 166)

### **Violencia de Género**

El Banco Interamericano de Desarrollo (2021), nos dice que “la violencia de género se refiere a cualquier forma de agresión que se fundamenta en el género y que provoca lesiones, dolor físico, sexual o psicológico en la persona” (pág. 9).

De acuerdo con esto, la violencia de género es algo que se vive día a día en nuestra sociedad y que a veces pasa desapercibida, sin embargo, las personas que lo viven pueden llegar a sentirse excluidas debido a la poca importancia que las autoridades le dan a este tipo de temas, es por esto que nuestra investigación busca mejorar el tipo de trato que damos hacia las demás personas, ya que solo así podremos lograr un ambiente de equidad en nuestra cultura.

### **Sensibilización**

La Real Academia Española define a la sensibilización como el “método que está diseñado para crear conciencia y entendimiento en las personas acerca de una problemática con el objetivo de influir en sus actitudes”.

En este contexto, la sensibilización es una palabra corta que abarca un significado muy grande, debido a que no solo busca influenciar en las personas sino también generar conciencia, para de esta manera cambiar la forma de ver o analizar ciertos temas con problemáticas reales en la sociedad.

### **Campañas Comunicacionales**

Getlinko (2023) dice que las campañas comunicacionales son “un conjunto de acciones organizadas que son empleadas para dar a conocer un servicio, producto o concepto a la audiencia a través de medios de comunicación” (Párr. 1).

Entonces, las campañas comunicacionales, nos ayudan a ofrecer o promocionar nuestras estrategias a través de medios de comunicación como las redes sociales, con la finalidad de llegar a más personas y generar un tráfico real en este tipo de canales de difusión.

### **Comunicación digital**

De acuerdo a lo expuesto por la Universidad Europea (2024).

La definición tradicional de comunicación digital hace referencia al intercambio de información y conocimiento a través de cualquier medio codificado en un formato legible por un dispositivo electrónico. Sin embargo, con el paso del tiempo, este concepto ha ido evolucionando, impulsado por la evolución tecnológica y la difusión de Internet. (Pág. 3)

En este contexto, la comunicación digital, es el medio codificado por el cual podemos transmitir cualquier tipo de idea, concepto o conocimiento, esto nos ayuda a mantenernos interconectados todo el tiempo. Con la era digital, entendemos que cualquier tipo de información esta al alcance de todos a través del internet, es por esto que la comunicación digital forma un papel fundamental en la vida cotidiana de toda la humanidad.

### **Concientización**

Pallares, (2016) sostiene que la concientización es el proceso por el cual el sujeto encuentra la capacidad para detectar. En términos críticos, la unidad dialéctica entre

uno mismo y su entorno. Por eso reafirmamos que no hay concientización fuera de la praxis, fuera de la unidad entre teoría y práctica y entre reflexión y acción. (pág. 50)

En este contexto, la concientización es un proceso muy importante dentro de nuestra sociedad, ya que nos ayuda a comprender ciertos temas de los cuales muchas personas desconocen. Además, ayudar a concientizar nos permite generar una cultura justa y en la que permanezca la equidad.

## **2.4. Legal**

### **2.4.1. Constitución del Ecuador**

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008), los artículos que velan por la equidad e igualdad de género como principios fundamentales del estado son:

**Art. 11 (Numeral 2):** Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad. (pág. 12)

**Art. 66 (Numeral 3):** Se reconoce y garantizará a las personas:

### **3. El derecho a la integridad personal, que incluye:**

b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas mayores, personas con discapacidad y toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad. (pág. 32)

**Art. 70:** El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, a través del mecanismo especializado de acuerdo con

la ley, e incorporará el enfoque de género en planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público. (pág. 35)

**Art. 331:** El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades. Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo. (pág. 164)

**Ámbito Político (Arts. 61, 65 y 116):**

**Art. 61:** Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan de los siguientes derechos:

1. Elegir y ser elegidos.
2. Participar en los asuntos de interés público.
3. Presentar proyectos de iniciativa popular normativa.
4. Ser consultados.
5. Fiscalizar los actos del poder público.
6. Revocar el mandato que hayan conferido a las autoridades de elección popular.
7. Desempeñar empleos y funciones públicas con base en méritos y capacidades, y en un sistema de selección y designación transparente, incluyente, equitativo, pluralista y democrático, que garantice su participación, con criterios de equidad y paridad de género, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.

8. Conformar partidos y movimientos políticos, afiliarse o desafiliarse libremente de ellos y participar en todas las decisiones que éstos adopten". (pág. 30)

**Art. 65:** "El Estado promoverá la representación paritaria de mujeres y hombres en los cargos de nominación o designación de la función pública, en sus instancias de dirección y decisión, y en los partidos y movimientos políticos. En las candidaturas a las elecciones pluripersonales se respetará su participación alternada y secuencial. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa para garantizar la participación de los sectores discriminados". (pág. 31)

**Art. 116:** "Para las elecciones pluripersonales, la ley establecerá un sistema electoral conforme a los principios de proporcionalidad, igualdad del voto, equidad, paridad y alternabilidad entre mujeres y hombres; y determinará las circunscripciones electorales dentro y fuera del país" (pág. 31).

**Art. 324:** "El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal" (pág. 161).

**Artículo 334:** El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito. (pág. 165)

#### **2.4.2. Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)**

##### **Artículo 5. Derechos de las y los estudiantes**

Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

- a) Acceder, movilizarse, permanecer, egresar y titularse sin discriminación conforme sus méritos académicos;
- b) Acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permita iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidades;
- f) Recibir una educación superior laica, intercultural, democrática, incluyente y diversa, que impulse la equidad de género, la justicia y la paz.

##### **Art. 8. Fines de la educación superior**

“La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas;
- b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y pluralismo ideológico;
- c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional;
- d) Formar académicos y profesionales responsables, con conciencia ética y solidaria.

## **Art. 86. Unidad de Bienestar Universitario**

Las instituciones de educación superior mantendrán una unidad administrativa de bienestar destinada a promover la orientación vocacional y profesional, facilitar la obtención de créditos, estímulos, ayudas económicas y becas, y ofrecer servicios asistenciales que se determinen en las normativas de cada institución.

Además, promoverá un ambiente de respeto a los derechos y a la integridad física, psicológica y sexual de las y los estudiantes, en un ambiente libre de violencia, y brindará asistencia a quienes demanden por violaciones de estos derechos.

### **2.4.3. Código Orgánico Integral Penal (COIP)**

#### **Art. 166. Acoso sexual**

“La persona que solicite algún acto de naturaleza sexual, para sí o para un tercero, prevaliéndose de situación de autoridad laboral, docente, religiosa o similar, sea tutora o tutor, curadora o curador, ministros de culto, profesional de la educación o de la salud, personal responsable en la atención y cuidado del paciente o que mantenga vínculo familiar o cualquier otra forma que implique subordinación de la víctima, será sancionada.”

#### **Art. 157. Violencia psicológica contra la mujer o miembros del núcleo familiar**

“La persona que, como manifestación de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, cause perjuicio en la salud mental por actos de perturbación, amenaza, manipulación, chantaje, humillación, aislamiento, vigilancia, hostigamiento o control de creencias, decisiones o acciones, será sancionada.

#### **Art. 176. Discriminación**

La persona que salvo los casos previstos como políticas de acción afirmativa propague, practique o incite a toda distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en etnia,

lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física; ni por cualquier otra distinción personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos, será sancionada.

#### **2.4.4. Consejo de Educación Superior (CES)**

Reglamento de Régimen Académico

El sistema de educación superior deberá garantizar procesos de formación integral, orientados al respeto de los derechos humanos, la inclusión, la igualdad de oportunidades y la convivencia ética dentro de las instituciones de educación superior.

Lineamientos de prevención de violencia y discriminación en educación superior

Las instituciones de educación superior deberán implementar mecanismos de prevención, atención y acompañamiento frente a situaciones de violencia, discriminación y acoso dentro de la comunidad universitaria.

#### **2.4.5. Organización de Naciones Unidas**

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los artículos que garantizan los derechos y libertades a todas las personas sin discriminación son:

**Art. 2:** Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía. (pág. 34)

**Art. 3:** “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona” (pág. 34).

**Art. 5:** “Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes” (pág. 34).

**Art. 7:** “Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación” (pág. 35).

## 2.5. Georreferencial

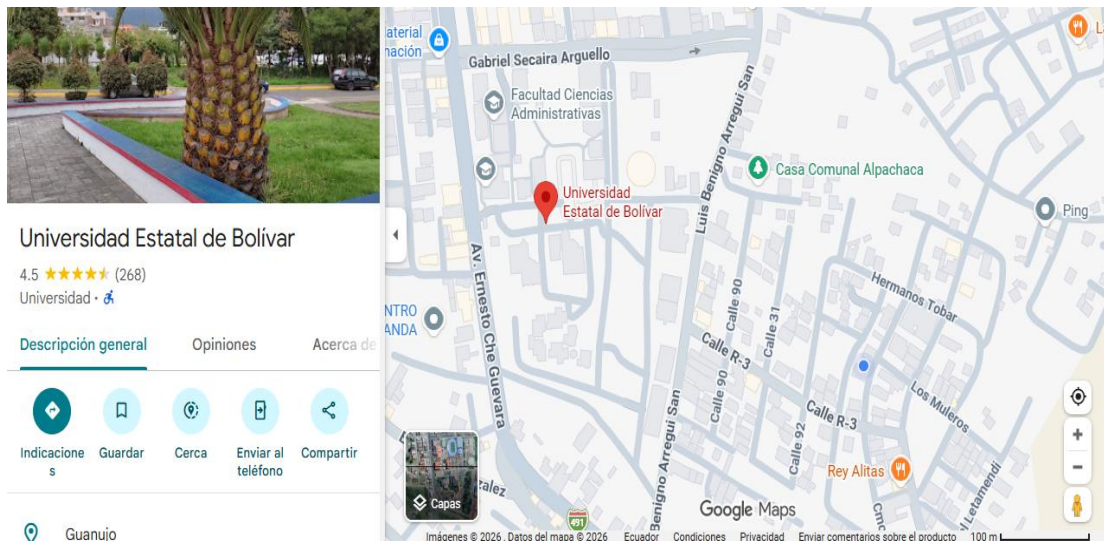
La Universidad Estatal de Bolívar, centro de educación superior la cual se encuentra ubicada en:

**Provincia:** Bolívar

**Ciudad:** Guaranda

**Dirección:** Av. Ernesto Che Guevara y Av. Gabriel Secaira

**Ilustración 1.** Referencia geográfica de la Universidad Estatal de Bolívar



*Nota: investigado por: Goyes C. & Rosero D. Fuente: Google Maps/febrero 2026.*

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación que se utilizaron se sustentan en la aplicación de métodos y técnicas que permitieron analizar el fenómeno desde diferentes perspectivas, asegurando así una aproximación integral y fundamentada que responda de manera precisa a los objetivos propuestos.

Guerrero & Guerrero (2020) establece que la “metodología de la investigación puede definirse como el conjunto de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada, sistemática y rigurosa en la realización de un proceso de investigación” (pág. 5).

##### 3.1.1. Investigación descriptiva

Caicedo, Palacios & Cely (2023a) indican que “esta investigación determina el modo de ser de los objetos, es de segundo nivel y su propósito es reunir toda la información acerca de las propiedades, las dimensiones de las personas y aspectos” (pág. 47).

Bajo esta lógica, facilita identificar propiedades, dimensiones y particularidades del fenómeno, tal como lo mencionan los autores. Por ejemplo, permite describir la frecuencia con la que se difunden mensajes institucionales sobre igualdad, el nivel de aceptación o resistencia entre los estudiantes, las dimensiones comunicacionales que se utilizan (visual, verbal, digital) y las actitudes predominantes. Estos datos no buscan explicar causas profundas, sino caracterizar con precisión la situación para que las decisiones estratégicas se basen en evidencia concreta y contextualizada.

### **3.1.2. Investigación explicativa**

De acuerdo a lo citado por George & Merkus (2022) se manifiesta que la investigación explicativa es un método que explora por qué ocurre algo cuando la información disponible es limitada. Puede ayudarte a comprender mejor un tema, determinar cómo o por qué ocurre un fenómeno específico y predecir sucesos futuros. La investigación explicativa también puede explicarse como un modelo de causa y efecto, que investiga patrones y tendencias en datos existentes que no se han investigado previamente. (pág. 2)

Esta investigación ayudará a comprender por qué las estrategias actuales no son suficientes, además de que podremos identificar factores causales que afectan la igualdad de género y predecir qué tipo de estrategias serían más efectivas en la Universidad.

### **3.1.3. Investigación acción**

De acuerdo a lo citado por la autora García (2023), en donde manifiesta que la investigación acción es un tipo de investigación que se enfoca en la solución de un problema específico y práctico, y en la que las personas pertenecientes a un grupo o comunidad participan activamente en el proceso investigativo, contribuyendo a la identificación del problema en estudio y la identificación de posibles soluciones. (pág. 197)

Desde este punto de vista, esta investigación – acción servirá para identificar y analizar el problema de la falta de estrategias de comunicación que ayuden a promover la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar, de esta manera se buscará soluciones o métodos viables que nos ayuden a poder pasar del diagnóstico al impacto, para poder recoger percepciones e impresiones reales que nos permita poder hacer parte activa de este proyecto a estudiantes, docentes y administrativos.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

Según Caicedo, Palacios y Cely (2023), la investigación requiere un proceso estructurado y coherente, por lo que puede desarrollarse desde enfoques cualitativos, cuantitativos o mixtos, permitiendo aproximarse a la realidad de manera organizada y sistemática para generar respuestas a distintas problemáticas.

En este sentido, el enfoque de investigación es importante porque orienta el análisis del fenómeno estudiado y define el proceso metodológico necesario para alcanzar los objetivos planteados, guiando la investigación de forma lógica y coherente con el tema de la promoción de la igualdad de género mediante estrategias de comunicación.

#### **3.2.1. Enfoque Mixto**

Según lo planteado por Vizcaíno, Cedeño y Maldonado (2023), el enfoque mixto se caracteriza por integrar de manera intencional métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas dentro del proceso investigativo, permitiendo recolectar y analizar distintos tipos de datos mediante herramientas estadísticas e interpretativas.

En esta investigación, el enfoque mixto es pertinente porque posibilita analizar la igualdad de género en la Universidad Estatal de Bolívar desde una visión integral y complementaria. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos favorece una comprensión más profunda del fenómeno estudiado, aportando mayor rigor, amplitud y confiabilidad a los resultados obtenidos.

### **3.3. Métodos de Investigación**

#### **3.3.1. Método Deductivo**

Según Albornoz Zamora et al. (2023a), el método inductivo se basa en un proceso de razonamiento que parte de casos particulares para llegar a conclusiones generales, mediante la identificación de características y relaciones comunes que permiten explicar un fenómeno de manera más amplia.

En esta investigación, el método inductivo contribuye a generar conclusiones generales a partir de las evidencias obtenidas durante el estudio. A través de la identificación de patrones y comportamientos recurrentes dentro de la población estudiantil, se logra una comprensión más amplia e integral de la realidad institucional.

### **3.3.2. Método analítico**

De acuerdo con el Equipo editorial Etecé (2025), el método analítico o empírico-analítico se fundamenta en la observación, la experiencia directa y la lógica empírica para comprobar o validar razonamientos científicos mediante procedimientos objetivos como la estadística, la observación y la experimentación.

En esta investigación, el método analítico permitirá examinar la situación actual de la Universidad Estatal de Bolívar de manera detallada, descomponiendo el problema en elementos específicos para comprenderlo con mayor profundidad. Asimismo, facilitará la identificación de patrones, la comparación de respuestas y la detección de posibles contradicciones, contribuyendo a obtener conclusiones más precisas sobre el fenómeno estudiado.

### **3.3.3. Método sintético**

Según Mejía (2020), el método sintético es un proceso de razonamiento que permite reconstruir y resumir un fenómeno a partir de la integración de sus elementos más relevantes, con el propósito de obtener una comprensión global del mismo.

En esta investigación, el método sintético contribuirá a integrar la información obtenida previamente mediante el método analítico, permitiendo construir una visión general del problema estudiado. De esta manera, facilitará la elaboración de una propuesta coherente y el reconocimiento de los factores que originan la problemática, así como de las necesidades que presenta la Universidad Estatal de Bolívar de forma integral.

#### **3.3.4. Método holístico**

Según Olivos (2023), la metodología holística se caracteriza por abordar los fenómenos desde una perspectiva integral, considerando las diferentes dimensiones que conforman una realidad y relacionando los distintos procesos investigativos de manera continua e interconectada.

