



Fecha de presentación: 12/01/2022, Fecha de Aceptación: 20/03/2022, Fecha de publicación: 01/05/2022

Patrones socioculturales sobre feminidad, comunicación mediática y violencia hacia mujeres, en provincia de El Oro.

Sociocultural patterns on femininity, media communication and violence against women, in the province of El Oro.

Lizette Ivonne Lazo Serrano¹

E-mail: llazo@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9991-136X>

Michelle Thalía Crespo Carreño¹

E-mail: mcrespo@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0321-4445>

Karol Elizabeth Gálvez Palomeque¹

E-mail: kgalvez@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6967-3225>

Patricia Alexandra Pacheco Zerda¹

E-mail: papacheco@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0001-9758-728X>

¹Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala. Machala, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Lazo-Serrano, L.I., Crespo-Carreño, M.T., Gálvez-Palomeque, K.E. & Pacheco-Zerda, P.A. (2022). Patrones socioculturales sobre feminidad, comunicación mediática y violencia hacia mujeres, en provincia de El Oro, Ecuador. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(2), 406-422. Doi: <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.223>.

RESUMEN

El presente trabajo es parte de los resultados de un macro proyecto "Análisis de representaciones de género en diarios impresos y violencia de género contra las mujeres en la provincia de El Oro"; tiene por objetivo identificar los patrones socioculturales sobre feminidad, la percepción sobre la comunicación mediática y violencia hacia las mujeres. En tal sentido se desarrolló un estudio descriptivo con enfoque cuali-cuantitativo, fundamentado en los métodos análisis

documental, revisión bibliográfica, deductivo-inductivo y estadístico. Los resultados, muestran patrones socioculturales machistas que generan estereotipos y representaciones desfavorables del rol de la mujer en la sociedad y están relacionados con el clima de violencia de género predominante en la actualidad. Tanto la ciudadanía como los medios de comunicación, no contribuyen en la formación de nuevos patrones socioculturales de género, pese a estar conscientes de la representación negativa de la mujer como un ser débil y sumiso.

Palabras clave:

Patrones socioculturales, mujeres, feminidad, violencia de género, comunicación mediática.

ABSTRACT

This work is part of the results of a macro project "Analysis of gender representations in printed newspapers and gender violence against women in the province of El Oro"; aims to identify sociocultural patterns on femininity, the perception of media communication and violence against women. In this sense, a descriptive study was developed with a qualitative-quantitative approach, based on documentary analysis, bibliographic review, deductive-inductive and statistical methods. The results show sexist sociocultural patterns that generate stereotypes and unfavorable representations of the role of women in society and are related to the prevailing climate of gender violence today. Both citizens and the media do not contribute to the formation of new sociocultural gender patterns, despite being aware of the negative representation of women as weak and submissive.

Keywords:

Sociocultural patterns, women, femininity, gender violence, media communication.

INTRODUCCIÓN

A través de la historia, se vislumbra que en la sociedad se encuentran presentes un sinnúmero de imaginarios sociales, patrones culturales, representaciones y estereotipos sobre la mujer; Lamentablemente, aún subsiste en el imaginario social el visón de las mujeres como seres inferiores, que deben estar bajo la custodia y vigilancia constante del

hombre, desvalorizándola, denigrándola y violentando sus derechos.

La discriminación hacia la mujer es un flagelo heredado de sistemas sociales patriarcales donde la mujer está relegada al cuidado de los hijos y las labores domésticas o como objeto sexual al servicio del hombre (Abad Tandazo, 2021; Illescas Zhicay et al., 2018).

La discriminación y violencia que sufren las mujeres están dadas en "las relaciones de poder basadas en el género, la sexualidad, la propia identidad y las instituciones sociales" (Ferrer & Bosch, 2003, p. 208), por lo que, cualquier estrategia a favor de su erradicación debe estar orientada a la transformación del contexto sociocultural donde se generan los estereotipos asignados a la mujer (Bermúdez & Solís, 2021).

Sin embargo, encontramos que, al margen del discurso reivindicador del rol de la mujer, estos estereotipos son reforzados a través de los medios de comunicación (García & Martínez, 2008), donde los patrones socioculturales son replicados por los medios de comunicación, quienes actúan como agentes de socialización de valores, opiniones, representaciones y estereotipos presentes en la sociedad.

Los medios masivos son un importante factor de influencia en la conciencia colectiva, son capaces de reforzar las creencias estereotipadas o contribuir a la erradicación de estas ideologías. De acuerdo con Apreza (2020) y Crespo Carreño et al. (2020), los medios masivos exhiben y marcan las pautas de los estereotipos asignados y el rol a seguir por las féminas.

Desafortunadamente y a pesar de las políticas públicas diseñadas por el Estado esta realidad también está presente en Ecuador, donde la Fiscalía General del Estado (2022) reporta un alto índice de casos de femicidio durante el periodo 2017-2021. Asimismo, se ha registrado un total de 8975 denuncias por violencia contra la mujer durante los años 2017 al 2019. Según los resultados de la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y

Violencia de Género contra las Mujeres realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2019, el 70% de las mujeres ecuatorianas sufrieron violencia de género

De aquí la importancia del presente trabajo que gira en torno al estudio de la relación entre los patrones socioculturales sobre feminidad existentes en la ciudadanía orense, la comunicación mediática y la violencia de género. Además, de identificar las representaciones mediáticas y atributos emitidos por los medios impresos provinciales sobre la mujer y la violencia hacia las mismas. En consecuencia, se desarrolló una investigación con el objetivo de identificar los patrones socioculturales sobre feminidad, la percepción sobre la comunicación mediática y violencia hacia las mujeres.

