

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 LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

Proyecto de investigación

TEMA:

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO- DICIEMBRE 2023

AUTORA:

JEADIRA CAROLINA AGUAGALLO QUINATOA

DIRECTORA:

MGS. DIANA CAROLINA VASQUEZ NIAMA

Guaranda - 2024



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 LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

Proyecto de investigación

TEMA:

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO- DICIEMBRE 2023

AUTORA:

JEADIRA CAROLINA AGUAGALLO QUINATOA

DIRECTORA:

MGS. DIANA VASQUEZ

PARES ACADÉMICOS:

LIC. PILAR CHÁVEZ

BLADIMIR GUARNIZO

Guaranda - 2024

TTEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO- DICIEMBRE 2023

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de manera significativa a la realización de este trabajo de investigación. En primer lugar, agradezco profundamente a mi directora de tesis, MGS. Diana Carolina Vásquez Niama, por su orientación experta, paciencia y dedicación a lo largo de este proceso. También estoy enormemente agradecido al Foro de la Mujer Bolívar por su generosa apertura, colaboración y experiencia invaluable que han sido fundamentales para dar forma a este estudio.

Además, deseo expresar mi gratitud hacia mis estimados pares académicos, Lic. Pilar Chávez y Lic. Bladimir Guarnizo, cuya ayuda, conocimientos y sugerencias fueron cruciales para superar los desafíos encontrados. Mi reconocimiento en especial al Lic. Kléber Romero, su pasión por la profesión y sabios consejos siempre me han inspirado a seguir adelante.

A mis familiares les agradezco de todo corazón por su comprensión y aliento constante; han sido mi pilar fundamental en este camino académico.

Finalmente, quiero agradecer a este propio trabajo de investigación por enseñarme que cada capítulo es un nuevo inicio en el viaje de aprendizaje y crecimiento interior. Con mucho cariño y agradecimientos a mis amigos, Ariel, Valeria y Joselito.

Jeadira Carolina Aguagallo Quinatoa

DEDICATORIA

Querida Carito, este proyecto de investigación está dedicada a ti, mi valiente y dulce niña interior. Recuerdo tus sueños y tu determinación desde los cinco años, cuando anhelabas sentir el calor maternal y decidiste que la felicidad vendría al graduarte y ser feliz. Hoy, al culminar esta etapa, sé que la verdadera felicidad reside en el camino que aún estás explorando. Que esta dedicación sea un recordatorio de tu fuerza, tu perseverancia y tu inquebrantable espíritu de logro.

Con todo mi amor y admiración, Carolina Aguagallo.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. DIANA CAROLINA VASQUEZ NIAMA, Mgs. JOSÉ BLADIMIR GUARNIZO DELGADO, Mgs. PILAR JANETH CHÁVEZ CHACÁN, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO-DICIEMBRE** 2023 desarrollado por la estudiante **AGUAGALLO QUINATOA JEADIRA.**

CERTIFICAN

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

Guaranda, septiembre 2024

Mgs. DIANA CAROLINA VASQUEZ NIAMA
DIRECTOR/A

Mgs. PILAR CHÁVEZ
Par Académico

Mgs. BLADIMIR GUARNIZO
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTORIA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo **JEADIRA CAROLINA AGUAGALLO QUINATOA** portador de la Cédula de Identidad No **1804685814**
en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO- DICIEMBRE 2023 modalidad híbrida, 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. Conservo a mi favor todos los derechos de autora sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo 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.

La autora declara 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.

JEADIRA CAROLINA AGUAGALLO QUINATOA

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN…… I

AGRADECIMIENTO.....II

DEDICATORIA III

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS.....IV

DERECHOS DE AUTORIA V

ÍNDICE DE CONTENIDOS VI

INTRODUCCIÓN.....XI

RESUMEN XIII

ABSTRACT XIV

CAPÍTULO I 1

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 1

1.1. Descripción del problema.....1

1.2. Formulación del problema 1

1.3. Preguntas de Investigación.....1

1.4. Justificación.....2

1.5. Objetivo general.....3

1.5.1. Objetivos específicos 3

1.6. Idea a defender 3

1.7. Categorías 3

1.7.1. Operacionalización de categorías 5

CAPITULO II 7

2. MARCO TEÓRICO 7

2.1. Antecedentes 7

2.2. Marco Científico 9

2.3. Conceptual 19

2.4 Marco Legal 30

2.5 Georreferencial 32

CAPÍTULO III 33

3.1. Tipo de Investigación 33

3.2. Enfoque de Investigación 33

3.3. Métodos de Investigación 33

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 34

3.5. Universo, Población y Muestra 35

Universo 35

Población 35

Muestra 35

3.6 Procesamiento de la información 35

CAPÍTULO IV 37

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 37

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 37

4.2Discusión de Resultados 62

CONCLUSIONES 64

RECOMENDACIONES 65

CAPÍTULO V 66

5.PROPUESTA 66

5.1.1. para qué sirve este manual 66

5.1.2. Modulos 68

BIBLIOGRAFÍA 82

ANEXOS 91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de categorías.....5

Tabla 2 Datos informativos – Edad.....37

Tabla 3 Datos informativos – Género.....38

Tabla 4 Redes Sociales más frecuentes.....39

Tabla 5 Tiempo en redes sociales.....40

Tabla 6 Publicaciones sobre Género.....41

Tabla 7 Informativo, Educativo, Movilización.....42

Tabla 8 Contenidos de Redes Sociales.....43

Tabla 9 Publicaciones y Materiales Educativos sobreGénero.....44

Tabla 10 Eventos relacionados con temas de género.....45

Tabla 11 Frecuencia de campañas con enfoque degénero.....46

Tabla 12 ¿Existe un cambio en la percepción de equidad de género?.....47

Tabla 13 Nivel de participación comunitaria.....48

Tabla 14 Ficha de discusión.....49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad 37

Figura 2 Género 38

Figura 3 Redes Sociales más frecuentes 39

Figura 4 Tiempo en redes sociales. 40

Figura 5 Publicaciones sobre Género 41

Figura 6 Informativo, Educativo, Movilización 42

Figura 7 Contenidos de Redes Sociales 43

Figura 8 Publicaciones y Materiales Educativos sobre Género 44

Figura 9 Eventos relacionados con temas de género 45

Figura 10 Frecuencia de campañas con enfoque de género 46

Figura 11 ¿Existe un cambio en la percepción de equidad de género? 47

Figura 12 Nivel de participación comunitaria 48

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Galleta de género 27

Ilustración 2 Foro Provincia de la Mujer de Bolívar, mapageorreferencial 32

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al portal web WiConnect (2023) haciendo una ubicación espacial e insertando la presente investigación en un contexto de mayor amplitud como lo son las redes sociales, es importante denotar que la organización Foro de la Mujer de Bolívar se especializa en Cabildeo, Derechos Humanos, Género y Diversidad, además la organización ha sido identificada como un actor importante en la comunidad local de su región.

En este sentido, desarrollar la investigación en torno a un tema de gran impacto y actualidad es un reto alcanzable que sin lugar a dudas incide en la animadversión de la ciudadanía en general.

La idea nace con claro interés en mejorar las relaciones interpersonales con la ayuda de las herramientas tecnológicas en boga para los momentos actuales, de tal forma que las redes sociales más utilizadas describen el escenario propicio para la discusión, debate, opinión y enfoque derivados del tema de género. Para ello, se hace uso de la siguiente estructura descrita institucionalmente, que permite plasmar todos los aspectos concernientes al estudio planteado:

En el **capítulo I**, se presenta aspectos relacionados con la formulación general del proyecto, detallando la descripción del problema, la formulación del problema, preguntas de Investigación, justificación, objetivo general y los objetivos específicos, idea a defender, categorías y operacionalización de categorías

En el **capítulo II**, se presenta aspectos entorno al marco teórico de estudio cientifico, el cual contiene aspectos relacionados con antecedentes, marco científico entre las que destacan teorías y modelos, marco conceptual, marco legal y un mapa georreferencial.

En el **capítulo III**, se presenta aspectos relacionados y detallados del tipo de investigación, enfoque de investigación, métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, universo, población y muestra y finalmente las técnicas e instrumentos de recolección de información

En el **capítulo IV**, se presenta los resultados y discusión de los mismos, contentivo de aspectos detallados del análisis, interpretación y discusión de resultados con los respectivos análisis e interpretación de encuestas

En el **capítulo V,** rico en diversidad, al respecto se proyecta en incrementar la frecuencia y calidad de publicaciones, diversificar el contenido publicado, utilizar hashtags estratégicos, fomentar la participación de la comunidad, colaborar con influencers y organizaciones afines, realizar evaluaciones regulares de impacto, capacitar al equipo en temas de género y comunicación, adaptar contenido para audiencias diversas y finalmente mejorar la accesibilidad digital. Para concluir se hace un cierre con los anexos, manual para el manejo y difusión de contenidos vinculados al enfoque de género en Redes Sociales y la bibliografía correspondiente.

RESUMEN

El presente estudio científico busca la solución de una problemática existente y de la cual es importante solucionar es titulada “Influencia de las redes sociales en el enfoque de género en el foro de la mujer del cantón Guaranda en el período de julio a diciembre de 2023”. La misma, fue llevada a cabo en la provincia de Bolívar, practicada a una población de 70 personas que estuvieron presentes en tan importante evento científico. Como metodología utilizada, se planteó y se ejecutó bajo el enfoque de la metodología mixta por su amplitud que permite la captación de datos cuantitativos y datos cualitativos haciendo hace más robusta el estudio al poder abarcar la diversidad de aspectos, datos, cantidades y cualidades existentes y descritos en las actividades desarrolladas en el evento. En cuanto a las conclusiones se precisan en dos vertientes haciendo hincapié en los hallazgos pertinentes, en lo cuantitativo una mayoría absoluta con la totalidad de la población se mostró asertivo con la influencia de las redes sociales sobre el enfoque de género, pero al mismo tiempo, en lo cualitativo con los grupos focales definidos se obtuvo respuestas descriptivas en favor de que la población tiene el conocimiento del poder de las redes sociales y su influencia sobre los temas concernientes al género.

Palabras clave: Género, Redes Sociales, Enfoque de Género, perspectiva, influencia.

ABSTRACT

The present scientific study seeks the solution to an existing problem that is important to solve and is titled “Influence of social networks on the gender approach Foro de la Mujer of the Guaranda canton in the period from July to December 2023.”. It was carried out in the province of Bolívar, carried out on a population of 70 people who were present at such an important scientific event. As the methodology used, it was proposed and executed under the mixed methodology approach due to its breadth that allows the capture of quantitative data and qualitative data, making the study more robust by being able to cover the diversity of aspects, data, quantities and existing qualities and described in the activities developed at the event. Regarding the conclusions, they are specified in two aspects, emphasizing the pertinent findings, quantitatively, an absolute majority with the entire population was assertive with the influence of social networks on the gender approach, but at the same time, In qualitative terms, with the defined focus groups, descriptive responses were obtained in favor of the population having knowledge of the power of social networks and their influence on issues concerning gender.

Keywords: Gender, Social Networks, Gender Approach, perspective, influence.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del problema

Las redes sociales han emergido como poderosas herramientas de comunicación y participación social, influyendo significativamente en la percepción, difusión y discusión de temas relevantes, entre ellos el enfoque de género. Este espacio dedicado al diálogo y la promoción de los derechos de las mujeres se enfrenta a un desafío en la era digital, donde las redes sociales han pasado a ser actores predominantes en la construcción de narrativas sociales.

La problemática principal de esta investigación se enfoca en comprender cómo las interacciones cotidianas en Facebook, las imágenes posiblemente curadas en Instagram y los vídeos virales en TikTok están contribuyendo a una relación entre las redes sociales y el enfoque de género dentro del Foro de la Mujer.

Por lo tanto, surge la necesidad de investigar si existe una relación trascendental entre el uso de las redes sociales mencionadas y el enfoque de género que se maneja dentro del Foro de la Mujer. Este análisis es crucial para identificar cómo las dinámicas de interacción, el contenido de las publicaciones y la participación de figuras públicas y líderes de la organización influyen en la percepción en el enfoque de género y de este modo lograr la sensibilización sobre las problemáticas que enfrenta la comunidad femenina.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influyen las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok en el enfoque de género dentro del Foro de la Mujer del cantón Guaranda en el período de julio a diciembre de 2023?

1.3. Preguntas de Investigación

1 ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que enfrenta el Foro de la Mujer al abordar los estereotipos de género a través de las interacciones en redes sociales?

2 ¿Cuáles son los principales contenidos relacionados con el género y discusión en las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok dentro del Foro de la Mujer del cantón Guaranda en el período de julio a diciembre de 2023?

3 ¿Qué barreras o desafíos enfrenta el Foro de la Mujer al intentar promover el enfoque de género a través de las redes sociales?

4 ¿Existe una diferencia en la percepción del enfoque de género entre usuarios activos y pasivos de las redes sociales dentro de la comunidad del Foro de la Mujer?

5 ¿Cómo afecta la viralización de contenido relacionado con el enfoque de género en las redes sociales a la conciencia y la acción social en el Foro de la Mujer?

6 ¿Cómo se perciben y se abordan las violencias de género en el entorno digital del Foro de la Mujer a través de las redes sociales?

7 ¿En qué medida las redes sociales contribuyen a la construcción y consolidación de identidades de género alternativas y fluidas en la comunidad del Foro de la Mujer?

1.4. Justificación

La necesidad de explorar la influencia de las redes sociales y su relación con la percepción de género dentro del Foro de la Mujer, es relevante para comprender cómo se moldean las ideas y actitudes en su contexto. Al analizar cómo las redes sociales moldean perspectivas e ideas en las personas, podría ayudar a determinar si existe una relación entre el uso de las redes sociales con el enfoque de género de los integrantes del Foro de la Mujer.

Inspirado en la teoría crítica, esta investigación busca comprender las dinámicas de poder en la interacción social con un en enfoque analítico. Se busca entender cómo estas plataformas configuran perspectivas de género, explorando la reproducción o resistencia a normas existentes. Asimismo, se empleará el Modelo Transaccional de la Comunicación, al considerar la comunicación como un proceso dinámico y bidireccional, permitiendo explorar cómo los mensajes intercambiados entre los participantes moldean las ideas y percepciones sobre género.

El enfoque de tipo cualitativo y cuantitativo aplicado en la investigación, permitió tanto el análisis de los contenidos en las publicaciones de las redes sociales, así como las interacciones entre las personas dentro del Foro de la Mujer.

En definitiva, el objetivo va más allá de simplemente observar cómo las redes sociales impactan en la manera en que se percibe el género, sino que también busca entender cómo los diferentes enfoques de género se entrelazan con el poder de cambio de las redes sociales. Este estudio tiene como objetivo ampliar la comprensión sobre este fenómeno social influenciado por las plataformas digitales.

1.5. Objetivo general

Analizar como el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok influyen en el enfoque de género dentro del Foro de la Mujer del cantón Guarandaen el período de julio - diciembre de 2023.

1.5.1. Objetivos específicos

- Identificar el contenido de las publicaciones y el uso de las redes sociales en la formación y expresión del enfoque de género en el contexto del Foro de la Mujer.
- Comparar la perspectiva profesional dentro del Foro de la Mujer con las publicaciones en redes sociales sobre enfoque de género.
- Desarrollar un manual para el manejo y difusión de contenidos vinculados al enfoque de género en las redes sociales del Foro de la Mujer.

1.6. Idea a defender

Existe alguna relación entre el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok con el enfoque de género dentro del Foro de la Mujer.

1.7. Categorías

- **C1:** Uso de redes sociales Facebook, Instagram y TikTok
- **C2:** El enfoque de género

La categoría uno en este estudio es el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas son seleccionadas como la variable independiente debido a su capacidad para difundir contenido, influir en las opiniones públicas y generar conversaciones en línea sobre diversos temas, incluido el género.

Por otro lado, la categoría dos es el enfoque de género dentro del Foro de la Mujer. Este enfoque se ve influenciado por las interacciones, publicaciones y contenido generado en las redes sociales mencionadas. El Foro de la Mujer, como espacio de debate y promoción de los derechos de las mujeres, es el contexto en el cual se observa el impacto del uso de redes sociales en las perspectivas y acciones relacionadas con el género.

Se puede argumentar que estas categorías, podrían deducir que las Redes Sociales pueden influir en la perspectiva de enfoque de género que tengan los integrantes de la organización.

1.7.1. Operacionalización de categorías

Tabla 1

CATEGORÍA	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Uso de redes sociales Facebook, Instagram y TikTok	Frecuencia de uso	Horas dedicadas a Facebook, Instagram, TikTok	¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a las redes sociales?
	Tipo de uso	Clasificación del contenido	¿Qué redes sociales utilizas más frecuentemente?
			¿Con que frecuencia realiza publicaciones y materiales educativos sobre género en redes sociales?
			¿Cómo clasificaría usted el formato publicado en las redes sociales del Foro de la Mujer?
	Formatos predominantes	Clasificación de formato	¿Qué tipo de formatos predominan en las redes sociales del Foro de la Mujer?
Enfoque de género en el Foro de la Mujer del cantón Guaranda	Difusión de material de sensibilización	Sensibilización sobre género	¿Considera que el Foro de la Mujer difunda material de sensibilización sobre género en plataformas digitales?
	Observación de eventos	Frecuencia de eventos	¿Usted cómo integrante activo de la organización con qué frecuencia observa eventos relacionados con temas de género por parte del Foro de la Mujer?
	Campañas de género	Campañas de concientización	¿Usted cómo integrante activo de la organización con qué

			frecuencia observa la existencia de campañas de concientización sobre género lanzadas a través de las redes sociales del Foro de la Mujer?
	Percepción de género	Cambio en la percepción	¿Ha notado usted algún cambio en la percepción de equidad de género entre la comunidad como resultado de las actividades del Foro de la Mujer?
	Participación comunitaria	Nivel de participación	¿Cómo calificaría usted el nivel de participación comunitaria en las actividades organizadas por el Foro de la Mujer?

Nota. Elaborado por Aguagallo Carolina 2024.
Fuente: Mgs. Diana Vasquez.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para esta investigación con el tema **"PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE EL DISCURSO FEMINISTA EN TIKTOK: EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y VÍNCULO EN LAS REDES SOCIALES"** liderada por Sulca Chávez y Jhassira Bicet (2022) investigan cómo ha evolucionado el discurso feminista a través de las tres olas del movimiento y su adaptación en contextos latinoamericanos, además consta de explorar la percepción de los jóvenes sobre el discurso feminista en las plataforma TikTok, su enfoque que examine la conexión y la influencia de discursos feministas en las redes sociales, especialmente en TikTok, se tomó estudios que contribuya al mejor entendimiento del fenómeno, los autores se centraron en un enfoque cualitativo y descriptivo para analizar la percepción de los jóvenes sobre el discurso feminista en TikTok. Se utilizó un marco teórico que considera la evolución histórica del movimiento feminista y su manifestación en plataformas digitales contemporáneas como TikTok.

De igual manera, la investigación descriptivo-correlacional titulada **"Relación entre la Red Social TikTok y la Construcción de Identidad en Adolescentes"**, con autoría de Cuadros J. y Torra V. (2022), mediante la recolección de datos sobre la frecuencia y la naturaleza del uso de TikTok por parte de los adolescentes con un cuestionario de EOMEIS-II y la prueba Uso de la Red Social TikTok el estudio ofrecerá información relevante para comprender mejor el papel de las plataformas sociales en el desarrollo psicosocial de los adolescentes en la era digital. Como propuesta insights sobre cómo TikTok impacta en la construcción de identidad en los jóvenes. Se espera encontrar correlaciones significativas entre el uso de esta red social y ciertos aspectos de la identidad adolescente. Además, se explorará cómo diferentes tipos de contenido e interacciones en TikTok pueden influir en la autoimagen y la autoestima de los adolescentes. Este estudio contribuye a comprender la influencia de las redes sociales

en la construcción de identidad durante la etapa crucial de desarrollo de los adolescentes.

Los autores Espinoza y Chávez (2021) en la investigación **"Relación entre el Uso de Redes Sociales y la Ideología de Género en Estudiantes de Secundaria: Un Estudio Correlacional"** de diseño no experimental y corte transversal tiene como objetivo explorar la relación entre el uso de redes sociales y la ideología de género en estudiantes de secundaria de la I.E.A Redentor realizó un estudio de diseño no experimental revelando patrones y correlaciones entre el uso de redes sociales y las actitudes hacia la ideología de género entre los estudiantes de secundaria de la I.E.A Redentor. Estudiando las interacciones en línea y la exposición a contenidos específicos pueden influir en la formación de opiniones sobre cuestiones de género. Las conclusiones del estudio proporcionarán información relevante para entender mejor la dinámica entre tecnología digital, redes sociales y construcciones sociales de género en contextos educativos específicos.

