



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:
LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS
DEL MEDIO DIGITAL SÚPER PENINSULAR DEL CANTÓN LA
LIBERTAD**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

**AUTORAS:
MORALES MEJILLÓN ANGÉLICA DANIELA
VILLÓN BELTRÁN ALEXANDRA KATHERINE**

**TUTORA:
LIC. MARTHA YESENIA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:
LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS
DEL MEDIO DIGITAL SÚPER PENINSULAR DEL CANTÓN LA
LIBERTAD

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:
MORALES MEJILLÓN ANGÉLICA DANIELA
VILLÓN BELTRÁN ALEXANDRA KATHERINE

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
SUB-LINEA DE INVESTIGACIÓN:
MEDIOS IMPRESOS Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO
SOCIAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

Contenido

ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	7
DEDICATORIA	8
AGRADECIMIENTOS	9
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN IUC.....	10
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	11
RESUMEN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	15
1.2. Formulación del problema de investigación.....	17
1.3. Formulación de preguntas de investigación.....	17
1.4. Objetivos.....	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
1.5. Justificación de la investigación	18
1.6. Hipótesis	20
1.7. Definición de variables	20
1.7.1. Variable independiente - Lenguaje sexista	20
1.7.2. Variable dependiente - Redacciones periodísticas.....	20
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	21
2.1. Conocimiento actual	21
2.2. Fundamentación teórica y conceptual.....	22
2.3. Marco Legal	25
3. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Enfoque de investigación.....	31
3.2. Tipo de investigación.....	31
3.3. Diseño de investigación.....	32
3.4. Alcance de la investigación.....	32
3.5. Matriz de Operacionalización.....	33

3.6.	Población, muestra y periodo de estudio	35
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37
4.1.	Análisis Cuantitativo: Encuesta	37
4.2.	Análisis Cualitativo: Ficha de observación.....	45
5.	DISCUSIÓN.....	47
5.1.	Discusión de resultados de encuesta	47
5.2.	Discusión de resultados de ficha de observación.....	49
	CONCLUSIONES	51
	RECOMENDACIONES	52
	REFERENCIAS.....	53
	ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Considera usted que exista la presencia de un lenguaje sexista en las portadas de las redacciones periodísticas que emite el medio digital Super Peninsular?.....	37
Tabla 2. ¿Con qué frecuencia visita el perfil o fan page del medio Súper Peninsular? ..	38
Tabla 3. ¿Ha reflejado usted, dentro de las redacciones la existencia de estereotipos de géneros en el momento de la emisión de noticias.....	39
Tabla 4. ¿En las notas periodísticas del medio Súper Peninsular son inclusivos en términos de género?	40
Tabla 5. ¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?	41
Tabla 6 ¿Ha notado si el medio Súper Peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?	42
Tabla 7 ¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?	43
Tabla 8 ¿Considera usted que el medio antes de publicar una información verifica la existencia de palabras despectivas?	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Considera usted que exista la presencia de un lenguaje sexista en las portadas de las redacciones periodísticas que emite el medio digital Súper Peninsular?	37
Figura 2. ¿Con qué frecuencia visita el perfil o fan page del medio Súper Peninsular?	38
Figura 3. ¿Ha reflejado usted, dentro de las redacciones la existencia de estereotipos de géneros en el momento de la emisión de noticias?	39
Figura 4. ¿En las notas periodísticas del medio Súper Peninsular son inclusivos en términos de género?	40
Figura 5. ¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?.....	41
Figura 6. ¿Ha notado si el medio súper peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?	42
Figura 7. ¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?.....	43
Figura 8. ¿Considera usted que el medio antes de publicar una información verifica la posible existencia de palabras despectivas?	44

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe, **MORALES MEJILLÓN ANGÉLICA DANIELA** con C.I. **2450235284** y **VILLÓN BELTRÁN ALEXANDRA KATHERINE** con C.I. **2450501925**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es:

LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS DEL MEDIO DIGITAL SÚPER PENINSULAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

corresponde exclusiva responsabilidad de las autoras y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28 de junio 2024.

Atentamente,

Angélica

Alexandra Villón.

Morales Mejillón Angélica Daniela
C.I. 2450235284

Villón Beltrán Alexandra Katherine
C.I. 2450501925

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios en primer lugar, por haber guiado mi camino a donde quiera que me dirija, por darme entendimiento y sabiduría. Por consiguiente, a mis padres que son el motor de mis estudios, por el esfuerzo que hacen a diario para cumplir mis objetivos. A mis maestros y educadores quienes fueron parte de este maravilloso proceso lleno de aprendizajes y conocimientos, así como a mis amigos y compañeros que muchas veces fueron el apoyo y fortaleza en este difícil proceso y para finalizar este logro, me lo dedico a mí por el valor, la fe, paciencia y perseverancia en el proceso de mis estudios, por haber llegado a una de tantas metas que están por cumplirse.

Morales Mejillón Angélica Daniela

En el presente proyecto de investigación, se lo entrego en primer lugar a Dios por darme vida y salud, por ser él mi guía y fortaleza durante este proceso académico y permitirme culminar con éxito. A mis queridos padres, Carlos Villón y Daysi Beltrán por su apoyo incondicional, por hacer de ustedes mi inspiración en este logro de mi vida. A toda mi familia, especialmente a mis abuelos, tíos, hermanas, primas por cada uno de sus consejos. Para concluir, me lo dedicó a mí, en honor a mi esfuerzo y perseverancia de todo lo que podido lograr y a todos aquellos que aspiran cumplir sus metas a través de la carrera de comunicación y demostrar su valor.