Este trabajo, constituye un aporte académico de reflexión sobre la influencia de los medios de comunicación en la generación de resignificaciones del rol que desempeña la mujer en la sociedad, como contribución a la creación de una conciencia sobre la equidad e igualdad de género, otorgando el real valor a la mujer y el reconocimiento a su contribución al progreso social, pues no solo es capaz de encargarse de las tareas del hogar, sino, que se desenvuelven exitosamente en cualquier ámbito en el que participan demostrando su gran potencial. Es imperante, erradicar las creencias equivocadas que solamente generan sufrimiento, frustración y exclusión.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La revisión de la literatura especializada se orientó a la búsqueda de información sobre aspectos tales como: representaciones mediáticas de género, estereotipos presentes en la agenda mediática, patrones socioculturales de feminidad y violencia de género, influencia de los medios en la construcción de patrones socioculturales de género y efectos de las publicaciones sobre los patrones de género en las audiencias, que conforman la

fundamentación teórica de las averiguaciones realizadas.

Representaciones mediáticas de género

En lo referente a las representaciones mediáticas de género, Dos Santos (2009), Armijos Vásquez (2018) y González Granada (2019) y expresan que, los medios de comunicación generan contenido y difunden imágenes que instauran una ideología sobre el mundo y la sociedad. Este contexto transmitido, influye notablemente en el comportamiento, en la manera de pensar y sentir. Petracchi y Kornblit citados por Olivares Donoso (2015) mencionan que, las representaciones sociales se fundamentan sobre la base de los procesos de las relaciones interpersonales y de comunicación social, influyendo y coadyuvando en el desarrollo de las prácticas sociales.

En cuanto a la visualización de la mujer en los medios de comunicación, Melo y Astorino (2016) aluden que, a partir de la niñez, el ámbito comunicacional ha diseminado el constructo femenino basado en debilidad, tranquilidad, maternidad, emocionales, que deben cuidar la familia y supeditadas al hombre; en contraste, el género masculino es simbolizado de forma poderosa, independientes, valerosos, lo cual es visto positivamente a nivel social.

Para Sierra Caballero (2017) este sector social promueve los siguientes roles: 1. Los medios de comunicación anuncian de manera tácita o evidente que la mujer debe estar en la casa; 2. Las féminas poseen la responsabilidad de mantener el orden y limpieza del hogar; 3. Las mujeres deben encontrarse en su hogar para prepararse para sus obligaciones de futura esposa y madre; y 4. El género femenino por obligación debe encargarse de la educación de los hijos y efectuar las tareas domésticas.

Los medios de comunicación fueron creados para informar, educar y entretenir a la sociedad; sin embargo, la creación y difusión de contenido mediático no se efectúa de manera inocente, sino bajo la

premisa de un supuesto ideal que a su parecer es objetivo; no obstante, la información difundida dista totalmente de la realidad.

Estereotipos presentes en la agenda mediática

El concepto de estereotipo para Apreza (2020) es definido como la forma en que se percibe una determinada situación, persona u objeto por la sociedad, influyendo en la mentalidad de los grupos sociales; si esta ideología o dogma, es apreciado por los receptores a quienes va dirigida, entonces ha logrado el éxito, ya que se considera como algo normal y se debe aplicar en la cotidianidad. En el estudio realizado en la Cordicom por Groner et al. (2016) sobre la percepción de la mujer en los medios de comunicación en el Ecuador, se indica lo siguiente:

(...) la forma en la que operan los estereotipos, es importante mencionar cómo se han establecido a lo largo del tiempo, asociando por ejemplo el estereotipo masculino con valores como independencia, agresividad, competitividad, fuerza, y virilidad. Estos conceptos se relacionan con patrones masculinos. A la mujer se la ha relacionado con conceptos como afectividad, dependencia, fragilidad y cuidado familiar. Estas construcciones han permitido la generación de clichés alrededor de lo que es ser mujer, relacionándola con el rol de esposa, madre, amante (p. 25).

Asimismo, García Beaudoux et al. (2018) indican que, el género femenino posee un estereotipo limitado totalmente al entorno familiar y cuidado del hogar. Para Rodríguez et al. (2017) existe una clasificación de estereotipos de género: estereotipos positivos, negativos y neutros. Los estereotipos positivos fomentan una valoración positiva de la mujer; el estereotipo neutro, consiste en un ámbito que carece de juicio de valor, ni a favor ni en contra de las féminas; mientras que, el estereotipo negativo, le

atribuye una ponderación perjudicial al género.

Patrones socioculturales y violencia de género

La sociedad forma parte de los procesos políticos, económicos y sociales; en estos espacios se van formando los distintos patrones socioculturales, los cuales se conceptualizan como el conjunto de creencias de los antepasados, posteriormente cada persona decide si ponerlos en práctica. Estos patrones van influyendo y cambiando la cultura de cada círculo social. Al respecto Vallester Calle (2017) menciona:

(...) se consideran patrones socio culturales que promueven y sostienen la desigualdad de género, las prácticas, costumbres y modelos de conductas sociales y culturales, que se expresan por medio de normas, mensajes, discursos, símbolos, imágenes o cualquier otro medio de expresión que aliente a la violencia contra las mujeres además de perpetuar inferioridad o superioridad, mantener estereotipos de género, desvalorizar tareas de alguno de los géneros, referirse a las mujeres como objeto (p.15).

De acuerdo con Díaz Campo y Fernández Gómez (2017), los patrones socioculturales se refieren a las conductas, reglas, costumbres y hábitos que forjan el camino de los seres humanos, quienes se adaptan a estos patrones; sin embargo, este tipo de patrones socioculturales son los más influyentes y generalmente se difunden de manera sigilosa.

Patrones socioculturales de género y feminidad

En lo referente a los tipos de patrones socioculturales de género, para Romero Quezada et al. (2019), los patrones socioculturales de género se clasifican en dos grandes categorías: el machismo y el feminismo. Díaz Campo y Fernández Gómez (2017), el machismo es una concepción generada sobre la base de una

serie de elementos protegidos y valorados en el tiempo, prevaleciendo la educación sexista, categorizando a las mujeres como el grupo débil y estas son, incapaces de progresar personal o profesionalmente. Por su parte, Galarza Fernández et al. (2016) enuncian que la mayoría de los medios de comunicación se constituyen en componentes físicos, los cuales transmiten el estereotipo de violencia machista y patriarcal, así como la no visibilidad de las mujeres.