De acuerdo con el estudio **"Análisis de las Perspectivas de Investigación sobre Ciber- Misoginia en la Literatura Académica Francesa"** realizado por Albenga y Biscarrat (2022) manifiestan que la investigación se propone examinar las líneas de investigación destacadas en la literatura académica francesa sobre la misoginia en internet**,** este artículo utiliza un marco teórico feminista para analizar publicaciones científicas, identificando tres ramas de investigación en los campos de la sociología y las ciencias de la comunicación francesas mediante una metodología de reticularidad. Los resultados destacan la persistencia de discursos sexistas y antifeministas, el análisis de prácticas digitales del feminismo 2.0 y las apropiaciones ordinarias del feminismo. Las conclusiones subrayan la dispersión en el campo de investigación sobre género e internet, proponen una modelización del ecosistema en tres ramas distintas, resaltan debates epistemológicos y señalan un área de investigación pendiente de desarrollo en este estudio

El libro **"Tristes por diseño: Las redes sociales como ideología"** propuesto por Lovink (2019) que se centró en el impacto de las redes sociales argumenta que estas plataformas no son neutrales, sino que están ligadas a ideologías específicas. La investigación busca comprender cómo estas ideologías afectan la sociedad, analizando el diseño de las redes sociales, su conexión con ideologías y las consecuencias en la sociedad. Se plantean hipótesis sobre la influencia del diseño en la conformación de ideologías y se cuestiona la neutralidad percibida de las plataformas, investigando no solo comprender los diseños de las redes sociales e ideologías, por medio de una revisión sistemática de la literatura para identificar estudios clave y tendencias emergentes en el campo y proponer una modelización del ecosistema de investigación en tres ramas distintas, resaltarán debates epistemológicos en curso y señalarán áreas de investigación pendientes de desarrollo en el estudio de género e internet en el contexto francés.

Para finalizar, el estudio "**Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021, 2021"** elaborado por Vidaurre Diaz (2021) se basó en un diseño de investigación que incluyó la administración de dos cuestionarios diferentes a 295 estudiantes de la Institución Educativa Adventista Redentor de Lima. Estos cuestionarios abordaron el uso de redes sociales y las actitudes hacia la ideología de género, respectivamente. Se encuestó a 295 estudiantes utilizando dos cuestionarios: uno sobre el uso de redes sociales y otro sobre la actitud frente a la ideología de género. Los resultados mostraron que no hay una relación significativa entre el uso de redes sociales, la obsesión por estas plataformas o la falta de control en su uso, y la ideología de género en este grupo estudiantil. A pesar de encontrar niveles medios de ideología de género y obsesión por las redes sociales, no se demostró una conexión entre ambas variables, lo que llevó a rechazar la hipótesis inicial del estudio.

2.2.Marco Científico

Corriente filosófica estructuralista

La corriente filosófica estructuralista de la comunicación ha marcado un hito significativo en la manera en que entendemos los procesos comunicativos en la sociedad contemporánea. Según el reconocido antropólogo Lévi Strauss (1987), argumenta que las culturas pueden ser entendidas como sistemas complejos de significado que revelan estructuras subyacentes a través del análisis estructural. Para este autor las similitudes y regularidades en los mitos, rituales y sistemas de parentesco de diferentes culturas indican la presencia de patrones universales que reflejan aspectos profundos del pensamiento humano. Estas estructuras no solo organizan la vida social y simbólica de las personas, sino que también funcionan como códigos culturales que dan coherencia y significado a la diversidad cultural observada.

Dentro de la perspectiva del enfoque género y las normas sociales relacionadas no solo son simplemente fenómenos locales o contingentes, sino que también reflejan estructura profundas del pensamiento humano que se presencian a través de patrones repetidos esto podría implicar estudiar cómo las sociedades crean y mantienen la dicotomía entre masculino y femenino, y cómo estas categorías pueden estar en flujo o ser desafiadas a través de movimientos sociales, cambios legislativos y transformaciones culturales esto puede promover a una concientización, sin embargo también se pueden enfrentar a nuevos desafíos.

Según los autores Karczmarczyk y Pereyra Rozas (2023) en su estudio, explica que:

> El pensamiento social del siglo XX se ha visto profundamente transformado por el impacto que en el mismo ha tenido la reflexión sobre el lenguaje, ya sea que esta viniera en un formato científico (a través de la lingüística: el estructuralismo) o filosófico (la hermenéutica en el ámbito alemán y las corrientes analíticas y pragmáticas en el ámbito anglosajón). En este trabajo intentaremos comprender algunas transformaciones ocurridas en una de las regiones donde ese efecto ha sido particularmente intenso: en la corriente, principalmente francesa, que se ha dado a conocer con el nombre de "estructuralismo". (págs. 605-643)

El impacto del estructuralismo en la comunicación contemporánea se manifiesta en diversas áreas, desde los estudios literarios y culturales hasta la teoría mediática y la semiótica. La noción de que los sistemas de signos y símbolos subyacen a toda forma de comunicación implica un enfoque analítico que busca identificar patrones, regularidades y estructuras en los discursos y prácticas comunicativas. Este enfoque no solo enriquece nuestra comprensión de cómo se construyen los significados en la interacción humana, sino que también abre nuevas perspectivas para el análisis crítico y la interpretación de los fenómenos comunicativos en un mundo cada vez más interconectado y mediado por tecnologías.

La corriente filosófica estructuralista de la comunicación ofrece un marco teórico valioso para entender cómo las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok influyen en el enfoque de género en el Foro de la Mujer en Guaranda. Desde esta perspectiva, estas plataformas actúan como sistemas semióticos donde los usuarios crean y difunden significados relacionados con el género a través de imágenes, mensajes e interacciones. El análisis estructuralista permite examinar cómo se construyen y se negocian estos significados dentro de la comunidad virtual, revelando las dinámicas de poder, las normas culturales y las prácticas de representación que moldean las identidades de género en este contexto específico durante el período estudiado.

Teoría Antropológica Cultural

La teoría antropológica cultural, dentro del ámbito de la antropología, se centra en el estudio de las culturas humanas desde una perspectiva holística y comparativa. Esta disciplina busca comprender las complejidades de las sociedades humanas, sus estructuras sociales, creencias, prácticas y expresiones culturales. Gómez (2020) menciona que los conceptos fundamentales en la teoría antropológica cultural es el relativismo cultural, que sostiene que las prácticas culturales deben entenderse dentro de sus propios contextos históricos y culturales, sin juzgarlas desde perspectivas externas. Este enfoque ayuda a los antropólogos a evitar la imposición de sus propios

valores y normas sobre las culturas que estudian, fomentando así una comprensión más profunda y respetuosa de la diversidad humana.

Otro aspecto importante es el método etnográfico, que consiste en la observación participante y el estudio directo de las comunidades y culturas. Los antropólogos culturales suelen vivir entre los grupos que estudian, aprendiendo sus idiomas, costumbres y prácticas cotidianas para captar la complejidad de sus vidas desde adentro.

En cuanto a las teorías contemporáneas, han surgido enfoques críticos que cuestionan las representaciones tradicionales de las culturas y buscan entender cómo el poder y las estructuras sociales influyen en la formación y la representación de las identidades culturales. Esto incluye perspectivas feministas, poscoloniales y decoloniales que subrayan la importancia de la posición del investigador y la relación entre conocimiento y poder en la producción de conocimiento antropológico.

Modelos

- **Funcionalismo:** Propuesta por Malinowski (2023) el modelo funcionalista contribuye al estudio antropológico este modelo se centra en cómo las instituciones y prácticas culturales cumplen funciones específicas para mantener el equilibrio y la estabilidad dentro de una sociedad estos principios metodológicos son fundamentales en la antropología contemporánea, incluyendo la práctica de observar, direccionando a diferentes partes de la cultura contribuyen al funcionamiento general de una comunidad. (págs. 128-129)
- **Estructuralismo:** Desarrollado por Claude Lévi-Strauss, (2014) el estructuralismo antropológico busca identificar los patrones subyacentes y las estructuras mentales universales que subyacen a las prácticas culturales aparentemente diversas. Se centra en las relaciones y oposiciones entre elementos culturales para revelar las estructuras profundas de la mente humana.
- **Interpretativismo:** Representado por Clifford Geertz (2009), este enfoque se

centra en la interpretación de los símbolos y significados de comportamientos y valores culturales desde la perspectiva de los actores sociales dentro de sus contextos locales distinguiendo la importancia de integrar diferentes conceptos y teorías para formular proposiciones significativas que pueden agrupar a conclusiones actualmente ilimitadas a campos distintos de estudio, así como mediante una descripción minuciosa y detallada de la realidad que se investiga. (págs. 9-11)

- **Materialismo cultural:** En el estudio pasado y presente del material cultural, Raymond Williams (2019), sostiene que la cultura no es estática, la cultura surge y se forma a partir de las actividades y prácticas diarias de todas las personas, además se argumenta las condiciones materiales y económicas como determinantes clave en la formación y desarrollo de las culturas. La antropología cultural se centra en cómo los ecosistemas, la economía y las formas culturales interactúan y moldean las comunidades humanas. Propone que las estructuras económicas y tecnológicas tienen un papel fundamental en moldear las prácticas culturales y las relaciones sociales.

Teoría Crítica y Escuela de Frankfurt

La teoría crítica, desarrollada por la Escuela de Frankfurt, ofrece una perspectiva valiosa para analizar cómo las redes sociales pueden influir en la construcción y perpetuación de roles de género. Según Balseca, Logroño y Benítez (2017) esta teoría "permite examinar cómo las plataformas digitales pueden reforzar o desafiar las estructuras de poder existentes en relación con el género". (págs. 136-150)

En el contexto de las redes sociales, la Teoría Crítica nos invita a cuestionar cómo estos medios pueden tanto perpetuar como desafiar los estereotipos de género tradicionales.

La teoría crítica de acuerdo con Peralta (2020) es una corriente filosófica y sociológica que se desarrolló principalmente en la Escuela de Frankfurt durante el siglo XX. Surgió como una respuesta al auge del totalitarismo, las crisis sociales y las limitaciones percibidas del marxismo clásico. Esta teoría se distingue por su enfoque crítico hacia

las estructuras sociales, políticas y económicas dominantes, con el objetivo de entender y transformar la realidad social para promover la emancipación humana.

En su núcleo, la teoría crítica cuestiona las formas en que el poder y la dominación operan en la sociedad contemporánea. A diferencia de otras corrientes críticas, como el marxismo ortodoxo que se centraba principalmente en las relaciones económicas, la Teoría Crítica amplió su análisis para incluir dimensiones culturales, psicológicas y tecnológicas. Los teóricos críticos como Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, entre otros, exploraron cómo la cultura de masas, la alienación individual y las tecnologías de control influyen en la vida cotidiana y en la formación de la conciencia social.

Una de las contribuciones más significativas de la teoría crítica es su enfoque en la razón instrumental y la crítica a la racionalidad técnica. Los pensadores críticos argumentaron que la razón, en lugar de ser una herramienta neutral para el progreso humano, se había convertido en un instrumento de dominación y explotación. Esta crítica se manifestó en análisis profundos sobre cómo las instituciones modernas, como los medios de comunicación de masas, la burocracia y la industria cultural, moldean y limitan la autonomía individual y colectiva.

Así también, Ortega (2023) expresa que la teoría crítica abordó las formas en que las estructuras de poder perpetúan la desigualdad y la injusticia social, propuso que la liberación social requería no solo cambios económicos, sino también una transformación cultural y psicológica profunda que desafíe las normas y valores establecidos. Este enfoque holístico ha influido en campos tan diversos como la filosofía política, la sociología, los estudios culturales y la crítica literaria, inspirando investigaciones interdisciplinarias que buscan comprender y cambiar las condiciones sociales y políticas contemporáneas.

La teoría crítica, originada en la Escuela de Frankfurt y desarrollada por pensadores como Max Horkheimer, proporciona el marco conceptual para abordar la influencia de

las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok en el enfoque de género en el Foro de la Mujer del Cantón Guaranda durante el período de julio a diciembre de 2023.

Esta teoría se rige como un enfoque analítico esencial, permitiendo una comprensión profunda de las estructuras sociales y culturales que subyacen en las interacciones mediadas por las redes sociales, desde la perspectiva crítica, se busca examinar las dinámicas de poder, los roles de género y las representaciones sociales presentes en estas plataformas.

Permite analizar críticamente cómo estas plataformas influyen en la percepción de género, la formación de identidades y la participación de las mujeres en el mencionado Foro.

La influencia de las redes sociales en el enfoque de género es un tema complejo que puede analizarse desde diversas perspectivas teóricas y escuelas de comunicación. Este marco científico explorará las teorías, escuelas y modelos de comunicación relevantes para comprender cómo Facebook, Instagram y TikTok pueden impactar en la percepción y discusión de temas de género en contextos específicos como el Foro de la Mujer en Guaranda.

Escuela de Palo Alto y Comunicación Interpersonal

Shomaly (1994) con respecto a la comunicación menciona que:

> La Escuela de Palo Alto, también conocida como la Escuela de Palo Alto de Comunicación, es un enfoque psicológico y comunicacional desarrollado en el Instituto de Investigación del Comportamiento de Palo Alto, California, a partir de la década de 1950. Este enfoque se centró en comprender cómo se construyen y mantienen las relaciones interpersonales a través de la comunicación. (págs. 96-102)

En el contexto de la comunicación interpersonal, la Escuela de Palo Alto se destacó por su enfoque en los patrones de interacción entre las personas y cómo estos patrones

influyen en la dinámica de las relaciones. Uno de los conceptos fundamentales es la teoría de la comunicación humana, desarrollada por Watzlawick, Beavin y Jackson, que postula que toda comunicación tiene un aspecto contenido (el mensaje literal) y un aspecto relacional (cómo se debe interpretar el mensaje dentro de la relación).

Desde esta perspectiva, la comunicación interpersonal se entiende como un proceso dinámico donde los individuos intercambian mensajes que no solo transmiten información, sino que también definen y mantienen la naturaleza de la relación. La atención se centra en cómo las personas codifican y decodifican mensajes, cómo interpretan las intenciones del otro y cómo los patrones repetitivos de comunicación pueden llevar a la estabilidad o a la disfunción en las relaciones.

La Escuela de Palo Alto también introdujo conceptos como los "axiomas de la comunicación" (principios básicos que gobiernan la interacción humana) y el concepto de "metacomunicación" (comunicación sobre la comunicación), que son herramientas clave para entender y mejorar las relaciones interpersonales (Watzlawick, 2014). Estos conceptos han tenido una influencia significativa en terapias y enfoques de intervención centrados en la comunicación, así como en la investigación sobre dinámicas sociales y organizacionales.

La Escuela de Palo Alto, con su enfoque en la comunicación interpersonal, proporciona herramientas para analizar cómo las interacciones en redes sociales pueden influir en la percepción de género.

Bayona, Fernández y Torres (2020) sugiere que "las interacciones en plataformas como Facebook e Instagram pueden crear nuevos patrones de comunicación que desafían o refuerzan los roles de género tradicionales". (págs. 27-54)

Este enfoque es particularmente relevante al examinar cómo los usuarios del Foro de la Mujer interactúan y construyen significados en torno al género a través de sus comunicaciones en línea.

Teoría de la Agenda Setting aunque originalmente desarrollada para medios tradicionales, puede aplicarse al contexto de las redes sociales y su influencia en temas de género. De acuerdo a Herrera y Villamediana (2021) "las redes sociales han democratizado la capacidad de establecer agendas, permitiendo que voces diversas, incluyendo movimientos feministas, influyan en la discusión pública sobre temas de género" (pág. 116)

Esta teoría es relevante para entender cómo el Foro de la Mujer puede utilizar las redes sociales para influir en la agenda local sobre temas de género.

Modelo Transaccional de Comunicación según Cuofano (2024) que enfatiza la naturaleza dinámica y bidireccional de la comunicación, es particularmente relevante en el contexto de las redes sociales. Ya que se centra en como las personas intercambian información y se relacionan entre sí, "las plataformas como Facebook e Instagram facilitan una comunicación transaccional continua sobre temas de género, permitiendo un intercambio constante de ideas y perspectivas". (¿Qué es el modelo transaccional de comunicación? Modelo transaccional de comunicación en pocas palabras.)

La comunicación es un proceso simultáneo, es decir, no hay un emisor y un receptor fijos, sino que ambos interlocutores actúan como emisores y receptores al mismo tiempo. En cada interacción dentro de las redes sociales todos los usuarios alternan entre rolos de emisores y receptores continuamente, pueden compartir contenido llegando hacer el emisor y a su vez interactuar con los comentarios y respuestas de otros usuarios al recibir las respuestas. Este modelo puede ayudar a comprender cómo las interacciones en redes sociales dentro del Foro de la Mujer contribuyen a la evolución de las percepciones de género en la comunidad. Las publicaciones y discusiones pueden centrarse tanto en compartir contenido informativo sobre temas de género como en fortalecer las conexiones y la solidaridad entre los integrantes, generando un vínculo de relación.

Las redes sociales parten desde la era digital y su contribución a la evolución dentro de la sociedad, su avance favorece como herramienta dentro de las plataformas digitales que abre nuevas posibilidades para generar y compartir información. Según Castello (2007):

> "La brecha digital de género va más allá del simple acceso a la tecnología, abordando también las desigualdades económicas, políticas y culturales que históricamente han afectado a las mujeres en relación con las TICs. Se destaca la importancia de entender las estructuras sociales y culturales que influyen en el acceso y uso de las tecnologías digitales por parte de las mujeres, así como la necesidad de analizar cómo estas tecnologías pueden ser aprovechadas para empoderarlas y transformar sus roles en la sociedad." (Empoderar a las mujeres desde la comunicación)

Desde una perspectiva de género, estas plataformas pueden reflejar y perpetuar desigualdades existentes, pero también ofrecen espacios para desafiar y transformar normas sociales preestablecidas. El modelo transaccional en este contexto sugiere que las interacciones en línea no solo son unidireccionales, sino que involucran una negociación constante de significados y valores entre usuarios, influenciados por sus identidades de género y roles sociales. Por lo tanto, es esencial promover un uso inclusivo y equitativo de las TICs y las redes sociales, fomentando la participación activa de mujeres y otros grupos subrepresentados para asegurar que estas plataformas contribuyan a la igualdad de género y al empoderamiento individual y colectivo.

Teoría Antropológica y Enfoque de Género

La teoría antropológica proporciona un marco valioso para examinar cómo las redes sociales influyen en las construcciones culturales de género. En la guía de estudio pública del grado en antropología social y cultural tercer curso (2024) "nos introduce históricamente en la posición crítica feminista frente a las permanencias o cambios sociales que se han dado en la antropología, en las sociedades occidentes." (págs. 2-4)

Dentro del enfoque de género la antropología se centra en entender las relaciones de poder por medio de entornos sociales y culturales, ayuda a identificar las complejidades de la comunidad, desafiando normas estereotipadas, desigualdad e interpretaciones tradicionales, esta perspectiva es esencial para analizar cómo las interacciones en redes sociales dentro del contexto del Foro de la Mujer reflejan y potencialmente transforman las normas culturales de género en Guaranda.

2.3. Conceptual

Comunicación

La comunicación es un proceso fundamental en el cual se intercambian información, ideas, pensamientos, sentimientos o mensajes entre dos o más personas. Este intercambio puede ocurrir de diversas formas, incluyendo el lenguaje verbal, gestos, expresiones faciales, escritura, entre otros medios. Las autoras Barroso y Pérez *(2023)*:

> La necesidad que han tenido las organizaciones de comunicarse con sus colaboradores es lo que las ha llevado a preocuparse cada vez más por la forma en cómo deben gestionar la información que les hacen llegar; lo cual ha permitido que la comunicación organizacional tenga un papel preponderante a lo largo del tiempo y que ahora, más que nunca, siga vigente por la importancia que reviste el factor humano para cualquier organización. *(pág. 72)*

Una comunicación efectiva facilita la comprensión mutua, fortalece los lazos sociales y contribuye a la resolución de conflictos. En la era actual, donde la tecnología desempeña un papel crucial, la comunicación se ha vuelto más accesible pero también presenta desafíos, como la posibilidad de malentendidos o la falta de contacto humano genuino.

Elementos De Comunicación

Al emplear estos elementos de manera adecuada, se facilita la transmisión precisa de ideas, emociones y datos, promoviendo una comunicación más fluida, eficiente y que contribuye al establecimiento de relaciones sólidas y comprensión mutua en diversos contextos sociales, profesionales y personales, por ende, radica la importancia de

hacer usos correctos de los elementos de comunicación, la autora Rodríguez *(2022)* resalta al:

- Emisor: Persona que transmite el mensaje con una intención comunicativa concreta.
- Receptor: Persona que recibe e interpreta el mensaje. El destinatario es a quien el mensaje va dirigido.
- Mensaje: Información que se transmite. La realidad a la que se refiere es el referente. Sigue un código.
- Código: Conjunto de signos y reglas que comparten el emisor con el receptor. Como puede ser el idioma español.
- Canal: Soporte a través del que se transmite el mensaje.
- Contexto: Circunstancias o lugares que engloban al acto comunicativo. (págs. 47-48)

Es importante utilizar los elementos del proceso de comunicación radica en garantizar una mejor información más claros, facilitando a la compresión mutua, fortaleciendo las relaciones interpersonales y profesionales.