Villón Beltrán Alexandra Katherine

AGRADECIMIENTOS

Estoy agradecida con Dios por siempre guiar mi camino y darme la fortaleza para continuar con todo lo que me propongo, por la constancia y apoyo de mis padres quienes fueron mi pilar fundamental y el motivo para no darme por vencida en el transcurso de mis estudios. Me encuentro agradecida con mis hermanos por haber estado cuando más los necesitaba y me incentivaban a seguir adelante. A mis maestros quienes me impartieron conocimientos y ayudaron a desenvolverme de mejor manera, por su paciencia y entusiasmo de enseñar con amor. Y por último estoy agradecida con las amistades que hice en esta vida universitaria porque siempre estuvieron prestos a ayudar en cualquier circunstancia y a mis angelitos del cielo porque me cuidan desde la distancia.

Morales Mejillón Angélica Daniela

Agradezco principalmente a Dios, por ayudarme una vez más en mis estudios y permitirme realizar un logro más en mi vida, A mis padres por estar conmigo y darme de todo su apoyo. A mí estimada maestra Martha Suintaxi, tutora del proyecto de tesis, le agradezco por ser mi guía académica en el transcurso de este tiempo y enseñarnos cada una de sus pautas que son de gran aprendizaje. Y a todos los maestros que nos han enseñado grandes conocimientos que quedan impregnados en nuestro conocimiento. A mis compañeras, especialmente a mis dos queridas amigas Emily y Natasha por ser el apoyo fraterno en este capítulo de mi vida. A mí estimado Daniel Gonzabay, mi compañero académico gracias por ser comprensible y siempre darme la mano en todo este proceso. Finalmente, gracias a todas las personas que fueron parte de este tiempo, dejando cada uno, de sus conocimientos para completar una etapa más en mi vida.

Villón Beltrán Alexandra Katherine



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN IUC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 28 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PH. D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que los estudiantes **Morales Mejillón Angélica Daniela** con cédula de identidad No **2450235284**, y **Villón Beltrán Alexandra Katherine** con cédula de identidad No **2450501925**, han cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón La Libertad”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo **se apruebe** el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**, vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de las autoras, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr.
DOCENTE TUTORA
Trabajo de Integración curricular II
C.L.: 0915060677
Correo Institucional: msuntaxi@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.

**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcda. Vilma Maribel García González.
MSc

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



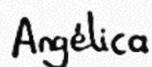
Lic. Martha Yesenia Suntaxi Andrade,
Mgtr.

**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

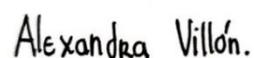


Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos, PhD.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Morales Mejillón Angélica Daniela
ESTUDIANTE



Villón Beltrán Alexandra Katherine
ESTUDIANTE

LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS EN EL MEDIO DIGITAL SÚPER PENINSULAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD

Morales Mejillón Angelica Daniela

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0821-2150>

Villón Beltrán Alexandra Katherine

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9323-2764>

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Carrera de Comunicación

RESUMEN

La presente investigación se basa en el análisis del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular. El objetivo de este estudio consiste en revisar, si existe el uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular en los titulares y/o encabezados. El enfoque de investigación está orientado a un estudio mixto por el método cuantitativo y cualitativo para la recopilación de información. Este proyecto reúne las características para un tipo de investigación básica con el diseño no experimental, usando la técnica de encuesta con su instrumento el cuestionario, la ficha de observación, para el seguimiento de investigación a una población de 384 personas. Durante el periodo de estudio se percibió el uso de este lenguaje en sus titulares y se observó el aspecto físico de las mujeres en las portadas, reconociendo que el uso de la mujer en la emisión informativa puede generar mayor audiencia al medio. Los resultados de este estudio indican que el lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital, se refleja en su contenido, no en su totalidad, pero si existen palabras o pronombres que ocasionan estereotipos de género. Por lo tanto, este estudio hace énfasis en la necesidad de representaciones más equitativas de hombres y mujeres con la finalidad de evitar la perpetuación de roles preestablecidos. Finalmente, se recomienda explorar estrategias para promover un lenguaje más inclusivo y equitativo en las redacciones y avanzar hacia una sociedad más igualitaria.

Palabras claves: *Medio digital, redacciones periodísticas, lenguaje sexista, estereotipos lingüísticos, disparidad de género.*

SEXIST LANGUAGE IN JOURNALIST EDITIONS IN THE SUPER PENINSULAR DIGITAL MEDIA OF THE CANTON LA LIBERTAD

Morales Mejillón Angélica Daniela

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0821-2150>

Villón Beltrán Alexandra Katherine

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9323-2764>

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Carrera de Comunicación

ABSTRACT

This research is based on the analysis of sexist language in the journalistic newsrooms of the digital medium Súper Peninsular. The objective of this study is to review whether there is the use of sexist language in the journalistic newsrooms of the digital medium Súper Peninsular in the headlines and/or headings. The research approach is oriented towards a mixed study using the quantitative and qualitative method for collecting information. This project meets the characteristics for a type of basic research with a non-experimental design, using the survey technique with its instrument, the questionnaire, the observation sheet, to monitor the research of a population of 384 people. During the study period, the use of this language was perceived in their headlines and the physical appearance of the women on the covers was observed, recognizing that the use of women in the news broadcast can generate a greater audience for the medium. The results of this study indicate that sexist language in journalistic newsrooms in digital media is reflected in its content, not in its entirety, but there are words or pronouns that cause gender stereotypes. Therefore, this study emphasizes the need for more equitable representations of men and women in order to avoid the perpetuation of pre-established roles. Finally, it is recommended to explore strategies to promote more inclusive and equitable language in newsrooms and move towards a more egalitarian society.

Key words: *digital media, journalistic redactions, sexist language, linguistic stereotypes, gender disparity.*

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación se titula, “Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón La Libertad”, está centrado en revisar si existe el posible uso de un lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital, en titulares y/o encabezados de las portadas, examinar las redacciones y comprobar si expresiones o afirmaciones provocan dicha problemática.