El feminismo se define como la transformación en la interacción interpersonal para la liberación del género femenino e inclusivo del masculino, mediante el cambio de mentalidad, erradicando las jerarquías y desigualdades existentes entre géneros. Asimismo, Albertín Carbó (2017) expone que los patrones socioculturales feministas, están en contra de los diversos estereotipos machistas, los cuales incluyen sexualidad y prejuicios de género, lo que a su vez influyen en el nivel de poder dentro del esquema social. Esta corriente ideológica busca fomentar la independencia y emancipación de las mujeres (Menéndez Menéndez, 2017).

En lo concerniente a los medios de comunicación y los patrones socioculturales, Hasan y Gil (2016) socializan que, el feminismo posee la tarea de fomentar el equilibrio en la agenda mediática para que ambos géneros puedan participar en estos medios de manera igualitaria con la finalidad de efectuar una construcción de noticias en base a logros y valores, destacando a las mujeres sobresalientes.

Influencia de los medios en las audiencias sobre la construcción de patrones socioculturales de género

A nivel general, los medios de comunicación consideran que la audiencia carece de pensamiento crítico, en consecuencia presenta el mensaje como un hecho aceptado inmediatamente como válido, por lo que la transmisión no necesariamente posee una valoración realmente objetiva de la realidad

(Gutiérrez et al., 2010). Por lo mencionado anteriormente, se comprueba lo sencillo que es dominar la opinión pública, al tener una población a la cual se le imponen los dogmas y estos los asumen como propios de la vida cotidiana.

El rol de los medios de comunicación es la elaboración y presentación de noticias las cuales se fundamentan en las emociones del receptor; por ello, el material a ser difundido será seleccionado acorde a lo que se desea informar (Gutiérrez et al., 2010). El problema radica en el sensacionalismo y distorsión de la realidad, evitándose el pensamiento crítico y se motiva al espectador a creer en la imagen presentada, lo que influye en sus emociones. Además, explica que las noticias se forjan y fomentan en torno a un contexto de la realidad y esta información pretende que el ciudadano conozca los sucesos externos fuera de alcance o experiencia personal y así tener una visión global, generando una percepción en determinado tema (Califano, 2015).

Efectos de las publicaciones sobre los patrones de género en las audiencias

De acuerdo con Penalva Verdú (2002), los medios de comunicación poseen una influencia excepcional en cuanto a las representaciones y atributos sobre las féminas, lo cual produce resultados beneficiosos o contraproducentes en la audiencia dependiendo del tipo de información transmitida. A través de la historia, se vislumbra como este contenido genera una percepción de la violencia como parte de lo habitual en mayor o menor medida, creando paulatinamente distintos estereotipos.

En el caso del público juvenil, es preocupante porque el contenido que este grupo social recibe a través de los medios de comunicación son los modelos a seguir (Tortajada Giménez et al., 2013). Sin embargo, de acuerdo con Rodríguez et al. (2017), no existe tal influencia en los jóvenes, sino que estos son influenciados por sus amigos y parientes cercanos (hermanos, primos); dichos autores

consideran que la influencia de los medios es indirecta y no inmediata.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación forma parte de un macro proyecto titulado "Análisis de representaciones de género en diarios impresos y violencia de género contra las mujeres en la provincia de El Oro", llevado a cabo por el equipo de investigación denominado COMUNICAXION, en el que participan los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala (UTMach).

El estudio descriptivo con enfoque cualcuantitativo se fundamenta en el análisis documental y la revisión bibliográfica, que permitieron el análisis y resumen de libros, artículos científicos, tesis de grado e informes parciales realizados en el marco del macro proyecto antes enunciado.

También, se utilizó el método deductivo-inductivo que facilitó el tratamiento de la información a partir de los conocimientos generales con el propósito de organizar y presentar los datos específicos de manera ordenada.

En primera instancia, se revisó matrices de información establecidas en trabajos investigativos de titulación de tercer nivel de la UTMach, donde se analizan notas periodísticas protagonizadas por mujeres de El Oro, de algunos cantones sobresalientes, para identificar patrones socioculturales, estereotipos, representaciones de género-feminidad y agenda de atributos presentes en las publicaciones y la comunicación mediática provincial.

Además, se consolidó la información proveniente de sondeos de opinión realizados en los cantones de Machala, El Guabo, Huaquillas y Santa Rosa, (en donde se registran mayores índices de violencia de género) y que se encuentra disponible en trabajos de titulación de grado sobre la temática de patrones socioculturales, comunicación mediática y violencia de género de los autores: Sánchez Bustamante (2018), Armijos Vásquez

(2018), Sánchez Ortiz et al. (2019), Armijos Obaco (2019), Valarezo Aguilar (2019) y González Granda (2019). Adicionalmente, se realizaron sondeos de opinión por parte del grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística.

De igual forma, se utilizó el método estadístico para el procesamiento y análisis de los resultados de las encuestas sobre este tópico a 1465 ciudadanos, extraídos de los trabajos de titulación y exámenes complejos, desarrollados en el marco del mismo tema del proyecto, correspondientes a los autores: Matamoros Ostaiza y Lazo Serrano (2018), Telcán Reyes (2018), Romero Quezada (2019), Díaz Quiñónez (2019), Moreno Jiménez (2019) y Villamar García (2019). Los encuestados estuvieron distribuidos por los cantones de la siguiente forma: Machala 711; El Guabo, 270, Huaquillas 203 y Santa Rosa 281.

El sondeo a los ciudadanos se dirigió a la búsqueda de información sobre los siguientes aspectos: imagen de la mujer, formas de violencia hacia la mujer, concepto de femicidio, motivos para la violencia hacia el género femenino y forma en que los medios presentan las noticias sobre violencia de la mujer o femicidio.

Asimismo, para dar un mayor respaldo teórico al trabajo, se efectuó la revisión bibliográfica de diversos autores que abordan la temática; además, esto posibilita la mejor comprensión del tema de estudio por parte de los lectores.