2.3.2. Comunicación humana

La comunicación humana es un proceso fundamental que implica la transmisión de mensajes entre individuos. Teorías como la de Shannon y Weaver exploran los elementos clave, mientras que las barreras como la interpretación subjetiva y el ruido pueden afectar la claridad del mensaje. La comunicación es esencial para la interacción social, la transmisión de conocimientos y la construcción de relaciones.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son canales o plataformas a través de los cuales se transmite información, noticias, entretenimiento y mensajes a una audiencia amplia.

Estos medios desempeñan un papel crucial en la sociedad al facilitar la difusión de conocimientos, la interacción social y la formación de opiniones públicas.

Los medios tradicionales, como periódicos y televisión, han sido pilares en la difusión de información y opinión, aunque su alcance limitado a veces resulta en una representación sesgada de las mujeres y sus contribuciones sociales. En contraste, los medios digitales han democratizado el acceso a la información y permitido una mayor diversidad de voces, incluidas las de las mujeres, a través de plataformas como redes sociales. De acuerdo a Tapia (2021) la mayoría de los medios de comunicación, ya sean impresos o digitales en la mayoría de los países, no presentan una representación justa de los diversos estilos de vida de las mujeres ni de su influencia en la sociedad en constante cambio. Además, la presencia de contenido violento o degradante en los medios también perjudica la imagen y participación de las mujeres en la sociedad. Tapia (pág. 74)

Los medios de comunicación más influyentes en la sociedad se encuentran en los medios tradicionales y medios digitales, en la actualidad varios de los medios de comunicación tradicionales han evolucionado a lo digital, como la evolución de género a un podcast. Las plataformas sociales son las más activas y con mayor interacción a nivel global se presentan desafíos, oportunidades y cambios en comportamientos dentro sus contextos locales.

Comunicación digital

La comunicación digital es el proceso dinámico de intercambio de información, ideas y mensajes mediante el uso de dispositivos electrónicos y diversas plataformas en línea. Este fenómeno contemporáneo permite la interactividad entre usuarios, posibilitando una rápida transmisión de mensajes a una escala global. Los autores Gómez y De la Garza (2023) manifiestan:

Pero como lo demostró la pandemia del Covid-19, el aceleramiento en la interacción digital es un proceso que resulta irreversible en el mejor de los casos. En el presente se discute, por ejemplo, sobre las posibilidades de la inteligencia artificial y del metaverso. (pág. 101)

Al abarcar desde redes sociales hasta correo electrónico, la comunicación digital ha experimentado un cambio fundamental en la forma en que las personas se conectan, interactúan y comparten información en la era digital

Evolución de la Web 2.0

Según Vargas (2024), la Web 2.0 marcó un cambio significativo hacia la participación del usuario en la creación de contenido en línea. Conceptos como la colaboración y la interactividad se volvieron centrales. Dior , Escobar, & Consuegra de Sucre, (2024):

Además, existe una correlación positiva muy fuerte entre la web y la docencia, lo que indica que la web influye significativamente en la práctica docente, es decir, las herramientas web 2.0 son muy importantes en el proceso educativo y afectan tanto la práctica docente como la innovación educativa. (pág. 299).

Medios sociales y plataformas de comunicación

Jean Baudrillard, (2021) examina cómo los medios de comunicación y la cultura de consumo afectan la percepción y la realidad social. Con el surgimiento de plataformas de redes sociales, la comunicación en línea ha experimentado una revolución.

Estas plataformas permiten la conexión instantánea y la creación de comunidades virtuales. Blogs y foros también han influido en la forma en que las personas comparten información y participan en discusiones en línea, marcando un cambio hacia la participación del usuario (La realidad como reflejo del misterio: Jean Baudrillard).

Redes sociales

Las redes sociales son entornos virtuales en línea donde los usuarios pueden crear perfiles individuales, conectarse con otros usuarios y compartir contenido como texto, imágenes y videos. Estas plataformas facilitan la interacción social, permitiendo a las personas mantenerse informadas, expresar opiniones, y establecer relaciones personales y profesionales por medio centra en la creación de comunidades digitales que trascienden barreras geográficas y culturales, promoviendo así la comunicación y el intercambio de ideas en tiempo real según, Vidaurre Diaz (2021) explica las dinámica de las redes sociales se centra en la construcción de comunidades en línea, donde los lazos sociales se extienden más allá de las barreras geográficas. Estas plataformas no solo han influido en la comunicación cotidiana, sino que también han impactado en la difusión de información, la construcción de identidades digitales y la generación de conversaciones sobre una amplia gama de temas. (Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021):

Facebook

Facebook es una red social en línea que fue creada por Mark Zuckerberg y lanzada en febrero de 2004. Inicialmente diseñada para estudiantes de la Universidad de Harvard, Facebook se expandió rápidamente y se convirtió en una de las redes sociales más populares y utilizadas en todo el mundo. (Molina, 2024) la plataforma permite a los usuarios crear perfiles personales, agregar amigos, compartir fotos y videos, publicar actualizaciones de estado, y participar en grupos y eventos. A lo largo de los años, Facebook ha evolucionado y ha incorporado diversas funciones, como la posibilidad de seguir páginas de interés, jugar juegos en línea, comprar y vender productos a través del Marketplace, entre otras características. (Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social.).

Alcance de la influencia en Facebook:

Moreano et al, Carlos (2024) enfatiza la influencia de las redes sociales en la sociedad, destacando el papel de Facebook en la construcción de conexiones y la formación de comunidades en línea. El alcance de la influencia en Facebook se refiere a la medida en la que el contenido publicado por un usuario o una página en la plataforma puede llegar a otros usuarios. Este concepto es fundamental en el análisis de la efectividad de una estrategia de marketing en Facebook, así como en la evaluación del impacto de una persona o entidad en la red social (Redes Sociales y su impacto en el Entorno Digital de las Empresas).

Instagram

Instagram es una popular plataforma de redes sociales centrada en el intercambio de contenido visual. Lanzada en 2010, permite a los usuarios compartir fotos y videos, aplicar filtros creativos, interactuar mediante "me gusta" y comentarios, y conectarse con amigos y seguidores.

Blanco, Sánchez y Moreno Belén (2023) nos presenta sus hallazgos significativos es la discrepancia entre el contenido más publicado y el que genera más interacciones. Sugiere que las universidades deberían ajustar sus estrategias para maximizar el impacto social y fomentar la bidireccionalidad con su comunidad. Esto se logra mejor al enfocarse en acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) y al utilizar el formato de vídeo, que parece ser más efectivo para generar interacción. (2023, págs. 35-45)

La aplicación ha evolucionado con características como Instagram Stories y IGTV, consolidándose como un espacio dinámico para la expresión visual y la interacción social en línea.

Instagram y activismo social:

Se refiere al uso de la plataforma de redes sociales Instagram como un medio para promover el cambio social y generar conciencia sobre problemas importantes.

Instagram ha transformado la manera en que las personas se conectan y comparten en la sociedad actual, facilitando la creación de comunidades globales y permitiendo a individuos expresar su creatividad de manera visual. Blanco, Sánchez y Moreno *(2023)* La plataforma ha abierto oportunidades significativas para emprendedores, artistas y profesionales que pueden promover sus productos, servicios y talentos de manera efectiva. Además, Instagram ha servido como un canal vital para concienciar sobre problemas sociales y movilizar a las personas hacia el activismo, aprovechando su alcance masivo para generar impacto positivo en la sociedad.

Los usuarios de Instagram que se dedican al activismo comparten contenido relacionado con una variedad de temas, desde derechos humanos hasta medio ambiente, utilizando imágenes y videos impactantes para llegar a audiencias globales. menciona que el activismo social en Instagram busca informar, inspirar y movilizar a las personas para que se involucren activamente en la lucha por el cambio.

Tik Tok

Alice Marwick (2022). Ha escrito sobre la cultura de las redes sociales y puede proporcionar perspectivas valiosas sobre cómo plataformas como TikTok afectan la sociedad. TikTok es una plataforma de redes sociales que ha transformado la manera en que las personas interactúan con el contenido digital. Desarrollada por la empresa china ByteDance, TikTok permite a los usuarios crear videos cortos y creativos de hasta 60 segundos. La aplicación se destaca por su énfasis en la música, los efectos especiales y las tendencias virales que inspiran a la comunidad a participar en desafíos y aportar su creatividad al espectro digital. Con una interfaz amigable y herramientas de edición intuitivas, TikTok se ha convertido en un fenómeno global, influyendo en la cultura popular y proporcionando una plataforma única para la expresión artística y la conexión social en línea

Tik Tok y la Influencia Cultural

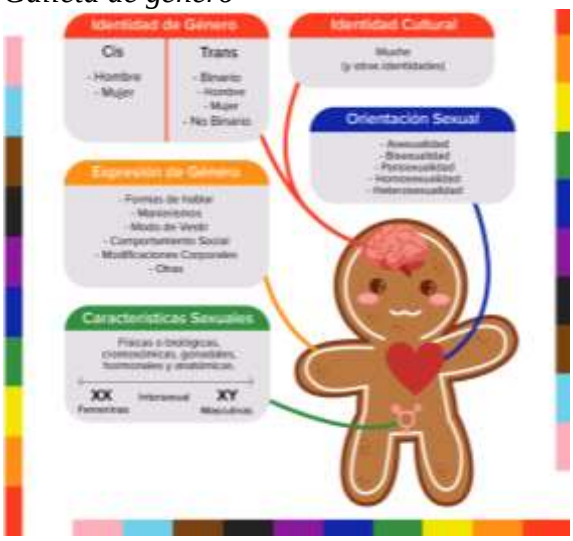
Se refiere al impacto que la plataforma de redes sociales TikTok tiene en la cultura contemporánea, incluyendo su papel en la creación y difusión de tendencias culturales, modas, memes y fenómenos virales. Desde su lanzamiento, TikTok ha emergido como una fuerza significativa en la esfera cultural, dando lugar a nuevas formas de expresión creativa y participación en línea. Un autor relevante en este contexto es Crystal Abidin (2018) la investigadora que ha estudiado ampliamente la cultura de las redes sociales y la influencia de plataformas como TikTok en la sociedad contemporánea. Su libro ofrece una perspectiva integral sobre el surgimiento de celebridades en línea y el papel de las redes sociales en la construcción de la cultura digital.

Género

Sánchez (2020) comenta que el género se refiere a las expectativas, roles, comportamientos y características que una sociedad considera apropiados para hombres y mujeres. Es una construcción social y cultural que va más allá de las diferencias biológicas entre los sexos, y puede influir en cómo las personas se identifican y se comportan en relación con su identidad de género. Por otro lado, la sexualidad se refiere a los aspectos físicos, emocionales, sociales y psicológicos de la atracción y el comportamiento sexual de una persona. Incluye la orientación sexual (como heterosexualidad, homosexualidad, bisexualidad), la identidad sexual (cómo se identifica una persona en términos de género) y la expresión de género (cómo una persona muestra su identidad de género en su apariencia, comportamiento y roles sociales). Ambos conceptos son fundamentales para entender la diversidad humana y cómo se construyen las identidades individuales y colectivas en la sociedad.

Ilustración 1

Galleta de género



Nota: Galleta de género.

Fuente: Sitio web, elaborado por: Jeadira Carolina Aguagallo

Es así que el concepto de género va más allá del sexo biológico asignado, abarcando normas culturales y sociales que influyen en cómo las personas deben actuar, vestirse y relacionarse, según las expectativas de la sociedad.

Identidad de género

La identidad de género, según el estudio de Judith Butler (1990) menciona que, "Para nuestros fines, esta crítica nietzscheana es instructiva si se atribuye a las categorías psicológicas que rigen muchas reflexiones populares y teóricas sobre la identidad de género." (págs. 70-98)

Destacada la teoría de género es un constructo social y performativo. Butler desafía la noción tradicional de que el género es algo intrínseco y natural, argumentando que es una serie de actos repetidos y ritualizados que contribuyen a la construcción de la identidad de género. Butler sostiene que el género no es simplemente algo que se tiene, sino algo que se hace a través de la repetición de ciertos comportamientos, gestos y roles que la sociedad considera apropiados para un determinado sexo. Además, también introduce la idea de la performatividad de género, sugiriendo que el género se

realiza y se refuerza mediante la repetición de actos estandarizados que conforman las expectativas de la sociedad

Redes Sociales y el género

Rodríguez y Prieto (2023) abordan la participación de la audiencia en redes sociales, destacando cómo la interacción puede influir en la formación de opiniones y comportamientos. Por un lado, las redes sociales pueden perpetuar estereotipos de género y normas culturales, lo que puede tener un impacto negativo en la percepción de las personas sobre sí mismas y sobre los demás. Por otro lado, las redes sociales también pueden ser utilizadas como una herramienta para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, por ejemplo, a través de campañas y movimientos sociales que buscan visibilizar y denunciar la violencia de género y la discriminación.

Redes Sociales e identidad de género

López (2021) considera que las redes sociales también pueden tener un impacto en la construcción de la identidad de género de las personas, ya que las imágenes, mensajes y conversaciones en línea pueden influir en cómo las personas se ven a sí mismas y a los demás. Por ejemplo, las redes sociales pueden transmitir estereotipos de género y normas culturales que pueden ser internalizados por las personas y afectar su percepción de sí mismas y de los demás. Sin embargo, también hay movimientos sociales y campañas que buscan promover la igualdad de género y visibilizar la discriminación y la violencia de género en las redes sociales. (Redes sociales: influencia en la construcción de la identidad de las/os adolescentes que residen en centros)

Desafíos y oportunidades en la promoción de la igualdad de género en las Redes Sociales.

Onu Mujeres (2018) aborda la importancia de la sensibilidad cultural en la lucha por la igualdad de género, reconociendo las diversas expresiones culturales y sus relaciones con las identidades de género. La sensibilidad cultural se refiere a la capacidad de las personas para comprender y respetar las diferencias culturales y sociales entre diferentes grupos de personas. Las redes sociales pueden ser una herramienta para promover la sensibilidad cultural a través de la exposición a diferentes culturas y perspectivas, y para fomentar el diálogo y la comprensión mutua entre diferentes grupos de personas. La ONU enfatiza la importancia de un enfoque de género en las redes sociales, promoviendo la igualdad de género y la eliminación de la violencia contra las mujeres en línea. Insta a los Estados y plataformas tecnológicas a asegurar el acceso equitativo y la participación activa de mujeres y niñas en la era digital. Además, aboga por entornos digitales inclusivos y seguros que respeten la diversidad de género y protejan contra la discriminación y el acoso, asegurando así que todas las personas puedan expresarse libremente en línea.

Interseccionalidad y Redes Sociales:

Añon Lourelio Lorena (2020) analiza la interseccionalidad en el contexto de las redes sociales, destacando cómo las diferentes identidades y experiencias se entrelazan en la comunicación digital. Las redes sociales pueden ser una plataforma para visibilizar y denunciar la interseccionalidad de las opresiones y discriminaciones, y para promover la inclusión y la diversidad. Por ejemplo, las redes sociales pueden ser utilizadas para promover el feminismo interseccional, que busca abordar la opresión de las mujeres desde una perspectiva interseccional que tenga en cuenta las diferentes formas de discriminación y opresión que enfrentan las mujeres en función de su raza, orientación sexual, identidad de género, entre otros.

Campañas virales y cambio de perspectiva:

Muntané y Sánchez (2020) exploran como las campañas virales en redes sociales pueden generar un cambio de perspectiva en la sociedad, abordando ejemplos

específicos. Las campañas virales y el cambio de perspectiva se refieren al fenómeno en el que ciertos contenidos en línea, como videos, imágenes o mensajes, se vuelven extremadamente populares y se difunden rápidamente a través de las redes sociales y otras plataformas digitales. Estas campañas a menudo tienen el poder de influir en las opiniones y actitudes de las personas sobre diversos temas, desde asuntos sociales y políticos hasta temas de entretenimiento y cultura popular. El cambio de perspectiva ocurre cuando estas campañas virales logran desafiar o cuestionar las ideas establecidas, generar conciencia sobre problemas importantes o promover la empatía y la comprensión entre diferentes grupos sociales.

2.4 Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo con la Asamblea Nacional del Ecuador (2008) en su texto Constitución de la República del Ecuador, título II Derechos, capítulo primero, principios de aplicación de los derechos, el artículo 11, numeral 2, establece:

> 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 socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.
>
> El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad. (pág. 12)

Artículo 16:

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. (pág. 14)

Derechos Humanos

De acuerdo con la declaración universal de los derechos humanos *(*1948*)*:

- **Art 1:** Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.
- **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.
- **Art 19:** Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.
- **Art 20:** 1. Toda persona tiene derecho a la libertad de reunión y de asociación pacíficas.
  2. Nadie podrá ser obligado a pertenecer a una asociación.
- **Art 27:** 1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.
  2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora. (págs. 1-8)

Estatutos

De acuerdo con el estatuto de la Secretaría de Derechos Humanos, en Gestión de Prevención y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, Niñas, Niños y Adolescentes. (2020)

Atribuciones y Responsabilidades. f. Establecer acuerdos, y mecanismos con las organizaciones de la sociedad civil, para implementar y fortalecer políticas de prevención de violencia de género contra las mujeres, a nivel territorial; (pág. 20)

2.5 Georreferencial

Como organización no gubernamental con personería jurídica desde el año 2004, trabaja por los derechos de mujeres, niñas niños y adolescentes, víctimas de violencia de género e intrafamiliar y delitos sexuales, su ubicación espacial está ubicada en Ecuador, exactamente en la Provincia Bolívar, entre Sucre y García Moreno, Guaranda.

Ilustración 2

Foro Provincia de la Mujer de Bolívar, mapa georreferencial.



Nota: Elaborado por Aguagallo Carolina 2024.
Fuente: Google Map (05/07/2024).

CAPÍTULO III

3.METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

La investigación que se llevó a cabo es de tipo correlacional y descriptiva. La investigación correlacional permitirá determinar si existe una relación entre el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok y el enfoque de género en el Foro de la Mujer del Cantón Guaranda. Por otro lado, la investigación descriptiva proporcionará una imagen clara y precisa de las características de nuestro fenómeno de estudio.

3.2.Enfoque de Investigación

El enfoque de esta investigación es mixto, combinando tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Un enfoque mixto favorece a la recopilación y análisis de datos del número de publicaciones y su alcance en las plataformas digitales, así como también las percepciones y experiencias de los coadyuvantes de la organización y la audiencia en relación con el enfoque de género en las publicaciones en los medios sociales.

Integrando estas formas de datos, se obtiene una comprensión más completa y detallada, en qué medida estas plataformas digitales Facebook, Instagram y Tik Tok se relacionan con el enfoque de género en el contexto del Foro de la Mujer.

3.3.Métodos de Investigación

Según Sampieri (2006) la investigación descriptiva tiene como objetivo detallar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades u otros fenómenos sujetos a análisis. En otras palabras, se centra en medir o recopilar información de manera independiente o conjunta sobre las variables relevantes.

Por otro lado, Cohen (2019) sostiene que el método inductivo-deductivo es un enfoque de investigación que combina dos procesos complementarios, donde el método inductivo comienza con la observación y recolección de datos específicos para identificar patrones y generalizaciones, estableciendo así hipótesis y teorías, luego, el método deductivo toma estas hipótesis y teorías para derivar conclusiones específicas, que se contrastan nuevamente con la realidad observada. Este ciclo permite una comprensión más profunda y validada del fenómeno estudiado, integrando la

generación de teorías a partir de datos y la verificación de estas teorías mediante pruebas empíricas.

En esta investigación se adoptará un enfoque metodológico descriptivo utilizando el método inductivo-deductivo. Inicialmente, el método inductivo permitirá la recolección y análisis de datos empíricos relacionados con la actividad y contenido de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok en relación con el enfoque de género en el Foro de la Mujer del Cantón Guaranda durante el período de julio a diciembre de 2023. A partir de la observación y el análisis de estos datos, se identificarán patrones y tendencias específicas.

Posteriormente, se aplicará el método deductivo para contrastar estos hallazgos con teorías y conceptos establecidos en la literatura académica sobre el enfoque de género y el impacto de las redes sociales. Este doble enfoque metodológico, que combina la inducción y la deducción, permitirá una comprensión integral y detallada del fenómeno estudiado, proporcionando tanto una descripción precisa de la realidad observada como una validación teórica de los resultados obtenidos. (Metodologia de la investigación ¿Para qué?)

3.4.Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

En esta investigación, se empleó la encuesta como técnica principal para la recolección de datos, lo que permitió obtener información detallada y específica de los participantes, facilitando la identificación de patrones y tendencias relacionadas con el impacto de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok en el enfoque de género en el Foro de la Mujer del Cantón Guaranda durante el período de julio a diciembre de 2023.