Este estudio aborda la problemática mediante un examen crítico del lenguaje utilizado en sus redacciones, con un enfoque específico en la identificación de estereotipos de género al analizar la presentación y descripción a hombres y mujeres, el uso de términos y estructuras lingüísticas, patrones de sesgo de género y cómo influye en la percepción pública e igualdad de oportunidades, contribuyendo al desarrollo de recomendaciones para una redacción inclusiva y no sexista.

La metodología de este estudio tiene un enfoque mixto, es decir una combinación cuantitativa y cualitativa para captar la frecuencia del fenómeno y conocer la percepción del público, con un tipo de investigación básica orientada a descubrir los principios básicos y estudio de hechos. Además de un diseño mixto para la comprensión y confiabilidad de resultados. Esta investigación está dividida en cuatro capítulos durante su desarrollo:

Capítulo I, se sustentan los antecedentes del problema de investigación, seguido de la justificación donde se describe las razones del estudio, la formulación del problema y descripción de objetivos generales y específicos.

Capítulo II, se describe el marco teórico y conceptual en el que se fundamentan los estudios de conocimiento actual, así como los fundamentos teóricos y conceptuales de las variables y dimensiones del estudio.

Capítulo III, hace referencia al marco metodológico, que establece el diseño, tipo y alcance de investigación, es decir el proceso a utilizar para el correspondiente levantamiento de información y recolección de datos.

Capítulo IV, se refiere al análisis de los datos y resultados obtenidos a partir del uso de las técnicas e instrumentos basada en la recolección de información. Además de la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones que comprueban la hipótesis planteada del proyecto de investigación.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación

El lenguaje es fundamental, debido que es el medio a través del cual se adquiere conocimiento, se interactúa de forma social y transmite información. El lenguaje sexista es también considerado como un constructo social en el que se internalizan conceptos, principios e ideologías, pero también se perpetúan estereotipos, prejuicios, actitudes y creencias sexistas. Según (Corrales et al., 2021), explica que: “Un lenguaje sexista tienen como resultado la exclusión, invisibilización y subyugación; especialmente de la mujer, al representarla como algo excepcional o particular. Eso contribuye a reforzar los prejuicios y estereotipos de género” (p.56). De acuerdo con los autores, el lenguaje sexista es aquel que interviene en los medios de comunicación tanto tradicional, como digital, que interactúa socialmente influyendo en los principios y creencias sexistas. Además, provoca ciertos factores como la estereotipación del género.

La redacción periodística es un nexo entre disciplinas que resalta el papel del periodismo como impulsor de las diversas áreas del conocimiento, que no solo se limita a informar hechos, sino que se convierte en un espacio donde convergen la ciencia, tecnología, humanidades y otras disciplinas. Los profesionales del periodismo emplean diferentes herramientas y enfoques de diversas áreas para analizar, interpretar y comunicar información de manera efectiva y significativa para el público, el mismo que enriquece la calidad del periodismo y a su vez, proporciona la comprensión completa de los sucesos a los que se enfrenta la sociedad. Como indica (López et al., 2020), en su libro:

Las redacciones periodísticas están enfocadas en el contenido informativo, específicamente en el lenguaje, abarcando sus expresiones, géneros y estilos, que abordan el estudio de fuentes, tipos de periodismo y organización profesional de los periodistas, en términos de: redacción periodística, análisis de mensaje periodísticos, lenguaje de los medios y valoración de textos periodísticos (p.12).

La redacción de periodismo se centra en los contenidos informativos, especialmente en el lenguaje, abarcando sus expresiones, géneros y estilos. Aunque se ha ampliado para incluir el estudio de fuentes de información, tipos de periodismo y organizaciones

profesionales de periodistas que tiene la importancia en su forma de expresión. Se refleja la diversidad de terminología utilizada como redacción y análisis periodísticos.

La capacidad lingüística en los seres humanos no es algo innato, sino que es adquirida a través de la cultura y aprendizaje, lo que da como significado que pueda estar en constante evolución y dar lugar a cambios en los estereotipos de género, los cuales no solo afectan a mujeres, sino también a hombres. El autor (Vayas y Pozo, 2019) afirma que:

El sexismo lingüístico hace referencia a los estereotipos lingüísticos que surgen de estructuras seleccionadas por palabras y suelen difundirse en los medios de comunicación, al momento de su redacción, con el propósito de actuar como mediadores en la sociedad (p.6).

Teniendo en cuenta a los autores, el sexismo lingüístico se produce en los medios de comunicación, especialmente en los impresos como digitales a la hora de redactar la información y la misma puede involucrar la aparición de estereotipos que afectarían a mujeres o incluso a los hombres.

El proceso de redacción no se limita únicamente a organizar la información, sino que implica considerar la estructura de la información con el fin de persuadir, informar o entretener al lector. Además, la textualización exige un profundo dominio de las normas lingüísticas, retóricas y pragmáticas para garantizar la claridad, coherencia y efectividad comunicativa del texto. Al resaltar procesos mentales, se enfatiza como la redacción va más allá de la transmisión de información y se convierte en un acto de creatividad y pensamiento crítico. Según, (Zamora, 2022) menciona que: “El periodista entiende de manera clara que la redacción es un proceso, que involucra diversos aspectos, que van desde la motivación hasta el cumplimiento de las reglas gramaticales al elaborar sus escritos” (p.9). De acuerdo con los autores, la redacción periodística no se limita únicamente a la transmisión de información, sino que implica una consideración de elementos, desde la motivación detrás del mensaje hasta el uso adecuado de las reglas gramaticales. Esta comprensión resalta la complejidad y la importancia de la redacción en el trabajo periodístico, por lo que influye directamente en la calidad y efectividad de la comunicación con el público.