En esta investigación, la metodología holística permitirá comprender la problemática desde un enfoque global, integrando factores sociales, culturales, institucionales, comunicacionales y humanos. De esta manera, se analizará el fenómeno como un sistema interrelacionado, lo que facilitará el diseño de estrategias más completas y evitará la aplicación de soluciones aisladas o fragmentadas.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos**

#### **3.4.1. Técnica 1: Encuestas.**

**Instrumento:** Cuestionario.

La encuesta aplicada a la comunidad universitaria fue un tipo de encuesta estructurada que nos sirvió para recolectar información y analizar con mayor profundidad este fenómeno, además, estas encuestas nos permitieron saber cuál es la situación actual de la Universidad para poder medir las percepciones y actitudes de la comunidad universitaria. Esto permitió a identificar problemas específicos como: tipos de violencia más frecuentes, falta de información institucional, etc. Con la finalidad de sustentar los resultados con datos estadísticos. Como instrumento utilizamos un cuestionario estructurado.

#### **3.4.2. Técnica 2: Entrevista.**

**Instrumento:** Entrevista estructurada.

La entrevista que se aplicó, fue una entrevista estructurada, ya que, contamos con preguntas previamente definidas, mismo orden para todos los entrevistados y respuestas más concretas. Esto ayudo a tener mayor control sobre las respuestas y a la fácil comparación entre ellas. Como instrumento utilizamos una guía de entrevista estructurada.

### **3.5. Universo, Población y Muestra**

#### **3.5.1. Universo**

El universo o población objeto de estudio en la presente investigación está conformado por la totalidad de estudiantes matriculados en la Universidad Estatal de Bolívar (UEB). De acuerdo con los registros institucionales, para el periodo académico 2025, la universidad contó con aproximadamente 9484 estudiantes, 319 docentes, 186 administrativos pertenecientes a las distintas facultades y carreras de grado, dando un total de 9989

### 3.5.2. Población

Esta población constituye el conjunto total de individuos que poseen las características necesarias para aportar información relevante sobre el fenómeno investigado, en este caso, las estrategias de comunicación para promover la igualdad de género. Al tratarse de un tema que involucra toda la comunidad universitaria, se considera pertinente incluir a la población universitaria en su totalidad como marco de referencia para el estudio.

### 3.5.3. Muestra

Debido a que resulta poco viable realizar un levantamiento de información a los 9484 estudiantes, 319 docentes, 186 administrativos, por cuestiones de tiempo, recursos y accesibilidad, se determina trabajar con una muestra representativa de cada segmento. Para ello, se aplicará un muestreo probabilístico, específicamente el muestreo estratificado, que garantiza que toda la comunidad universitaria tenga la misma probabilidad de ser seleccionada. Se aplicará una muestra estratificada por estamento universitario por lo que se identificará 3 tipos de muestra

Universo: 9484 estudiantes

N = Población o universo

m = Muestra            e = 0.05 (Margen de Error)

$$m = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$
$$m = \frac{9484}{0.05^2(9484 - 1) + 1}$$
$$m = \frac{9484}{0.0025(9483) + 1}$$
$$m = \frac{9484}{24.7075}$$
$$m = 384 \text{ encuestados}$$

Universo: 319 docentes

**N** = Población o universo

**m** = Muestra

**e** = 0.05 (Margen de Error)

$$m = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

$$m = \frac{319}{0.05^2(319 - 1) + 1}$$

$$m = \frac{319}{0.0025(318) + 1}$$

$$m = \frac{319}{1,80}$$

$m = 178$  encuestados

Universo: 186 administrativos

**N** = Población o universo

**m** = Muestra

**e** = 0.05 (Margen de Error)

$$m = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

$$m = \frac{186}{0.05^2(186 - 1) + 1}$$

$$m = \frac{186}{0.0025(185) + 1}$$

$$m = \frac{186}{1,463}$$

$m = 127$  encuestados

### **3.6. Procesamiento de la Información**

El procesamiento de la información constituye una etapa fundamental dentro del desarrollo metodológico de la investigación, ya que permite organizar, clasificar y analizar los datos obtenidos mediante los diferentes instrumentos aplicados.

En el caso de los datos cuantitativos obtenidos a través de Google Forms aplicados a los estudiantes, docentes y administrativos de la Universidad Estatal de Bolívar, el procesamiento se realizará en mediante la recopilación de las respuestas, la elaboración de gráficos y tablas estadísticas, utilizando como herramienta el programa EXCEL, lo que facilitará la interpretación objetiva de los niveles de percepción, sensibilización y conocimiento sobre la igualdad de género dentro de la comunidad universitaria.

Por otra parte, los datos cualitativos provenientes de entrevistas, testimonios o preguntas abiertas serán tabulados y analizados, con la finalidad de profundizar en las experiencias, significados y percepciones que las autoridades poseen respecto a las estrategias comunicacionales y su impacto en la promoción de la igualdad de género.

Finalmente, los resultados cuantitativos y cualitativos serán integrados para complementar la interpretación, contrastar hallazgos y generar conclusiones sólidas que respondan a los objetivos planteados, garantizando una visión más completa del fenómeno y permitiendo establecer recomendaciones comunicacionales.

## **CAPITULO IV**

### **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.**

El cuestionario fue aplicado a estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Estatal de Bolívar, con la finalidad de conocer cuáles son los tipos de violencia que se ha presentado en la UEB y cuál es el grado de necesidad de implementar nuevas estrategias comunicacionales que ayuden a fomentar el respeto entre la comunidad universitaria.

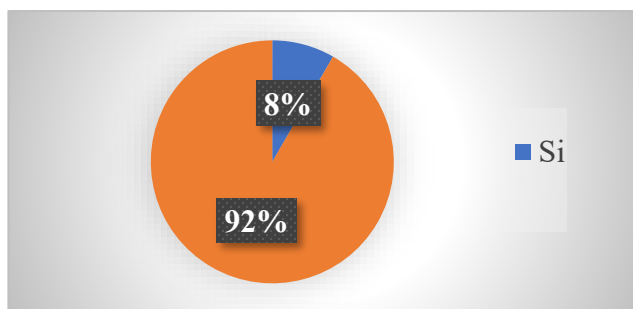
#### 4.1.1. Análisis e interpretación de encuestas realizadas a estudiantes.

**Tabla 2.** Estrategias comunicacionales de la UEB

Alternativas	frecuencias	%
Si	32	8%
No	352	92%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 1.** Estrategias comunicacionales de la UEB



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes C. & Rosero D.*

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los datos obtenidos, se evidencia que el 92% de los estudiantes encuestados desconoce la existencia de estrategias de comunicación orientadas a promover la igualdad de género dentro de la UEB, mientras que únicamente el 8% manifestó tener conocimiento sobre estas iniciativas.

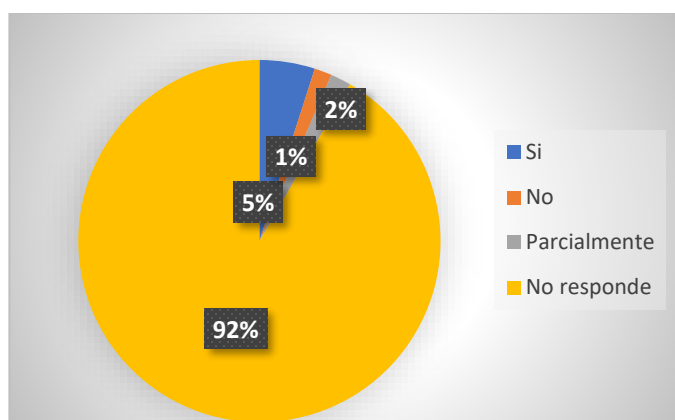
Estos resultados reflejan un bajo nivel de difusión y visibilidad de las acciones institucionales relacionadas con la igualdad de género, lo que demuestra que la comunicación en torno a esta temática no está llegando de manera efectiva a la comunidad universitaria. En consecuencia, se identificó la necesidad de fortalecer los procesos comunicacionales mediante una mayor difusión de programas, campañas, actividades y mensajes institucionales que fomenten la sensibilización y participación estudiantil en temas de igualdad de género.

**Tabla 3.** *Funcionamiento de las estrategias*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	19	5%
No	6	1%
Parcialmente	7	2%
No responde	352	92%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 2.** *Funcionamiento de las estrategias*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

Los resultados evidencian que el 5% de los estudiantes considera que las estrategias comunicacionales sobre igualdad de género funcionan correctamente, el 2% cree que funcionan parcialmente y el 1% piensa que no son efectivas. Además, el 92% no respondió debido al desconocimiento sobre estas estrategias en la UEB.

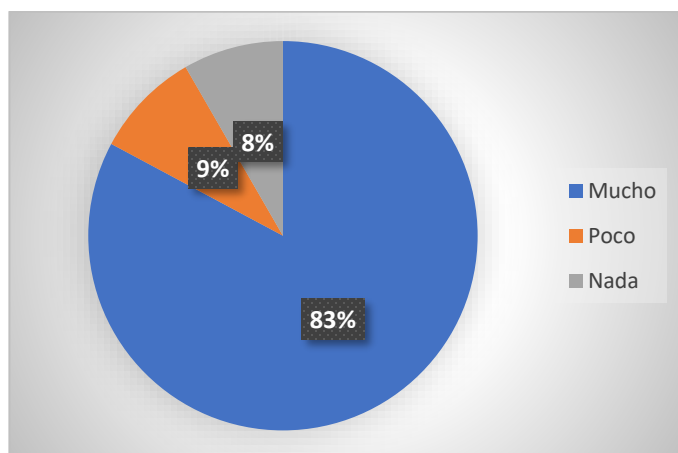
Esto demuestra un bajo nivel de conocimiento sobre temas de género dentro de la comunidad estudiantil, evidenciando la necesidad de fortalecer estrategias de comunicación más efectivas que promuevan la igualdad y una cultura universitaria más equitativa.

**Tabla 4.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB

Alternativas	frecuencias	%
Mucho	318	83%
Poco	34	9%
Nada	32	8%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 3.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

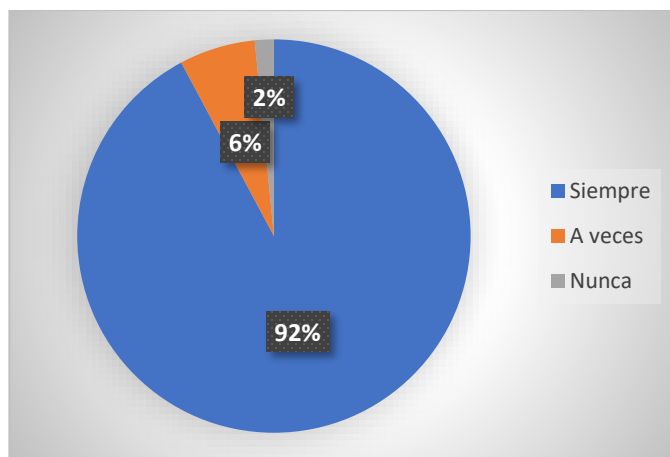
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 83% de los estudiantes encuestados creen que la UEB maneja un lenguaje inclusivo en sus redes sociales, mientras que el 9% piensa que muy pocas veces la UEB utiliza un lenguaje apropiado, por otro lado, el 8% cree que nunca se utiliza un lenguaje inclusivo en las redes. De esta manera se identificó que la UEB sabe cómo llegar a la mayoría de los estudiantes mediante los comunicados que emite.

**Tabla 5.** Comunidad universitaria empática

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	354	92%
A veces	24	6%
Nunca	6	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 4.** Comunidad universitaria empática



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos hemos podido evidenciar que el 92% de los estudiantes evidencia un ambiente empático en su día a día, mientras que el 6% nos dice que solo a veces se evidencia empatía dentro de la Universidad, por otro lado, el 2% piensa que nunca hay gestos de empatía entre la comunidad universitaria.

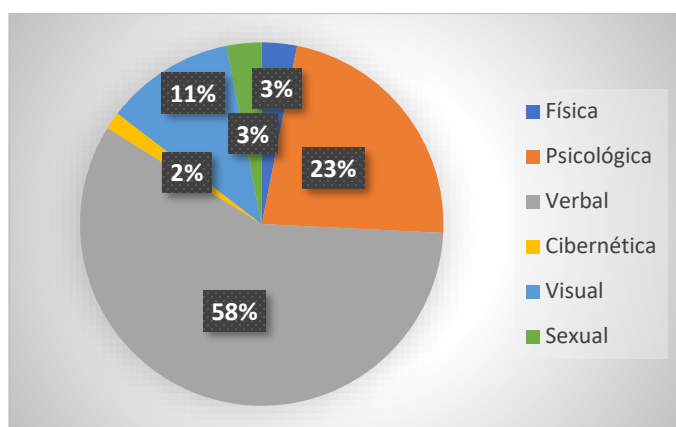
Evidentemente la Universidad Estatal de Bolívar si maneja un ambiente de igualdad entre la comunidad universitaria estudiantil, sin embargo, se debe tomar en cuenta que el 8% de la población estudiantil, no se siente incluida en la problemática.

**Tabla 6.** *Violencia dentro de la UEB*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Física	12	3%
Psicológica	87	23%
Verbal	223	58%
Cibernética	6	2%
Visual	44	11%
Sexual	12	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 5.** *Violencia dentro de la UEB*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

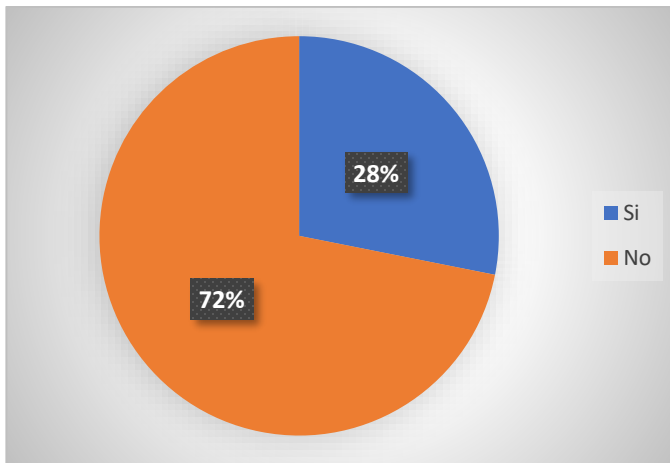
En concordancia con los datos obtenidos, se evidencia que el 58% de los estudiantes han experimentado violencia verbal dentro su círculo social, el 23% violencia psicológica, el 11% violencia visual, el 3% violencia física y sexual, y el 2% violencia cibernética. Estos reflejan que a la UEB le hacen falta estrategias de comunicación que combatan directamente cada uno de los tipos de violencia que se presentan dentro de la misma.

**Tabla 7.** *Programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	108	28%
No	276	72%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 6.** *Programas de igualdad de género*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

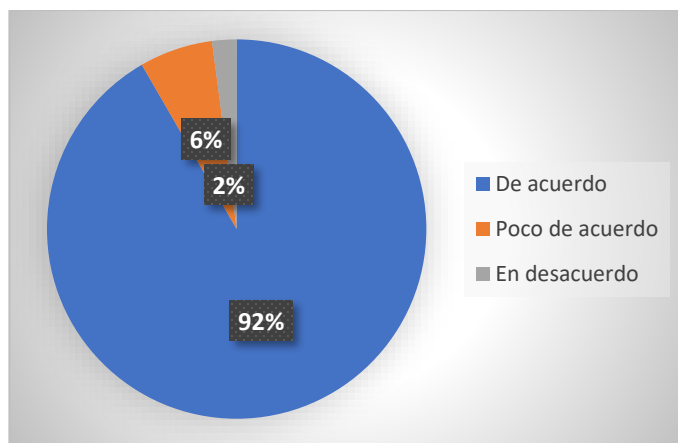
De acuerdo a estos datos, se puede observar que el 72% de los estudiantes no han asistido a programas sobre igualdad de género realizados por la Universidad, mientras que el 28% si ha asistido. Claramente la participación activa por parte de los estudiantes es muy pobre, además de, que la difusión de este tipo de eventos no es la adecuada.

**Tabla 8.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
De acuerdo	352	92%
Poco de acuerdo	24	6%
En desacuerdo	8	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 7.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

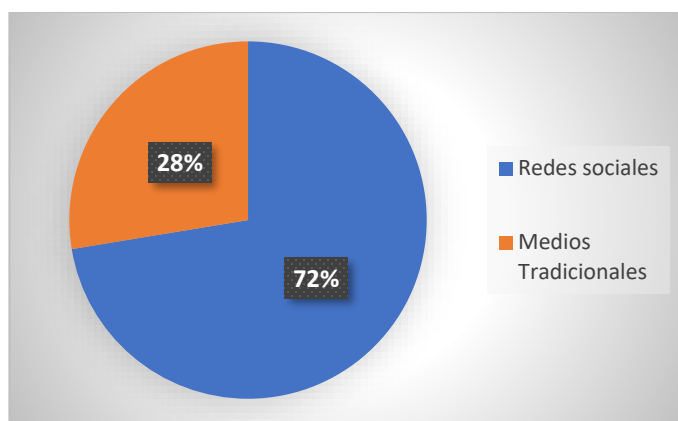
Según los datos obtenidos, se evidencia que el 92% de los estudiantes están de acuerdo con que la implementación de un plan estratégico de comunicación permitiría un ambiente mucho más equitativo dentro de la UEB, mientras que el 6% señaló que está poco de acuerdo, y el 2% mencionó que está en desacuerdo. Evidentemente la ejecución de un plan estratégico para promover un ambiente más equitativo dentro de la UEB ayudaría considerablemente a lograr nuestros objetivos.