Para este estudio, se diseñó un cuestionario utilizando la plataforma Google Forms como instrumento principal de recolección de datos, el cuestionario fue estructurado de manera que permitiera obtener información relevante y precisa sobre las percepciones y experiencias de los participantes en relación con el impacto de las redes sociales, el diseño del cuestionario en Google Forms garantizó la accesibilidad y la

facilidad de respuesta para los encuestados, además de facilitar la recolección y el análisis posterior de los datos de manera eficiente y organizada.

Las técnicas de recopilación de datos incluirán encuestas en línea distribuidas a través de las redes sociales y entrevistas semiestructuradas. Las encuestas, como lo sugiere Fowler (2022),permitirán recoger datos cuantitativos, proporcionando una base sólida para el análisis estadístico. Por otro lado, las entrevistas semiestructuradas, según Brinkmann (2019), proporcionarán datos cualitativos más ricos y detallados, permitiendo una interpretación más ricay detallada de los datos, además se aplicará un grupo focal con el equipo técnico

3.5. Universo, Población y Muestra

Universo

El universo de esta investigación abarca a todos los miembros del Foro de la Mujer del Cantón Guaranda en el periodo de julio a diciembre del 2023. Este grupo está conformado por un número finito de 70 personas, que incluyen a las socias fundadoras, profesionales, voluntarios y pasantes, contando con una participación activa dentro del colectivo.

Población

El Foro de la Mujer incluyen exactamente 50 mujeres socias, 4 profesionales, 6 voluntarios y 10 pasantes que están activamente involucrados en las actividades.

Muestra

Para los propósitos de esta investigación, se considerará el conjunto completo de individuos, el cual está limitado a un número específico de 70 personas. Este grupo incluye a mujeres socias, profesionales, voluntarios y pasantes del Foro de la Mujer del Cantón Guaranda.

3.6 Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se usó un grupo focal, según Hamui *(2012)* el método se enfoca en la investigación colectiva más que en la individualista, destacando la diversidad y la amplitud de actitudes, experiencias y creencias de los participantes en un período de tiempo relativamente breve.

En consonancia con la investigación se totaliza cuantificablemente al grupo de integrantes de 50 mujeres socias, donde se adhieren la cantidad de 4 personas profesionales al equipo de trabajo y desempeño científico, que además se le suman 6 voluntarios y 10 pasante universitarios de diferentes áreas académicas para completar un gran total de 70 personas.

Para este caso, por presentase una población fácil de manejar, menor a 100, esto permite trabajar sin necesidad de aplicar fórmulas de muestreo, por lo que la población es idénticamente igual a la muestra. Fundamentado en ello, podemos hacer las siguientes observaciones estructurales: con un enfoque integral, se puede incluir a todas las 70 personas en el estudio sobre la influencia de las redes sociales en el enfoque de género, generando una visión completa de la situación en su real dimensión.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Se elaboraron 10 preguntas para recolectar e interpretar la información, se aplicó a los 70 integrantes del Foro de la Mujer, incluyendo el equipo de trabajo (seis), el equipo técnico (cuatro) y (10) pasantes universitarios, en su totalidad (60).

4.1.2 Análisis e interpretación de encuestas

Tabla 2

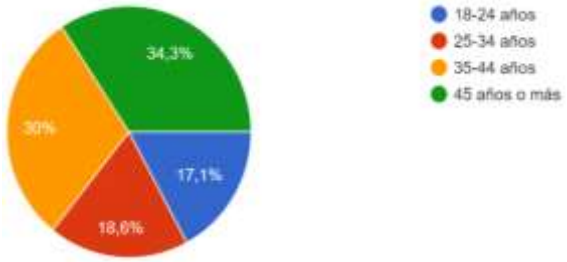
Datos informativos – Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18-24 años	12	17,1%
25-34 años	13	18,06%
35-44 años	21	30,0%
45 años o más	24	34,5%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer del cantón Guaranda.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 1

Edad



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Los datos muestran una distribución variada entre las diferentes categorías de edad de los encuestados del Foro de la Mujer. La mayoría pertenece al grupo de 35-44 años (30.0%), seguido por el grupo de 45 años o más (34.3%), mientras que los grupos más jóvenes de 18-24 años y 25-34 años representan el 17.1% y 18.6% respectivamente. Indicando una participación relativamente baja de personas jóvenes en comparación con los grupos de mayor edad en las actividades del Foro.

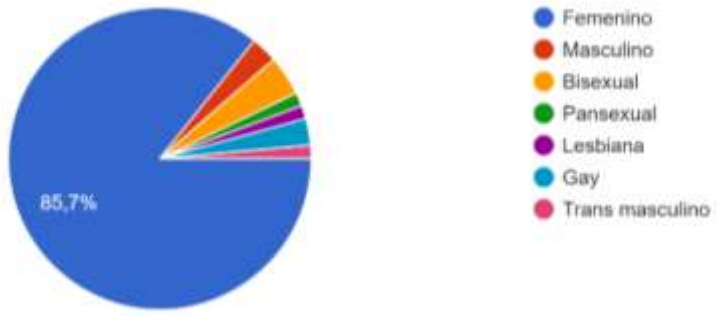
Tabla 3
Datos informativos – Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	60	85,7%
Bisexual	3	2,9%
Pansexual	1	4,3%
Lesbiana	1	1,4%
Gay	2	2,9%
Trans masculino	1	1,4%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 2

Género



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos que la la gran mayoría de los encuestados se identifica como femenino (85.7%). Los grupos minoritarios incluyen personas con orientaciones sexuales diversas como bisexual (2.9%), pansexual (4.3%), lesbiana (1.4%), gay (2.9%), y trans masculino (1.4%). Estos resultados destacan la diversidad dentro de los integrantes del Foro de la Mujer, evidenciando las diferentes identidades de género y orientaciones sexuales. Estos hallazgos subrayan la amplia diversidad de identidades de género y orientaciones sexuales entre los participantes del Foro de la Mujer, destacando la riqueza de experiencias y perspectivas en las discusiones sobre derechos de las mujeres y enfoque de género.

Tabla 4

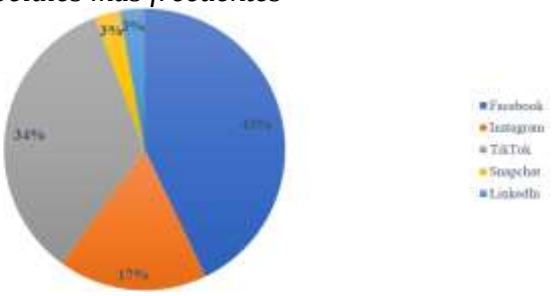
Redes Sociales más frecuentes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	30	42,86
Instagram	12	17,14
TikTok	24	34,29
Snapchat	2	2,86
LinkedIn	2	2,86
Total	**70**	**100%**

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 3

Redes Sociales más frecuentes



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Basado en la encuesta del Foro de la Mujer, Facebook lidera como la red social más utilizada entre los integrantes con un 91.4%, seguida de TikTok con un 88.6% y Instagram con un 45.7%. En contraste, Snapchat y LinkedIn muestran una baja adopción con solo un 2.9% de participación cada una. Estos resultados destacan las preferencias en cuanto a plataformas sociales, indicando que deben centrarse principalmente en Facebook y TikTok para maximizar el alcance y la efectividad en la promoción de actividades relacionadas con la equidad de género.

.

Tabla 5

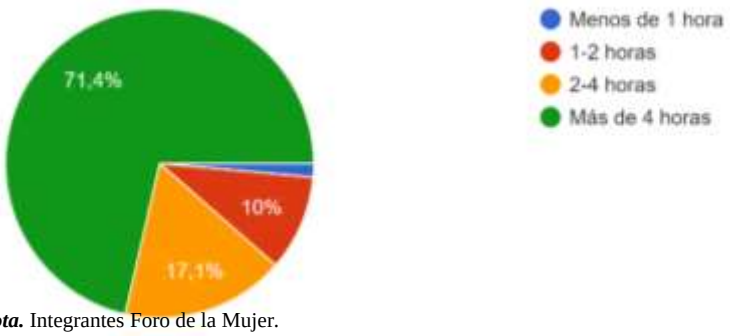
Tiempo en redes sociales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alternativas	1	1,4%
Menos de 1 hora	7	10%
1-2 horas	12	17,1%
2-4 horas	50	71,4%
Más de 4 horas	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 4

Tiempo en redes sociales



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Los datos de los encuestados revelan que 71.4% de los integrantes del Foro de la Mujer pasa más de 4 horas diarias en estas plataformas. Este alto nivel de uso sugiere que las redes sociales juegan un papel fundamental en la vida diaria y la participación activa de la comunidad del Foro. Además, un 17.1% dedica entre 2 y 4 horas, y un 10% entre 1 y 2 horas, indicando también un uso considerable. Estos hallazgos subrayan la importancia de las redes sociales como medios efectivos para influir en la percepción y participación en actividades relacionadas con el enfoque de género.

Tabla 6

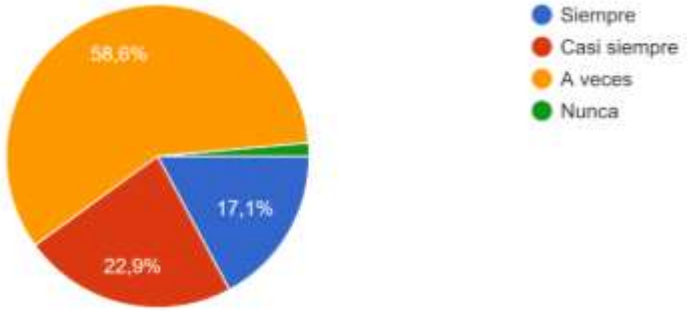
Publicaciones sobre Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	17,1%
Casi siempre	16	22,9%
A veces	41	58,6%
Nunca	1	1,4%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 5

Publicaciones sobre Género



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Con un significativo 17,1% se revela que los integrantes de la organización del Foro de la Mujer realizan publicaciones educativas sobre género en redes sociales, seguido por un 22.9% que lo hace casi siempre. Por otro lado, el 58.6% lo hace a veces, mostrando una participación menos regular pero aún significativa en la difusión de estos contenidos. Sólo un pequeño porcentaje, el 1.4%, reportó nunca realizar estas publicaciones. Estos resultados destacan el compromiso los integrantes del Foro en la promoción de la sensibilización y educación sobre temas de género a través de las redes sociales.

Tabla 7

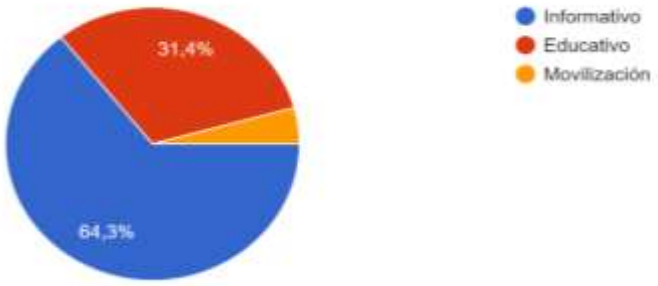
Informativo, Educativo, Movilización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Informativo	45	64,3%
Educativo	22	31,4%
Movilización	3	4,3 %
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 6

Informativo, Educativo, Movilización



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

La pregunta sobre la clasificación del formato de las publicaciones en redes sociales del Foro de la Mujer muestra que la mayoría de los encuestados percibe formato informativo, con un con un 64.3% y educativo 31,4%, indicando un enfoque predominante en compartir noticias, actualizaciones y datos relevantes de género. En contraste, un pequeño porcentaje del 4.3% considera que el contenido está orientado hacia la movilización, sugiriendo que hay espacio para incrementar las iniciativas que promuevan la acción y la participación activa.

Tabla 8

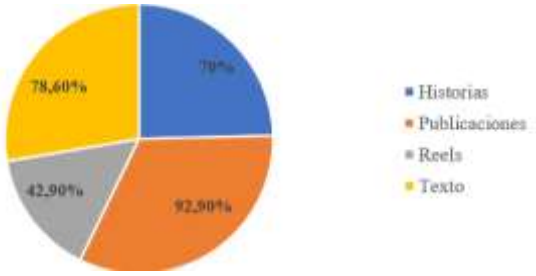
Contenidos de Redes Sociales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Historias	49	70%
Publicaciones	65	92,9%
Reels	30	42,9%
Texto	55	78,6%
Total	**70**	**100%**

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 7

Contenidos de Redes Sociales



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos por los encuestados revela que las publicaciones y los textos son los formatos más utilizados, con un 92.9% de los encuestados menciona las publicaciones y el 78.6% menciona el texto. Además, las historias también tienen una alta relevancia, con un 70% de los encuestados mencionando este formato. Por otro lado, los Reels tienen una menor adopción, con un 42.9%, lo que indica una oportunidad para explorar más este formato emergente como herramienta de sensibilización.

Tabla 9

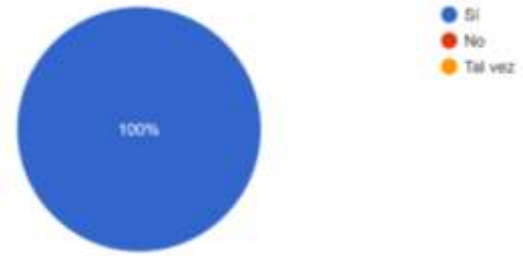
Publicaciones y Materiales Educativos sobre Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	100	100%
No	0	0%
Tal vez	0	0%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 8

Publicaciones y Materiales Educativos sobre Género



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Todos los encuestados (100%) están de acuerdo en que el Foro de la Mujer difunde material de sensibilización sobre género en plataformas digitales. Este resultado indica una percepción unánime entre los integrantes de la organización de que existen esfuerzos activos y efectivos por parte del Foro para utilizar medios digitales como herramienta principal de difusión de contenido educativo sobre equidad de género.

Tabla 10

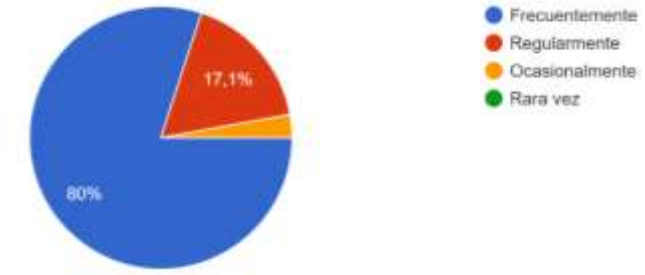
Eventos relacionados con temas de género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	56	80%
Regularmente	12	17,1%
Ocasionalmente	2	2,9%
Rara vez	0	0%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 9

Eventos relacionados con temas de género



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros de la organización del Foro de la Mujer Bolívar muestran que el 80% de los integrantes activos de la organización frecuentemente observa eventos relacionados con temas de género organizados por el Foro de la Mujer. Además, el 17,1% reporta observar estos eventos regularmente. La minoría restante, el 2,9%, menciona observar ocasionalmente estos eventos, lo que sugiere una pequeña oportunidad de mejorar la participación constante o de incrementar la promoción de los eventos entre los miembros menos involucrados.

Tabla 11

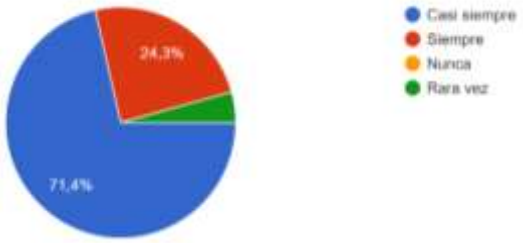
Frecuencia de campañas con enfoque de género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	50	71,4%
Siempre	17	24,3%
Nunca	0	0%
Rara vez	3	4,3%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 10

Frecuencia de campañas con enfoque de género



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

El análisis revela que el 71,4% de los integrantes activos de la organización casi siempre observa campañas de concientización sobre género en las redes sociales del Foro de la Mujer, mientras que el 24,3% las observa siempre. La minoría restante, el 4,3%, menciona observarlas rara vez, lo que sugiere posibles áreas de mejora en la cobertura o visibilidad de las iniciativas en redes sociales.

Tabla 12

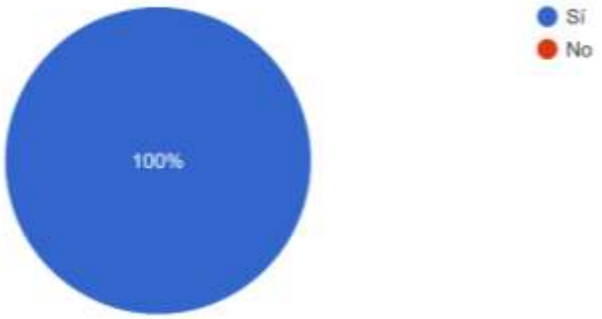
¿Existe un cambio en la percepción de equidad de género?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	70	100%
No	0	0%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 11

¿Existe un cambio en la percepción de equidad de género?



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

El 100% de los encuestados ha notado un cambio positivo en la percepción de equidad de género gracias a las actividades del Foro de la Mujer Bolívar. Esto indica un impacto significativo de las iniciativas del Foro dentro del colectivo. Para explorar cómo las redes sociales influyen, es crucial considerar que todas las respuestas afirmativas reflejan una amplia difusión y aceptación de los mensajes sobre género en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Estas redes sociales juegan un papel crucial al facilitar una mayor conciencia y participación en las actividades del Foro

Tabla 13

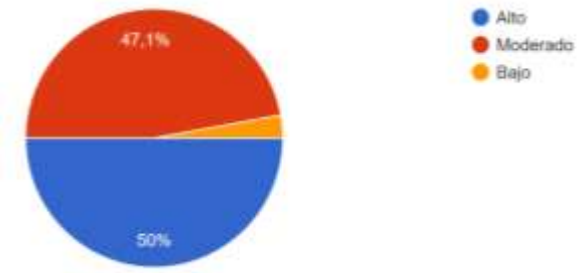
Nivel de participación comunitaria

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alto	35	50%
Moderado	33	47,1%
Bajo	2	2,9%
Total	70	100%

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Figura 12

Nivel de participación comunitaria



Nota. Integrantes Foro de la Mujer.
Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

Análisis e Interpretación

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados califica el nivel de participación comunitaria en las actividades del Foro como alto, con un 50% de los participantes. Esto refleja un fuerte compromiso y una activa implicación de la comunidad en las iniciativas promovidas por el Foro. Además, el 47.1% considera que la participación es moderada. Solo un pequeño porcentaje, el 2.9%, opina que el nivel de participación es bajo. Estos resultados muestran una percepción general positiva sobre la comunidad activa y comprometida del Foro de la Mujer en sus actividades relacionadas con temas de género

Ficha de discusión

Tabla 14

Resumen de respuestas

Indicador	Pregunta	Respuesta		Análisis e interpretación
Uso Estratégico de Redes Sociales:	¿Cómo describirían ustedes el uso estratégico de Facebook, Instagram y TikTok por parte del Foro de la Mujer Bolívar para promover la igualdad de género?	P1	Desde mi perspectiva, el uso estratégico de Facebook, Instagram y TikTok por parte del Foro de la Mujer Bolívar ha sido fundamental para ampliar nuestro alcance y llegar a públicos diversos. En Facebook, hemos podido compartir contenido detallado sobre nuestros eventos, campañas y logros, lo que nos ha permitido interactuar directamente con nuestra comunidad y responder a sus preguntas e inquietudes. Instagram nos ha brindado la oportunidad de mostrar visualmente el impacto de nuestras actividades y conectar emocionalmente con nuestros seguidores a través de historias visuales y publicaciones inspiradoras. TikTok, por otro lado, ha sido una plataforma innovadora para captar la atención de un público más joven y generar conversaciones sobre temas de género de manera creativa y accesible. En conjunto, estas plataformas nos han ayudado a fortalecer nuestra voz en la promoción de la igualdad de género, asegurando que nuestro mensaje	Las respuestas ofrecidas por las cuatro participantes del Foro de la Mujer Bolívar revelan una estrategia digital meticulosa y adaptable en Facebook, Instagram y TikTok para avanzar en la igualdad de género. Cada plataforma se utiliza estratégicamente: Facebook como un espacio para la interacción directa con la comunidad a través de eventos y transmisiones en vivo, Instagram como una herramienta visual para desafiar estereotipos y conectar emocionalmente con seguidores a través de campañas visuales impactantes, y TikTok como un canal innovador para involucrar a una audiencia joven con contenido creativo y relevante. La colaboración con otras organizaciones y líderes de opinión, así como la adaptación continua basada en análisis de métricas y retroalimentación, subrayan un compromiso profundo con la amplificación efectiva del mensaje de igualdad de género en diversas plataformas digitales.