El lenguaje sexista se hace evidente en la manera en que se emplea las palabras, la estructura lingüística y las expresiones que puedan mantener y a su vez difundir estereotipos de género, así como actitudes discriminatorias basadas en el sexo de las personas. Este tipo de lenguajes no solo tiene repercusiones en el ámbito lingüístico, sino que también tiene un

impacto en la percepción social y en la construcción de roles de género. Citando a (Charcopa, 2022), indica que: “La aceptación del sexismo, implica comportamientos violentos y degradante hacia las mujeres, la misma que está vinculada a la aceptación del sexismo benévolo, el cual este arraigado a las actitudes de una persona hacia las mujeres” (p.19). Desde el punto de vista, los autores hacen referencia que la aceptación de comportamientos violentos y degradantes hacia la mujer, denominado sexismo hostil, está vinculada al sexismo benévolo, el cual se manifiesta en apariencias que son positivas, pero también, perpetúan una visión subyacente de inferioridad en las mujeres. Ambas formas de sexismo están, interrelacionadas y pueden generar un impacto en la percepción y el trato hacia las mujeres en la sociedad.

La redacción periodística tiene un papel crucial en la formulación de las oraciones en la comunicación. Se destaca la relevancia de utilizar un vocabulario apropiado para presentar la información de manera que satisfaga el interés del público lector. Por lo que es esencial mantener un equilibrio y ser directo al abordar una amplia variedad de temas, ya sea político, sociales, culturales o deportivos. El autor (Bernita, 2019), habla en su cita: “La redacción periodística debe ser comprensible para la mayoría de los lectores, al mismo tiempo es concisa y estimulante, siempre satisfaciendo la curiosidad y el interés de los destinatarios” (p.14). La redacción periodística no solo busca transmitir información, sino que tiene objetivo de ser comprensible, concisa y estimulante. Además de involucrar y cautivar a su audiencia para mantener el interés de los lectores y a su vez garantizar que el mensaje sea recibido de manera efectiva. Esta conclusión, destaca la importancia de la redacción periodística y su conexión con el público, en la difusión exitosa de la información.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cuál es el impacto del uso de un lenguaje sexista, en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular en la audiencia que consume su contenido?

1.3. Formulación de preguntas de investigación

- ¿Qué factores inciden para que se dé la existencia del lenguaje sexista en el contenido que publica el medio digital Súper peninsular?
- ¿Qué temas suelen ser resaltados en las portadas del medio digital Súper Peninsular?
- ¿Qué tipos de expresiones que indiquen discriminación o estereotipos de género se pueden observar en las portadas del medio Súper Peninsular?

1.4.Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

Revisar si existe el posible uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular en los titulares y/o encabezados.

1.4.2. Objetivos específicos.

1. Verificar la existencia del lenguaje sexista en el medio digital Súper Peninsular, que ocasionen estereotipos de género.
2. Examinar las redacciones periodísticas del medio Súper Peninsular que emiten en las portadas.
3. Comprobar si las expresiones o afirmaciones que hay en las redacciones periodísticas generan la aparición de un lenguaje sexista en sus publicaciones.

1.5.Justificación de la investigación

El uso del lenguaje en los medios de comunicación desempeña un papel fundamental en la creación y perpetuación de los estereotipos de género en la sociedad. Los medios digitales, son la principal fuente de noticias e información, tiene un alcance masivo y una influencia bastante significativa en la percepción pública y formación de identidades, tanto individuales como colectivas. Según, (Vayas y Pozo, 2019) explica que:

El sexismo lingüístico está presente en la mayoría de los aspectos de la sociedad, especialmente debido a su conexión con la problemática de discriminación hacia la mujer en la sociedad actual. A pesar de los avances logrados por los movimientos feministas en los últimos años, aún persisten conductas que evidencian (p.7).

Sin embargo, existen decrecientes preocupaciones por la presencia del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas digitales, ya que puede contribuir a mantener desigualdades de género y limitar las oportunidades para mujeres y personas de géneros no binarios.

La redacción periodística se presenta como una herramienta esencial para comprender y analizar los sucesos que dan forma a nuestro entorno. Desde los principales titulares que adquieren la atención a nivel global, hasta las historias locales que impactan en las comunidades. El periodismo desempeña un rol vital al ofrecer una narrativa coherente y significativa de los sucesos que afectan. Como expresa el autor, (López et al., 2020) en su libro:

La información periodística es el estudio de la creación y difusión de textos informativos que buscan compartir diversos conocimientos en áreas experimentales, sociales y humanísticas, considerando su importancia científica, con el propósito de llegar a la audiencia a través de una narrativa principal, utilizado en los medios de comunicación (p.19).

Por consiguiente, este estudio y/o investigación busca abordar dicha problemática mediante un examen crítico del lenguaje utilizado en las noticias digitales, con un enfoque específico en la identificación y análisis de estereotipos de género. Al analizar cómo se presentan y describen a hombres y mujeres en las noticias, así como el uso de ciertos términos y estructuras lingüísticas, se pretende identificar patrones de sesgos de géneros y comprender como estos pueden influir en la percepción pública de los roles de géneros y en la igualdad de oportunidades en la sociedad.

Esta investigación tiene como objetivo analizar e identificar la presencia de lenguaje sexista en las redacciones que emite el medio digital para contribuir al desarrollo de estrategias y recomendaciones para una redacción inclusiva y no sexista a través del observatorio que se pretende realizar al medio, promoviendo así la diversidad, equidad de género y respeto a la pluralidad de identidades en el ámbito mediático. En última instancia, se espera que esta investigación no solo genere conocimiento académico sobre el tema, sino que también tenga un impacto práctico en la mejora de la calidad y ética de la comunicación mediática en línea.

1.6.Hipótesis

El lenguaje sexista en las redacciones periodísticas influye al usar términos que implican estereotipos y roles de género desiguales, lo que contribuye a la reproducción de discriminación de género, limitando la participación de las mujeres en la esfera pública, estereotipando el género femenino en la información que difunde el medio digital súper peninsular.