**Tabla 9.** *Canales de difusión para concientizar*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Redes sociales	278	72%
Medios Tradicionales	106	28%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 8.** *Canales de difusión para concientizar*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

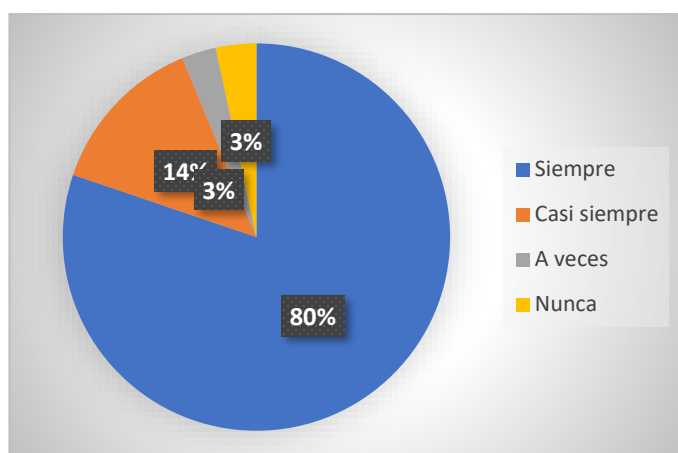
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 72% de la población estudantil piensa que las redes sociales son los canales de difusión con mayor potencial para promover una cultura más igualitaria, mientras que el 28% piensas que los medios tradicionales son los canales de difusión más efectivos. Esto refleja que la gran parte de la comunidad universitaria estudantil se informa sobre lo que pasa dentro de la UEB mediante dispositivos móviles en los cuales tienen acceso a todas las redes sociales.

**Tabla 10.** *Los medios utilizados por la institución son los adecuados*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	308	80%
Casi siempre	52	14%
A veces	11	3%
Nunca	13	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 9.** *Los medios utilizados por la institución son los adecuados*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

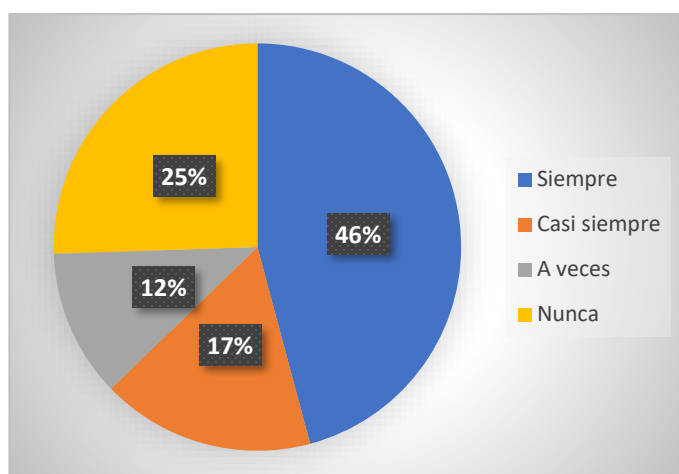
Con base en la evidencia recopilada, el 80% de los estudiantes respondieron que los medios utilizados por la UEB para informar sobre mensajes de igualdad de género siempre son los correctos, mientras que el 14% respondió casi siempre, el 3% dijo que a veces, y el 3% mencionó que nunca, por lo tanto, se puede interpretar que los medios utilizados para la difusión de mensajes de igualdad de género son los correctos.

**Tabla 11.** Reglamentos sobre igualdad de género

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	176	46%
Casi siempre	65	17%
A veces	45	12%
Nunca	98	25%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 10.** Reglamentos sobre igualdad de género



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

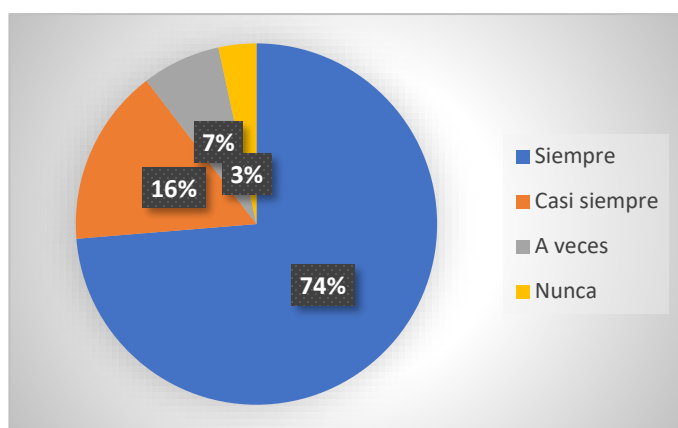
Según los datos obtenidos, el 46% nos dice que la UEB siempre comunica de manera clara sus reglamentos sobre igualdad de género, mientras que el 17% nos dice que casi siempre, el 12% menciona que a veces, y el 25% cree que nunca se comunican estos reglamentos, por lo tanto, la difusión de dichos reglamentos sobre igualdad de género no está llamando la atención de la comunidad universitaria estudiantil.

**Tabla 12.** *Equidad entre hombres y mujeres*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	283	74%
Casi siempre	61	16%
A veces	27	7%
Nunca	13	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 11.** *Equidad entre hombres y mujeres*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

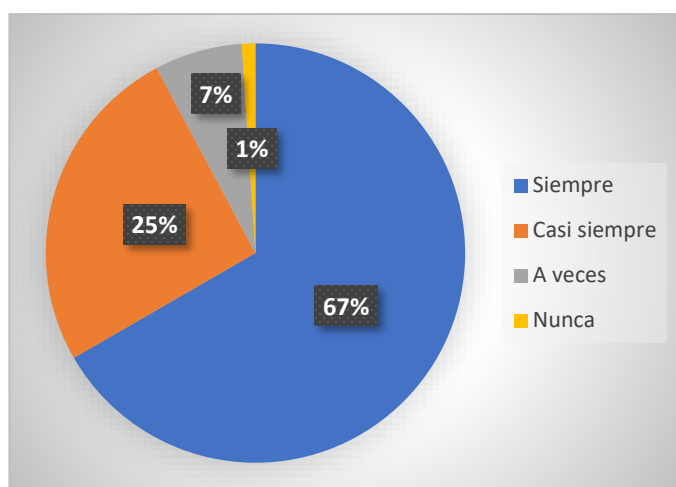
De acuerdo a los datos recolectados, el 74% de los estudiantes dicen que los mensajes de la UEB siempre promueven la equidad entre hombres y mujeres, el 16% dijo que casi siempre, el 7% menciono que a veces, y el 3% cree que nunca lo hace, de esta manera, podemos interpretar que los mensajes difundidos por la UEB la mayor parte del tiempo promueven la equidad entre hombres y mujeres.

**Tabla 13.** *Difusión de programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	256	67%
Casi siempre	98	25%
A veces	26	7%
Nunca	4	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 12.** *Difusión de programas de igualdad de género*



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

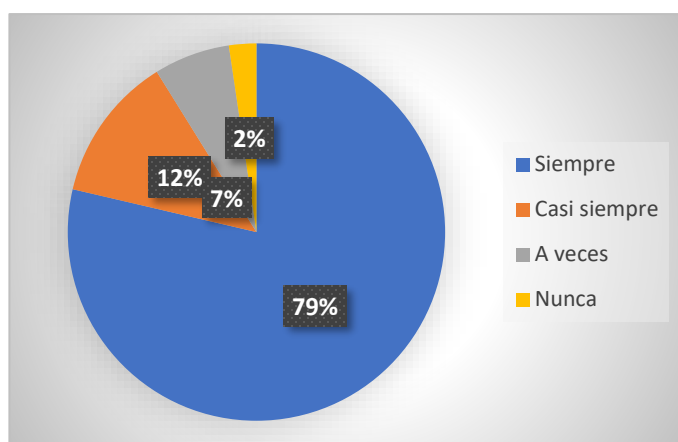
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 67% de los estudiantes consideran que siempre la UEB informa adecuadamente sobre programas relacionados con la igualdad de género, mientras que el 25% manifestó que casi siempre lo hace, el 7% considera que a veces, y el 1% cree que nunca. Con estos datos se puede observar que una gran parte de la población encuestada está satisfecha con los comunicados que realiza la universidad con respecto a la igualdad de género.

**Tabla 14.** La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	302	79%
Casi siempre	48	12%
A veces	25	7%
Nunca	9	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 13.** La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria



*Nota: Estudiantes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos muestran que el 79% de los estudiantes consideran que la UEB a través de sus comunicados fomenta valores de equidad e igualdad de género entre la comunidad universitaria, mientras que el 12% indicó que esto ocurre casi siempre, por otro lado, el 7% considera que a veces, y el 2% expresó que nunca. De esta manera podemos analizar que los comunicados emitidos por la institución si están enfocados en fomentar valores de equidad.

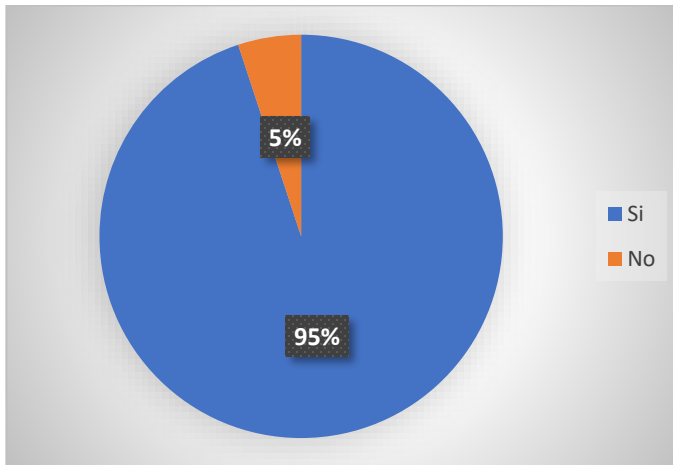
#### 4.1.2. Análisis e interpretación de encuestas realizadas a docentes.

**Tabla 15.** Estrategias comunicacionales de la UEB

Alternativas	frecuencias	%
Si	169	95%
No	9	5%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 14.** Estrategias comunicacionales de la UEB



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

#### **Análisis e interpretación**

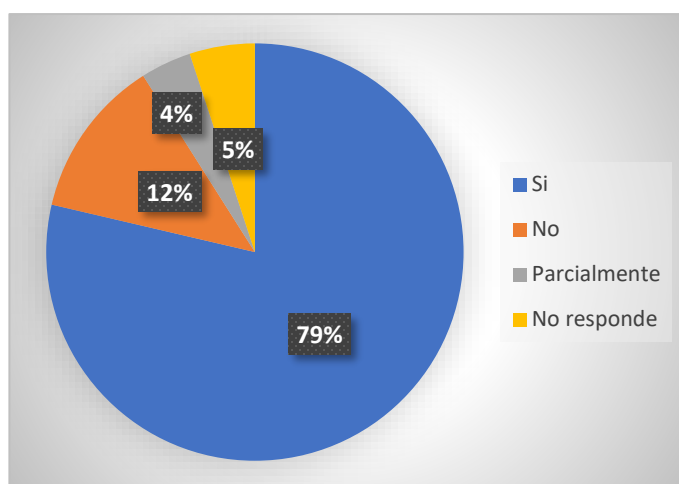
De acuerdo con los datos obtenidos, se puede observar que el 95% de los docentes encuestados manifestaron que, si conocen las estrategias comunicacionales con las que cuenta la UEB para promover la igualdad de género, mientras que el 5% indicaron que no conocen estas estrategias, de esta manera hemos observado que gran parte del personal docente está informado sobre las políticas comunicacionales que promueven la igualdad de género dentro de la UEB.

**Tabla 16.** *Funcionamiento de las estrategias*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	140	79%
No	22	12%
Parcialmente	7	4%
No responde	9	5%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 15.** *Funcionamiento de las estrategias*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

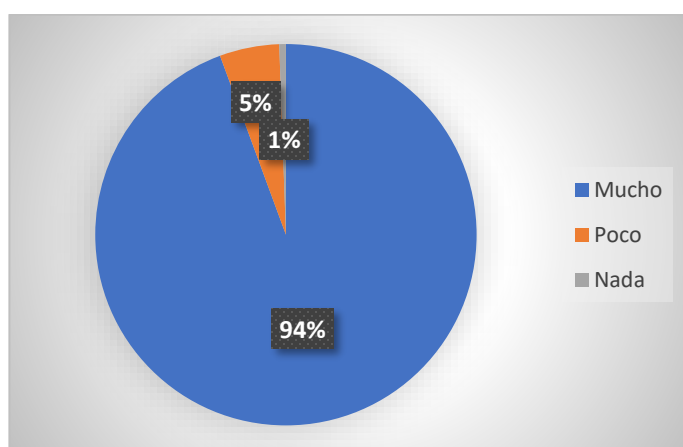
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 79% de los docentes encuestados manifestaron que las estrategias ejecutadas por la UEB están funcionando adecuadamente, mientras que el 12% indicaron que no están funcionando correctamente, por otro lado, el 4% indicó que parcialmente y el 5% no respondieron a esta pregunta debido a que no tenían conocimiento sobre estas estrategias. Evidentemente el personal docente está al tanto de los beneficios de estas estrategias implementadas por la UEB para fomentar la equidad e igualdad de género.

**Tabla 17.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB

Alternativas	frecuencias	%
Mucho	168	94%
Poco	9	5%
Nada	1	1%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 16.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

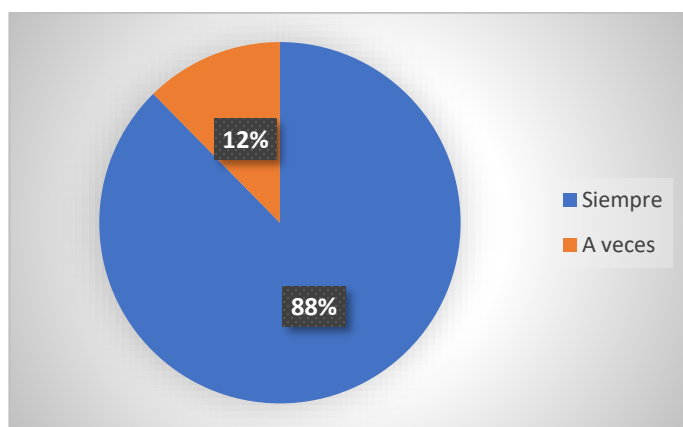
Con respecto a los datos recolectados, hemos podido observar que el 94% de los docentes encuestados manifiestan que la UEB muchas veces maneja una comunicación con equidad de género, mientras que el 5% indicó que poco y el 1% señaló que nada. En base a estos datos podemos interpretar que la comunicación por parte de la institución es en pro de la equidad e igualdad de género.

**Tabla 18.** *Comunidad universitaria empática*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	156	88%
A veces	22	12%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 17.** *Comunidad universitaria empática*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

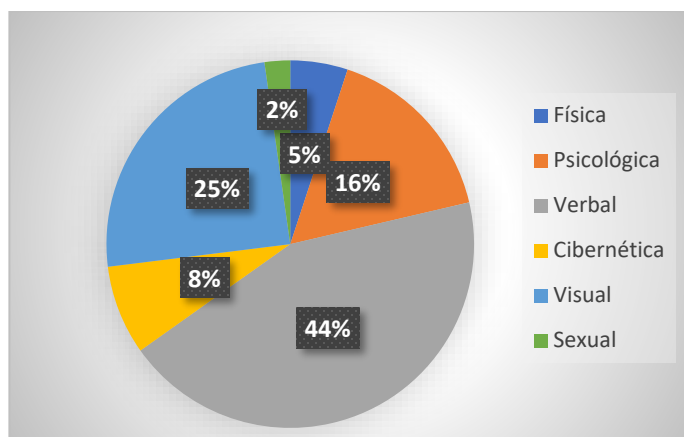
Conforme a los datos recopilados, el 88% de la población de docentes encuestados manifestó que en el desarrollo de las actividades diarias dentro de la universidad se evidencia equidad e igualdad de género, por otro lado, el 12% señaló que a veces. De esta manera podemos interpretar que hay una minoría que aún no se encuentra conforme con la empatía que se vive dentro de la institución.