RESULTADOS

Los siguientes resultados muestran los criterios de los ciudadanos encuestados, los datos fueron recolectados de los informes del macro proyecto, ya mencionado.

- 1. Percepción de los ciudadanos de los cantones Machala, Huaquillas, El Guabo y Santa Rosa de la provincia de El Oro, acerca de la imagen que tienen de la mujer.**

Patrones socioculturales sobre feminidad, comunicación mediática y violencia hacia mujeres, en provincia de El Oro, Ecuador

Los gráficos 1 y 2 resumen los criterios de los 150 ciudadanos orenses encuestados sobre la imagen de la mujer.

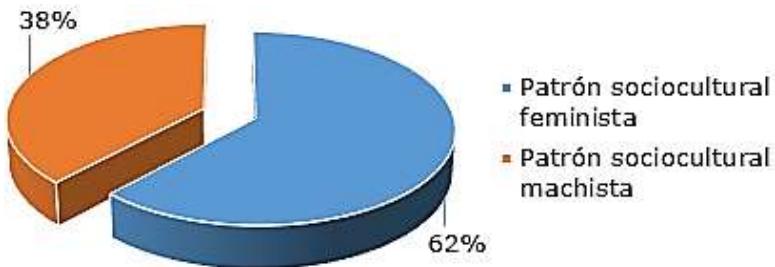


Gráfico 1. Patrón sociocultural

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística.

De acuerdo a los datos de cada cantón, del total de las imágenes representadas por las mujeres, el 62% corresponde al patrón sociocultural feminista y solo un 38% al patrón machista.

Al desglosar estos datos por cantones se obtienen la siguiente información referente a la percepción de los ciudadanos acerca de la imagen de la mujer, considerando el género la resumida en el gráfico 2.



Gráfico 2. Percepción de los ciudadanos acerca de la imagen de la mujer, considerando el género

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística

Del total de los ciudadanos encuestados el 47% considera que la imagen que refleja la mujer es “independiente”, lo que corresponde con al patrón sociocultural feminista, siendo predominante en tres de los cuatro cantones investigados: Machala (45%), Huaquillas (62%), El Guabo (43%).

En segundo lugar, se encuentra la categoría “igual al hombre” con un 15% representando al patrón sociocultural feminista, siendo principal este patrón en dos de los cuatro cantones: El Guabo (39%) y Huaquillas (27%), en contraste en los cantones Machala (2%) y Santa Rosa

(3%) que no muestran una condición igualitaria al hombre.

2. Percepción de los ciudadanos de los cantones Machala, Huaquillas, El Guabo y Santa Rosa de la

provincia de El Oro acerca de cómo se puede manifestar la violencia.

En la siguiente tabla 1 se sintetiza la información brindada por los encuestados sobre el tipo de violencia que se ejerce sobre la mujer.

Tabla 1. Percepción de la ciudadanía de cómo se presenta la violencia

Forma de violencia	Machala	Huaquillas	El Guabo	Santa Rosa	Total
Física	51%	9%	37%	36%	37%
Verbal	24%	4%	11%	23%	24%
Psicológica	15%	11%	14%	9%	15%
Todas	10%	74%	31%	15%	27%
Sexual	0%	0%	0%	5%	1%
Económica	0%	0%	0%	3%	1%
Emocional	0%	0%	0%	2%	1%
Desconoce	6%	0%	0%	10%	4%

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística

En la provincia de El Oro, del total de los encuestados de los cuatro cantones, el 37% de los ciudadanos considera que la violencia se puede revelar con más frecuencia de manera física, esta categoría es dominante en tres de los cuatro cantones Machala (51%), El Guabo (37%), Santa Rosa (36%). En el cantón Huaquillas el (74%) consideran que todas las formas de violencia de género se pueden presentar. Mientras que, la violencia verbal se encuentra en un porcentaje medio en dos de los cuatro cantones Machala (24%) y Santa Rosa (23%). En conclusión, los encuestados exponen reconocer a la

violencia física como la más común con un (37%), mientras el 27% cree que se manifiesta de las cuatro formas establecidas.

3. Percepción de los ciudadanos de los cantones Machala, Huaquillas, El Guabo y Santa Rosa de la provincia de El Oro acerca del concepto de femicidio.

El gráfico 3 sintetiza la noción que poseen los ciudadanos encuestados sobre el término femicidio.

Patrones socioculturales sobre feminidad, comunicación mediática y violencia hacia mujeres, en provincia de El Oro, Ecuador