1.7.Definición de variables

1.7.1. Variable independiente - Lenguaje sexista

La lengua es un producto histórico en constante evolución que se adapta al nuevo tiempo. Sin embargo, aún persisten diferenciaciones lingüísticas que suelen reflejar desigualdades y estereotipos de género. Aquellas que se pueden manifestar a través de un lenguaje sexista. Como señala (Vayas y Pozo, 2019) en su cita: “El lenguaje sexista se describe con una forma de expresión que discrimina por motivos de sexo y evidencia de manera explícita las desigualdades entre hombres y mujeres en una sociedad en constante evolución” (p.19). Esta cita, hace referencia a la discriminación de personas por su sexo de tal forma que perpetúan los estereotipos de género. Además, esto refuerza las desigualdades entre hombres y mujeres que aún persisten en la sociedad.

1.7.2. Variable dependiente - Redacciones periodísticas

La redacción periodística debe ser comprensible, concisa y motivadora para la mayoría de los lectores y debe satisfacer la curiosidad e interés del destinatario. Según, (Bernita, 2019), menciona que:

La redacción periodística representa un tipo de comunicación en la que el periodista asume el papel de emisor, mientras que el público receptor se concibe como una audiencia colectiva, lo que implica que el mensaje es repetitivo, impersonal y con limitada retroalimentación. (p.2)

En la cita anterior, determina que la redacción periodística se refiere a un tipo de comunicación unidireccional de un emisor a una audiencia amplia con posibilidad de respuesta.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual

Lenguaje sexista

El sexismo lingüístico se refiere a una forma de discriminación de género que se refleja mediante el uso de palabras o de estructuras lingüísticas, sin importar el contenido del mensaje, por lo que es crucial estudiarlo y fomentar una comunicación equitativa. El autor (Molina, 2022), menciona que: “El sexismo lingüístico es consecuencia del sexismo social. Las lenguas no tienen ideologías, son los hablantes los que la tienen y la trasladan al lenguaje. Según la forma que se le da al mensaje, este se torna sexista o no” (p.15). De acuerdo con lo citado, el sexismo es aquel que refleja las creencias y prejuicios de la sociedad, los cuales no son intrínsecos al lenguaje en sí mismo y la forma en que se emplea un lenguaje puede cuestionar el sexismo, dependiendo de las actitudes y valores de quienes lo utilizan. Por tal motivo, que abordar el sexismo lingüístico implica a su vez abarcar las estructuras sociales más amplias que lo respaldan.

Redacciones periodísticas

Una comprensión profunda de la escritura periodística, incluida sus formas, estilos y narraciones es esencial para redactores del periodismo. Esta comprensión les permite no solo adaptarse al estilo de cada escritor, sino también contribuir al desarrollo y definición de ese estilo. (Paéz, 2020), explica en su libro que: “Para estructurar eficazmente el género informativo o periodístico es fundamental comprender el texto periodístico, reconocer su forma y estilo, contar la historia de manera vívida y contribuir a su desarrollo e identificación” (p.15). La presencia del periodismo puede dominar las diferentes formas y estilos de escritura periodística significa no solo contar historias de manera efectiva sino también colaborar en el desarrollo y la singularidad del estilo de cada escritor. Esta comprensión enriquece tanto el proceso de escritura como la diversidad del periodismo en general.

La redacción periodística se diferencia de otros estilos de escritura en la que enfatiza una presentación, ágil, entretenida e impresionante de noticias, lo que sugiere que los redactores deben tener habilidades específicas para transmitir información de

manera efectiva a través de diversos medios de comunicación. (Apolin, 2020), menciona que:

La redacción de un diario implica comunicar. Pensamientos o conocimiento sobre un tema previamente considerado actual., utilizando escritura especializada. Este estilo se utiliza para difundir información a través de diversos medios, cómo la radio, periódicos, impresos y redes sociales. Se diferencia la escritura convencional en que enfatiza la creación de información que sea versátil, entretenida e impactante (p.26).

De acuerdo con lo expuesto, el periodismo no se trata solo de transmitir información, sino también de la capacidad de hacerlo de forma especializada y atractiva para una audiencia. Este enfoque específico requiere habilidades únicas que permiten al escritor adaptarse a diferentes medios y mantener el interés del lector o espectador.

2.2.Fundamentación teórica y conceptual

Estereotipos lingüísticos

Los estereotipos presentes en la sociedad son simplificaciones sobre grupos de personas que influyen en las percepciones y restringen la comprensión de la diversidad humana. Esta visión, se fundamenta en generalizaciones frecuentemente pasa por alto la complejidad individual y perpetúa prejuicios que pueden tener impacto significativo en aspectos sociales. Según el autor (Jovanović, 2022), explica que: “Los estereotipos lingüísticos corresponden a los estereotipos de pensamiento fijados en fórmulas o expresiones determinadas propias de una lengua, que abarcan colocaciones, locuciones, fórmulas rutinarias y refranes” (p.162). Por lo tanto, los estereotipos lingüísticos comprenden un conjunto de ideas preconcebidas entre los hablantes de una lengua o comunidad. Estas representaciones buscan instruir en las interacciones sociales y en la percepción de los individuos, subrayando la importancia de cuestionar y eliminar estos estereotipos para fomentar una comunicación inclusiva y precisa en la sociedad.