**Tabla 19.** *Violencia dentro de la UEB*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Física	9	5%
Psicológica	29	16%
Verbal	78	44%
Cibernética	14	8%
Visual	44	25%
Sexual	4	2%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 18.** *Violencia dentro de la UEB*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

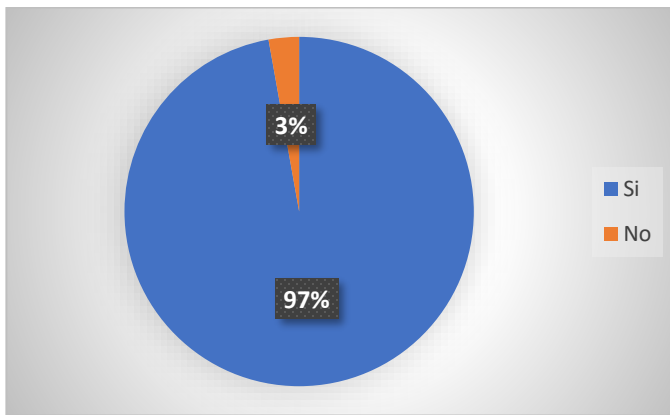
De acuerdo a los datos obtenidos, se puede observar que el 44% de los docentes encuestados manifiestan que la violencia verbal es la que predomina en la institución, el 25% indicó violencia visual, el 16% violencia psicológica, el 8% violencia cibernética, el 5% violencia física, y el 2% violencia sexual. De esta manera, podemos analizar que, aunque no siempre se manifiestan agresiones físicas aun predominan los insultos verbales, comentarios ofensivos y burlas.

**Tabla 20.** *Programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	173	97%
No	5	3%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 19.** *Programas de igualdad de género*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

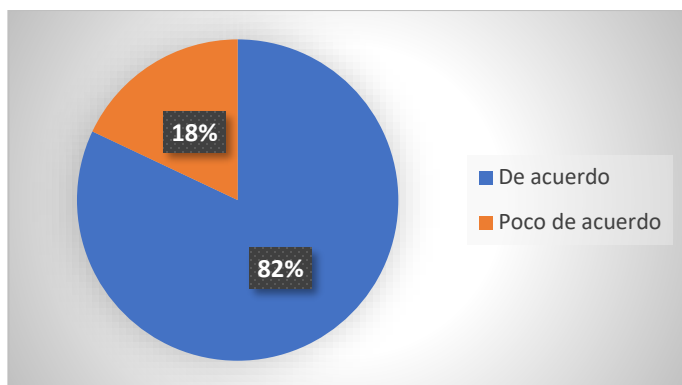
Según los datos, hemos observado que el 97% de los docentes encuestados han participado en programas de igualdad de género, mientras que tan solo el 3% señaló que no han asistido a estos programas. Evidentemente los datos obtenidos evidencian un alto índice de participación de los docentes en programas de igualdad de género.

**Tabla 21.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
De acuerdo	146	82%
Poco de acuerdo	32	18%
En desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 20.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

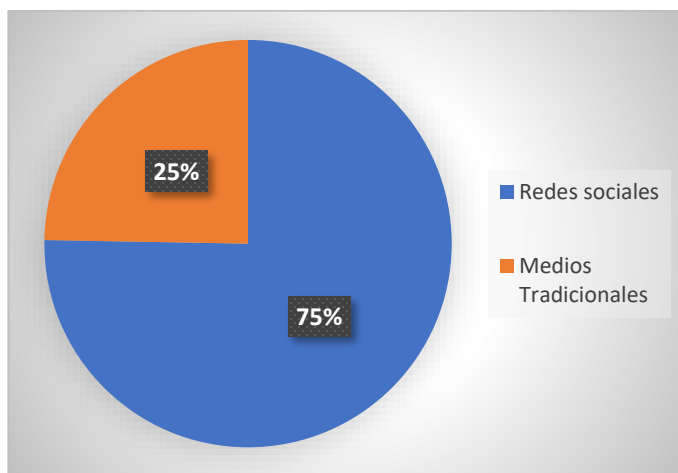
Con estos datos, se puede observar que el 82% de los docentes encuestados indican que están de acuerdo con que la ejecución de un plan estratégico de comunicación para promover la igualdad de género ayudaría a mantener un ambiente equitativo dentro de la institución, mientras que el 18% manifestó que están poco de acuerdo. De esta manera, podemos interpretar que un plan estratégico de comunicación contribuiría significativamente al fortalecimiento de una cultura igualitaria.

**Tabla 22.** *Canales de difusión para concientizar*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Redes sociales	134	75%
Medios Tradicionales	44	25%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 21.** *Canales de difusión para concientizar*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

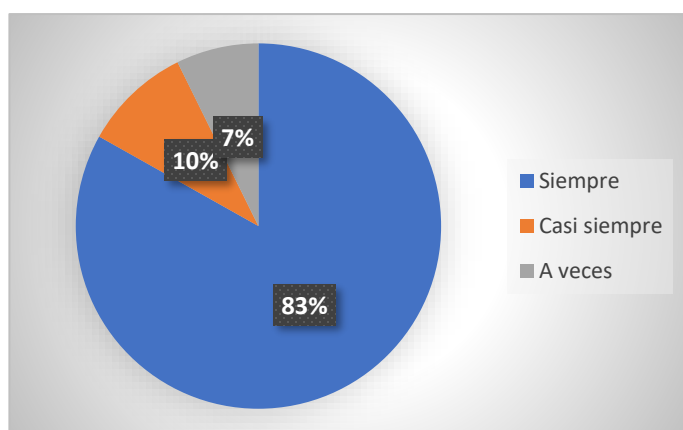
Conforme a las encuestas realizadas a los docentes se puede observar que el 75% manifestó que los mejores canales de difusión son las redes sociales, mientras que el 25% indicó que los medios tradicionales son mejores. Evidentemente notamos una inclinación notable hacia las redes sociales como medio de difusión.

**Tabla 23.** Los medios utilizados por la institución son los adecuados

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	148	83%
Casi siempre	17	10%
A veces	13	7%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 22.** Los medios utilizados por la institución son los adecuados



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

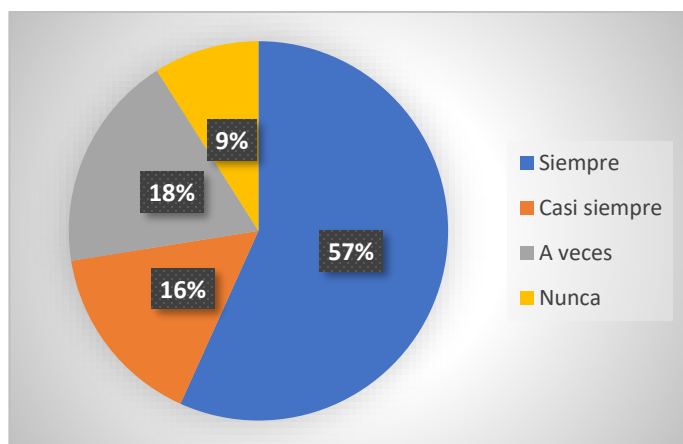
Según los datos obtenidos, se puede observar que el 83% manifestó que los canales de difusión siempre son adecuados, mientras que el 10% señaló casi siempre, por lo tanto, entendemos que los comunicados emitidos por la institución la mayor parte del tiempo están orientados acorde a la comunidad universitaria.

**Tabla 24.** Reglamentos sobre igualdad de género

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	101	57%
Casi siempre	28	16%
A veces	33	19%
Nunca	16	8%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 23.** Reglamentos sobre igualdad de género



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

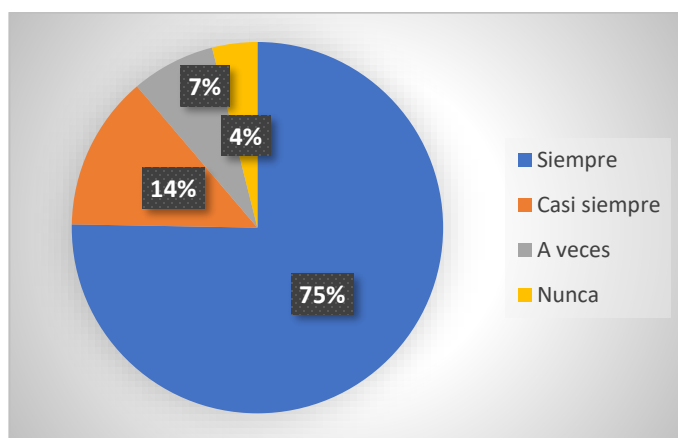
De acuerdo a los datos obtenidos, se puede observar que el 57% de los docentes encuestados manifestó que la UEB siempre comunica de manera clara sus reglamentos, el 16% indicó que casi siempre, el 18% señaló que a veces, y el 9% creen que nunca, de esta manera, entendemos que una gran parte de la institución no está contenta con la difusión de los reglamentos de la institución.

**Tabla 25.** *Equidad entre hombres y mujeres*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	134	75%
Casi siempre	24	14%
A veces	13	7%
Nunca	7	4%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 24.** *Equidad entre hombres y mujeres*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

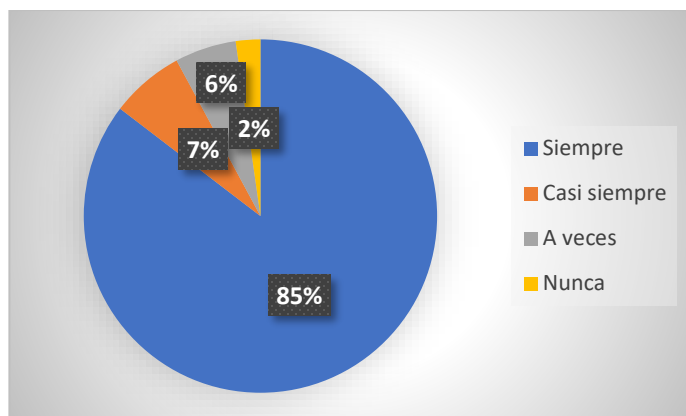
Con estos datos, hemos observado que el 75% de los docentes encuestados manifestó que la UEB siempre promueve la igualdad de género a través de sus comunicados, el 14% indicó que casi siempre, el 7% a veces, y el 4% señaló que nunca. De esta manera, interpretamos que gran parte de los docentes indican que la UEB promueve mensajes de igualdad y equidad de género, sin embargo, estas respuestas contradicen la percepción que tienen los estudiantes.

**Tabla 26.** *Difusión de programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	152	85%
Casi siempre	12	7%
A veces	10	6%
Nunca	4	2%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 25.** *Difusión de programas de igualdad de género*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

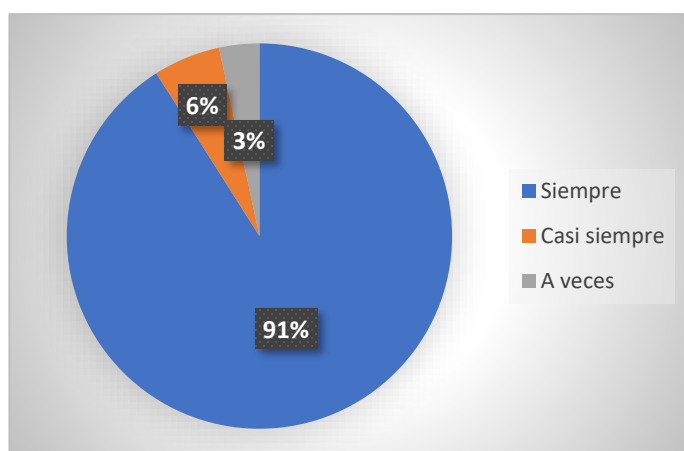
Conforme a los datos recolectados, se puede observar que el 85% de los docentes encuestados manifestaron que la UEB informa adecuadamente sobre los programas o eventos de igualdad de género, mientras que el 7% indicó que casi siempre, el 6% dijo que a veces, y el 2% señaló que nunca. Estos resultados evidencian que la institución analiza su manera de informar en pro de la comunidad universitaria.

**Tabla 27.** *La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	162	91%
Casi siempre	10	6%
A veces	6	3%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 26.** *La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria*



*Nota: Docentes de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

Según los datos obtenidos, hemos observado que el 91% de los docentes encuestados manifestaron que la UEB siempre fomenta valores en su comunicación interna, el 6% casi siempre, y el 3% señaló que a veces. Con estos podemos decir que los datos reflejan que la difusión de comunicados para promover la igualdad de género se realiza de manera efectiva.

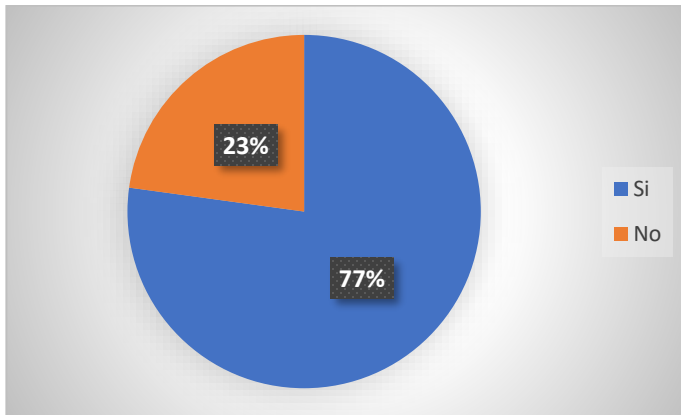
### 4.1.3. Análisis e interpretación de encuestas realizadas al personal administrativo.

**Tabla 28.** Estrategias comunicacionales de la UEB

Alternativas	frecuencias	%
Si	98	77%
No	29	23%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 27.** Estrategias comunicacionales de la UEB



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

#### **Análisis e interpretación**

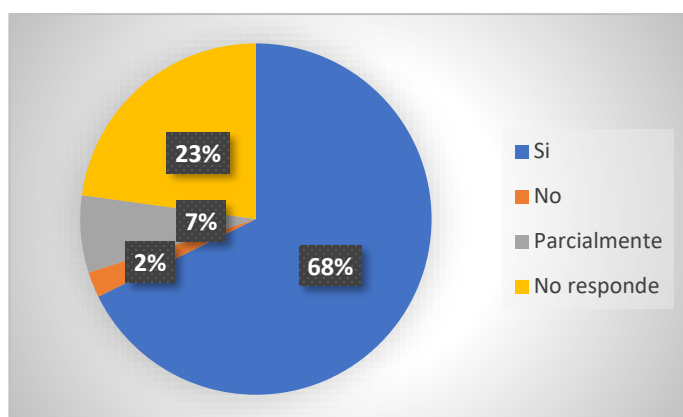
De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que el 77% del personal administrativo encuestado si conoce sobre las estrategias de comunicación para promover la igualdad de género dentro de la UEB, mientras que el 23% dijo que no conocían sobre estas estrategias. Evidentemente hace falta mejorar considerablemente la difusión de programas, eventos o campañas realizadas por la UEB sobre igualdad de género.

**Tabla 29.** *Funcionamiento de las estrategias*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	86	68%
No	3	2%
Parcialmente	9	7%
No responde	29	23%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 28.** *Funcionamiento de las estrategias*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

En concordancia con los datos obtenidos, se evidencia que el 68% de los que conocían sobre las estrategias comunicacionales creen que las mismas están funcionando de manera correcta, mientras que, el 2% piensa que no están funcionando, el 7% cree que las estrategias implementadas están funcionando parcialmente, y el 23% del personal administrativo no respondió a esta pregunta debido a que no conocían sobre las estrategias de la UEB.

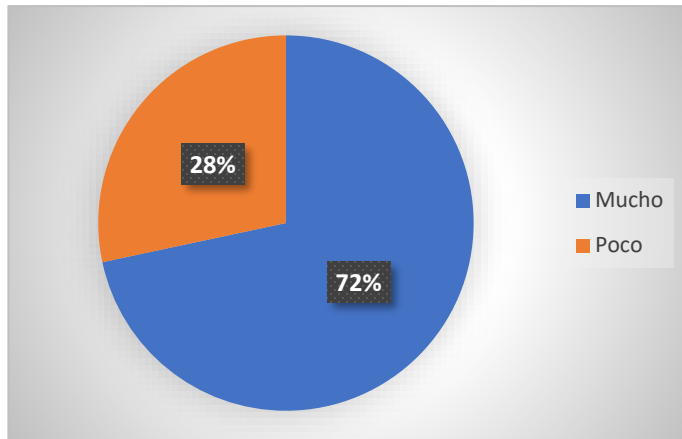
De esta manera podemos interpretar que una gran parte del personal administrativo no está conforme con las estrategias de comunicación para promover la igualdad de género de la universidad.