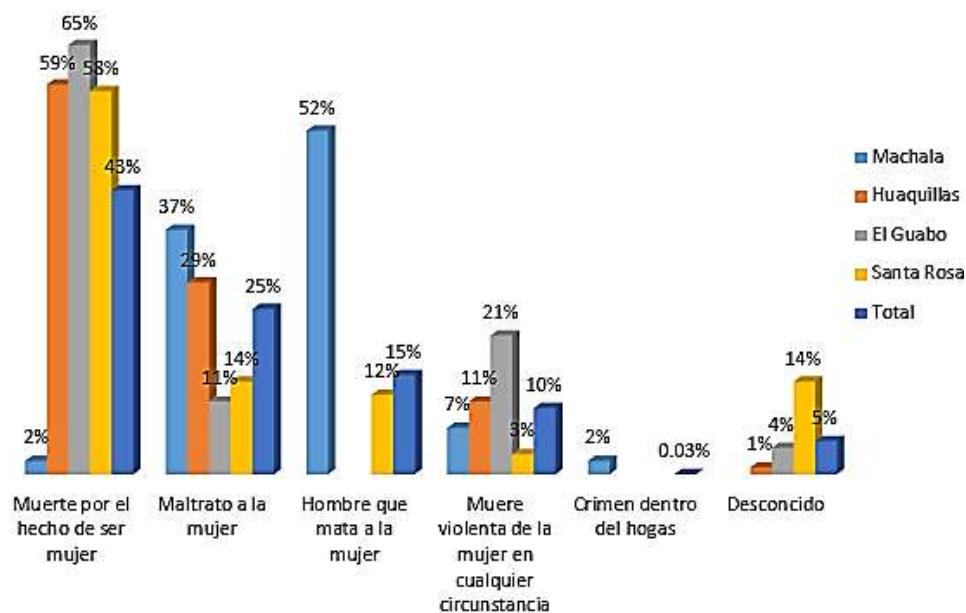


Gráfico 3. Percepción sobre el término femicidio

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística

Se observa que, en la provincia de El Oro, el 43% de los encuestados entiende por femicidio a la muerte por el hecho de ser mujer; esta percepción es principal en tres de los cuatro cantones: Huaquillas (59%), El Guabo (65%), Santa Rosa (58%), en cambio para Machala se entiende por femicidio al hombre que mata a la mujer con un (52%), ligeramente seguido por el (37%) considerándolo como maltrato a la mujer. Un porcentaje minoritario, en dos de los cuatro cantones: Huaquillas (11%) y El Guabo (21%) se considera a la muerte

violenta de la mujer en cualquier circunstancia.

4. Percepción de los ciudadanos de los cantones Machala, Huaquillas, El Guabo y Santa Rosa de la provincia de El Oro acerca de los principales motivos para la violencia hacia el género femenino.

La tabla 2 muestra la opinión de los encuestados sobre los motivos que provocan la violencia de género.

Tabla 2. Motivos para la violencia de género

Motivos de violencia	Machala	Huaquillas	El Guabo	Santa Rosa	Total
Machismo	1%	61%	65%	0%	22%
Celos e inseguridad	23%	0%	0%	49%	20%
Impulsos en momentos de enojo	34%	0%	0%	15%	18%
Baja autoestima	17%	11%	15%	4%	15%
Problemas psicológicos	12%	0%	0%	14%	8%
Dependencia económica	7%	9%	15%	0%	7%
Consumo de alcohol y drogas	5%	0%	0%	11%	4%
Falta de educación	0%	16%	3%	0%	3%
Infidelidad	0%	0%	0%	9%	2%
Ausencia de leyes	1%	3%	5%	0%	2%

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística

El 22% de encuestados expone que el principal motivo de violencia hacia la mujer es por el machismo del hombre; perteneciendo al patrón sociocultural más representado por parte de los hombres, siendo este primordial en dos cantones: Huaquillas con el 61% y El Guabo con el 65%; en cambio, Santa Rosa con un 49% consideran que la motivación principal para la violencia hacia la mujer es por celos e inseguridad del hombre.

5. Percepción de los ciudadanos de los cantones Machala, Huaquillas, El Guabo y Santa Rosa de la provincia de El Oro acerca de cómo los medios presentan las noticias sobre violencia de la mujer o femicidio.

El gráfico 4 contiene información sobre la forma en que los medios presentan las noticias sobre violencia hacia la mujer y el femicidio.

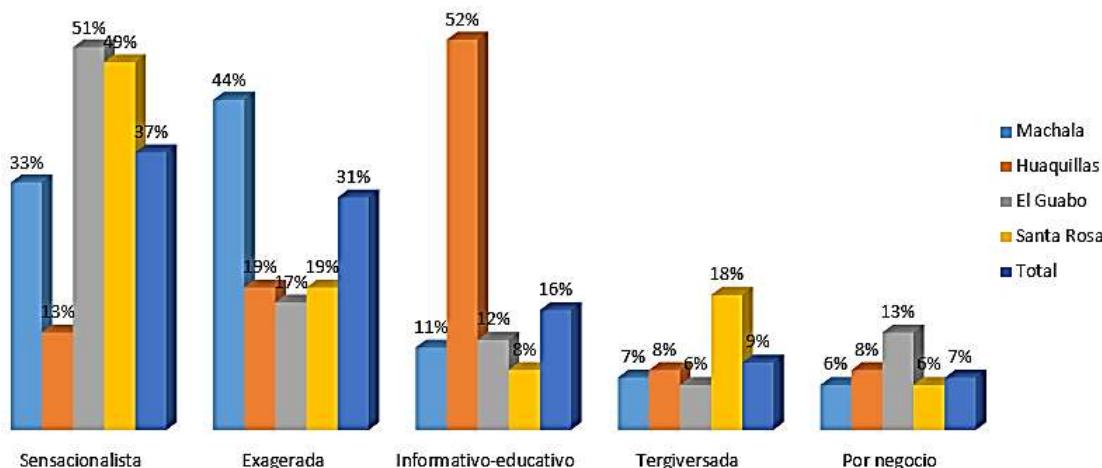


Gráfico 4. Forma de presentar las noticias sobre violencia hacia la mujer y el femicidio

Fuente: Matriz de trabajos de titulación de Armijos Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019), Sánchez Ortiz et al. (2019), Valarezo Aguilar (2019) y sondeos de opinión levantados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística

El 37% de encuestados consideran que los medios presentan las noticias sobre la violencia de la mujer o femicidio como sensacionalistas, siendo fundamental en dos de los cuatro cantones de la muestra, El Guabo (51%) y Santa Rosa (49%). En contraste, para Huaquillas (52%) los medios presentan las noticias de violencia contra la mujer como informativo-educativo; en Machala el 44%) considera que se expresa la visualización de noticias de forma exagerada y para el 33% las noticias son sensacionalistas. Un porcentaje minoritario en los cuatro cantones, indican que los medios muestran de forma tergiversada y por negocio las noticias de violencia contra la mujer.

DISCUSIÓN

Se evidencia que la imagen de la mujer en la actualidad es de ser independiente a nivel general en la provincia de El Oro, con un 47%, ligeramente seguido por la condición igualitaria al hombre, perteneciendo dichas categorías al patrón sociocultural feminista con un 62%, mientras que el patrón machista es minoritariamente representado con un 38% en donde la mujer posee una imagen: delicada o frágil, sexo débil, manipuladoras, oportunistas, sumisas y manipulables. Por el contrario, Saldívar Garduño et al. (2015, p. 2130) afirman que "las mujeres son descritas como débiles, menos activas y más involucradas con la

afiliación, nutrición (crianza) y sumisión". Es decir, a nivel general siempre prevalece una percepción machista a pesar de los esfuerzos generados en los últimos años por el movimiento feminista.