Disparidad de género

La disparidad o desigualdad de género es considerada un desafío arraigado en la sociedad, que tiene un enfoque integral al momento de ser abordado de manera efectiva, el cual no depende de la educación, sino de que, en lugar de perpetuar las desigualdades, estas instituciones sean vistas como impulsores para promover la igualdad y equidad entre géneros. (Castañeda y Díaz, 2020), indica en su libro:

Las desigualdades de género varían a lo largo de la vida. Las mujeres y hombres adquieren mediante un proceso de socialización, patrones de comportamientos específicos que los diferencian y se basan en una construcción social, de manera que las condiciones de vida que se enfrentan con independencia de su identidad sexual se modifican con el tiempo. Los cambios, la prolongación, la crianza y la incorporación al mercado laboral determinan configuraciones en términos de desigualdad de género en los diferentes grupos de edad. (p.12)

De acuerdo con el autor, la desigualdad de género se presenta de manera variada y dependiendo del entorno económico, social y cultural de una sociedad, en el que esta discrepancia tiende a afectar de forma desproporcionada a las mujeres en comparación con los hombres y el reconocerlas implica abordar estructuras arraigadas en el que perpetúan dichas desigualdades en cualquier ámbito de la vida.

Cambios del lenguaje

El cambio implica una dinámica de interacción entre diferentes estructuras y formas de la sociedad, proceso que se puede manifestar de diversas maneras, el cual una estructura prevalece, mientras que la otra disminuye y se adapta a ámbitos diferentes en el que pueden desaparecer. La flexibilidad y adaptabilidad son de importancia a la hora de comprender como evolucionan las estructuras sociales e influyen en la realidad colectiva (Gonzalez, 2021) en su libro, explica que: “El cambio lingüístico consiste en una transformación, un reajuste en un sistema dado que garantiza que la lengua siga manteniendo su función básica comunicativa” (p.9). Teniendo en cuenta la cita anterior, explica como el cambio lingüístico es considerado un proceso esencial para que una lengua esté en constante evolución y se vaya adaptando a las necesidades de comunicación de una sociedad en particular, asegurando así su continuidad y relevancia en el tiempo.

Técnica y estilo

El estilo periodístico se percibe como una identidad distintiva en los diferentes medios de comunicación, además de que también se valora el desempeño crucial en las técnicas de redacción en el desarrollo del estilo periodístico, el autor (Guevara, 2017) menciona:

Por ello, es necesario contar con un estilo de identidad profesional y para ello, es necesario un conocimiento enriquecedor del lenguaje, que implica la comprensión de elementos relacionados con la gramática, la ortografía, la sintaxis y el léxico. Esto requiere dedicación, compromiso y responsabilidad por parte de quienes acceden a la profesión (p.08).

Por ende, las técnicas de redacción y el estilo periodístico deben estar esencialmente vinculados al proceso formativo. Esta correlación es esencial para asegurar el desarrollo de las habilidades, para producir contenidos de calidad y con la coherencia estilística adecuada, reflejando así la profesionalidad y rigor que se exige.

Ética y responsabilidad

Frecuentemente en los últimos años la preocupación está en aumento por el manejo de la información que nos brindan los medios de comunicación y la administración en las cuestiones de género con una mayor demanda de desigualdad entre hombres y las mujeres. El autor (Rivas, 2020) indica que: “La ética periodística y la responsabilidad juegan un papel fundamental con valor a la nueva ética periodísticas, donde abordaría la función que tienen los medios de comunicación en la construcción social del género partiendo de la responsabilidad social” (p.84). De acorde a lo mencionado del autor, la ética y la responsabilidad social juegan un papel fundamental, los roles de género siempre deben de ser iguales en cualquier ámbito del periodismo, donde se reconozca que existe un estereotipo de la mujer tratando de así construir una sociedad no sexista.

Contextualización

En el ámbito del periodismo es crucial incluir todos los datos necesarios que permitan al lector entender el contexto, por ende, el autor (Grijelmo, 2014) indica que:

El texto destaca la dificultad inherente a la creación de contextos en el periodismo escrito, en que las oraciones periodísticas deben tener un solo sentido o interpretación. La necesidad de precisión y claridad en cada oración es crucial para superar las limitaciones impuestas por la diversidad del público lector (p.48).

Por lo tanto, es crucial que la redacción de los periodistas proporcione un marco completo y preciso de los acontecimientos para asegurar una comprensión adecuada del contenido dentro del contexto.

2.3.Marco Legal

En este apartado se presenta las políticas, leyes y normativas que busca sustentar el marco legal del tema de investigación, el mismo que se fundamenta en los principios y derechos constitucionales de igualdad y no discriminación, consagrados en la constitución del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación, indica que se deberán analizar de qué forma, estas disposiciones se aplican en la práctica periodística, contribuyendo y fomentando un lenguaje más equitativo en los medios digitales.

Acuerdos y/o normas internacionales

Naciones Unidas

Según, la Convención sobre la eliminación de la discriminación contra la mujer de, Los principales tratados internacionales de derechos humanos, mencionados en el artículo 2 y publicado por las Naciones Unidas (2007) indica que:

Los Estados Parte condenan la discriminación contra la mujer en todas sus formas, convienen en seguir, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, una política encaminada a eliminar la discriminación contra la mujer y, con tal objeto, se comprometen a:

- a) Consagrar, si aún no lo han hecho, en sus constituciones nacionales y en cualquier otra legislación apropiada el principio de la igualdad del hombre y de la mujer y asegurar por ley u otros medios apropiados la realización práctica de ese principio;

- b) Adoptar medidas adecuadas, legislativas y de otro carácter, con las sanciones correspondientes, que prohíban toda discriminación contra la mujer;
- c) Establecer la protección jurídica de los derechos de la mujer sobre una base de igualdad con los del hombre y garantizar, por conducto de los tribunales nacionales competentes y de otras instituciones públicas, la protección efectiva de la mujer contra todo acto de discriminación;
- d) Abstenerse de incurrir en todo acto o práctica de discriminación contra la mujer y velar por que las autoridades e instituciones públicas actúen de conformidad con esta obligación;
- e) Tomar todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer practicada por cualesquiera personas, organizaciones o empresas;
- f) Adoptar todas las medidas adecuadas, incluso de carácter legislativo, para modificar o derogar leyes, reglamentos, usos y prácticas que constituyan discriminación contra la mujer;
- g) Derogar todas las disposiciones penales nacionales que constituyan discriminación contra la mujer (págs.75,76).