**Tabla 30.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Mucho	91	72%
Poco	36	28%
Nada	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 29.** Manejo de un lenguaje equitativo por parte de la UEB



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

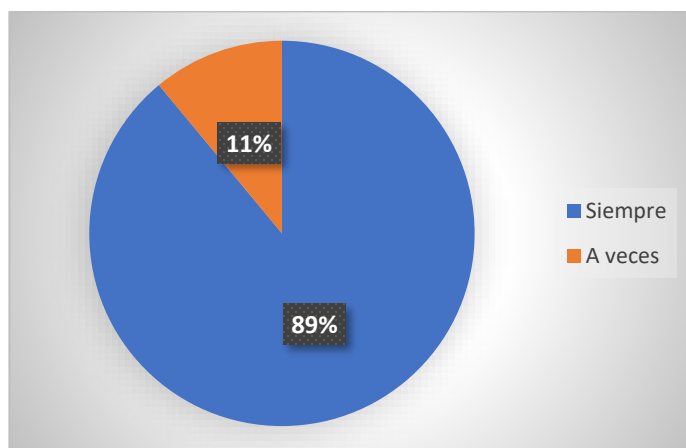
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 72% del personal administrativo encuestado, creen que la UEB maneja un lenguaje inclusivo en sus redes sociales, mientras que el 28% piensa que pocas veces la UEB utiliza un lenguaje apropiado. Así se identificó que la UEB sabe cómo llegar a la mayoría de su comunidad universitaria mediante los comunicados que emite.

**Tabla 31.** Comunidad universitaria empática

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	113	89%
A veces	14	11%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 30.** Comunidad universitaria empática



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos hemos podido evidenciar que el 89% del personal administrativo evidencia un ambiente empático en su día a día, mientras que el 11% nos dice que solo a veces se evidencia empatía dentro de la Universidad.

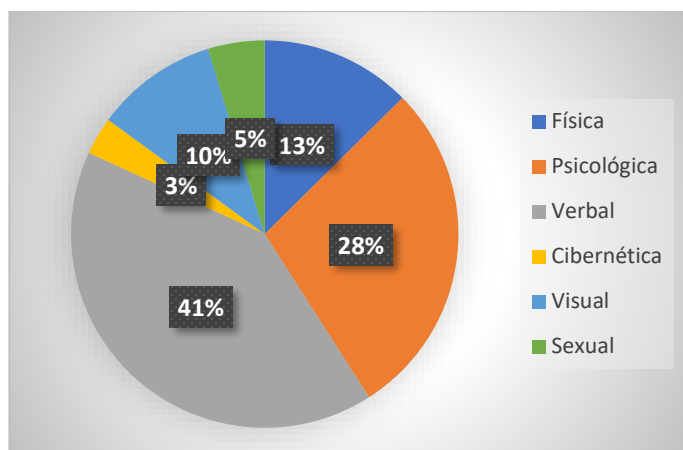
Evidentemente la Universidad Estatal de Bolívar maneja un ambiente de igualdad entre la comunidad universitaria estudiantil, aunque aún hay una parte inconforme.

**Tabla 32.** *Violencia dentro de la UEB*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Física	16	13%
Psicológica	36	28%
Verbal	52	41%
Cibernética	4	3%
Visual	13	10%
Sexual	6	5%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 31.** *Violencia dentro de la UEB*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

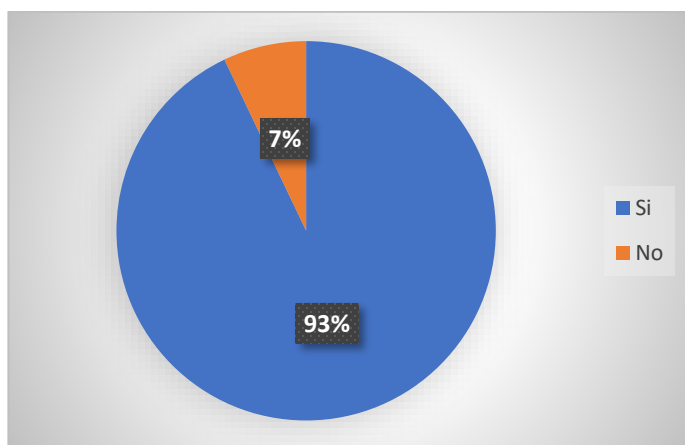
En concordancia con los datos obtenidos, se evidencia que el 41% del personal administrativo han evidenciado violencia verbal, el 28% violencia psicológica, el 10% violencia visual, el 13% violencia física, el 5% violencia sexual, y el 3% violencia cibernética. Estos datos reflejan que a la UEB le hacen falta estrategias de comunicación que combatan directamente cada uno de los tipos de violencia que se presentan dentro de la misma.

**Tabla 33.** *Programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	118	93%
No	9	7%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 32.** *Programas de igualdad de género*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

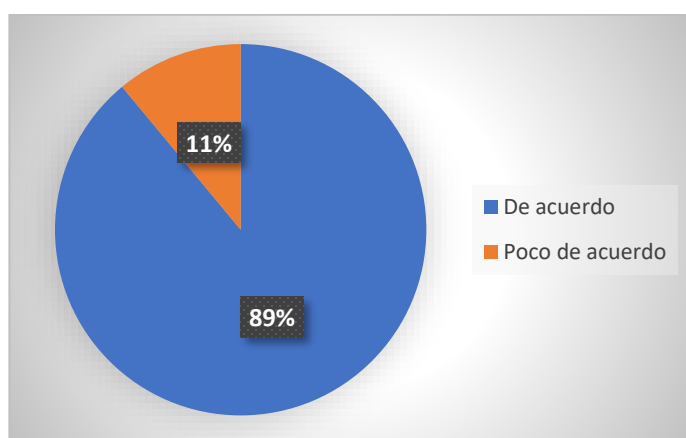
De acuerdo a estos datos, se puede observar que el 93% del personal administrativo han asistido a programas sobre igualdad de género realizados por la Universidad, mientras que el 7% no ha asistido. Claramente la participación activa por parte del personal administrativo es muy buena, además de, que la difusión de este tipo de eventos está siendo la adecuada.

**Tabla 34.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
De acuerdo	113	89%
Poco de acuerdo	14	11%
En desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 33.** *Ejecución de un plan de comunicación estratégica*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

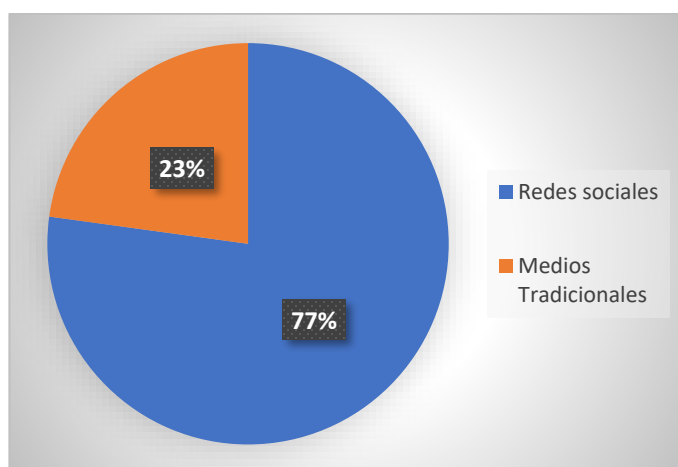
Según los datos obtenidos, se evidencia que el 89% del personal administrativo está de acuerdo con que la implementación de un plan estratégico de comunicación permitiría un ambiente mucho más equitativo dentro de la UEB, mientras que el 11% señaló que esta poco de acuerdo. Evidentemente la ejecución de un plan estratégico para promover un ambiente más equitativo dentro de la UEB ayudaría considerablemente a lograr nuestros objetivos.

**Tabla 35.** *Canales de difusión para concientizar*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Redes sociales	98	77%
Medios Tradicionales	29	23%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 34.** *Canales de difusión para concientizar*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

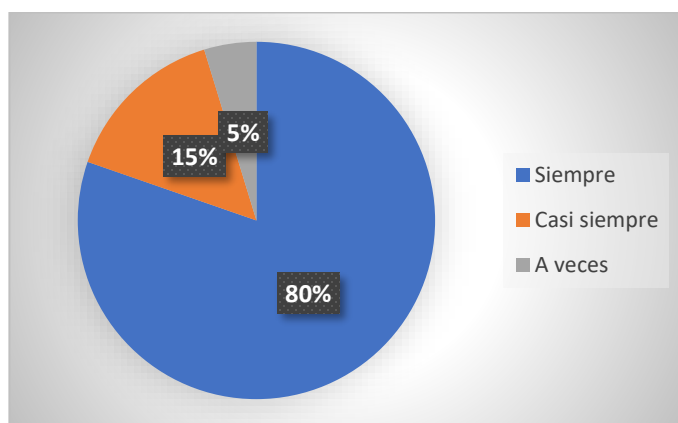
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 77% del personal administrativo piensa que las redes sociales son los canales de difusión con mayor potencial para promover una cultura más igualitaria, mientras que el 23% piensan que los medios tradicionales son los canales de difusión más efectivos. Esto refleja que gran parte de la comunidad universitaria se informa sobre lo que pasa dentro de la UEB mediante dispositivos móviles en los cuales tienen acceso a todas las redes sociales.

**Tabla 36.** *Los medios utilizados por la institución son los adecuados*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	102	80%
Casi siempre	19	15%
A veces	6	5%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 35.** *Los medios utilizados por la institución son los adecuados*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

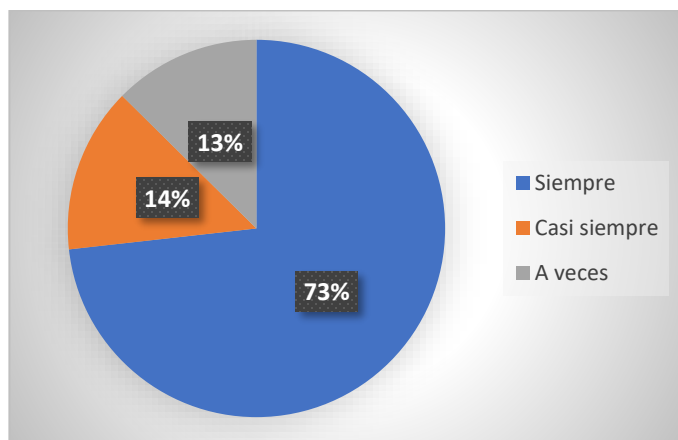
Con base en la evidencia recopilada, el 80% del personal administrativo respondió que los medios utilizados por la UEB para informar sobre mensajes de igualdad de género siempre son los correctos, mientras que el 15% señaló que casi siempre, y el 5% dijo que a veces, por lo tanto, se puede interpretar que los medios utilizados para la difusión de mensajes de igualdad de género en ocasiones son los correctos.

**Tabla 37.** Reglamentos sobre igualdad de género

Alternativas	frecuencias	%
Siempre	93	73%
Casi siempre	18	14%
A veces	16	13%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 36.** Reglamentos sobre igualdad de género



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

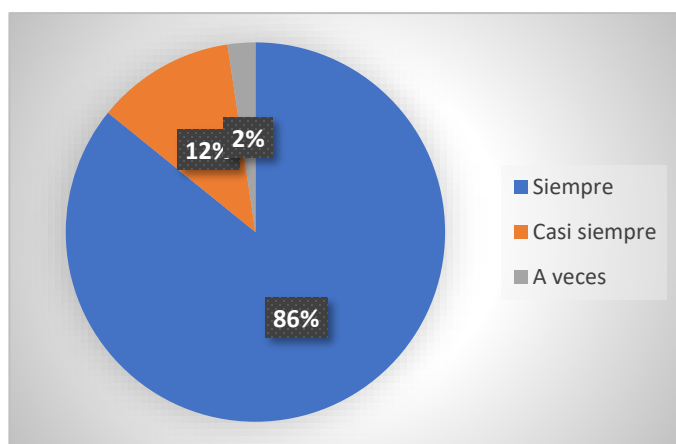
Según los datos obtenidos, el 73% del personal administrativo nos dice que la UEB siempre comunica de manera clara sus reglamentos sobre igualdad de género, mientras que el 14% manifiesta que casi siempre, y el 13% menciona que a veces, por lo tanto, la difusión de dichos reglamentos sobre igualdad de género está llamando la atención de la comunidad universitaria estudiantil.

**Tabla 38.** *Equidad entre hombres y mujeres*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	109	86%
Casi siempre	15	12%
A veces	3	2%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 37.** *Equidad entre hombres y mujeres*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

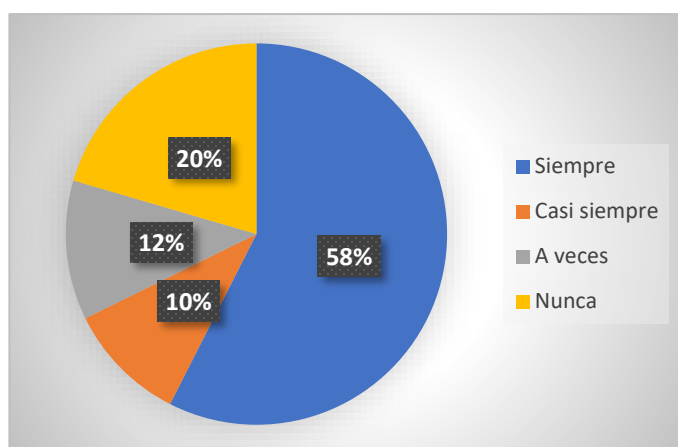
De acuerdo a los datos recolectados, el 86% del personal administrativo dicen que los mensajes de la UEB siempre promueven la equidad entre hombres y mujeres, el 12% dijo que casi siempre, y el 2% mencionó que a veces, de esta manera, podemos interpretar que los mensajes difundidos por la UEB la mayor parte del tiempo promueven la equidad entre hombres y mujeres.

**Tabla 39.** *Difusión de programas de igualdad de género*

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	73	58%
Casi siempre	13	10%
A veces	15	12%
Nunca	26	20%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 38.** *Difusión de programas de igualdad de género*



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

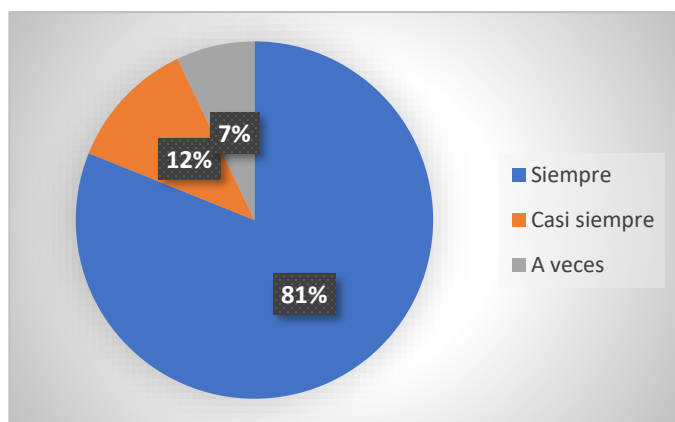
Conforme a los datos obtenidos, se puede observar que el 58% del personal administrativo considera que la UEB siempre informa adecuadamente sobre programas relacionados con la igualdad de género, mientras que el 10% manifiesta que casi siempre lo hace, el 12% señala que a veces, y el 20% cree que nunca. Con estos datos se puede observar que una gran parte de la población encuestada está inconforme con los comunicados que realiza la universidad con respecto a la igualdad de género.

**Tabla 40.** La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria

<b>Alternativas</b>	<b>frecuencias</b>	<b>%</b>
Siempre	103	81%
Casi siempre	15	12%
A veces	9	7%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

**Figura 39.** La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria



*Nota: Personal Administrativo de la UEB / enero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero*

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos muestran que el 81% del personal administrativo considera que la UEB a través de sus comunicados fomenta valores de equidad e igualdad de género entre la comunidad universitaria, mientras que el 12% indicó que esto ocurre casi siempre, por otro lado, el 7% considera que a veces. De esta manera podemos analizar que los comunicados emitidos por la institución si están enfocados en fomentar valores de equidad.

#### **4.1.4. Transcripción de entrevistas**

Transcripción de las entrevistas a los expertos utilizando el programa digital ElevenLabs.

#### **Entrevista realizada al rector de la Universidad Estatal de Bolívar**

**Ing. Arturo Rojas Sánchez, PhD.**

00:00:00,700 --> 00:00:09,220 [Entrevistador]

Desde su perspectiva y experiencia, ¿cuáles son las prácticas de género que se presentan de forma cotidiana en la convivencia entre la comunidad universitaria?

00:00:01,100 --> 00:00:13,960 [Entrevistado]

Dentro de la universidad hemos comenzado a hacer una práctica del respeto a la equidad de género, de políticas que vayan implementadas para su participación, para su inclusión. Especialmente en esta administración, el género es lo importante.