Aunque existe la visión de una mujer independiente, la realidad dista de aquel enfoque, pues aún persiste un cierto grado de machismo como patrón sociocultural, el cual ejerce poder sobre las mujeres, y esto coincide con Saldívar Garduño et al. (2015) en cuanto a que "los patrones socioculturales machistas generan estereotipos orientados a ver a las mujeres como menos inteligentes que los varones, sumisas, abnegadas, aun cuando podían reconocer que las mujeres pueden ser hoy profesionistas exitosas" (p. 2133). Cualquier tipo de violencia presentada va a formar parte del patrón sociocultural machista, porque se reconoce al machismo de los hombres como la causa principal de la violencia, pues éstos suelen considerarse más importantes que las mujeres.

Criterio compartido por Illescas Zhicay et al. (2018) quienes expresan que: "una de las causas frecuentes por las que las mujeres son víctimas de violencia son los patrones culturales que se han transmitido a lo largo de su vida en el que se minimiza el papel de la mujer y prevalece la subordinación ante los hombres" (p. 189).

El 43% del total de encuestados orenses, entienden por femicidio a la muerte por el hecho de ser mujer; mientras que, para Russell (2008, p. 27) "el femicidio es la expresión más extrema de la violencia contra la mujer; se trata del asesinato de mujeres por hombres motivados por el odio, el desprecio, el placer o la suposición de propiedad sobre las mujeres". Por tanto, estos tipos de violencia son parte del patrón sociocultural machista. Esto se sustenta en los resultados encontrados en la presente investigación, en donde el machismo (22%) es el principal motivo de violencia hacia la mujer, seguido por las categorías celos e inseguridad (20%) y baja autoestima (18%). Cada uno de estos forma parte de este patrón sociocultural, pues de este esquema se van

desencadenando múltiples motivos para agreddir a la mujer.

En tal sentido Luffy et al. (2015) ratifican que "el machismo fue mencionado frecuentemente en discusiones sobre violencia contra las mujeres como una de las principales causas de femicidio, violación y violencia, así como una barrera para las mujeres que utilizan un método de planificación familiar" (p. 247).

Además, el 37% de los encuestados opinan que los medios presentan las noticias sobre la violencia de la mujer o femicidio como sensacionalistas, perteneciendo este al patrón sociocultural machista; pues se relaciona a la violencia con el machismo de los hombres por sentirse por encima de las opiniones, pensamientos y acciones de las mujeres.

Sobre este aspecto Gutiérrez et al. (2010), consideran que, los medios de comunicación debe establecer sus noticias de acuerdo con patrones los cuales fomenten la sensibilización de las personas a través de sus emociones; se debe tener presente que, los medios de comunicación intervienen en el desarrollo de patrones socioculturales de género en la audiencia (Sandoval Escobar, 2006).

A través de la historia, se vislumbra el rol de los grupos mediáticos en forjar una imagen estereotipada de las féminas acorde a los patrones socioculturales machistas ya sean en los noticieros o transmisiones de eventos de entretenimiento (Montiel, 2007). En efecto, esta situación se suscita, debido a la perspectiva de los medios de comunicación, los cuales consideran que la ciudadanía carece de capacidad crítica y por este motivo, las personas aceptan fácilmente los mensajes emitidos por estos grupos mediáticos, sin ningún tipo de valoración o juicio (García Muñoz & Martínez García, 2008). De esta forma, se demuestra la fragilidad de una población sin discernimiento, en donde los medios pueden manipular la opinión pública (Gutiérrez et al., 2010).

Asimismo, Califano (2015) explica que, la información de los medios no es un reflejo

de la realidad, sino exponen su versión acorde a cierta perspectiva; de aquí la necesidad ética de que los medios de comunicación sean responsables y cuidadosos a la hora de emitir ciertas representaciones o atributos de la mujer porque estos pueden crear resultados positivos o negativos en la mentalidad de la audiencia. De esta forma, se evidencia la gran influencia de los grupos mediáticos en la perspectiva de las personas respecto a un determinado tema y las personas van a replicar dichos comportamientos en la realidad (Penalva Verdú, 2002).

Adicionalmente, la audiencia se ha vuelto en cierto grado insensible, pues se acostumbró a observar a la violencia de manera continua y progresiva, lo cual los convierte en seres pasivos y con miedo. Los medios de comunicación han demostrado tener influencia sobre la audiencia, ya que esta cree vehemente lo que observa a través de estos medios y generalmente consideran que esos patrones culturales, deben ser replicados en la vida cotidiana. Esta situación, conlleva a un círculo vicioso de manifestar conductas no apropiadas en contra de la mujer, trayendo consigo efectos negativos y perjudiciales. Se debe reconocer que también se ha otorgado un espacio para informar acerca de la violencia contra la mujer a través de los centros mediáticos; no obstante, esta lucha solamente queda a nivel teórico y no se practica las debidas correcciones.

Del mismo modo, Sandoval Escobar (2006, p. 208) alude a que, "el realismo en los medios de comunicación incrementa de modo dramático los efectos de involucramiento y agresión, temor, la idea de que el mundo es un lugar peligroso, así como la desensibilización". Esta situación, ocasiona un mundo de incertidumbre, estrés, conflicto y desconfianza entre las personas, lo cual se traduce en la generación de violencia y a su vez que otro grupo sea victimizado.