			llegue a una audiencia diversa y que nuestras iniciativas sean ampliamente conocidas y apoyadas.	
		P2	coincido completamente. A través de estas redes sociales, hemos podido no solo informar sobre nuestros proyectos y eventos, sino también educar a la comunidad sobre la importancia de la igualdad de género. Por ejemplo, en Facebook hemos utilizado videos explicativos y transmisiones en vivo para discutir temas relevantes y responder preguntas en tiempo real. En Instagram, hemos creado campañas visuales que desafían estereotipos de género y promueven la inclusión. TikTok nos ha permitido ser más creativos y llegar a un público más joven que a menudo es menos accesible a través de otros medios tradicionales. Esta diversidad de plataformas nos ha ayudado a adaptar nuestro mensaje a diferentes audiencias y generar un diálogo significativo en torno a la igualdad de género.	
		P3	demás, el uso estratégico de estas plataformas ha sido clave para establecer alianzas y colaboraciones con otras organizaciones y líderes de opinión en el ámbito de género. En Facebook, hemos facilitado grupos	

			de discusión y colaboración que han fortalecido nuestra red de apoyo y nos han permitido aprender de otras iniciativas exitosas. Instagram nos ha ayudado a conectar con influenciadores y activistas que comparten nuestros valores, amplificando así nuestro mensaje y nuestro impacto. En TikTok, hemos participado en desafíos y colaboraciones que han puesto nuestros temas en la vanguardia de las conversaciones digitales. En conjunto, estas plataformas no solo nos han ayudado a difundir información, sino que también han fortalecido nuestra capacidad de influir en políticas y decisiones que afectan la igualdad de género en nuestra comunidad.	
		P4	í, definitivamente. A través de estas plataformas, hemos podido medir el impacto de nuestras iniciativas y ajustar nuestras estrategias según los comentarios y la retroalimentación que recibimos de nuestra audiencia. Utilizamos métricas de participación en Facebook para evaluar qué tipos de contenido resuenan más con nuestra comunidad y adaptamos nuestra estrategia en consecuencia. En Instagram, las encuestas y las	

			historias interactivas nos han proporcionado datos valiosos sobre las preferencias y opiniones de nuestros seguidores, lo que nos permite ser más efectivos en nuestras comunicaciones. TikTok, por su parte, nos ha mostrado la importancia de la creatividad y la autenticidad para conectar con una audiencia joven y comprometida.	
Experiencias con el Contenido de Género:	Basado en su experiencia, ¿cuál fue el tipo de contenido relacionado con género que generó más interacción y compromiso en las plataformas sociales del Foro? ¿Por qué creen que este tipo de contenido fue efectivo?	P1	Desde mi perspectiva, el tipo de contenido relacionado con género que más interacción ha generado en nuestras plataformas sociales ha sido aquel que aborda de manera directa y sin tapujos temas como la discriminación por identidad de género, la violencia y abusos, así como los femicidios. Estos temas provocan una respuesta emocional fuerte en nuestra audiencia y generan discusiones profundas sobre la injusticia social que enfrentan muchas personas. Creo que este tipo de contenido fue efectivo porque no solo visibiliza problemas reales y urgentes, sino que también moviliza a nuestra comunidad a actuar y apoyar las iniciativas de cambio.	Durante el grupo focal, se discutió que el contenido que más interacción generó en las plataformas sociales del Foro, el mismo resaltó los detalles en discriminación por identidad de género, violencia y abusos de injusticias sociales, y femicidios, así como los mensajes que desafían los roles tradicionales de género y el empoderamiento. Este tipo de contenido no solo ha aumentado la participación, sino que también ha fortalecido la identidad y la comunidad de apoyo en torno a la equidad de género.

		P2	Estoy de acuerdo. Además, los mensajes que desafían los roles tradicionales de género y promueven el empoderamiento han sido muy efectivos en nuestras plataformas. Al presentar historias de éxito y narrativas inspiradoras de personas que desafían estereotipos de género, logramos inspirar a nuestra audiencia y fortalecer su identidad. Este tipo de contenido no solo genera interacción en forma de comentarios y compartidos, sino que también fortalece la comunidad alrededor de la equidad de género, promoviendo un ambiente de apoyo mutuo y solidaridad.	
		P3	Para mí, el contenido que destaca las historias de resistencia y superación frente a la discriminación de género ha sido crucial. Cuando compartimos testimonios reales de individuos que han enfrentado adversidades relacionadas con su identidad de género y han salido adelante, vemos un aumento significativo en la participación y el compromiso. Creo que este tipo de contenido resuena tan profundamente porque muestra la realidad de muchas personas en	

			nuestra comunidad y motiva a otros a unirse a nuestra causa.	
		P4	Exactamente. Además, el uso de datos y estadísticas impactantes sobre la desigualdad de género y la violencia ha sido efectivo para llamar la atención de nuestra audiencia. Cuando compartimos cifras concretas y evidencia de la magnitud del problema, despertamos un interés y una preocupación genuina en nuestra comunidad. Esto no solo aumenta la participación en nuestras plataformas, sino que también educa y sensibiliza a nuestros seguidores sobre la importancia de trabajar juntos para lograr un cambio real y duradero.	
Desafíos y Oportunidades:	¿Qué desafíos enfrentaron al utilizar las redes sociales para promover temas de género en el Foro? ¿Cómo creen que pueden superarse estos desafíos en el futuro?	P1	Profesional 1 Uno de los desafíos que enfrentamos al utilizar las redes sociales para promover temas de género fue la gestión adecuada de nuestros recursos y la capacitación en la administración de redes sociales. A veces nos encontramos con dificultades para mantener una presencia consistente y efectiva en todas las plataformas debido a la falta de personal capacitado y	Durante el grupo focal, se identificó que uno de los principales desafíos al utilizar las redes sociales para promover temas de género fue la necesidad de recursos y capacitación adecuada en gestión de redes sociales. Los profesionales del Foro reconocieron la importancia de mejorar la eficiencia y la consistencia en la comunicación en línea para maximizar el impacto de sus iniciativas. Para superar estos

			recursos suficientes. Creo que podemos superar estos desafíos invirtiendo en formación continua para nuestro equipo y explorando herramientas que nos ayuden a programar y gestionar nuestro contenido de manera más eficiente. Además, establecer colaboraciones estratégicas con expertos en redes sociales podría proporcionarnos nuevas ideas y mejores prácticas para optimizar nuestra comunicación en línea.	desafíos en el futuro, se sugirió invertir en formación continua para el equipo, desarrollar políticas claras de moderación y gestión de la comunidad, mantenerse al día con las tendencias y cambios en las plataformas sociales, y mejorar la medición del impacto a través de métricas más precisas y la retroalimentación directa de la comunidad.
		P2	Estoy de acuerdo. Otro desafío que enfrentamos es el manejo de comentarios negativos y desinformación en nuestras plataformas. A veces, los temas relacionados con género pueden provocar reacciones adversas y confrontaciones en línea, lo que puede ser difícil de gestionar de manera efectiva. Para superar esto, considero que necesitamos desarrollar políticas claras de moderación y establecer un equipo dedicado a la gestión de la comunidad en nuestras redes sociales. También podríamos mejorar la educación y sensibilización de nuestra audiencia sobre la importancia del respeto y la empatía en las discusiones en línea.	

		P3	Además, uno de nuestros desafíos ha sido mantenernos al día con las tendencias y cambios algorítmicos en las plataformas sociales. A veces, nuestras publicaciones no alcanzan el alcance esperado debido a actualizaciones en los algoritmos o cambios en las políticas de las redes sociales. Para superar este desafío en el futuro, es crucial que estemos constantemente actualizados y adaptemos nuestras estrategias de contenido según las nuevas tendencias y herramientas disponibles. También podemos explorar el uso de publicidad pagada de manera estratégica para ampliar nuestro alcance y llegar a nuevas audiencias interesadas en temas de género.	
		P4	Por último, otro desafío significativo ha sido medir el impacto real de nuestras iniciativas en línea. Aunque contamos con métricas y analíticas de redes sociales, a veces es difícil traducir estas cifras en indicadores claros de cambio social positivo. Para abordar esto en el futuro, podemos trabajar en desarrollar métricas más específicas y relevantes que nos ayuden a evaluar no solo el alcance y la participación, sino también el	

			impacto tangible en las actitudes y comportamientos de nuestra audiencia hacia cuestiones de género. Además, podemos involucrar más directamente a nuestra comunidad en la evaluación de nuestros programas para obtener retroalimentación directa y significativa.	
Impacto y Retroalimentación Comunitaria	¿Qué tipo de impacto han observado en la percepción y conocimiento de la comunidad sobre la equidad de género como resultado de las actividades en redes sociales del Foro? ¿Han recibido alguna retroalimentación significativa de la comunidad al respecto?	P1	Hemos observado un impacto muy positivo en la percepción y conocimiento de la comunidad sobre la equidad de género como resultado de nuestras actividades en redes sociales. Hemos recibido comentarios y mensajes que indican cómo nuestras publicaciones y campañas han contribuido a abrir los ojos de muchas personas sobre las injusticias de género que persisten en nuestra sociedad. La comunidad ha expresado su agradecimiento por proporcionar información educativa y por ser una voz activa en la lucha por la igualdad. Esta retroalimentación nos motiva a seguir adelante y a expandir nuestras iniciativas para alcanzar aún más impacto.	Durante el grupo focal, se destacó que las actividades en redes sociales del Foro han tenido un impacto positivo en la percepción y conocimiento de la comunidad sobre la equidad de género. Los profesionales del Foro reportaron haber recibido retroalimentación significativa de la comunidad, que ha resaltado cómo estas iniciativas han fomentado una mayor conciencia y acción en torno a la igualdad de género. La comunidad ha expresado su agradecimiento por proporcionar información educativa, abrir los ojos sobre las injusticias de género y motivar cambios en actitudes y comportamientos. Este análisis subraya la importancia de continuar y expandir estas iniciativas para seguir promoviendo un cambio positivo en la sociedad.
		P2	Estoy de acuerdo. Nuestras actividades en redes sociales han generado una mayor conciencia sobre la equidad de género entre	

			nuestra audiencia. Hemos visto un aumento en el número de seguidores que participan activamente en nuestras campañas y comparten nuestro contenido con sus redes. La retroalimentación que recibimos ha sido fundamental para evaluar la efectividad de nuestras estrategias y para ajustar nuestras acciones según las necesidades y preocupaciones de la comunidad. Esta interacción nos permite fortalecer nuestro mensaje y amplificar nuestra voz en la promoción de la igualdad de género.	
		P3	Además del aumento en la conciencia, hemos notado un cambio en las actitudes y comportamientos de nuestra comunidad hacia temas de género. Hemos recibido testimonios de personas que han comenzado a cuestionar y desafiar estereotipos de género gracias a nuestras publicaciones educativas y campañas de sensibilización. Esta retroalimentación nos indica que estamos logrando un impacto real en la mentalidad colectiva y promoviendo una cultura de respeto y equidad. Es gratificante ver cómo nuestras actividades están generando un cambio positivo en la comunidad.	

		P4	Sí, definitivamente hemos recibido retroalimentación significativa que destaca el impacto positivo de nuestras actividades en redes sociales. La comunidad ha compartido historias personales de cómo nuestras campañas han inspirado conversaciones familiares sobre igualdad de género y han motivado acciones concretas para apoyar iniciativas locales. Esta respuesta nos muestra que estamos alcanzando nuestros objetivos de educar, sensibilizar y movilizar a la comunidad en torno a la equidad de género. La retroalimentación continua nos guía en la mejora constante de nuestras estrategias y nos motiva a seguir siendo agentes de cambio en nuestra sociedad.	
RECOMENDACIONES Y OPINIONES	Para la creación de un manual de manejo y difusión de contenido vinculado al enfoque de género en redes sociales ¿qué aspectos tomaría en cuenta para incluir en el texto?	P1	En cuanto al uso del lenguaje en redes sociales con un enfoque de género, es crucial adoptar un tono inclusivo y respetuoso. Esto implica evitar términos que puedan excluir a personas no binarias o reforzar estereotipos de género. Es preferible utilizar expresiones como "todas las personas" en lugar de "hombres y mujeres" para asegurar que nuestro contenido sea verdaderamente inclusivo y equitativo.	Las respuestas de las profesionales del foro enfatizan la importancia de adoptar un enfoque consciente y respetuoso hacia las identidades de género en la comunicación digital. Desde recomendar el uso de un lenguaje inclusivo que evite términos binarios como "hombres" y "mujeres", hasta seleccionar cuidadosamente imágenes y videos que desafíen estereotipos de género, cada recomendación busca promover

		P2	En la comunicación digital, especialmente en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, es fundamental destacar las experiencias y perspectivas diversas de género. Esto se logra no solo mediante el uso de imágenes y videos que desafíen las normas de género tradicionales, sino también a través de la selección de colores y estilos de ropa que no limiten la representación de masculinidad o feminidad. La diversidad de género debe reflejarse en todas nuestras publicaciones para promover una cultura digital inclusiva.	una representación auténtica y equitativa. Además, se subraya la necesidad de crear contenido que humanice las experiencias de quienes desafían normativas de género, educar sobre los derechos de las mujeres y personas de género diverso, y monitorear continuamente las prácticas para asegurar que reflejen principios de igualdad y justicia social. En conjunto, estas directrices no solo aspiran a transformar la comunicación digital hacia un espacio más inclusivo, sino también a fomentar un entendimiento empático y respetuoso de la diversidad de identidades de género en todas las plataformas digitales.
		P3	Cuando curamos imágenes y videos para redes sociales, debemos asegurarnos de evitar estereotipos de género en la vestimenta, la postura y los roles representados. Es esencial utilizar fotografías que muestren a mujeres y personas con diversidad de género en roles significativos, evitando las representaciones protocolarias exclusivamente masculinas. Esto no solo refleja la verdadera diversidad de nuestra sociedad, sino que también fomenta un ambiente inclusivo y de igualdad de género.	

		P4	En la comunicación visual para redes sociales, es importante utilizar lenguaje y narrativas que validen y respeten las identidades de género. Esto implica crear videos que documenten historias personales diversas y empáticas, destacando las experiencias de personas que desafían las normas de género. Al hacerlo, no solo humanizamos nuestras publicaciones, sino que también promovemos un mensaje de inclusión y respeto hacia todas las identidades de género.	

Nota. Integrantes Foro de la Mujer.

Elaborado por: Aguagallo Carolina 2024.

4.2 Discusión de Resultados

Resultados de las Encuestas

Las encuestas permitieron recopilar datos cuantitativos sobre las percepciones y experiencias de los participantes respecto al impacto de las redes sociales (Facebook, Instagram, y TikTok) en el enfoque de género en el Foro de la Mujer del Cantón Guaranda. Los resultados mostraron que una mayoría significativa de los encuestados consideró que las redes sociales han tenido un impacto positivo en la sensibilización sobre temas de género. Los datos indicaron que los usuarios que interactúan más frecuentemente con contenido de redes sociales sobre temas de género tienden a mostrar un mayor compromiso con las actividades del Foro. Facebook e Instagram fueron identificadas como las plataformas más efectivas para la difusión de mensajes sobre equidad de género, mientras que TikTok fue destacada por su capacidad para llegar a audiencias más jóvenes

Resultados del Focus Group

El focus group proporcionó una comprensión más profunda y cualitativa de las percepciones y experiencias de los participantes. Las discusiones revelaron experiencias personales que confirmaron la efectividad de las redes sociales en cambiar percepciones y comportamientos relacionados con el género. Se destacó la importancia de la retroalimentación inmediata y las interacciones en tiempo real que ofrecen las redes sociales, lo que permite un diálogo continuo y constructivo sobre temas de género. Surgieron temas sobre los desafíos de mantener el interés y la participación de la comunidad, así como oportunidades para mejorar la inclusión y accesibilidad de los contenidos.

Comparación y Contraste de Resultados

Al comparar los resultados de las encuestas y el focus group, se pueden identificar varias tendencias y diferencias clave. Ambos métodos indicaron que las redes sociales son percibidas como herramientas efectivas para la sensibilización sobre temas de género. Sin embargo, el focus group proporcionó una visión más matizada sobre cómo diferentes grupos demográficos interactúan con estas plataformas. Mientras que las encuestas ofrecieron datos cuantitativos que pueden generalizarse a toda la población

del Foro, el focus group proporcionó detalles cualitativos que enriquecen la comprensión de los resultados de las encuestas. Las encuestas destacaron la necesidad de un mayor compromiso a través de contenidos atractivos y relevantes, mientras que el focus group subrayó la importancia de la retroalimentación y las interacciones en tiempo real para mantener el interés y la participación.

CONCLUSIONES

Las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok desempeñan un papel fundamental en la formación y expresión del enfoque de género dentro del Foro de la Mujer. A través de estas plataformas, los integrantes comparten contenido que refuerza la sensibilización y educación sobre equidad de género, logrando una amplia difusión y aceptación de los mensajes.

Existe una divergencia notable entre la perspectiva profesional discutida en el Foro de la Mujer y el contenido publicado en redes sociales. Mientras que el enfoque profesional tiende a ser más analítico y estratégico, las publicaciones en redes sociales se centran mayormente en temas informativos y educativos, con un menor enfoque en la movilización social.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que el Foro de la Mujer incremente el uso de contenido orientado a la movilización social en sus redes sociales. Actualmente, la mayoría del contenido es de carácter informativo y educativo, pero se ha identificado la oportunidad de generar mayor acción y participación activa a través de campañas que promuevan la movilización.

Para mejorar la consistencia y efectividad en la promoción del enfoque de género, se recomienda la inversión en formación continua a los integrantes del Foro de la Mujer. Esto permitirá optimizar la programación, gestión del contenido y manejo de posibles confrontaciones en línea, garantizando un enfoque más estratégico y eficiente.

CAPÍTULO V

5.PROPUESTA

Manual para el Manejo y Difusión de Contenidos Vinculados al Enfoque de Género en Redes Sociales



PARA QUÉ SIRVE ESTE MANUAL



¿Para qué sirve esté manual?

El objetivo principal de este documento es asegurar que todas las comunicaciones en redes sociales reflejen de manera coherente el enfoque de género.

Este Manual para el Manejo y Difusión de Contenidos en Redes Sociales proporciona directrices prácticas y accesibles para todos los miembros activos del Foro, quienes colaboran en la gestión y difusión de contenidos en plataformas digitales.

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más interconectado a través de las plataformas digitales, la importancia de abordar y difundir contenidos vinculados al enfoque de género en redes sociales se vuelve crucial. Este manual está diseñado para guiar a organizaciones, activistas y cualquier persona interesada en la promoción de la igualdad de género a través de medios digitales, tomando como referencia el trabajo y la experiencia del Foro Provincial de la Mujer de Bolívar en Ecuador. Este Foro, arraigado en iniciativas locales y regionales desde sus inicios, ha sido un catalizador fundamental en la lucha por los derechos de las mujeres y la erradicación de la violencia de género en la provincia de Guaranda.

MODULOS

Presentación ¿Para qué sirve esté manual?

MODULO1

1. *LENGUAJE, GÉNERO Y REDES SOCIALES.*

MODULO 2

1. *Redes Sociales y el Enfoque de género*

- *Facebook*
- *Instagram*
- *Tik Tok*

MODULO 3

1. *Diseño y comunicación visual en Redes Sociales*

- *Videos*
- *Imágenes.*

MODULO 4

1. *Recursos incluyentes*

- *Sustantivos genéricos y colectivos*
- *Pronombres*
- *Otros*

MODULO 1


Lenguaje
Género y
Redes
Sociales
Las redes sociales, actúan como espacios donde se negocian y se reconstruyen constantemente las identidades de género a través de la interacción diaria y la difusión de contenido. Estas plataformas facilitan tanto la reproducción de estereotipos de género como la resistencia y el activismo, permitiendo a los usuarios compartir experiencias personales, desafiar normas sociales establecidas y promover la inclusión de diversas identidades de género. La manera en que se utiliza el lenguaje en las publicaciones, comentarios y debates en redes sociales puede influir significativamente en cómo se perciben y se construyen las identidades de género en el contexto digital, impactando así en las conversaciones públicas y en la evolución de las normas sociales fuera de línea.
FORO MUJER Bolívar


ENFOQUE DE GÉNERO
¿QUÉ
género?"
QUE ES EL ENFOQUE DE GENERO
Lenguaje Inclusivo en las redes sociales| Competencias comunicativas con enfoque de género
Redes sociales: herramientas para promover equidad de género desde el aula de clase - Lección 4

Lenguaje Inclusivo: Se refiere al uso de un lenguaje que no discrimina ni excluye a ninguna persona por razón de su género u otras características. En el contexto de las redes sociales, implica emplear términos y estructuras lingüísticas que reconozcan y respeten la diversidad de identidades de género.

Estereotipos de Género: Son creencias simplificadas y generalizadas sobre las características y roles de hombres y mujeres en la sociedad. En el ámbito digital, es crucial evitar perpetuar estos estereotipos a través del lenguaje utilizado en las publicaciones y comunicaciones.

Comunicación Sensible al Género: Se refiere a la habilidad para comunicar de manera efectiva y respetuosa, considerando las diferentes identidades y experiencias de género de la audiencia. Esto incluye adaptar el tono, los términos y los mensajes para ser inclusivos y no discriminatorios.