00:00:13,960 --> 00:00:18,780 [Entrevistador]

¿De qué manera considera que estas prácticas influyen en la dinámica académica y administrativa?

00:00:18,780 --> 00:00:28,340 [Entrevistado]

Estas prácticas influyen notablemente en el buen desempeño, en la buena labor, en la actividad de todos nuestros compañeros que miran al género como algo inclusivo.

00:00:28,340 --> 00:00:35,619 [Entrevistador]

¿La institución cuenta con políticas claras que permitan una comunidad universitaria equitativa y justa, libre de violencia de género?

00:00:35,619 --> 00:00:54,540 [Entrevistado]

Las buenas prácticas de elaboración de reglamentos, de manuales e instructivos son la forma más eficiente de difundir la igualdad y equidad de género.

00:00:54,030 --> 00:01:04,320 [Entrevistador]

¿La institución ha implementado estrategias comunicacionales para la promoción de la igualdad de género?

00:01:06,030 --> 00:01:24,020 [Entrevistado]

Estamos difundiendo y estamos trabajando con la Comisión de Género de la Universidad Estatal de Bolívar para promover la igualdad de género.

### **Entrevista realizada a la vicerrectora de la Universidad Estatal de Bolívar**

**Ing. Herminia Sanaguano Salguero, PhD.**

00:00:00,700 --> 00:00:09,220 [Entrevistador]

Desde su perspectiva y experiencia, ¿cuáles son las prácticas de género que se presentan de forma cotidiana en la convivencia entre la comunidad universitaria?

00:00:10,100 --> 00:00:25,760 [Entrevistado]

Bueno, dentro de las prácticas, diría, de la comunidad universitaria, se ha podido ver en el asunto de directivos, de coordinadores de carrera. De alguna manera, se trata de cumplir con esa, eh, digamos, normativa de equidad de género, ¿no? Sí hace falta todavía más, pero en algo sí se lo está realizando.

00:00:38,030 --> 00:00:44,320 [Entrevistador]

¿De qué manera considera que estas prácticas influyen en la dinámica académica y administrativa?

00:00:44,320 --> 00:01:22,010 [Entrevistado]

Bueno, sí es importante que haya una equidad de género, porque de una u otra manera eso, eso permite intercambiar las, eh, diferentes actividades y pensamientos, en este caso de hombres y mujeres, porque en sí, eh, la humanidad como tal está integrado por hombres y mujeres y en toda institución también debería haber esa equidad de género y donde se comparta los pensamientos tanto de hombres como de mujeres en las diferentes actividades del quehacer universitario.

00:01:22,010 --> 00:01:29,759 [Entrevistador]

¿La institución cuenta con políticas claras que permitan una comunidad universitaria equitativa y justa, libre de violencia de género?

00:01:29,760 --> 00:02:09,699 [Entrevistado]

Bueno, dentro de las políticas, eh, muy claras no están, pero sí estamos trabajando en eso. Eh, en, en estos días se ha hecho una, una revisión a las políticas y se encuentra en un proceso para ir realizando ciertos ajustes que se hacen necesarios. Entonces, como todo tiene que ser reglamentado, está ahorita la propuesta que, de los cambios que hemos realizado o de las sugerencias que queremos hacer para que haya una mejor inclusión de hombres y mujeres. Está en el... en comisión administrativa para ser tratada.

00:02:09,699 --> 00:02:16,740 [Entrevistador]

La institución ha implementado estrategias comunicacionales para la promoción de la igualdad de género.

00:02:16,740 --> 00:02:57,500 [Entrevistado]

Se ha hecho poco, falta mucho más por realizar, pero ahí sí pediría la colaboración del área de, comunicación para que pueda para difundir de la mejor manera. Yo sé que a través del plan de igualdad que existe en la universidad, estamos para este año, eh, tratando de realizar campañas en las cuales haya una mayor difusión. El año pasado

casi no se lo ha hecho mucho, es muy poco lo que se hizo, pero para este año sí queremos trabajar en ese tipo de campañas.

## **Entrevista realizada al Coordinador de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar**

**Lic. Kleber Romero**

00:00:00,060 --> 00:00:08,000 [Entrevistador]

Desde su perspectiva y experiencia, ¿cuáles son las prácticas de género que se presentan de forma cotidiana en la convivencia entre la comunidad universitaria?

00:00:08,000 --> 00:01:09,040 [Entrevistado]

Bueno, gracias por la, por la entrevista, yo pienso que esta universidad y todas las instituciones de educación superior, media, elemental, eh, tienen, eh, la responsabilidad de aplicar normas de convivencia, ¿sí?, que permitan precisamente, eh, la confluencia de diversas formas de pensamiento y especialmente en el respeto al, al género. Ahora ya no solo hablamos de hombre o mujer, ahora hablamos de otras condiciones, eh, eh, como los LGTBI, eh, Q+, que es-- entran también en esta, en esta parte. Y la universidad, eh, en esa sana convivencia, pues ha establecido esas normas para que, desde el ámbito académico, administrativo, es decir, y estudiantil, se vayan respetando esas normas que son valores fundamentales para el desarrollo como sociedad.

00:01:09,040 --> 00:01:15,160 [Entrevistador]

¿Y de qué manera considera que estas prácticas influyen en la dinámica académica y administrativa?

00:01:15,160 --> 00:01:55,850 [Entrevistado]

Influyen mucho porque sí, eh, existe el respeto a estas condiciones de género, ojo, que debe haber el tema de equidad, no de igualdad, porque la igualdad es muy compleja conseguirlo, pero sí de equidad, es decir, que se les dé el trato, eh, equitativo a las, a las, a las personas, a los estudiantes, a los administrativos, a los docentes, porque esto no aplica solamente al sector estudiantil, aplica al sector docente, aplica al sector administrativo y de trabajadores. Entonces, es fundamental que se vayan cumpliendo

lo que está establecido en las normas y en los códigos de convivencia que tienen las instituciones.

00:01:55,850 --> 00:02:04,140 [Entrevistador]

¿La institución cuenta con políticas claras que permitan una comunidad universitaria equitativa y justa, libre de violencia de género?

00:02:04,140 --> 00:03:08,160 [Entrevistado]

Bueno, de hecho, la universidad cuenta con un comité de género, ¿sí? Eh, hay una instancia respectiva, hay normas, hay un código, eh, de convivencia y eso permite que todos los que conformamos la universidad sepamos que hay una instancia en la cual, si yo me veo afectado en mis derechos, ¿sí?, yo puedo hacer la respectiva o poner la respectiva queja ante este comité para que sea evaluado y sea valorado, lo que yo he considerado ha sido afectado a mis derechos, a mi condición como ser humano, ¿sí? Y lo mismo pueden hacer los estudiantes, lo mismo pueden hacer los trabajadores, los administrativos, los empleados. Estamos en el pleno derecho de acudir. Si alguien es, eh, ah, vulnerado en esto, pues hay la instancia respectiva que la universidad ha establecido como políticas claras para la sana convivencia de su personal, tanto que labora como de nuestros clientes

00:03:08,160 --> 00:03:15,430 [Entrevistado]

que son los estudiantes, donde debemos garantizar esa sana, vivencia y convivencia aquí.

00:03:15,430 --> 00:03:23,350 [Entrevistador]

¿Y de qué forma han sido difundidas las políticas sobre la equidad de género para generar una cultura de igualdad en la institución?

00:03:23,350 --> 00:04:11,960 [Entrevistado]

Bueno, yo quizás no he visto plenamente, eh, una difusión masiva o una difusión a través de, los canales institucionales y muchas veces esto provoca el desconocimiento y que las personas no sepamos a dónde acudir, dónde llegar. A veces se hacen socializaciones de un reglamento, de una norma y pues entendemos o comprendemos lo que sucede o lo que pasa en nuestro entorno. Pero, eh, sí falta a nivel de la, de comunicación, sí faltan esas estrategias, eh, de carácter comunicacional para poder llegar con este tipo de elementos de problemáticas y saber que existe un espacio en el cual nosotros podamos, eh, eh, eh, a-al que podamos acudir nosotros.

00:04:11,960 --> 00:04:21,899 [Entrevistador]

Además ¿la institución ha implementado estrategias comunicacionales, institucionales para la promoción de la igualdad de género? ¿Ha sido efectiva? ¿En qué porcentaje?

00:04:21,899 --> 00:05:27,060 [Entrevistado]

Bueno, yo quizás no le podría valorar, darle un, un porcentaje si se cumple o no se cumple. Este quizás es una responsabilidad de aquellos entes que son los responsables. Uno de esos es Bienestar Universitario, Talento Humano, ¿sí?, eh, que son las instancias respectivas que están precisamente en sus roles, cumplir eso, que se cumpla, por eso se llama Bienestar Universitario, donde los estudiantes, los docentes, los trabajadores acudimos para, ¿no es cierto?, ser atendidos, para poder acudir a cierto nivel. Y Talento Humano, que es el órgano rector de la parte, especialmente de los, eh, trabajadores y docentes, donde podamos acudir cuando se presenten este tipo de cosas. Comunicacionalmente hablando, ya he señalado, o sea, sí falta, eh, eh, estrategias que permitan difundir no solamente este tipo de elementos de género, sino muchos más, y cuantificar efectivo o no efectivo eso les compete ya a las instancias como Bienestar, como Talento Humano, en decir en sus estadísticas qué tienen y qué se ha evidenciado en el trabajo que han hecho.

#### 4.1.5. Análisis cualitativo de entrevistas a expertos

**Tabla 41.** *La UEB fomenta valores entre la comunidad universitaria*

<b>Preguntas</b>	<b>Ing. Arturo Rojas Sánchez, PhD.  Rector</b>	<b>Ing. Herminia Sanaguano Salguero, PhD.  Vicerrectora</b>	<b>Lic. Kleber Romero  Coor. Comunicación</b>	<b>Análisis</b>
<b>¿Desde su perspectiva y experiencia cuales son las prácticas de género que se presentan de forma cotidiana en la convivencia entre la comunidad universitaria?</b>	Dentro de la universidad hemos comenzado a hacer una práctica del respeto a la equidad de género, de políticas que vayan implementadas para su participación, para su inclusión. Especialmente en esta administración, el género es lo importante.	Bueno, dentro de las prácticas, de la comunidad universitaria, se ha podido ver en el asunto de directivos, de coordinadores de carrera, que, de alguna manera, se trata de cumplir con esa normativa de equidad de género. Sí hace falta todavía más, pero en algo sí se lo está realizando.	La universidad, en sana convivencia, pues ha establecido normas para que, desde el ámbito académico, administrativo, y estudiantil, se vayan respetando, ya que son valores fundamentales para el desarrollo como sociedad.	Se señala la existencia de avances orientados al respeto y la equidad de género. En sus respuestas, destacan la implementación de políticas institucionales que promueven la inclusión y la participación, especialmente desde la administración actual.
<b>¿De qué manera considera que estas prácticas influyen en la dinámica</b>	Estas prácticas influyen notablemente en el buen desempeño, en la buena labor, en la actividad de todos nuestros compañeros que miran	Es importante que haya una equidad de género, porque eso permite intercambiar las, diferentes actividades y pensamientos, de hombres y mujeres, en las diferentes	Influyen mucho porque estas condiciones de género son fundamentales que se vayan cumpliendo según lo establecido en	Los tres entrevistados coinciden en que las prácticas de género realizadas en la Universidad Estatal de Bolívar ayudan a

<b>académica y administrativa?</b>	al género como algo inclusivo.	actividades del que hacer universitario.	las normas y en los códigos de convivencia que tiene la institución.	cumplir de cierta manera con las normas de convivencia que existe dentro de la institución
<b>¿La institución cuenta con políticas claras que permitan una comunidad universitaria equitativa y justa, libre de violencia de género?</b>	Las buenas prácticas de elaboración de reglamentos, de manuales e instructivos son la forma más eficiente de difundir la igualdad y equidad de género.	Dentro de las políticas, muy claras no están, pero sí estamos trabajando en eso. En estos días se ha hecho una revisión a las políticas y se encuentra en un proceso para ir realizando ciertos ajustes necesarios.	Bueno, de hecho, la universidad cuenta con un comité de género, hay normas, y hay un código de convivencia, en donde, si yo me veo afectado en mis derechos puedo acudir a poner la respectiva queja.	Estos resultados permiten interpretar que, si bien la institución dispone de ciertos instrumentos y organismos orientados a promover la equidad de género, aún existen debilidades en cuanto a la claridad, difusión y consolidación de sus políticas, lo que puede limitar su efectividad en la construcción de una comunidad universitaria libre de violencia de género.
<b>¿La institución ha implementado estrategias comunicacionales para la promoción</b>	Estamos difundiendo y estamos trabajando con la Comisión de Género de la Universidad Estatal de Bolívar para	Se ha hecho poco, falta mucho más por realizar, pero ahí sí pediría la colaboración del área de comunicación para difundir de la mejor manera. Yo sé que a través	Comunicacionalmente hablando, ya he señalado, que si falta estrategias que permitan difundir no solamente este tipo de elementos	Si bien existen esfuerzos iniciales para promover la igualdad de género a través de la comunicación, estos

---

<b>de la igualdad de género?</b>	promover la igualdad de género.	del plan de igualdad que existe en la universidad, estamos para este año, tratando de realizar campañas en las cuales haya una mayor difusión.	de género, sino muchas otras políticas de la Universidad.	aún no son suficientes ni estratégicamente consolidados, lo que limita su alcance e impacto dentro de la comunidad universitaria.
----------------------------------	---------------------------------	--	---	---

---

*Nota: Autoridades de la UEB / febrero 2026. Elaboración: Goyes & Rosero.*

#### **4.2. Discusión de resultados.**

Los resultados obtenidos a partir de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, específicamente encuestas aplicadas a estudiantes, docentes y personal administrativo y entrevistas aplicadas a autoridades de la Universidad Estatal de Bolívar, han permitido recolectar información cuantitativa y cualitativa que facilita una comprensión amplia del fenómeno de estudio.

Los datos de las encuestas evidencian que una parte significativa de la comunidad universitaria desconoce las estrategias comunicacionales que promueven la equidad e igualdad de género implementadas por la institución, así mismo, se identifica un alto índice de violencia verbal y una baja participación de la comunidad universitaria en programas institucionales de equidad.

Por otra parte, los datos reflejan que la comunidad universitaria se inclina hacia las plataformas digitales como medio de difusión de alto impacto, demostrando que estos espacios contribuyen a la divulgación de mensajes, campañas y talleres informativos. No obstante, aunque la institución comunica de manera clara sus políticas relacionadas con la igualdad de género y promueve el respeto a través de sus comunicados, su efectividad, se ve limitada por la carencia de estrategias comunicacionales que ayuden a crear un ambiente equitativo.

Finalmente, observamos que, un plan de comunicación estratégica aportaría significativamente a la construcción de un ambiente más justo e igualitario dentro de la institución, mediante el uso adecuado de las redes sociales oficiales de la UEB para la difusión de contenidos orientados a esta problemática.

Las entrevistas realizadas a las distintas autoridades de la Universidad Estatal de Bolívar, desde una perspectiva institucional proporcionaron una visión más cualitativa y textual del fenómeno de estudio. Las respuestas muestran tanto avances significativos como limitaciones que impiden la consolidación de una cultura universitaria equitativa.

En relación con las prácticas de género, se destaca la implementación de políticas institucionales y normas de convivencia que buscan garantizar el bienestar estudiantil, además, dentro de esta administración se busca posicionar la equidad de género como un eje importante. Sin embargo, también se menciona y se reconoce que estas prácticas no son lo suficientemente firmes y que poco a poco se están reformando en pro de la comunidad universitaria, lo que demuestra que su adaptación no es homogénea en todos los niveles de la UEB.

Finalmente, las estrategias comunicacionales implementadas por la institución, no están consolidadas en su totalidad lo que reduce el impacto y la propagación de comportamientos igualitarios. Es por esto, que se destaca una mayor aportación del área de comunicación, no solo para divulgar temas de género sino también otras políticas institucionales.

#### **4.3.Comprobación de hipótesis.**

Con base en los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas y entrevistas a la comunidad universitaria de la Universidad Estatal de Bolívar, se logró evidenciar diversas percepciones en torno a la igualdad de género, así como la presencia de manifestaciones de violencia, principalmente de tipo verbal y psicológica, asimismo, los datos reflejan que existe un nivel medio de conocimiento respecto a estrategias comunicacionales orientadas a promover la equidad, lo que pone en evidencia la necesidad de fortalecer los procesos de sensibilización dentro del entorno universitario.

Las entrevistas realizadas a autoridades institucionales permiten identificar que la universidad ha iniciado procesos orientados al respeto, la inclusión y la participación equitativa, mediante la implementación de políticas, normativas y organismos como el comité de género. Sin embargo, también se reconoce que dichas políticas aún presentan debilidades en cuanto a su claridad, difusión y aplicación efectiva.