CONCLUSIONES

El análisis realizado sobre los datos de la matriz de trabajos de titulación de Armijos

Vásquez (2018); González Granada (2019), Armijos Obaco (2019) y Sánchez Ortiz et al. (2019), así como de los sondeos de opinión realizados por el grupo de investigación a través de las asignaturas de Opinión Pública y Estadística permiten concluir que:

- La imagen de la mujer es percibida como la de un ser humano independiente, correspondiendo al patrón feminista; sin embargo, la condición igualitaria frente al hombre a pesar de estar presente en el imaginario social, aparece tímidamente en los resultados, lo cual deja entrever una resistencia desde el patrón machista aún predominante, categorizándolas como: sexo débil, sumisas, delicadas, frágiles o manipuladoras.
- En el tema de la comunicación mediática y la violencia hacia las mujeres, la población concuerda que los medios de comunicación transmiten temas sobre estereotipos de género y presentan las noticias de mujeres de manera sensacionalista con contenidos influyentes en el comportamiento de violencia de género.
- Tanto la ciudadanía como los medios de comunicación, no contribuyen en la formación de nuevos patrones socioculturales de género, pese a estar conscientes de la representación negativa de la mujer como un ser débil y sumiso.

Todo esto evidencia la urgencia de que los medios de comunicación, al ejercer influencia en el cambio de conducta y patrones socioculturales de género, deben contribuir a la deconstrucción de los patrones machistas aún predominantes. Los diarios desde sus ediciones deben impulsar la formación de nuevos patrones socioculturales de género, a través de la creación de contenidos educocomunicacionales, para re-orientar la percepción del rol que desempeñan las féminas a nivel social.

LIMITACIONES Y ESTUDIOS FUTUROS

El estudio se fundamentó principalmente en la sistematización de información secundaria, siendo esta su principal limitación; las autoras se proponen continuar esta línea de investigación para profundizar en las variables de estudio mediante el empleo de fuentes de información primaria.

AGRADECIMIENTO

Las autoras agradecen a sus colegas de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala por el apoyo brindado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad Tandazo, M. H. (2021). La Vulnerabilidad. Su enfoque desde el Derecho Privado. *Sociedad & Tecnología*, 4(S2), 638-653. <https://doi.org/10.51247/st.v4iS2.175>
- Albertín Carbó, P. (2017). Abriendo puertas y ventanas a una perspectiva psicosocial feminista: Análisis sobre la violencia de género. *Psicoperspectivas Individuo y Sociedad*, 16(2), 79-90. <https://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/1021/664>
- Apreza, S. (2020). Estereotipos en los medios de comunicación, creadores de desigualdad. *Memorias del XXI Concurso Lasallista de Investigación, Desarrollo e Innovación, CLIDI*, 6(1), 29-34. [doi:https://doi.org/10.26457/mclid.i.v6i1.2037](https://doi.org/10.26457/mclid.i.v6i1.2037)
- Arrijos Obaco, M. (2019). Estudio de opinión sobre los patrones socioculturales que inciden en el femicidio y violencia contra la mujer en Santa Rosa. Machala: Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14121>
- Arrijos Vásquez, V. (2018). Estudio de opinión sobre los patrones socioculturales que inciden en el femicidio y violencia contra la mujer en El Guabo. Machala: Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12378>
- Bermúdez Santana, D. M., & Solís Núñez, A. I. (2021). La vulneración de derechos, su incidencia en la salud mental de mujeres víctimas de violencia. *Sociedad & Tecnología*, 4(S2), 624-637. <https://doi.org/10.51247/st.v4iS2.174>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*(19), 61-78. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50203>
- Crespo Carreño, M. T., Cruz Sandoval, A. P. & Lazo Serrano, L. I. (2020) Patrones socioculturales de feminidad, comunicación mediática y representaciones de género en medios impresos orenses. Machala: UTMACH, Facultad de ciencias Sociales. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16406>
- Díaz Quiñonez, J. C. (2019). Reportaje audiovisual como herramienta de comunicación para la incidencia en patrones socioculturales femeninos en la ciudad de Machala. Machala: Universidad Técnica de Machala, 64. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14146>
- Díaz Campo, J., & Fernández Gómez, E. (2017). Estereotipos de género y socialización del menor: La publicidad de juguetes a través de Facebook en España. *Observatorio OBS* Journal*, 11(3), 25-43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120311>
- Dos Santos, T. C. (2009). *Representaciones sociales de*

- género un estudio psicosocial acerca de lo masculino y lo femenino.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=27257>
- Ferrer, V. & Bosch E. (2003). Algunas consideraciones generales sobre el maltrato de mujeres en la actualidad. Universidad de Barcelona. Anuario de Psicología, 204-213.
- Fiscalía General del Estado del Ecuador. (2022). Informe estadístico 2017-2021 [https://www.fiscalia.gob.ec/estadisticas-fge/](https://www.fiscalia.gob.ec.https://www.fiscalia.gob.ec/estadisticas-fge/)
- Galarza Fernández, E., Cobo Bedía, R., & Esquembre Cerdá, M. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*(71), 818-832. Doi:10.4185/RLCS-2016-1122
- García Beaudoux, V., D'Adamo, O., & Gavensky, M. (2018). Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 113-129.
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/61614/55592>
- García Muñoz, N., & Martínez García, L. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación y Sociedad* (10), 111-128.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n10/n10a5.pdf>
- González Granda, A .E. (2019). Estudio de opinión de los patrones socio culturales que inciden en la violencia contra la mujer en Santa Rosa. Machala: Universidad Técnica de Machala, 27.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13985>
- Groner, C., Muñoz, E., & Angulo, V. (2016). *La percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación social en Ecuador*. Ecuador: Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación-CORDICOM.
https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=145935&tab=opac
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285.
<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Hasan, V., & Gil, A. (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. *La ventana. Revista de estudios de género*, 5(43), 246-280.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-94362016000100246&script=sci_abstract
- Illescas Zhicay, M., Tapia Segarra, J., & Flores Lazo, E. (2018). Factores socioculturales que influyen en mujeres víctimas de violencia intrafamiliar. *Revista Killkana Sociales*, 2(3), 187-196.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6584526>
- Luffy, S., Evans, D., & Rochat, R. (2015). "Siempre me critican": barriers to reproductive health in Ocotal, Nicaragua. *Rev Panam Salud Pública*, 37(4/5), 245-250.
http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892015000400009
- Matamoros Ostaiza, F. E. & Lazo Serrano, L. I. (2018). Agenda mediática y el análisis de noticias protagonizadas por mujeres en los medios impresos de la provincia de El Oro. Machala: Universidad Técnica de Machala.