Empoderamiento y Participación: Implica fomentar la participación activa y la voz de todas las personas, especialmente de aquellas que históricamente han sido marginadas o silenciadas en los espacios digitales. Esto se logra a través de estrategias que promuevan el empoderamiento y la igualdad de oportunidades.



Lenguaje inclusivo en las interacciones diarias en redes sociales:

Neutralidad en el género:

• En lugar de decir: "Los estudiantes deben elegir entre ser presidente o presidenta", se puede decir: "Las personas estudiantes pueden postularse para la presidencia".

• En lugar de decir: "Bienvenidos chicos y chicas", se puede decir: "Bienvenidas personas".



Uso de pronombres inclusivos:

• En un evento: "Hoy escucharemos a lxs ponentes sobre diversidad de género".

• Al invitar a la participación: "Cada persona puede compartir su experiencia si se siente cómoda".



Evitar el binarismo:

• En una encuesta: "¿Cómo te identificas en términos de género? (opciones: masculino, femenino, no binario, otro)".

• Al saludar: "Hola a todos y todas" -> "Hola a todos y todas las personas".



Revisión del lenguaje inclusivo:

Revisar publicaciones para asegurarse de que no se utilicen términos excluyentes como "todos los hombres" o "todas las mujeres" sin considerar otras identidades.

Asegurarse de incluir ejemplos y casos que reflejen la diversidad de identidades de género en estudios de casos, historias o ejemplos que se compartan en redes sociales.

MODULO 2

• REDES SOCIALES

FACEBOOK



En la era digital, Facebook se ha convertido en una plataforma crucial para promover la igualdad de género y sensibilizar sobre temas relacionados con la diversidad y el empoderamiento femenino. Con miles de millones de usuarios activos, Facebook ofrece un espacio ideal para compartir historias, desafiar estereotipos y fomentar conversaciones significativas que fortalezcan la inclusión y la equidad.

INSTAGRAM



Instagram ofrece una plataforma visual poderosa para promover la igualdad de género y destacar las voces y experiencias de mujeres de todo el mundo. Con su enfoque en imágenes y videos, Instagram permite compartir mensajes inspiradores y educativos que pueden resonar profundamente con la comunidad global.

TIK TOK



TikTok se ha convertido en una plataforma dinámica para expresar creatividad y compartir mensajes poderosos, incluyendo temas relacionados con la igualdad de género. Con su formato de videos cortos y su amplia audiencia diversa, TikTok ofrece una oportunidad única para educar, inspirar y empoderar a las personas en todo el mundo sobre cuestiones de género

FACEBOOK

RESULTADOS	CANTIDAD TOTAL	CANTIDAD MÁXIMA	CANTIDAD MÍNIMA	RANGO
PUBLICACIONES	403	345	58	287
LIKES DE PUBLICACIONES	400	90	40	50
COMENTARIOS	23	20	3	17
LIKES TOTAL DE PÁGINA	1.570	1.570	340	1.230

DATOS	
USUARIO	Foro Mujer Bolivar
N°SEGUIDOS	16
N°SEGUIDORES	1.953
FECHA DE CREACIÓN	17 mayo 2018
FECHA 1° PUBLICACIÓN	17 mayo 2018
FECHA 2° PUBLICACIÓN	22 diciembre 2013

OBSERVACIONES

Los datos de la página de Facebook "Foro Mujer Bolivar" muestran un perfil con una considerable cantidad de seguidores (1,953) y una actividad constante en términos de publicaciones (403 en total), comentarios (400 en total), y likes totales de página (23). La cantidad máxima de seguidos por parte del usuario es de 16, lo que indica un seguimiento selectivo. La página fue creada el 17 de mayo de 2018 y ha mantenido una frecuencia activa de publicaciones desde diciembre de 2013. Los likes de las publicaciones varían ampliamente, con un máximo de 1,570 y un mínimo de 58, lo que sugiere una respuesta variable a los contenidos compartidos. Este perfil muestra una comunidad comprometida y activa en torno a temas relacionados con el foro de mujeres en la región de Bolívar, demostrando una presencia consolidada y una interacción significativa con su audiencia a lo largo del tiempo.

INSTAGRAM

RESULTADOS	CANTIDAD TOTAL	CANTIDAD MÁXIMA	CANTIDAD MÍNIMA	RANGO
PUBLICACIONES	61	50	10	40
LIKES DE PUBLICACIONES	200	140	67	73
COMENTARIOS	90	60	15	45
LIKES TOTAL DE PÁGINA	350	250	120	130

DATOS	
USUARIO	Foro Mujer Bolivar
N°SEGUIDOS	94
N°SEGUIDORES	435
FECHA DE CREACIÓN	1 enero 2023
FECHA 1° PUBLICACIÓN	10 mayo 2022
FECHA 2° PUBLICACIÓN	24 junio 2024

OBSERVACIONES

La cuenta de Instagram del Foro Mujer Bolívar ha demostrado una presencia activa desde su creación en enero de 2023, con 61 publicaciones hasta la fecha. A pesar de contar con 435 seguidores, las publicaciones han generado un total de 350 likes y 200 comentarios, indicando un compromiso significativo de la audiencia. Este nivel de interacción variable pero constante refleja una estrategia efectiva para mantener un diálogo abierto sobre igualdad de género, utilizando Instagram como una plataforma clave para educar y conectar con la comunidad.

TIK TOK

RESULTADOS	CANTIDAD TOTAL	CANTIDAD MÁXIMA	CANTIDAD MÍNIMA	RANGO
PUBLICACIONES	12	12	4	8
LIKES DE PUBLICACIONES	600	600	150	450
COMENTARIOS	530	500	30	470
LIKES TOTAL DE PÁGINA	1.700	1.758	58	1.700

DATOS	
USUARIO	@forodelamujerguaranda
N°SEGUIDOS	0
N°SEGUIDORES	1822
FECHA DE CREACIÓN	1 enero 2023
FECHA 1° PUBLICACIÓN	34
FECHA 2° PUBLICACIÓN	34

OBSERVACIONES

foro de la mujer BOLIVAR

Los datos de la página de Facebook "Foro Mujer Bolívar" muestran un perfil con una considerable cantidad de seguidores (1,953) y una actividad constante en términos de publicaciones (403 en total), comentarios (400 en total), y likes totales de página (23). La cantidad máxima de seguidos por parte del usuario es de 16, lo que indica un seguimiento selectivo. La página fue creada el 17 de mayo de 2018 y ha mantenido una frecuencia activa de publicaciones desde diciembre de 2013. Los likes de las publicaciones varían ampliamente, con un máximo de 1,570 y un mínimo de 58, lo que sugiere una respuesta variable a los contenidos compartidos. Este perfil muestra una comunidad comprometida y activa en torno a temas relacionados con el foro de mujeres en la región de Bolívar, demostrando una presencia consolidada y una interacción significativa con su audiencia a lo largo del tiempo.

PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



Todos somos parte de la historia y lucha contra la violencia.

El lenguaje inclusivo busca modificar la estructura lingüística tradicional para hacerla más inclusiva y respetuosa con la diversidad de género. Esto se logra mediante la sustitución del uso del género gramatical masculino o femenino por formas neutras o alternativas, como el uso del símbolo "@" o las letras "x" o "e". Esta práctica pretende eliminar la exclusión de personas no binarias o de género no específico, así como desafiar estereotipos y promover la igualdad de género. Aunque su adopción varía según el idioma y contexto cultural, su objetivo principal es crear un entorno lingüístico más inclusivo y equitativo.

Diversidad

Inclusión

Exclusión



Todas las personas somos parte de esta historia y lucha contra la violencia.

MODULO 3

Diseño y comunicación visual en Redes Sociales



Diseño y comunicación visual en Redes Sociales
En el lenguaje del diseño y la comunicación visual de las redes sociales, se utilizan diversos modelos para representar conceptos y características específicas.
A traves de los contenidos que se publiquen en las Redes Sociales buscará romper estereotipos y promover el enfoque de género de manera auténtica y diversa a todas las personas, desafiando los estereotipos de género y promoviendo la inclusión genuina.
La efectividad de estas prácticas radica en su capacidad para influir positivamente en la percepción pública, educar sobre la diversidad de género y contribuir a la construcción de una sociedad más equitativa, inclusiva y más diversa.





Cuando se trata de curar y adecuar imágenes y videos para plataformas de redes sociales, es fundamental adoptar un enfoque consciente y respetuoso hacia las diversas identidades de género. La curación implica seleccionar cuidadosamente el contenido visual que represente una amplia gama de identidades de género de manera auténtica y equitativa. Esto implica evitar estereotipos y representaciones simplistas que puedan perpetuar prejuicios o discriminación basada en el género. En lugar de ello, se debe optar por imágenes y videos que celebren la diversidad de experiencias de género, incluyendo a todas las personas y su diversidad.

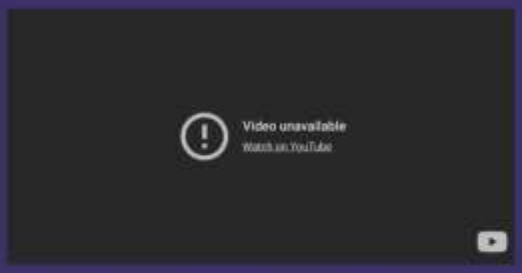
A la hora de adecuar estos contenidos visuales, es esencial considerar cómo se presenta a las personas en términos de vestimenta, roles y expresiones de género. Por ejemplo, en imágenes, se puede mostrar a personas que desafíen las normas tradicionales de género en su vestimenta o en la forma en que se representan físicamente. Esto puede incluir la elección de colores y estilos de ropa que no estén limitados por expectativas binarias de masculinidad o feminidad. Además, en los videos, se puede enfocar en historias y testimonios que destacan la diversidad.



VÍDEO

Crear videos que documenten las historias y las experiencias personales para empatizar, humanizar y motivar a romper barreras estereotipadas.
En las producciones visuales, utilizar lenguaje y narrativas que respeten y validen las identidades de género.







Publicar contenido con experiencias que sensibilicen a la comunidad dando la libertad de ser más que una organización, con las publicaciones a explorar y presentar historias personales, análisis profundos y testimonios inspiradores que reflejen la realidad diversa y las experiencias únicas de individuos de todos los géneros. Al ofrecer una plataforma inclusiva y empática, no solo fortalecemos nuestro compromiso con la igualdad de género, sino que también fomentamos un diálogo significativo y constructivo que motive a la acción y el cambio positivo en nuestra comunidad







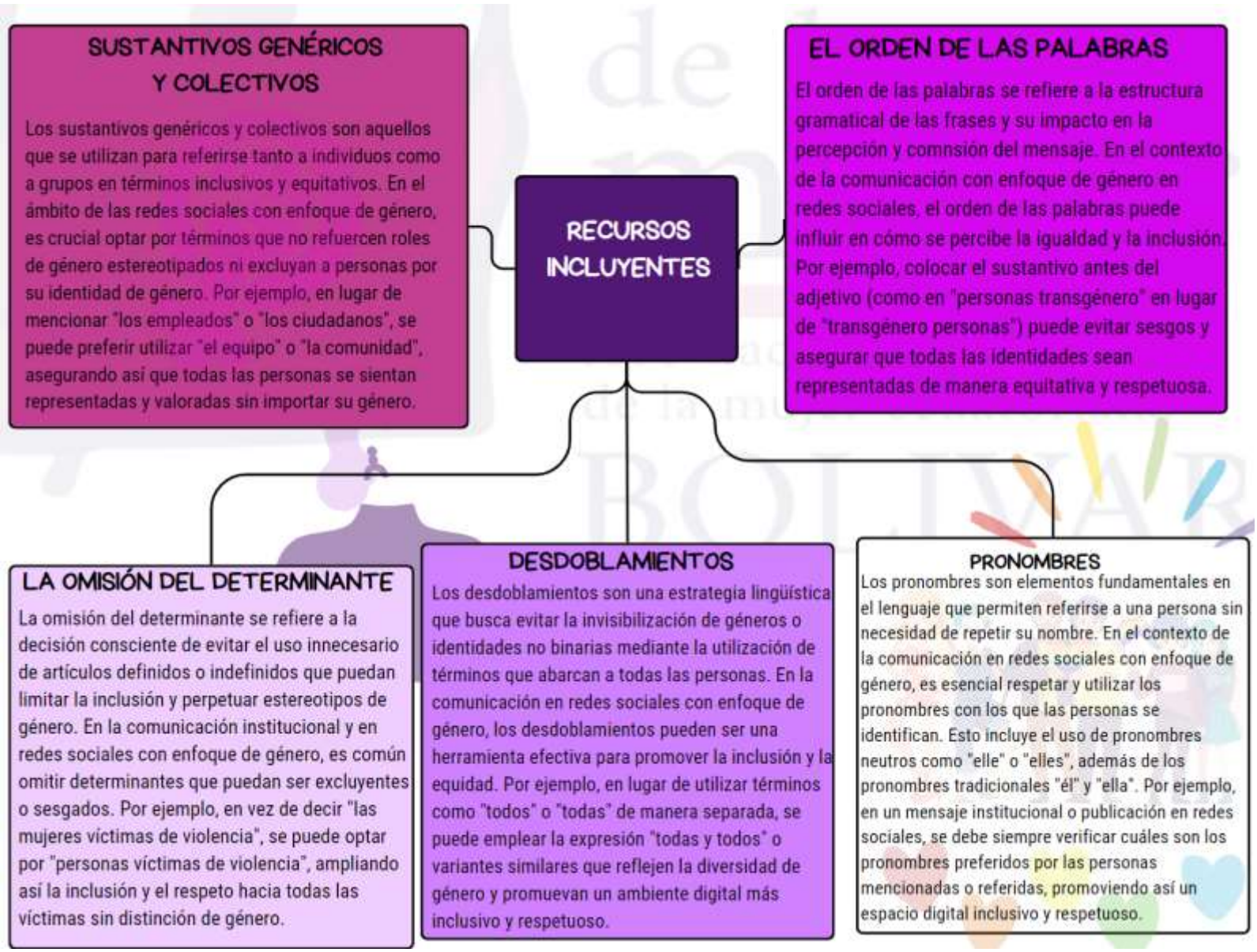


Utiliza fotografías que muestren personas que desafíen las normas de género. Para tener una imagen representativa de un colectivo empoderado y diverso, busca hacer visible en momentos importantes a mujeres y personas con diversidad de género, es importante evitar que en las fotografías y videos de eventos protocolarios solo aparezcan hombres porque estas imágenes son una representación visual poderosa de la sociedad. Incluir tanto a hombres como a mujeres en estas composiciones no solo refleja la diversidad real, sino que también promueve la igualdad de género, reconoce las contribuciones de las mujeres y fomenta un ambiente inclusivo donde todos se sientan representados y valorados.
Evita los estereotipos de género en la vestimenta, la postura y los roles representados en las imágenes.
Promueve la diversidad corporal y racial junto con la diversidad de género para reflejar una gama más amplia de experiencias humanas.



CAPITULO 4

RECURSOS INCLUYENTES


RECURSOS INCLUYENTES
SUSTANTIVOS GENÉRICOS Y COLECTIVOS
Los sustantivos genéricos y colectivos son aquellos que se utilizan para referirse tanto a individuos como a grupos en términos inclusivos y equitativos. En el ámbito de las redes sociales con enfoque de género, es crucial optar por términos que no refuercen roles de género estereotipados ni excluyan a personas por su identidad de género. Por ejemplo, en lugar de mencionar "los empleados" o "los ciudadanos", se puede preferir utilizar "el equipo" o "la comunidad", asegurando así que todas las personas se sientan representadas y valoradas sin importar su género.
EL ORDEN DE LAS PALABRAS
El orden de las palabras se refiere a la estructura gramatical de las frases y su impacto en la percepción y comnsion del mensaje. En el contexto de la comunicación con enfoque de género en redes sociales, el orden de las palabras puede influir en cómo se percibe la igualdad y la inclusión. Por ejemplo, colocar el sustantivo antes del adjetivo (como en "personas transgénero" en lugar de "transgénero personas") puede evitar sesgos y asegurar que todas las identidades sean representadas de manera equitativa y respetuosa.
LA OMISIÓN DEL DETERMINANTE
La omisión del determinante se refiere a la decisión consciente de evitar el uso innecesario de artículos definidos o indefinidos que puedan limitar la inclusión y perpetuar estereotipos de género. En la comunicación institucional y en redes sociales con enfoque de género, es común omitir determinantes que puedan ser excluyentes o sesgados. Por ejemplo, en vez de decir "las mujeres víctimas de violencia", se puede optar por "personas víctimas de violencia", ampliando así la inclusión y el respeto hacia todas las víctimas sin distinción de género.
DESDOBLAMIENTOS
Los desdoblamientos son una estrategia lingüística que busca evitar la invisibilización de géneros o identidades no binarias mediante la utilización de términos que abarcan a todas las personas. En la comunicación en redes sociales con enfoque de género, los desdoblamientos pueden ser una herramienta efectiva para promover la inclusión y la equidad. Por ejemplo, en lugar de utilizar términos como "todos" o "todas" de manera separada, se puede emplear la expresión "todas y todos" o variantes similares que reflejen la diversidad de género y promuevan un ambiente digital más inclusivo y respetuoso.
PRONOMBRES
Los pronombres son elementos fundamentales en el lenguaje que permiten referirse a una persona sin necesidad de repetir su nombre. En el contexto de la comunicación en redes sociales con enfoque de género, es esencial respetar y utilizar los pronombres con los que las personas se identifican. Esto incluye el uso de pronombres neutros como "elle" o "elles", además de los pronombres tradicionales "él" y "ella". Por ejemplo, en un mensaje institucional o publicación en redes sociales, se debe siempre verificar cuáles son los pronombres preferidos por las personas mencionadas o referidas, promoviendo así un espacio digital inclusivo y respetuoso.

DEFINICIÓN Y TIPOLOGÍA

Duales aparentes:
Los duales aparentes son términos que, aunque aparentan incluir a dos géneros, en realidad perpetúan una visión binaria y excluyente del género. En el contexto de las redes sociales con enfoque de género, evitar estos duales aparentes implica utilizar un lenguaje más inclusivo y consciente de la diversidad de identidades de género. Por ejemplo, en lugar de usar "todos y todas", se puede optar por "todes" o "todxs", términos que buscan incluir a personas no binarias y de género diverso.

EJEMPLO

- **Publicación:** Imagen de un evento comunitario inclusivo.
- **Descripción:** "Hoy celebramos la diversidad en nuestra comunidad. **Acompáñenx** en este encuentro donde **todxs** somos **bienvenidxs**. Reconocemos la importancia de utilizar un lenguaje inclusivo que no excluya a ninguna persona basada en su identidad de género. **Juntxs**, estamos creando un espacio donde cada individuo puede expresarse libremente y ser **valoradx** por quienes son."



Vacíos léxicos y vocablos ocupados: Los vacíos léxicos son áreas del lenguaje que carecen de términos para describir experiencias o identidades específicas, mientras que los vocablos ocupados son palabras que, aunque existen, pueden ser cargadas de connotaciones negativas o estereotipos. Dentro de las redes sociales con enfoque de género, es crucial identificar y llenar estos vacíos léxicos con términos inclusivos y respetuosos que reflejen la diversidad de identidades de género. Por ejemplo, utilizar "no binario" en lugar de términos como "anormal" o "extraño", que son vocablos ocupados con connotaciones negativas hacia la diversidad de género.

EJEMPLO

Llenado de Vacíos Léxicos y Evitando Vocablos Ocupados:
EJEMPLO:
Publicación: Historia inspiradora de una persona no binaria.



vLa diagonal /:
El uso de la diagonal (/) en el lenguaje inclusivo puede servir para incluir opciones o alternativas que respeten las diversas identidades de género. Por ejemplo, "todas/todos" o "les/ellas". En redes sociales con enfoque de género, la diagonal se utiliza para evitar la exclusión de personas no binarias y fomentar un lenguaje más inclusivo y equitativo.

EJEMPLO

Uso de la Diagonal (/):
Publicación: Infografía educativa sobre identidad de género.
Descripción: "Aprendamos juntxs sobre la diversidad de identidades de género. Esta infografía explora diferentes formas de expresión de género: les/ellas, todes/todos. La diagonal (/) nos ayuda a incluir opciones que respeten la diversidad de experiencias de género, promoviendo un entendimiento más profundo y empático en nuestra comunidad."

Los Paréntesis ( ):

Los paréntesis pueden utilizarse para agregar información adicional o aclaratoria sobre género o identidad. Por ejemplo, "les estudiantxs (alumnas y alumnos)". En el contexto de las redes sociales con enfoque de género, los paréntesis pueden utilizarse para evitar la exclusión y asegurar que todas las identidades de género sean reconocidas y respetadas.

EJEMPLO

Incorporación de Paréntesis ( ):
Publicación: Foto de un equipo diverso en el lugar de trabajo.
Descripción: "Nos enorgullece presentar a nuestro equipo (mujeres y hombres) que trabaja junt@s para promover la igualdad de género en nuestro sector. Reconocemos la importancia de utilizar los paréntesis para asegurar que todas las identidades de género sean visibles y respetadas. Este equipo demuestra que junt@s podemos lograr un cambio significativo hacia la inclusión y la equidad."