Por otra parte, el análisis permitió reconocer los tipos de violencia de género presentes en la institución, evidenciando áreas sensibles que requieren intervención mediante acciones estratégicas. De igual manera, los resultados obtenidos permiten inferir que la

implementación de estrategias de comunicación audiovisual constituye una herramienta clave para la difusión de mensajes inclusivos, facilitando procesos de reflexión crítica y sensibilización en la comunidad universitaria. En este sentido, el diseño de productos comunicacionales se presenta como una alternativa viable para fomentar cambios en actitudes y comportamientos, contribuyendo al fortalecimiento del respeto, la equidad y la igualdad de derechos.

En función de lo expuesto, y en concordancia con el objetivo general de la investigación, se determina que la hipótesis planteada es aceptada, ya que los hallazgos evidencian que las estrategias de comunicación tienen la capacidad de mantener el equilibrio, la estabilidad y la cohesión social, además de contribuir significativamente a la promoción de la igualdad de género dentro de la Universidad Estatal de Bolívar. Estas estrategias, al fomentar discursos inclusivos y procesos de sensibilización, aportan al desarrollo de una cultura institucional basada en principios de respeto y equidad.

## **CONCLUSIONES**

Se determinó que existe un bajo nivel de conocimiento sobre las estrategias comunicacionales implementadas por la Universidad Estatal de Bolívar para promover la igualdad de género.

Los resultados evidenciaron que la violencia verbal y psicológica son las formas de violencia más frecuentes dentro de la comunidad universitaria, afectando la convivencia y el respeto entre sus integrantes.

Las estrategias de comunicación audiovisual representan una herramienta efectiva para fortalecer la sensibilización, fomentar valores inclusivos y promover una cultura institucional basada en la equidad y el respeto.

## **RECOMENDACIONES**

Implementar campañas permanentes de comunicación audiovisual que promuevan la igualdad de género y sensibilicen a toda la comunidad universitaria.

Fortalecer los canales de difusión institucional para garantizar que estudiantes, docentes y personal administrativo conozcan las actividades, programas y políticas relacionadas con la equidad de género.

Desarrollar talleres y espacios participativos que permitan prevenir situaciones de violencia y fortalecer una convivencia basada en el respeto, la empatía y la inclusión.

## **CAPITULO V.**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. TEMA**

Estrategias de comunicación digital denominado “REELS POR LA IGUALDAD” enfocadas a la equidad e igualdad de género en la comunidad universitaria 2026.

#### **5.2. Antecedentes**

Los resultados de las encuestas realizadas a los diferentes grupos de la UEB muestran que las redes sociales son el medio de comunicación favorito de la comunidad universitaria: el 72% de los alumnos, el 75% de los profesores y el 77% del personal administrativo las consideran el método más eficaz para sensibilizar acerca de la igualdad de género. Este descubrimiento, que se mantiene igual en los tres grupos, es la base principal de la propuesta actual. Asimismo, los datos indican una brecha importante: el 92% de los estudiantes no tiene conocimiento de las estrategias comunicativas de la UEB sobre igualdad de género, en comparación con el 95% de los profesores y el 77% de los administrativos que sí están al tanto. Además, la violencia verbal es la que más se reporta en todos los grupos (58% de estudiantes, 44% de docentes, 41% de administrativos), seguida por la violencia psicológica (23%, 16% y 28% respectivamente).

#### **5.3. Objetivo de la propuesta**

Fomentar la equidad de género en la comunidad universitaria de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) a través de la creación y distribución de nueve materiales de comunicación audiovisual en formato Reel (9:16), los cuales se publicarán en la red social Facebook, para el fomento conductas más justas e inclusivas.

#### **5.4. Justificación**

Las estrategias de comunicación deben estar pensadas en función de llegar a la conciencia de cada uno de los estamentos para lograr un cambio de actitud basado en equidad y justicia de género, además, los canales de difusión tienen que ser eficientes,

y realizar una medición periódica para analizar la efectividad de las mismas. Ante esta situación, una campaña de Reels en un formato ágil, breve y visualmente impactante que se presenta como la estrategia más adecuada para llegar a toda la comunidad de la Universidad estatal de Bolívar.

La campaña "Reels por la Igualdad" también responde a la solicitud directa de la comunidad universitaria: el 92% de los estudiantes, el 82% de los docentes y el 89% de los administrativos coinciden en que llevar a cabo un plan de comunicación estratégico crearía un entorno más justo en la institución.

## **5.5. Estructura y diseño de la propuesta**

La creación de una campaña de Reels en plataformas sociales necesita una planificación cuidadosa en tres fases: preproducción, producción y postproducción. Cada fase asegura la consistencia en la comunicación, la calidad del contenido audiovisual y la efectividad en la difusión de los mensajes en todos los niveles de la Universidad Estatal de Bolívar.

### **5.5.1. Preproducción del Audiovisual formato reel**

**Nombre:** Reels por la igualdad.

**Eslogan:** Juntos y juntas podemos lograr una comunidad de equidad.

#### **Nombre y eslogan**

El diseño visual une el título de la campaña ("REELS POR LA IGUALDAD") con el eslogan "Juntos y juntas podemos lograr una comunidad de equidad", que resume de manera breve el enfoque estratégico, inclusivo y participativo de la propuesta. Los hashtags (#) Respeto, Equidad y Empoderamiento, mostrados en cápsulas de diferentes colores al final del logo, también actúan como los temas centrales de la campaña en las redes sociales.

**Target:** Estudiantes, docentes y personal administrativos de la Universidad Estatal de Bolívar.

**Beneficiarios indirectos:** Familiares de la comunidad universitaria, ex alumnos/as y público general que siga las cuentas institucionales o comparta el contenido de la campaña a través de sus propias redes.

**Logo:**

**Ilustración 2.** Logo Reels por la igualdad



*Nota: Logo Reels por la igualdad. Elaboración: Goyes & Rosero.*

### **Descripción del logo**

La creación del logotipo para la campaña "Reels por la Igualdad" ha sido pensada con atención para captar la atención de toda la comunidad universitaria de la UEB y transmitir de manera instantánea los principios de la campaña: respeto, igualdad y empoderamiento. A continuación, se explican cada uno de sus componentes:

### **Elementos de la línea gráfica.**

#### **Colores:**

El diseño del logo incorpora una gama de colores vibrante y con un gran significado. El color morado se utiliza principalmente en el texto "Comunicación", el cual ha estado vinculado históricamente con el feminismo y la lucha por la igualdad de género a nivel global. El azul oscuro en la palabra "Igualdad" sugiere confianza, seriedad y un fuerte compromiso institucional. El amarillo o dorado del banner "Estrategias de Cambio"

emite una sensación de optimismo y una energía que impulsa la transformación. El fondo blanco asegura que haya claridad y sea fácil de leer en las pantallas de los dispositivos, que son donde se verán los Reels.

### **Gráficos – imágenes.**

El logotipo contiene un conjunto de íconos que enfatizan el mensaje de la campaña: los símbolos de género, con el signo de igualdad (=) en el medio, representan claramente el propósito de la propuesta. El megáfono sugiere la comunicación activa y la propagación de mensajes. La balanza hace alusión a la justicia y la igualdad. Los puños levantados en diferentes tonos de piel simbolizan la lucha colectiva e inclusiva. El apretón de manos en la parte inferior central refuerza la colaboración y el trabajo conjunto entre todos los grupos de la UEB. Los íconos de redes sociales (corazón, burbuja de diálogo, botón de reproducción) se refieren directamente al medio elegido para la difusión por la campaña.

### **Tipografía.**

La tipografía utilizada para la palabra COMUNICACIÓN ha sido Sans serif bold porque le da modernidad, impacto y legibilidad, mientras que en IGUALDAD usamos Script/caligráfica manuscrita, para darle un estilo fluido, elegante, y emotivo. En la palabra ESTRATEGIAS DE CAMBIO utilizamos el tipo de letra Sans serif condensada porque aporta un estilo limpio, y por último para la palabra JUNTOS Y JUNTAS usamos el tipo Script decorativa para darle un estilo elegante al mensaje inclusivo.

### **Razones por las que el diseño está bien escogido**

Alineación con las Redes Sociales: La inclusión de símbolos de interacción en línea (corazón, reproducción, diálogo) sitúa visualmente la campaña dentro del contexto de las redes sociales, en sintonía con los resultados de las encuestas que indican que estas plataformas son las más utilizadas por la comunidad estudiantil.

**Innovación y Creatividad:** La propuesta de diseño contemporáneo, con detalles de acuarela y transiciones de color, simboliza innovación y creatividad, que son valores fundamentales para impulsar transformaciones culturales en la comunicación dentro de las universidades.

### **Plataforma de Distribución**

**Facebook:** La plataforma a través de la que se divulgará el producto es la página oficial de la carrera de comunicación en la plataforma Facebook, misma que tiene un alto posicionamiento y mayor penetración entre estudiantes, docentes y personal administrativo; permite compartir en grupos universitarios de la UEB.

**Tabla 42.** Posicionamiento de la plataforma de distribución.

<b>Pregunta clave</b>	<b>Estudiantes</b>	<b>Docentes</b>	<b>Administrativos</b>
Canal más efectivo: Redes sociales (P8)	72%	75%	77%
De acuerdo con plan comunicacional (P7)	92%	82%	89%
Desconoce estrategias de género UEB (P1)	92% No	5% No	23% No
Violencia más frecuente (P5)	Verbal 58%	Verbal 44%	Verbal 41%
Medios institucionales adecuados (P9)	Siempre 80%	Siempre 83%	Siempre 80%

*Nota: Canales de difusión. Elaboración: Goyes & Rosero.*

**Tabla 43.** Estructura narrativa interna de cada Reel y guion literario.

<b>Bloque</b>	<b>Duración</b>	<b>Contenido</b>
Bloque 1: Gancho	0 – 3 seg.	Pregunta provocadora, dato de las encuestas o frase que captura la atención desde el primer segundo.
Bloque 2: Desarrollo	4 – 50 seg.	Explicación del tema, testimonio, datos de investigación o narración central. Texto en pantalla + voz en off o a cámara.
Bloque 3: Cierre	51 – 60 seg.	Mensaje de cierre más “Logo reels por la igualdad” de la campaña.

*Nota: Estructura de cada reel. Elaboración: Goyes & Rosero.*

### 5.5.2. Producción del Audiovisual Formato Reel

Durante la fase de producción, se realizarán las grabaciones de los 9 Reels conforme a los guiones y el plan de trabajo definidos en la preproducción. Se asegurará que la calidad visual y de sonido en cada pieza esté cuidada, prestando atención a la iluminación, el formato vertical (9:16) y la claridad del audio, que son aspectos clave para que el contenido sea competitivo en los algoritmos de Facebook. Para los Reels de testimonio, se organizará de antemano con los participantes voluntarios de la comunidad universitaria de la UEB, garantizando la firma del consentimiento informado y respetando completamente su privacidad. Las grabaciones se llevarán a cabo en lugares representativos del campus, fortaleciendo el sentido de pertenencia institucional de la campaña.

**Tabla 44.** *Equipo y Recursos de Producción*

<b>Recurso</b>	<b>Descripción</b>
Equipo de grabación	Smartphone con cámara HD o cámara DSLR (si disponible), trípode y estabilizador de imagen.
Audio	Micrófono de solapa o micrófono direccional para garantizar calidad sonora en exteriores e interiores.
Iluminación	Aro de luz portátil para interiores; luz natural para exteriores del campus UEB.
Locaciones	Campus de la Universidad Estatal de Bolívar: aulas, pasillos, biblioteca y espacios exteriores.
Talento Humano	Autores del proyecto (Cristian Goyes y Dayana Rosero) + participantes voluntarios de los tres estamentos de la UEB.
Consentimientos	Formulario de consentimiento informado para todos los participantes que aparezcan en cámara o aporten testimonio.

*Nota: Recursos de producción. Elaboración: Goyes & Rosero.*

### 5.5.3. Postproducción del Audiovisual Formato Reel

#### Edición de Video

Cada video corto será modificado utilizando programas de edición en dispositivos móviles y/o computadoras para asegurar una presentación profesional que se alinee con la imagen visual de la campaña. El procedimiento comprende:

- Selección y edición de los clips de video según el guion que se ha aprobado.
- Adición de texto en la pantalla utilizando la tipografía y colores representativos de la campaña (morado, azul marino, amarillo y blanco).
- Integración de gráficos y datos obtenidos directamente de las encuestas realizadas durante la investigación.
- Música de fondo Libre de regalías con un tono reflexivo y que inspire.
- Ajuste del color y la mezcla de audio para garantizar consistencia en todos los episodios.
- Inclusión del logotipo de la campaña, el logo de la carrera de comunicación y los hashtags al final de cada video.

Antes de que se publique cada video corto, se llevará a cabo una revisión técnica (de imagen, sonido y texto en pantalla) y una revisión editorial (de la coherencia del mensaje, precisión de los datos presentados, y adherencia a los principios éticos de la campaña). Todos los datos estadísticos mostrados en la pantalla deben estar referenciados directamente a las encuestas de la investigación.

**Tabla 45.** *Plataformas de Publicación y Estrategia de Difusión*

<b>Plataforma</b>	<b>Formato</b>	<b>Estrategia de difusión</b>
Facebook	Reels y Videos (9:16)	Publicación en perfil y compartido en grupos universitarios (facultades, carreras) de la UEB.

*Nota: Plataformas de distribución. Elaboración: Goyes & Rosero.*

**Tabla 46.** *Cronograma de Producción y Publicación (Cronograma Grantt)*

<b>Semana</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Reels a publicar</b>	<b>Responsables</b>
Sem. 1	Diseño de identidad visual, redacción de guiones de los 9 Reels.		Goyes & Rosero
Sem. 2	Grabación y edición de los 2 primeros Reels.	Reel 1 y Reel 2	Goyes & Rosero
Sem. 3	Producción de Reel de datos y primer testimonio estudiantil.	Reel 3 y Reel 4	Goyes & Rosero
Sem. 4	Grabación de Reel sobre violencia invisible y testimonio docente.	Reel 5 y Reel 6	Goyes & Rosero
Sem. 5	Producción de Reel justificativo de campaña y Reel legal.	Reel 7 y Reel 8	Goyes & Rosero
Sem. 6	Cierre de campaña.	Reel 9	Goyes & Rosero

*Nota: Cronograma de producción y publicación. Elaboración: Goyes & Rosero.*

**Tabla 47.** *Presupuesto Estimado.*

<b>Rubro</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo estimado</b>
Smartphone con cámara HD o DSLR	Único	\$0 (equipo propio)
Trípode y estabilizador de video	Único	\$30
Micrófono	Único	\$25
Aro de luz / reflector portátil	Único	\$20
Software edición (CapCut / Canva Pro)	Mensual	\$13
Acceso a internet para publicación y monitoreo	Mensual	\$20
Diseño de plantillas visuales (Canva gratuito)	Único	\$0
Transporte y logística de grabación.	Por reel	\$5 x 9 = \$45
Impresión de guiones y consentimientos informados	Único	\$10
Marketing orgánico	Mensual	\$0
<b>TOTAL, ESTIMADO DE INVERSIÓN</b>		<b>Inicial: \$163</b>

*Nota: Presupuesto. Elaboración: Goyes & Rosero.*

La sugerencia se enfoca en utilizar recursos sin costo (CapCut, Canva, publicaciones orgánicas en redes sociales) y aprovechar el talento que tenemos, lo que la hace una alternativa económica, fácil de replicar y sostenible para la UEB

## **Consideraciones éticas**

La campaña actual se llevará a cabo siguiendo normas éticas que respetan la dignidad, la privacidad y la autonomía de todas las personas que participen. Los testimonios se obtendrán con un consentimiento informado, que será escrito y previo, asegurando el derecho a la imagen y la privacidad de los involucrados. En ningún momento se compartirá información que pueda identificar a las víctimas de violencia de género sin su autorización explícita. El lenguaje que se emplee en todos los Reels será inclusivo, no estigmatizante y respetuoso, alineándose con los principios que establece la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación y las normativas internas de la Universidad Estatal de Bolívar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz Zamora, E. J., Guzmán, M. d., Sidel Almache, K. G., Chuga Guamán, J. G., González Villanueva, J. L., Herrera Miranda, J. P., . . . V. (2023b). *Metodología de la investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación* (1 ed.). Quito, Ecuador: Mawil Publicaciones de Ecuador. Obtenido de <https://mawil.us/wp-content/uploads/2023/08/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Albornoz Zamora, E., Guzmán, M., Sidel Almache, K., Chuga Guamán, J., González Villanueva, J., Herrera Miranda, J., . . . Arteaga Delgado, R. (2023a). *Metodología de la Investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación* (1 ed.). Quito, Ecuador: Mawil Publicaciones de Ecuador. Obtenido de <https://mawil.us/wp-content/uploads/2023/08/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Andrade, P. (2020). *Campaña de comunicación para educar a la comunidad sobre el impacto negativo de la desigualdad de género en el ámbito laboral*. Quito: Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/10212/1/137879.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Registro Oficial N° 449: [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2021). *Sistemas de referencia para la atención de mujeres sobrevivientes de violencia sexual y basada en género*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Sistemas-de-referencia-para-la-atencion-de-mujeres-sobrevivientes-de-violencia-sexual-y-basada-en-genero.pdf>