- http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13012
- Melo, A., & Astorino, J. (2016). Estereotipos de género en publicidades de productos orientados al público infantil en Argentina. *Ánfora*, 23(40), 17-50. <https://www.redalyc.org/pdf/3578/357846226001.pdf>
- Menéndez Menéndez, M. (2017). Entre el neomachismo y el retrosexismo antifeminismo contemporáneo en las industrias culturales. *Prisma Social: revista de investigación social*, 1-30. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1544>
- Montiel, V. (2007). Mujeres, política y noticiarios: el análisis desde la recepción desde la perspectiva de género. *Comunicación y Ciudadanía*, 1-26. <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/30332>
- Moreno Jiménez, M.B. (2019). Análisis de las fotografías periodísticas protagonizadas por mujeres en los diarios orenses durante el mes de diciembre de 2017. Machala: Universidad Técnica de Machala, 97. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14150>
- Olivares Donoso, R. (2015). Las representaciones sociales de la clasificación de escuelas presentes en los discursos en medios de comunicación escritos. *Estudios Pedagógicos* XLI(2), 195-211. <https://www.scielo.cl/pdf/estped/v41n2/art12.pdf>
- Penalva Verdú, C. (2002). El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*(10), 395-412. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2888>
- Rodríguez, C., Núñez Núñez, V., & Astudillo Rivera, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos - Chile. *Comuni@cción*, 8(2), 105-115. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200004
- Romero Quezada, M. Y. (2019) Stop motion herramienta educomunicacional para la disminución de patrones socioculturales femeninos de niñas y niños de la ciudad de Machala (trabajo de titulación). Machala: UTMACH, Unidad Académica de Ciencias Sociales, 66. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14158>
- Russell, D. E. (2008). *Strengthening understanding of femicide*. Washington, D.C.: PATH, MRC, WHO & IGWG. https://path.azureedge.net/media/documents/GVR_femicide_rpt.pdf
- Saldívar Garduño, A., Díaz, R., Reyes, N., Armenta, C., López, F., Moreno, M., . . . Hernández, J. (2015). Roles de Género y Diversidad: Validación de una Escala en Varios Contextos Culturales. *Acta de Investigación Psicológica*, 12(5). Doi:10.1016/s2007-4719(16)30005-9
- Sánchez Bustamante, J. (2018). Abordaje médico legal en casos de muerte violenta (femicidio) en el Ecuador y sus factores desencadenantes durante el 2017. Machala: Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12372>
- Sánchez Ortiz, G.L. & Lazo Serrano, L.I. (2019). Análisis de la agenda mediática y estereotipos de género en los medios impresos correo, el nacional y opinión. Machala: UTMACH, Facultad de ciencias Sociales, 58. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15139>

- Sandoval Escobar, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*, 5(2), 205-222. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002
- Sierra Caballero, F. (2017). Comunicación y Género. Agendas y cultura de investigación. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* (135), 9-14. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3340>
- Telcán Reyes, A. B. (2018). Estudio de la agenda setting en el tratamiento de notas informativas periodísticas protagonizadas por mujeres, en diarios de circulación provincial. Machala: Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12193>
- Tortajada Giménez, I., Araüna Baró, N., & Martínez Martínez, I. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*(41), 177-186. doi:<https://doi.org/10.3916/C41-2013-17>
- Valarezo Aguilar, M.E. & Lazo Serrano, L.I. (2019). Análisis de representaciones y atributos de la mujer en los diarios Nacional, Correo y Opinión de la ciudad de Machala. Machala: Universidad Técnica de Machala, 70. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15140>
- Vallester Calle, K. A. (2017). Estrategias de intervención de patrones soioculturales en violencia de género. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/1187>
- Villamar García, C.E. (2019). Estereotipos que inciden a la violencia de género contra la mujer: análisis en diarios impresos de El Oro. Machala: Universidad Técnica de Machala, 46. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14123>

CONTRIBUCIÓN DE LAS COAUTORES

Lizette Ivonne Lazo Serrano. Definición del tema e investigación de información general, redacción del documento.

Michelle Thalía Crespo Carreño. Establecimiento de la estructura del trabajo de investigación, revisión de los avances de la investigación.

Karol Elizabeth Gálvez-Palomeque. Correcciones de fondo del trabajo de investigación, más aplicación del estudio con información primaria.

Patricia Alexandra Pacheco Zerda. Revisión general del documento final, verificar la aplicación correcta de Normas APA-7.

RESEÑA BIOGRÁFICA DE LOS AUTORES

Lizette Ivonne Lazo Serrano

Docente Titular, UTMACH. Licenciada en Comunicación Social, Máster en Comunicación Organizacional y Educación Superior. Más de 20 años de experiencia profesional. Directora del Proyecto "Análisis de representaciones de género en diarios impresos y violencia de género contra las mujeres en la provincia de El Oro."

Michelle Thalía Crespo Carreño

Licenciada en Comunicación Social, UTMACH. Ha participado en el Festival de corto documentales, y concursos profesionales con el proyecto "La Colmena" y revista "Mujeres de Oro". Experiencia en investigación y levantamiento de información en temas sociales, diseño, producción, edición y postproducción de medios audiovisuales.

Karol Elizabeth Gálvez-Palomeque

Magíster en Comunicación/Marketing, y Diseñadora Gráfica (Universidad del Azuay). Docente de la carrera de Comunicación Social, UTMACH. Experiencia universitaria de 9 años, en las carreras de Diseño Gráfico, Marketing y Comunicación Social. Además, 15 años en el área de la comunicación visual.

Patricia Alexandra Pacheco Zerda

Magíster en Postproducción Digital Audiovisual, ESPOL, Master en Educación Superior, Licenciada en Diseño y Producción Audiovisual. Docente Universitaria con 8 años de experiencia, en la carrera de Comunicación Social, UTMACH. Experiencia profesional en diseño, producción televisiva, edición y postproducción en medios audiovisuales locales.