La arroba @:

El uso de la arroba (@) en el lenguaje inclusivo permite incluir de manera simultánea a personas de distintos géneros. Por ejemplo, "bienvenid@s" o "tod@s". En redes sociales con enfoque de género, la arroba se utiliza para evitar la exclusión y promover un lenguaje más inclusivo y respetuoso hacia todas las identidades de género.

EJEMPLO



5. Uso de la Arroba (@):
Publicación: Invitación a un evento de concienciación sobre género.
Descripción: "¡Estamos emocionad@s de invitarl@s a nuestro evento! Tod@s son bienvenid@s a participar y aprender junt@s sobre la inclusión de todas las identidades de género. La arroba (@) nos permite incluir de manera simultánea a personas de diferentes géneros, promoviendo un espacio seguro y acogedor para el aprendizaje y la celebración de la diversidad."

x ó xx:

El uso de la "x" o "xx" en el lenguaje inclusivo busca incluir a personas no binarias o de género diverso. Por ejemplo, "amigxs" o "compañerxs". En redes sociales con enfoque de género, el uso de estas letras no binarias se utiliza para evitar la exclusión y promover un lenguaje que reconozca la diversidad de identidades de género

EJEMPLO



Inclusión de la "x" o "xx":
Publicación: Anuncio de una campaña de sensibilización sobre diversidad de género.
Descripción: "Ayúdanos a difundir el mensaje de inclusión y respeto. Únete a nuestrxs voluntarixs para crear un cambio positivo en la comunidad. La inclusión de la "x" o "xx" en nuestro lenguaje nos permite reconocer y validar las experiencias de las personas no binarias y de género diverso, fortaleciendo nuestro compromiso con la igualdad y la justicia."

BANDERAS DEL ORGULLO

THE HAPPENING.COM

Como una forma más de crear conciencia y sentirse representados, los grupos de la comunidad LGBTIQ+ han generado todo un código de colores y banderas que los identifican. Te dejamos los más representativos:



HOMOSEXUALIDAD

Atracción sexual y sentimental hacia personas del mismo sexo.



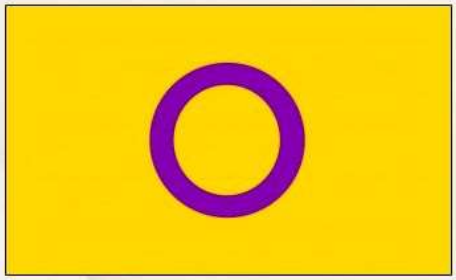
BISEXUALIDAD

Atracción sexual y sentimental hacia ambos sexos, hombres y mujeres.



NO-BINARIO

No se identifican a sí mismos con ningún tipo de género, masculino o femenino.



INTERSEXUAL

Personas que tienen discrepancia entre sus genitales y su sexo.



MOVIMIENTO LÉSBICO

Mujeres que tienen atracción sexual y romántica hacia otras mujeres.



TRANSEXUALIDAD

Personas que tienen una identidad de género que no coincide con su identidad sexual.



AGENDER

Personas que se identifican como alguien sin género.



GÉNERO FLUIDO

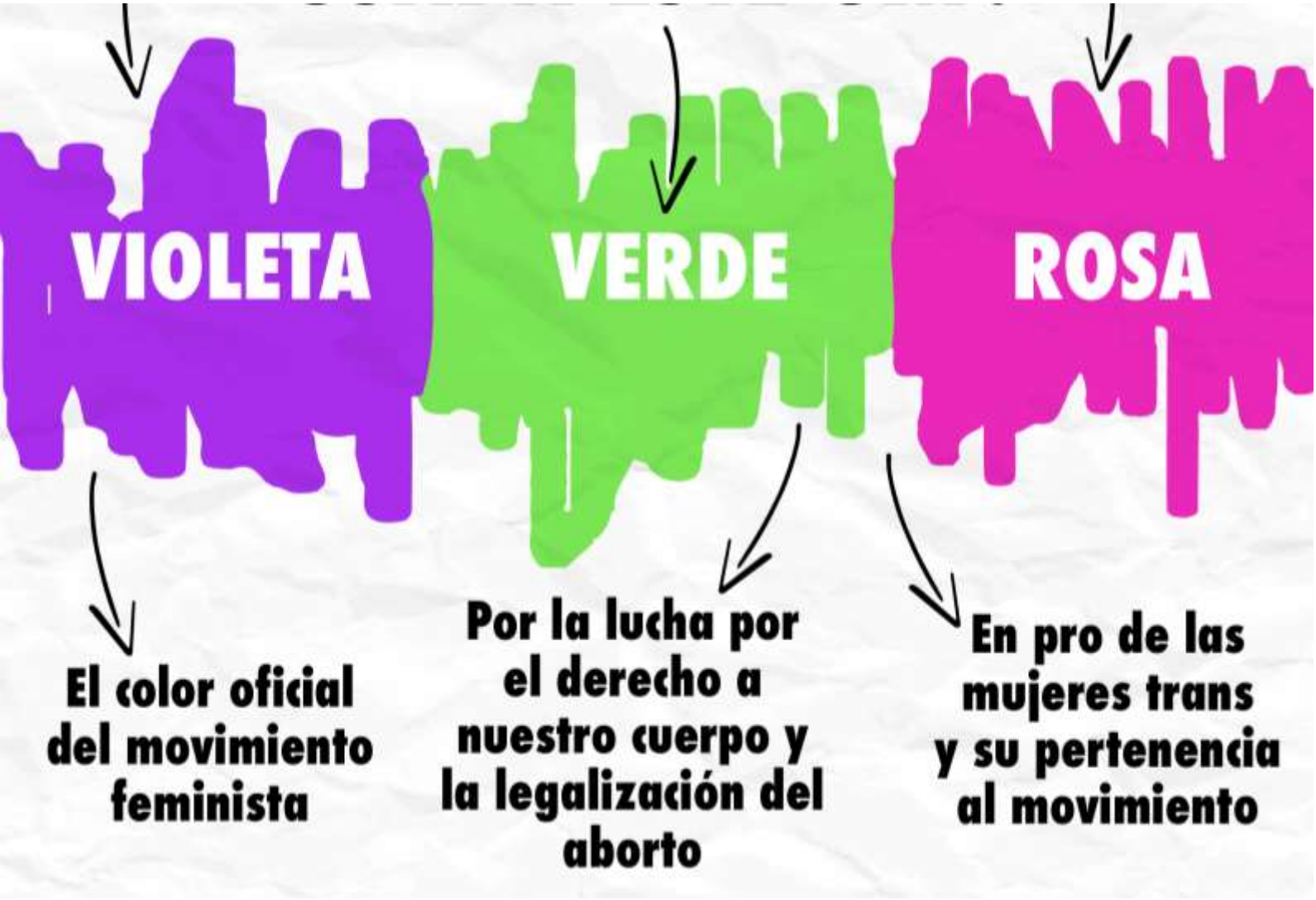
Sienten que no pertenecen a un género concreto, su identidad de



ASEXUALIDAD

Se identifica con la falta de atracción sexual hacia cualquier

COLORES


VIOLETA
VERDE
ROSA
El color oficial del movimiento feminista
Por la lucha por el derecho a nuestro cuerpo y la legalización del aborto
En pro de las mujeres trans y su pertenencia al movimiento


¿POR QUÉ EL MORADO ES EL COLOR DEL FEMINISMO?
La leyenda cuenta que se adoptó en honor a las 129 mujeres que murieron en una fábrica textil de Estados Unidos en 1908.
La tragedia comenzó cuando un empresario, ante la huelga de las trabajadoras, prendió fuego a la empresa con todas las mujeres dentro.
Según la leyenda, las telas sobre las que estaban trabajando las obreras eran de color morado.
Por eso el humo que salía de la fábrica y se podía ver a kilómetros de distancia era de ese color.
GK

POR QUE MORADO?

EL MOVIMIENTO SUFRAGISTA, QUE ADOPTA EL COLOR MORADO COMO PARTE DEL MISMO, ES UN MOVIMIENTO ORGANIZADO DE MUJERES QUE DECIDEN REUNIRSE CADA ANO Y

(OMIENZAN A HABLAR NO SOLO DE LOS DERECHOS CIVILES, SINO TAMBIEN DE DERECHOS POLITICOS Y DE LA CAPCIDAD DE ELEGIR Y SER ELEGIDAS"

EN LOS 60 Y 70LAS MUJERES SOCALISTAS ESCOGIERON ESTE COLOR (OMO SIMBOLO DE LA LUCHA FEMINISTA. Y POSTERIORMENTE SE LE ASOCIO A LA JORNADA DE LUCHA DEL 8 DE MARZO DEBIDO A QUE ESTE (OLOR YA ERA UN SIGNO DE REVINDICACIÓN.

BIBLIOGRAFÍA

Abidin, C. (2018). Internet Celebrity: Understanding fame online. . *Emerald Publishing Limited eBooks.*

Albenga, V., & Biscarrat, L. (2022). Aproximaciones feministas de la misoginia en redes sociales. Biblioteca Virtual Clacso, *2.*

Albuja, P. (2022). Los retos de la libertad de expresión en la era digital. *Obtenido de https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/download/35/94/170*

Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Montecristi: LEXIS FINDER. Obtenido de https://goo.su/MrFUdt*

Balseca, J. C., Logroño, P. A., & Benitez, A. S. (2017). Escuela de Frankfurt: Teoría Crítica. Revista Publicando, *136-150.*

Barroso, Camiade, C., & Pérez, Castrejón, E. M. (2023). La importancia de la comunicación productiva en las organizaciones. correspondencias y analisis, *72.*

Bayona Ramos, E. A., Fernández Caballero, D. I., & Torres Ochoa, K. P. (2020). El impacto de la comunicación en Instagram como influenciadora en el autoestima de la mujer (caso: Estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona). El impacto de la comunicación en Instagram como influenciadora en el autoestima de la mujer (caso: Estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona). *UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, Pamplona.*

BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA. (2014). DATOS BNE. *Obtenido de DATOS BNE: https://datos.bne.es/persona/XX1719811.html*

Blanco , S., & Moreno Belén. (2023). Instagram como canal de comunicación en el ámbito académico. Comparativa de las estrategias de las mejores universidades del mundo. Revista de Comunicación.

Butler, J. (1990). EI género en disputa El feminismo y la subversión. *Estados Unidos: Paidos.*

Castello, P. (2007). Empoderar a las mujeres desde la comunicación. América Latina en movimiento.

Cohen, N. (2019). Metodologia de la investigación ¿Para qué? *Teseo.*

Corbín, J. (2024). Los 28 tipos de comunicación y sus características. *Obtenido de https://psicologiaymente.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas*

Corte constitucional del Ecuador. (2021). El pleno de la corte constitucional del ecuador, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, expide la siguiente sentencia. *Obtenido de https://goo.su/itbhBI8*

Cuadros Rincon, J. V. (2022). Tik Tok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes. GOV.CO.

Cuadros Rincon, J. V. (2022). Tik Tok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes. Repositorio Unab.

Cuofano, W. I. (30 de Junio de 2024). ¿Qué es el modelo transaccional de comunicación? Modelo transaccional de comunicación en pocas palabras. *Obtenido de FourWeekMBA: https://fourweekmba.com/es/modelo-transaccional-de-comunicaci%C3%B3n/*

Della Ventura, F. (2019). GÉNERO, IDENTIDAD Y PERFORMATIVIDAD EN JUDITH BUTLER. *Obtenido de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2642/GENERO,+IDENTIDAD+Y+PERFORMATIVIDAD+EN+JUDITH+BUTLER.pdf?sequence=1*

Diaz, L. V. (2021). Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género. *UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN, Lima.*

Diaz, L. V. (2021). Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género. *UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN, Lima.*

Diaz, L. V. (s.f.). Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género. *UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN, Lima.*

Díaz, M. (2020). El impacto de las redes sociales en la sociedad. *Obtenido de Estudio Alfa: https://estudioalfa.com/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad*

Dior , G., Escobar, K. N., & Consuegra de Sucre, D. (2024). LA DIDÁCTICA BASADA EN LAS TIC PARA LA. Ciencia Latina Internacional.

Espinoza C. (2021). ¿Es Contrario el Concepto de Información Pública Previsto en la Legislación Ecuatoriana al Derecho Constitucional a la Protección de Datos de Carácter Personal? Un Análisis de la Sentencia No. 839-14-EP/21 de la Corte Constitucional del Ecuador. *Obtenido de https://ssrn.com/abstract=3846519*

Espinoza, B., & Chávez, M. (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. ResearchGate.

Flor, M. (2023). Análisis del uso de la red social Instagram como mecanismo de comunicación de las organizaciones Reto Same y SOS Galápagos para realizar activismo digital. *Obtenido de https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/95f8d617-8c55-4321-adf9-6330cd865fa4*

Gill, R. (2020). Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender. *Obtenido de Gender and Media: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119315063.ch13*

GOBMEX. (2022). ¿A qué nos referimos cuando hablamos de "sexo" y "género"? *Obtenido de https://goo.su/DwLZOl*

Gómez, Díaz de León, C., & De la Garza-Montemayor, D. J. (2023). Redes sociales y administración pública:. Universitas-XX1.

Gómez, W. O. (2020). Concepto de cultura en antropología: el cambio cultural y social. ResearchGate*, 5-10.*

(2024).GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL. ANTROPOLOGÍA Y PERSPECTIVAS DE GÉNERO. *Universidad Nacional de Educación a Distancia - online, Madrid.*

Hamui, A. (2012). La técnica de grupos focales. *Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf*

Heidtmann, H., & Coelho De Souza, M. (2009). CLIFFORD GEERTZ COMO UN REFERENCIAL PARA LOS ESTUDIOS DE. Scielo*, 9-11.*

Herrera, G., & Villamediana, V. (2021). Acción colectiva y activismo digital feminista: Vivas nos Queremos Ecuador, poner el cuerpo,. FlacsoAndes.

HUMANOS, S. D. (2020). ESTATUTO ORGÁNICO DE GESTIÓN. *SECRETARÍA DE DERECHOS HUMANOS.*

Instagram. (21 de Diciembre de 2020). Obtenido de https://business.instagram.com/blog/trends-info-social-posts?locale=es_ES

Karczmarczyk, P., & Pereyra Rozas, F. (2023). Una aproximación al estructuralismo. En A. Camou, CUESTIONES DE TEORÍA SOCIAL CONTEMPORÁNEA *(págs. 605-643). Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).*

La influencia de las redes sociales en nuestra manera de pensar. *(08 de febrero de 2024). Obtenido de Mentes de Gobierno: https://www.mentesdegobierno.com/blog/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-nuestra-manera-de-pensar*

Lévi-Strauss, C. (1987). Antropología estructural. *España: Paidós Básica.*

López, G. (2021). Redes sociales: influencia en la construcción de la identidad de las/os adolescentes que residen en centros . Miscelánea*(36).*

Lorena, A. L. (2020). Narrativas y redes de apoyo social de mujeres supervivientes del sistema prostitucional: de las ausencias a las emergencias desde el feminismo y la interseccionalidad. Ruc.Udc.

Lovink, G. (2019). Tristes por diseño. *consonni.*

Molina, D. (2024). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social. . IEBS.

Moreano et al, C. (2024). Redes Sociales y su impacto en el Entorno Digital de las Empresas. Ciencia Latina, 8*(2). doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10531*

Muñoz Poveda, D. B. (2022). INCIDENCIA DE LA RED SOCIAL TIK TOK EN LA. *Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15404/E-UTB-EXTQUEV-COMUNICSOCIAL-000087.pdf?sequence=1&isAllowed=y*

ONU MUJERES. (2018). DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN EL.

Ortega, C. (2023). Patologías sociales. Un debate en la teoría crítica contemporánea. *Quaderns de filosofía, 10(1), 33-59.*

Peralta, M. (2020). Teoría crítica y trabajo social crítico. Interpelaciones a la intervención y a la formación profesional. *ConCienciaSocial, 3(6), 127-141.*

Pérez, F. (2023). LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN . *Martin Gráfic. doi:ISBN: 978-84-92937-97-4*

Prato, L., & Villoria, L. (2010). Aplicaciones Web 2.0 - Redes sociales. *Obtenido de Eduvim: https://www.digitaliapublishing.com/a/14470/aplicaciones-web-2.0---redes-sociales*

Quetglas, A. (2023). Balance crítico de la antropología legal de Bronislaw Malinowski. Revista del Museo de Antropología, *128-129.*

resolución, A. G. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. *Francia: Asamblea General en su resolución.*

Rodríguez, J. C., & Prieto, L. A. (2023). El Uso De Las Redes Sociales En El Marketing De Turismo Terrestre En Colombia. unicolmayor, *32-33.*

Rodríguez, Solis, A. N. (2022). La Comunicación, elementos y beneficios. Con-Ciencia, *47-48.*

Romina C & Martínez, M. (2021). La realidad como reflejo del misterio: Jean Baudrillard. *Obtenido de https://www.teseopress.com/experienciadelarte/chapter/la-realidad-como-reflejo-del-misterio-jean-baudrillard/*

Sampieri, R. (2006). Metodolodía de la investigación. *Cuarta edición ed. Mex DF*.

Sánchez, J. M. (2020). LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE. researchgate.

Sánchez, M. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. Universidad y Empresa, 19*(32). doi: 10.12804/http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4847*

Sánchez, S. T. (2020). Sexo y género: una mirada interdisciplinar desde la psicología y la clínica. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, *87-144.*

Shomaly, D. (1994). COMUNICACIÓN, METACOMUNICACIÓN Y PARADOJA: LA VIGENCIA DE LA "ESCUELA DE PALO ALTO". Revistas de Humanidades, *95-102.*

Shomaly, D. (2021). COMUNICACIÓN, META COMUNICACIÓN y PARADOJA:.

Solares, B. (1996). La teoría de la acción comunicativa. doi:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5073039.pdf

Steinlen, C. (2019). El estructuralismo de Lévi-Strauss. uv.es.

Sulca Chávez, J. B. (07 de 06 de 2022). REPOSITORIO ACADÉMICO UPC. *Obtenido de https://upc.aws.openrepository.com/handle/10757/660760*

Tapia, M. A. (2021). Medios de. *Loja.*

Tejedor, S. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. Aula Abierta, 51*(2), 121-218. doi:https://doi.org/10.17811/rifie.52.2.2022.121-128*

TSDIFUSION. (2022). Estereotipos y discriminación de género en las redes sociales: un análisis desde la violencia simbólica. *tsdifusion. Obtenido de https://goo.su/60MNYoe*

Universidad Francisco de Vitoria. (2023). Qué es la comunicación digital. *Obtenido de https://www.ufv.es/que-es-la-comunicacion-digital-ejemplos-preguntas-frecuentes/#:~:text=La%20Comunicaci%C3%B3n%20Digital%20se%20refiere,de%20manera%20instant%C3%A1nea%20y%20global.*

Van Dijck, J. (2019). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. *Obtenido de Oxford University Press.: https://www.researchgate.net/publication/298428277_Jose_van_Dijck_Culture_of_Connectivity_A_Critical_History_of_Social_Media_Oxford_Oxford_University_Press_2013*

Várgas, B. (Mayo de 2024). Todo lo que necesitas saber sobre la Web 2.0 y su origen. *Obtenido de https://www.byronvargas.com/web/que-es-la-web-2-0-y-su-creador/*

Vidaurre Diaz, L. (2021). Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021.

Videl Gamonal, J. (2019). Raymond Williams: pasado y presente del materialismo cultural. *Cataluña: Icaria editorial.*

Watzlawick, P. (7 de enero de 2014). NO ES POSIBLE NO COMUNICAR. *Obtenido de https://psicologiasantacruz.com/wp-content/uploads/2019/07/Watzlawick-P.-No-Es-Posible-No-Comunicar.pdf*

WiConnect. (2023). Foro de la Mujer Bolívar. *Recuperado el 5 de julio de 2024, de https://wiconnect.iadb.org/osc/foro-de-la-mujer-de-bolivar/*

Wiconnect.iadb.org. (2023). Foro de la Mujer Bolívar . *Recuperado el 5 de julio de 2024, de https://wiconnect.iadb.org/osc/foro-de-la-mujer-de-bolivar/*

ANEXOS

Turniting

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
Proyecto de investigación	Jeadira Carolina Aguagallo Qui
RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
19335 Words	115831 Characters
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
123 Pages	2.1MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Jul 15, 2024 3:56 PM GMT-5	Jul 15, 2024 3:58 PM GMT-5

5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 5% Base de datos de publicaciones

Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados



Oficio al Foro de la Mujer Bolívar

UEB
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

CARRERA DE COMUNICACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Guaranda, 15 de Julio de 2024

Abg.
Verónica Silva Noboa
Coordinadora Provincial del Foro de la Mujer Bolívar

Presente. –

De mi consideración:
Reciba un cordial saludo y deseo de éxitos en su vida profesional y personal. Como parte del trabajo de titulación "INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK EN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL FORO DE LA MUJER DEL CANTÓN GUARANDA, PERÍODO JULIO- DICIEMBRE 2023" solicito de la manera más comedida se me autorice el acceso a la Foro de la Mujer Bolívar para la aplicación de técnicas e instrumentos del trabajo antes mencionado.