- Barrera Machado, D., & Duque Monsalve, L. (2025 de Abril de 2025). Dimensiones de la equidad de género en la educación superior y estrategias para su promoción. Una revisión narrativa de la literatura. pág. 272. doi:<https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n75a9>
- Caicedo Rolón, Á., Palacios Alvarado, W., & Cely Calixto, N. (2023a). *Conceptos y enfoques de Metodología de la Investigación*. (J. Riveros, Ed.) Bogotá, Colombia: Creser s.a.s. Obtenido de <https://repositorio.ufps.edu.co/server/api/core/bitstreams/7f7338b9-3422-4473-b4f6-509e7e4745bc/content>
- Cely Calixto, N. J., Palacios Alvarado, W., & Caicedo Rolón, Á. J. (2023b). *Conceptos y enfoques de metodología de la investigación*. (J. R. Riveros, Ed.) Bogotá, Colombia: Creser s.a.s. Obtenido de [https://repositorio.ufps.edu.co/server/api/core/bitstreams/7f7338b9-3422-4473-b4f6-509e7e4745bc/content#:~:text=Cap%C3%ADtulo%201.-,Definici%C3%B3n%20de%20enfoques,\(Otero%20Ortega%2C%202018\).](https://repositorio.ufps.edu.co/server/api/core/bitstreams/7f7338b9-3422-4473-b4f6-509e7e4745bc/content#:~:text=Cap%C3%ADtulo%201.-,Definici%C3%B3n%20de%20enfoques,(Otero%20Ortega%2C%202018).)
- Coslado, M., De Filippo, D., Ros, G., & Sanz-Casado, E. (01 de Febrero de 2023). Análisis de buenas prácticas editoriales en igualdad de género en España. (E. CSIC, Ed.) *DIGITAL.CSIC*, pág. 14. doi:10.3989/redc.2023.1.1952
- Cremona, F. (2022). *Comunicación Educación y Género*. Obtenido de [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyeduc2/wp-content/uploads/sites/197/2022/08/Comunicacion-educacion-y-genero-Cremona-et-al.pdf?utm\\_source](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyeduc2/wp-content/uploads/sites/197/2022/08/Comunicacion-educacion-y-genero-Cremona-et-al.pdf?utm_source)
- Equipo editorial Etece. (20 de Octubre de 2025). *Enciclopedia Concepto*. Obtenido de Enciclopedia Concepto: <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- García Cabezas, N. (04 de Marzo de 2025). *Ayuda en Acción*. Obtenido de Ayuda en Acción: <https://ayudaenaccion.org/blog/mujer/igualdad-de-genero/>

- García, C., & Tescasiu, B. (2023). *Communication Strategies Regarding Gender Equality. A Case Study In Cuba*. Obtenido de [https://ideas.repec.org/a/blg/reveco/v75y2023i1p100-108.html?utm\\_source](https://ideas.repec.org/a/blg/reveco/v75y2023i1p100-108.html?utm_source)
- García, G. (3 de Agosto de 2023). Investigación cualitativa desde el método de la investigación acción. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 24(51), 211. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.10048464>
- George, T., & Merkus, J. (7 de Mayo de 2022). *Investigación explicativa: Definición, guía y ejemplos*. Obtenido de Scribbr: <https://www.scribbr.co.uk/research-methods/explanatory-research-design/>
- Getlinko. (21 de Diciembre de 2023). Campaña de comunicación: Definición, clasificación y guía efectiva. *Getlinko*. Obtenido de <https://getlinko.com/campanas-de-comunicacion/>
- González, G., Alemany, I., & Ortíz, M. (21 de Noviembre de 2022). Los estereotipos de género en adolescentes: análisis en un contexto multicultural. doi:<https://doi.org/10.17227/rce.num90-14644>
- Guerrero Dávila, M., & Guerrero Dávila, G. (2020). *Metodología de la Investigación* (2 ed.). México, México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=sJstEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=METODOLOGIA+DE+INVESTIGACION+&ots=-j8d6V26Uk&sig=E0Ch8yDwkuoK1wdIXPmfcprzsQ0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=sJstEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=METODOLOGIA+DE+INVESTIGACION+&ots=-j8d6V26Uk&sig=E0Ch8yDwkuoK1wdIXPmfcprzsQ0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Guerrero Dávila, M., & Guerrero Dávila, G. (2020). *Metodología de la Investigación* (2 ed.). México, México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=sJstEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=METODOLOGIA+DE+INVESTIGACION+&ots=->

j8d6V26Uk&sig=E0Ch8yDwkuoK1wdIXPmfcprzsQ0&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gutiérrez Bedón, V. (2023). *Estado del arte sobre la implementación del enfoque de género en las escuelas*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/983abbaf-6e60-4f71-adee-48fd25ef95e2>

*La Declaración Universal de los Derechos Humanos*. (10 de Diciembre de 1948). Obtenido de Organización de Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Maggi Gordón, M. (2021). *Estrategias de comunicación para la promoción de la equidad de género y el cuestionamiento del machismo a través de un medio e comunicación digital: caso de la revista Latinoamericana "Onda feminista"*. Quito. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8077/1/T3518-MCE-Maggi-Estrategias.pdf>

Mattelart, A. (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Obtenido de <https://cctsunla.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/07/mattelart-historia-de-las-teorias-de-la-comunicacion.pdf>

Mejia Jervis, T. (10 de Abril de 2020). *Lifeder*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>

Moreno Hidalgo, S. (2023). *Estrategia de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad institucional del área de igualdad de género de la Universidad Autónoma de Guerrero con su público interno*. Obtenido de <http://200.4.142.40:8080/handle/uagro/4772>

Olivos Romero, F. (5 de Marzo de 2023). *Sciencevolution*. Obtenido de Sciencevolution: <https://revista.sciencevolution.com/index.php/sciencevolution/article/view/53/37>

- Páez, H., Barbos, J., & Ríoz, E. (2020a). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. (J. C. Aparicio, Ed.) Cali, Colombia: REDIPE. Obtenido de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Páez, H., Barbos, J., & Ríoz, E. (2020b). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. (J. C. Aparicio, Ed.) Cali, Colombia: REDIPE. Obtenido de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Pallares Piquer, M. (2016). Recordando a Freire en época de cambios: concientización y educación. En M. Pallarès-Piquer, *Recordando a Freire en época de cambios: concientización y educación*. España. doi:10.24320/redie.2018.20.2.1700
- Pantaleón Álvarez, P. (2022). *Plan de gestión de relaciones públicas para fortalecer la comunicación entre el área de igualdad de género y estudiantes de nivel medio superior de la Universidad Autónoma de Guerrero en Chilpancingo de los Bravo*. Obtenido de <http://200.4.142.40:8080/handle/uagro/4771>
- Pérez Ugena, M. (26 de Junio de 2020). Medios de comunicación y fomento de la igualdad de las mujeres en el deporte. pág. 203. doi:<https://doi.org/10.5209/cgen.70261>
- Picarella, L., & Guadarrama Gonzáles, P. (28 de Agosto de 2022). “IGUALDAD DE GÉNERO” O “EQUIDAD DE GÉNERO” COMO DERECHO HUMANO: UN ANÁLISIS DEL CAMINO DE COLOMBIA FRENTE A LOS RETOS DE LA AGENDA 2030. *PORTAL DE REVISTAS*. doi:10.14718/NovumJus.2022.16.2.7
- Rosero Vela, A. (2021). *Usos estratégicos de la comunicación para la igualdad y equidad de género en la comunidad educativa de educación inicial y básica: caso Colegio Liceo Campoverde*. Quito: EC: Universidad Andina Simón

Bolívar, Sede Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8121/1/T3540-MCE-Rosero-Usos.pdf>

UNESCO. (2025). *Igualdad género*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/gender-equality>

UNIR REVISTA. (28 de Agosto de 2024). *LA UNIVERSIDAD EN INTERNET*. Obtenido de UNIR: [https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/comunicacion-institucional/?ut?utm\\_medium=rrss&utm\\_source=link\\_copy&utm\\_campaign=np-org-share\\_rrss\\_link\\_copy\\_unireu\\_x\\_x\\_x\\_evento\\_evento\\_x\\_x](https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/comunicacion-institucional/?ut?utm_medium=rrss&utm_source=link_copy&utm_campaign=np-org-share_rrss_link_copy_unireu_x_x_x_evento_evento_x_x)

Universidad Europea. (24 de Abril de 2024). Comunicación digital: ¿qué es y cuáles son sus ventajas? *Universidad Europea*. Obtenido de <https://ecuador.universidadeuropea.com/blog/comunicacion-digital/>

Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., & Maldonado Palacios, I. A. (Julio-Agosto de 2023). *Metodología de la investigación científica: guía práctica* (Vol. 7). Quito: Ciencia Latina Internacional. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>


Wolpert Kuri, R., Avendaño Trujillo, V. F., Vargas Kotasek, S. M., & López Chávez, G. E. (2024). Contribución de la Estrategia Curricular en Igualdad de Género a la educación en igualdad de género, derechos humanos y cultura de paz. *Revista latinoamericana de estudios educativos*, 54(2), 137-157. doi:<https://doi.org/10.48102/rlee.2024.54.2.634>

Zambrano, C. A. (2024). El rol de los medios de comunicación en la construcción de estereotipos de género. *ECiencia*, 1(4), 45-61. doi:<https://doi.org/10.71022/42esbm07>


Zambrano-Sinche, K., Gálvez-Palomeque, K., Benítez-Luzuriaga, K., & Ullauri-Carrión, M. (2025). Educación con enfoque de género en Ecuador: Un análisis de la situación actual. *Revista De Ciencias Sociales*, 31, 600-617. doi:<https://doi.org/10.31876/rcs.v31i.44031>

# ANEXOS


## Anexo 1. Compilatio.

 **Certificado de análisis**  
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

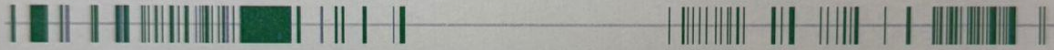
**Cristian Alexander Goyes Andrade y Dayanna Silvana Rosero Artos**  
ID : 936722696e20745a3779d09e7e7626fa94b708bb

 **6%**  
Textos sospechosos


<b>Nombre del fichero :</b> Cristian Alexander Goyes Andrade y Dayanna Silvana Rosero Artos.txt	<b>Depositante :</b> PILAR JANETH CHAVEZ CHACAN
<b>Tamaño del archivo original :</b> 7,68 MB	<b>Fecha de depósito :</b> 19 de marzo de 2026
<b>Número de palabras :</b> 19.346	<b>Tipo de carga :</b> interface
<b>Número de caracteres :</b> 127943	<b>fecha de fin de análisis :</b> 19 de marzo de 2026



 **Resumen** (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

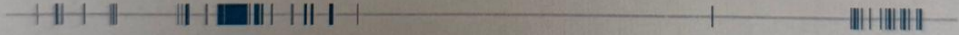



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

 **Similitudes** **7%**

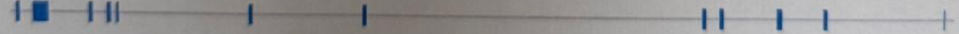
 Sintáctica 7%  Semántica *No medido*


Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



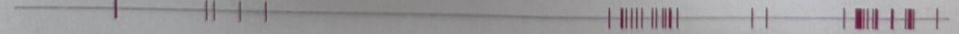
 **Detección de IA** **6%**

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA. Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



 **Idiomas no reconocidos** **2%**

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua. Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

**99** Textos entre comillas

6%

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

*John Doe*  
19/03/2026

... de ...  
... de ...  
... de ...

Resumen del porcentaje de textos sospechosos

**Similitudes**

Resumen de similitudes y fuentes encontradas en el documento

... de ...

**Detección de IA**

... de ...

**Palabras no reconocidas**

... de ...

## Anexo 2. Cronograma (Gantt)

<b>Semana</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Reels a publicar</b>	<b>Responsables</b>
Sem. 1	Diseño de identidad visual, redacción de guiones de los 9 Reels.		Goyes & Rosero
Sem. 2	Grabación y edición de los 2 primeros Reels.	Reel 1 y Reel 2	Goyes & Rosero
Sem. 3	Producción de Reel de datos y primer testimonio estudiantil.	Reel 3 y Reel 4	Goyes & Rosero
Sem. 4	Grabación de Reel sobre violencia invisible y testimonio docente.	Reel 5 y Reel 6	Goyes & Rosero
Sem. 5	Producción de Reel justificativo de campaña y Reel legal.	Reel 7 y Reel 8	Goyes & Rosero
Sem. 6	Cierre de campaña.	Reel 9	Goyes & Rosero

*Nota: Cronograma de producción y publicación*

## Anexo 2. Presupuesto Ejecutado

Rubro	Frecuencia	Costo estimado
Smartphone con cámara HD o DSLR	Único	\$0 (equipo propio)
Trípode y estabilizador de video	Único	\$30
Micrófono	Único	\$25
Aro de luz / reflector portátil	Único	\$20
Software edición (CapCut / Canva Pro)	Mensual	\$13
Acceso a internet para publicación y monitoreo	Mensual	\$20
Diseño de plantillas visuales (Canva gratuito)	Único	\$0
Transporte y logística de grabación.	Por reel	\$5 x 9 = \$45
Impresión de guiones y consentimientos informados	Único	\$10
Marketing orgánico	Mensual	\$0
<b>TOTAL, ESTIMADO DE INVERSIÓN</b>		<b>Inicial: \$163</b>

*Nota: Presupuesto. Elaboración: Goyes & Rosero.*

### Anexo 3. Instrumentos de recopilación de datos

#### Formato de la encuesta



### ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA (ESTUDIANTES, DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR)

#### Datos informativos

##### Estamento universitario

Docente

Estudiante

Administrativo

#### CUESTIONARIO

1. ¿Conoce si la Universidad Estatal de Bolívar cuenta con estrategias comunicacionales que promuevan la igualdad de género?

Si

No

2. Si conoce sobre las estrategias comunicacionales ¿cree que están funcionando adecuadamente?

Si

No

Parcialmente

No responde

3. ¿La UEB maneja una comunicación con equidad de género en sus redes sociales para promover la igualdad?  
 Mucho  Poco  Nada
4. ¿La comunidad universitaria en el desarrollo de sus actividades evidencia empatía, igualdad, sororidad?  
 Siempre  A veces  Nunca
5. ¿Desde su cotidianidad ha experimentado algún tipo de violencia dentro de la Universidad Estatal de Bolívar?
- Física
- Psicológica
- Verbal
- Cibernética
- Visual
- Sexual.
6. ¿Ha participado en acciones y/o programas de igualdad de género realizados por la UEB?  
 Si  No
7. ¿Está de acuerdo, con que la ejecución de un plan de comunicación estratégica para promover la igualdad de género permitiría un ambiente más equitativo en la institución?  
 De acuerdo  Poco de acuerdo  En desacuerdo
8. ¿Cuál considera que es el canal de comunicación más efectivo para concienciar a la comunidad universitaria en temas de la igualdad de género?  
 Redes sociales   
 Medios tradicionales
9. ¿Los medios utilizados por la institución (redes sociales, correo institucional, eventos, entre otros) son adecuados para difundir mensajes sobre igualdad de género?  
 Siempre   
 Casi siempre

A veces

Nunca

10. ¿La UEB comunica de manera clara sus reglamentos relacionados con la igualdad de género?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

11. ¿Los mensajes institucionales promueven el respeto y la equidad entre mujeres y hombres?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

12. ¿La UEB informa adecuadamente sobre acciones o programas relacionados con la igualdad de género?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

13. ¿La comunicación interna de la UEB fomenta valores de equidad e igualdad entre la comunidad universitaria?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

## Formato de la entrevista



### Entrevista

1. ¿Desde su perspectiva y experiencia cuales son las prácticas de género que se presentan de forma cotidiana en la convivencia entre la comunidad universitaria?
2. ¿De qué manera considera que estas prácticas influyen en la dinámica académica y administrativa?
3. ¿La institución cuenta con políticas claras que permitan una comunidad universitaria equitativa y justa, libre de violencia de género?
4. ¿La institución ha implementado estrategias comunicacionales para la promoción de la igualdad de género?

Otros.









**Grabaciones**