Consejo de Europa

El Consejo de Europa ha adoptado una serie de normas e instrumentos para promover la igualdad entre mujeres y hombres, incluida la Estrategia del Consejo de Europa para la igualdad entre mujeres y hombres 2014-2017, presenta los siguientes objetivos estratégicos:

- luchar contra los estereotipos de género y el sexismo;
- prevenir y combatir la violencia contra las mujeres;
- garantizar a las mujeres la igualdad de acceso a la justicia;
- integrar las cuestiones de igualdad en todas las políticas y medidas;

Además, el artículo 4 de la Carta Social Europea Revisada (ETS No. 163) reconoce el derecho de los trabajadores y trabajadoras a igual remuneración por un trabajo de igual valor. El sector audiovisual, que incluye, el cine, la radiodifusión, los medios digitales y videojuegos, tiene un papel particular que desempeñar en la consecución de estos objetivos. En este sector, la libertad de expresión y la igualdad entre mujeres y hombres están intrínsecamente vinculadas: el ejercicio de la libertad de expresión puede promover la igualdad entre mujeres y hombres;

El contenido audiovisual puede obstaculizar o acelerar cambios estructurales que conduzcan a la igualdad de género. Las desigualdades sociales entre mujeres y hombres se reproducen en los contenidos audiovisuales, pero también en el sector audiovisual. El sector audiovisual sirve a todos los miembros de la sociedad para ello, debe prestarse especial atención a la igualdad entre mujeres y hombres, tanto en términos de participación, como en el contenido y la forma de tratar y describir a las mujeres, de acuerdo, con la solicitud dirigida a la Partes del Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica (CETS No. 210) para alentar al sector tecnológico de la información y la comunicación, y a los medios de comunicación para fortalecer el respeto por la dignidad de la mujer de conformidad con el artículo 17 (p.1,2).

Constitución de la Republica del Ecuador

En cuanto, al artículo 19 de la Constitución de la Republica del Ecuador, publicada en el registro oficial No. 449 el 20 de octubre del año (2008), hace referencia a que:

La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos (p.16).

Ley Orgánica de la Comunicación

Por consiguiente, en la sección 1 correspondiente a derechos de libertad, capítulo 2 derechos a la comunicación de la Ley Orgánica de la Comunicación (LOC), reformada en el año (2013), publicada en Registro Oficial Suplemento 432, establece en los siguientes artículos:

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de

ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco con relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente (p.9).

Como tal, en Título IV Regulación de contenidos de La Ley Orgánica de Comunicación, (2013) se mencionan los siguientes artículos:

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en: a. Informativos -I; b. De opinión -O; c. Formativos/educativos/culturales F; d. Entretenimiento -E; e. Deportivos -D; y, f. Publicitarios -P. Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Los medios de comunicación de radiodifusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir sobre el contenido de su preferencia. Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

Art. 61.- Contenido discriminatorio. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género,

identidad cultural, estado civil, idioma, religión, Ley Orgánica de Comunicación-ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios.

Art. 62.- Prohibición. - Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad a sus competencias.

Art. 63.- Para los efectos de esta Ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio se verificará al menos, la concurrencia de los siguientes elementos, sin perjuicio de aquellos criterios desarrollados en instrumentos internacionales de derechos humanos: a. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción; b. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y, c.

Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.

Art. 67.- Prohibición. - Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso y de cualquier otra naturaleza.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad a sus competencias.

Art. 68.- Contenido sexualmente explícito. - Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.

Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad a sus competencias.

Art. 68.1.- Informe Técnico de Contenido. Para la determinación de posible contenido discriminatorio, violento o sexualmente explícito, las personas, u organizaciones de la sociedad civil podrán solicitar al Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación la emisión del Informe Técnico de Contenido.

El Informe Técnico emitido por Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, no tendrá el carácter de vinculante; sin embargo, de ser solicitado por una autoridad, deberá ser valorado al momento de emitir una decisión para cada caso concreto.

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales; y de ser el caso, ponerlos en conocimiento de la Defensoría del Pueblo para su trámite correspondiente. El Reglamento de esta Ley, desarrollará el trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido. Este Informe no constituye un requisito para el planteamiento de las acciones legales correspondientes (págs. 22,23,24,25).

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

El método o enfoque mixto que se pretende llevar a cabo en el tema de investigación tiene la necesidad y busca afrontar la complejidad de los problemas existentes en su desarrollo por lo que algunos investigadores optan por esta dirección y profundizan en ambas técnicas, tanto la cualitativa como la cuantitativa. Para (Vizcaíno et al., 2023) define que:

El enfoque mixto en la investigación es una estrategia que amalgama tanto elementos cualitativos como cuantitativos en un solo estudio. Su objetivo es aprovechar las fortalezas de ambos enfoques para lograr una comprensión más profunda y completa del fenómeno en cuestión. Esto implica la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos de manera simultánea o en fases sucesivas. (p. 6)

Según lo citado, el enfoque mixto es una combinación del método cuantitativo y cualitativo, aquello que es ideal para captar la extensión y frecuencia del fenómeno que se pretende estudiar y de conocer las percepciones u opiniones de los participantes. además de permitir obtener una comprensión profunda y holística del posible uso de lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital.

3.2. Tipo de investigación.

El tipo de investigación que se va a aplicar es la, básica. Según, (Vizcaíno et al., 2023) determina que: “La investigación básica, también conocida como investigación pura o fundamental, se enfoca en ampliar el conocimiento científico y teórico sobre un área determinada sin tener en cuenta su aplicación práctica inmediata” (p.14). La investigación básica o fundamental es aquella que está orientada a descubrir las leyes o los principios básicos, y a su vez profundizar los conceptos de un determinado tema, considerándolo como un punto de apoyo inicial para el respectivo estudio de los hechos. Busca el progreso científico, y acrecentar los conocimientos teórico, respecto al tema de investigación, permite estudiar, discernir e incrementar los conocimientos.