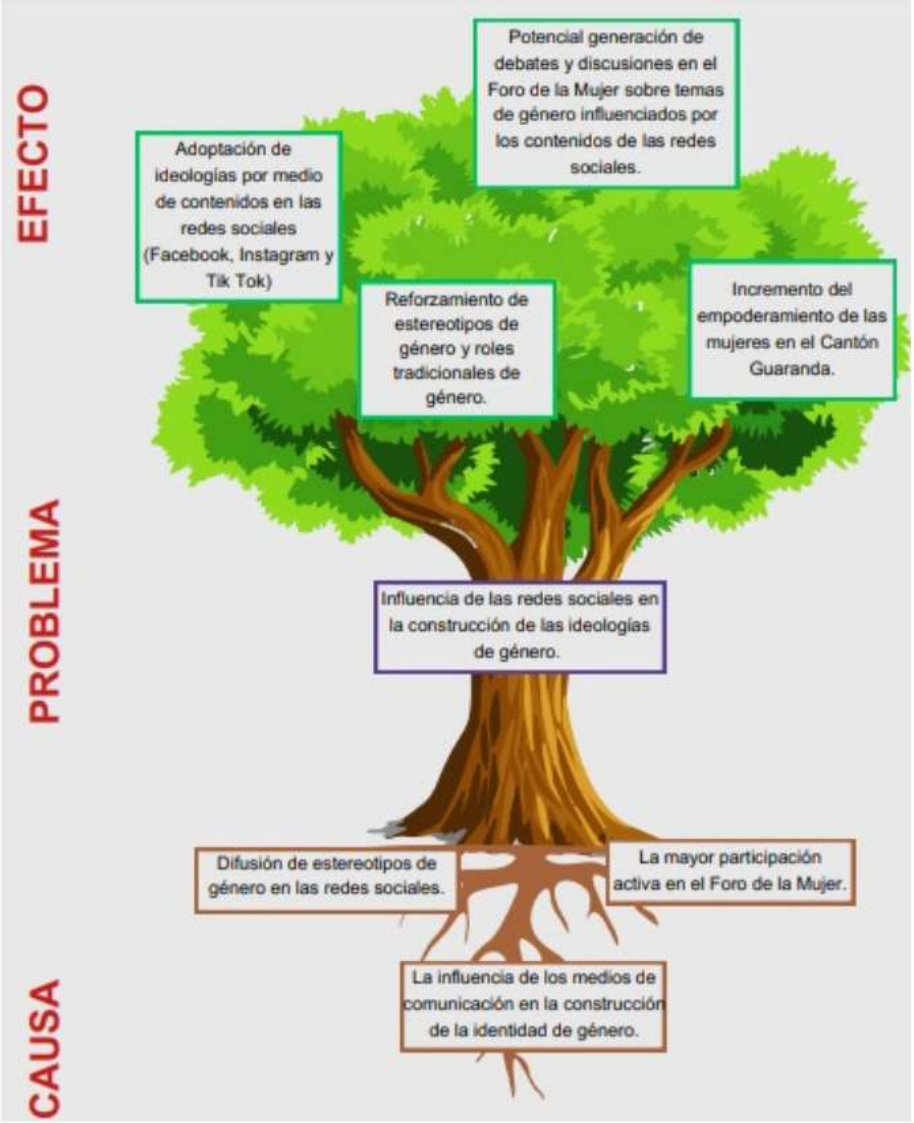
Por la atención al presente, expreso mi agradecimiento.

Atentamente,

Jeadira Carolina Aguagallo Quinatoa
Estudiante Carrera de Comunicación

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059

Anexo 3



Guía de encuesta:

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Carrera de Comunicación

Objetivo: Explorar cómo las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok influyen en la percepción y participación en actividades relacionadas con el enfoque de género que se maneja dentro del Foro de Mujer Bolívar.

Datos informativos:

Edad:

18-24 años ☐

25-34 años ☐

35-44 años ☐

45 años o más ☐

Género:

Femenino ☐

Masculino ☐

Otro especificar: _____

1. **¿Qué redes sociales utilizas más frecuentemente? (Selecciona todas las que apliquen)**

Facebook ☐

Instagram ☐

TikTok ☐

Snapchat ☐

LinkedIn ☐

2. **¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a las redes sociales?**

Menos de 1 hora ☐

1-2 horas ☐

2-4 horas ☐

Más de 4 horas ☐

3. **¿Con que frecuencia realiza publicaciones y materiales educativos sobre género en redes sociales?**

Siempre ☐

Casi siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

4. **¿Cómo clasificaría usted el formato publicado en las redes sociales del Foro de la Mujer Bolívar:**

Informativo ☐

Educativo ☐

Movilización ☐

5. **¿Qué tipo de formatos predominan en las redes sociales del Foro de la Mujer Bolívar? Marcar al menos 2**

Historias ☐

Publicaciones ☐

Reels ☐

Texto ☐

6. **¿Considera que el Foro de la Mujer Bolívar difunda material de sensibilización sobre género en plataformas digitales?**

Sí ☐

No ☐

Tal vez ☐

7. **¿Usted cómo integrante activo de la organización con qué frecuencia observa eventos relacionados con temas de género por parte del Foro de la Mujer Bolívar?**

Frecuentemente ☐

Regularmente ☐

Ocasionalmente ☐

Rara vez ☐

8. **¿Usted cómo integrante activo de la organización con qué frecuencia observa la existencia de campañas de concientización sobre género lanzadas a través de las redes sociales del Foro de la Mujer Bolívar?**

Casi siempre ☐

Siempre ☐

Nunca ☐

Rara vez ☐

9. **¿Ha notado usted algún cambio en la percepción de equidad de género entre la comunidad como resultado de las actividades del Foro de la Mujer Bolívar?**

Sí ☐

No ☐

10. **¿Cómo calificaría usted el nivel de participación comunitaria en las actividades organizadas por el Foro de la Mujer Bolívar?**

Alto ☐

Moderado ☐

Bajo ☐

Anexo 3:

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Carrera de Comunicación

Descripción: Este grupo focal estuvo dirigido exclusivamente a los 4 profesionales del Foro de la Mujer Bolívar del cantón Guaranda. Sus experiencias y perspectivas como profesionales clave fueron fundamentales para entender la influencia de estas plataformas en la promoción de la igualdad de género y en las estrategias futuras del Foro.

Objetivo: Explorar cómo el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok ha impactado el enfoque de género en las actividades y comunicaciones del Foro de la Mujer Bolívar durante el período de julio a diciembre de 2023.

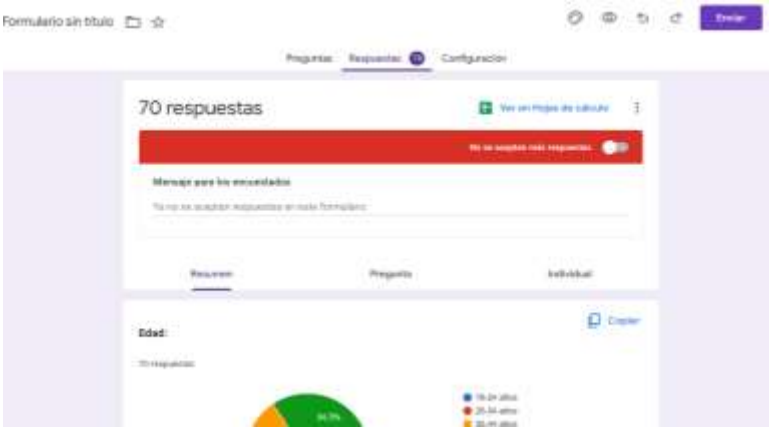
Ficha de discusión		
Indicador	**Pregunta**	**observaciones**
○ **Uso Estratégico de Redes Sociales:**	¿Cómo describirían ustedes el uso estratégico de Facebook, Instagram y TikTok por parte del Foro de la Mujer Bolívar para promover la igualdad de género?	
2. Experiencias con el Contenido de Género:	Basado en su experiencia, ¿cuál fue el tipo de contenido relacionado con género que generó más interacción y compromiso en las plataformas sociales del Foro? ¿Por qué creen que este tipo de contenido fue efectivo?	

3. Desafíos y Oportunidades:	¿Qué desafíos enfrentaron al utilizar las redes sociales para promover temas de género en el Foro? ¿Cómo creen que pueden superarse estos desafíos en el futuro?	
4. Impacto y Retroalimentación Comunitaria	¿Qué tipo de impacto han observado en la percepción y conocimiento de la comunidad sobre la equidad de género como resultado de las actividades en redes sociales del Foro? ¿Han recibido alguna retroalimentación significativa de la comunidad al respecto?	

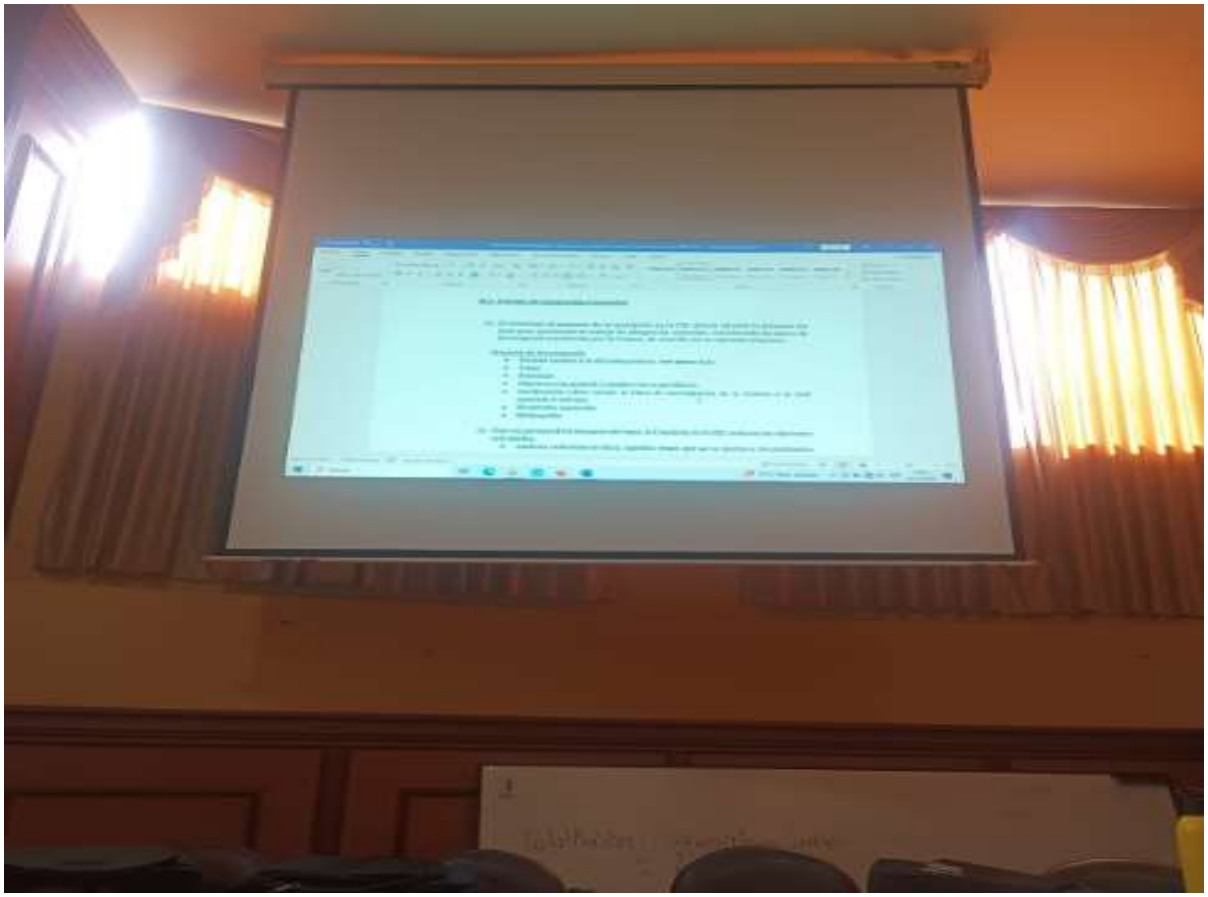
Evidencia:

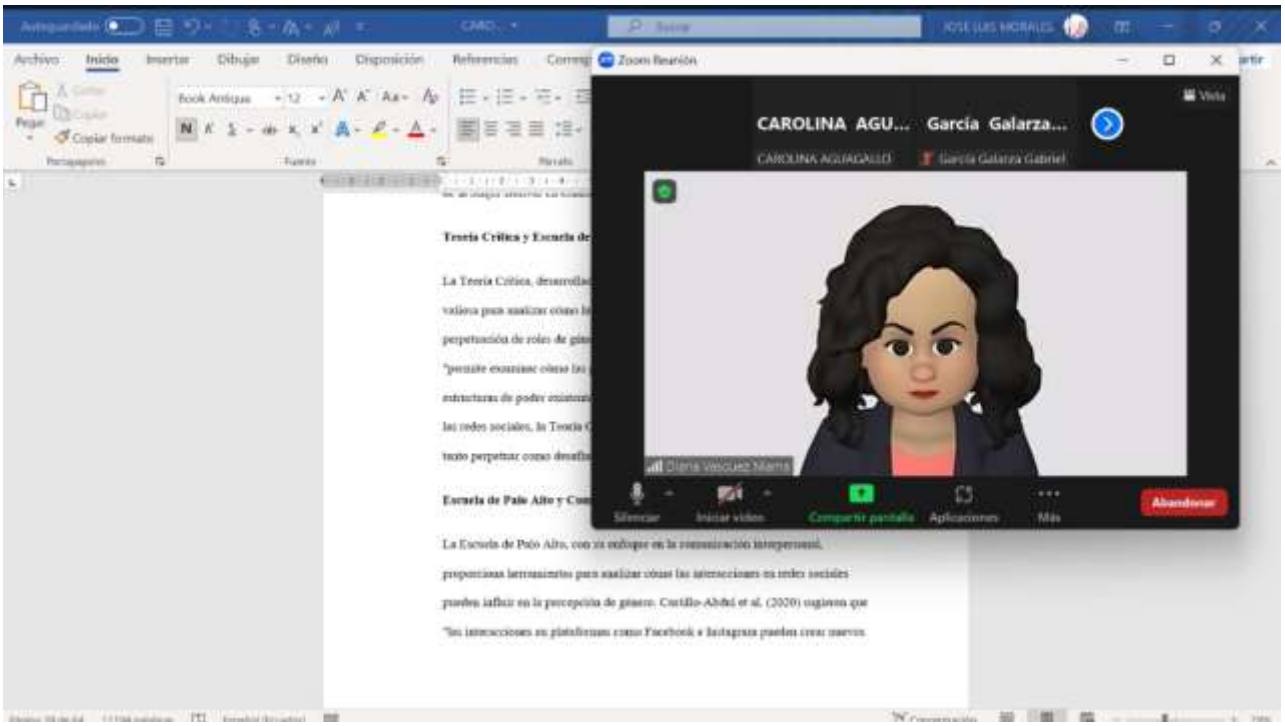
Evidencia de estudio aplicado





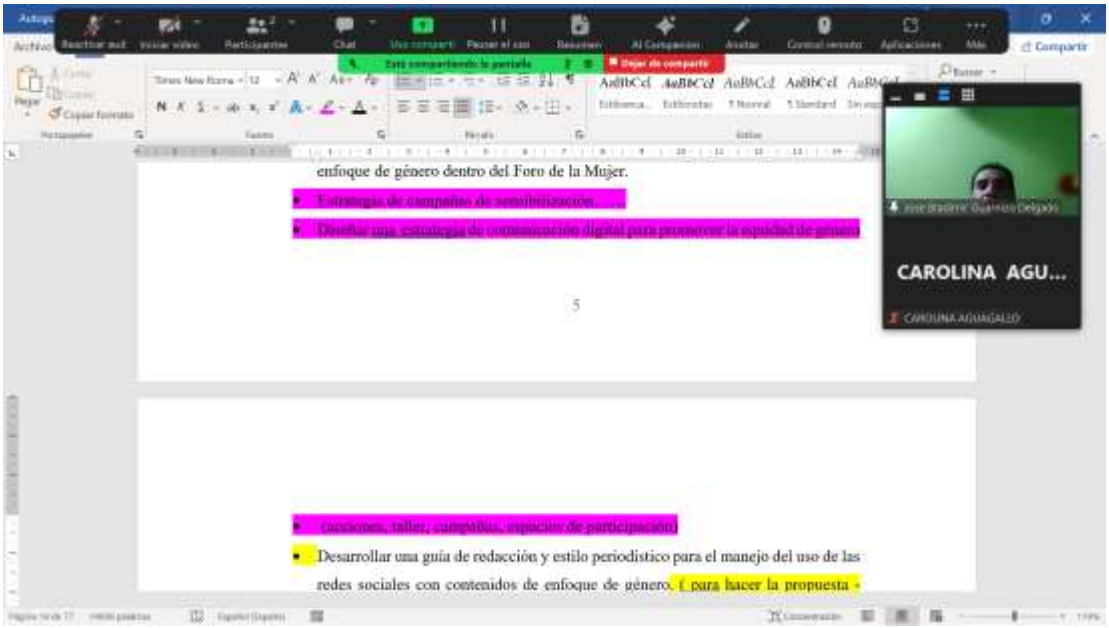
Evidencia de directora y pares académicos

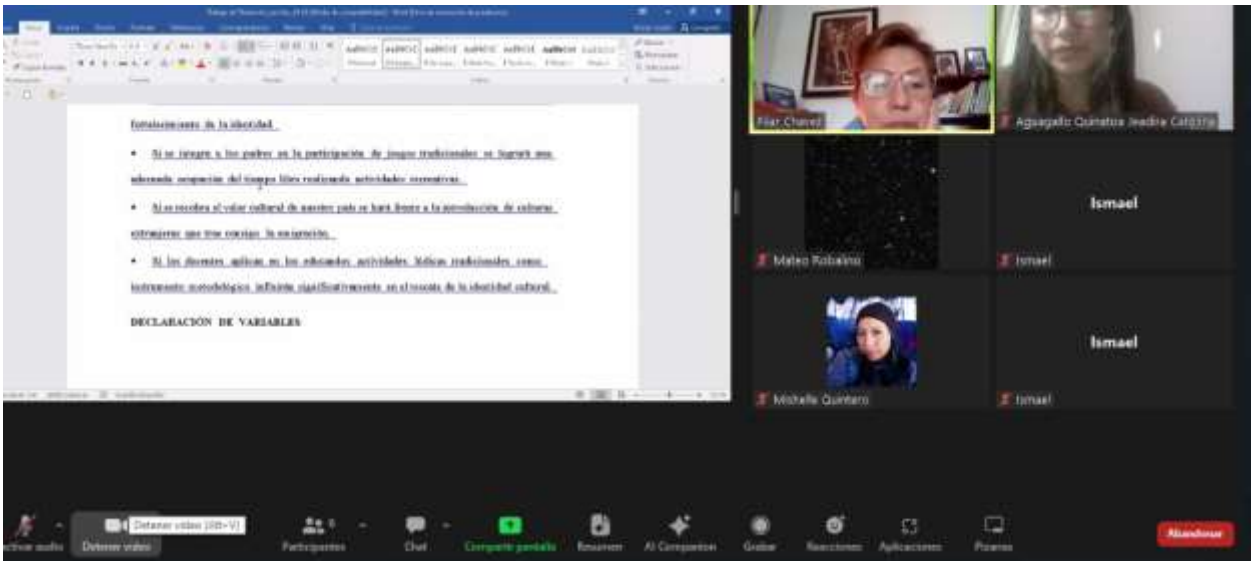



Zoom Reunión
CAROLINA AGU...
García Galarza...
CAROLINA AGUIAGALLO
García Galarza Gabriel
Diana Vasquez Marin
Silenciar
Iniciar video
Compartir pantalla
Aplicaciones
Más
Abandonar



T


enfoque de género dentro del Foro de la Mujer.
Estrategia de campañas de sensibilización.
Diseñar una estrategia de comunicación digital para promover la equidad de género
5
(acciones, taller, campañas, espacios de participación)
Desarrollar una guía de redacción y estilo periodístico para el manejo del uso de las redes sociales con contenidos de enfoque de género. (para hacer la propuesta -
CAROLINA AGU...
CAROLINA AGUAGALLO


DECLARACIÓN DE VARIABLES
Ismael
Ismael
Ismael
Ismael
Mateo Robalino
Mishelle Quintero





Desarrollo de Trabajo