3.3.Diseño de investigación.

En el desarrollo de la investigación sobre el lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular se aplica el diseño no experimental que tiene como objetivo analizar e interpretar el fenómeno de las variables. (Sampieri et al., 2014) menciona que:

La investigación no experimental es la forma de observar los casos que se presentan en un contexto natural para ser analizados. El investigador prepara voluntariamente situaciones en donde se expone diferentes casos, para tales situaciones se evalúan las circunstancias para su debido tratamiento. (p.152)

Según el autor el diseño no experimental estudia casos que ya existen dentro de nuestra naturaleza sin ser manipulados los mismos que se analizan para posterior a ello buscar soluciones. El proyecto de investigación lenguaje sexista en las redacciones periodísticas son variables que no se manipulan y estudian el efecto o impacto que tiene mediante los instrumentos de recolección de datos para luego ser analizados.

3.4.Alcance de la investigación.

Dentro del contexto actual, la investigación que se desarrolla va dirigida hacia la sociedad con el objetivo de cobrar relevancia al momento de abordar la influencia del lenguaje en la construcción de la realidad y perpetuación de desigualdades de género donde los medios de comunicación desempeñan un papel esencial al momento de difundir información y dar forma a discursos públicos, convirtiéndose en agentes clave en la transmisión de valores y normas sociales.

La proyección de este estudio se fundamenta en la necesidad de examinar si existe la presencia de un lenguaje sexista en el medio digital Súper Peninsular, buscando no solo sensibilizar sobre estas prácticas, sino también proponer soluciones concretas que impulsen un cambio positivo hacia una comunicación más igualitaria. La investigación propone identificar practicas sexistas y a su vez mejoras de comunicación donde la influencia mediática es considerada fundamental, por lo que se aspira a contribuir activamente a la erradicación de posible aparición de estereotipos de género, promoviendo la construcción de una sociedad justa y equitativa.

3.5. Matriz de Operacionalización.

Matriz de Operacionalización

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS CUALITATIVA	VARIABLES CATEGÓRICAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón La Libertad	¿Cuál es el impacto que causa el uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio súper peninsular frente a la audiencia que consume el contenido que se transmite por el medio?	<p>General. Revisar si existe un uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular en los titulares y/o encabezados.</p> <p>Específicos. 1. Verificar la existencia del lenguaje sexista en el medio digital Súper Peninsular, que ocasionen estereotipos de género o incentiven la discriminación. 2. Examinar las reacciones periodísticas del medio Súper Peninsular que emiten en las portadas. 3. Comprobar si las expresiones o afirmaciones que hay en las redacciones periodísticas generan la aparición de un lenguaje sexista en sus</p>	El lenguaje sexista en las redacciones periodísticas influye al usar términos que implican estereotipos y roles de género desiguales, lo que contribuye a la reproducción de discriminación de género, limitando la participación de las mujeres en la esfera pública, estereotipando el género femenino en la información que difunde el medio digital súper peninsular.	Lenguaje sexista	“El lenguaje sexista se describe con una forma de expresión que discrimina por motivos de sexo y evidencia de manera explícita las desigualdades entre hombres y mujeres en una sociedad en constante evolución” (Vayas y Pozo, 2019, pág. p.19)	Estereotipos lingüístico	Juicio de valor	<ul style="list-style-type: none"> Ficha de Observación Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario : Escala de Likert Ficha de observación
						Disparidad de género	Términos o expresiones sexistas		
						Cambios del lenguaje	Evolución del lenguaje y su relación con cambios sociales y/o culturales		
						Técnica y estilo	Enfoque y estilo		
				Redacciones periodísticas	“La redacción periodística representa un tipo de comunicación en la que el periodista asume el papel de emisor, mientras que el	Ética y responsabilidad	Transparencia del contenido mediático	<ul style="list-style-type: none"> Ficha de Observación Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario : Escala de Likert Ficha de observación

	publicaciones.			<p>público receptor se concibe como una audiencia colectiva, lo que implica que el mensaje es repetitivo, impersonal y con limitada retroalimentación” (Bernita, 2019, pág. 2)</p>	Contextualización	Adaptabilidad del lenguaje	
--	----------------	--	--	--	-------------------	----------------------------	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio.

Población:

Para definir la población el investigador identifica estos factores para realizar la investigación si la unidad de observación consta de sujetos, se identifican las ubicaciones para caracterizar las unidades de estudio, denominadas población o sujetos de estudio accesibles. Esta población accesible es una muestra representativa de la población. Por consiguiente, el autor (Mucha et al., 2021) menciona: “Para estimar la proporción de la población es necesario calcular un tamaño de muestra adecuado. Este cálculo cambia dependiendo del tamaño de la población, por lo que es necesario distinguir poblaciones Infinitas de las finitas” (p.52). Por ende, bajo el contexto del autor, en el presente trabajo de investigación se determina una población de 97.200 mil seguidores, por lo cual corresponderían a la audiencia de la fan page de la red social Instagram.

Muestra:

La muestra es un proceso fundamental por lo que se define como un subconjunto o parte de la población, por ende, los datos obtenidos de la muestra se utilizan para realizar la investigación, según la autora (Cruz et al., 2014) menciona:

La muestra puede estar determinada de una población seleccionada para el uso de un estudio, el punto clave es que la muestra debe ser representativa. Es decir, se debe reflejar con precisión el comportamiento de la población para que los resultados del estudio puedan generalizarse a toda la población (p.107).

Para obtener una muestra confiable debemos de utilizar fórmulas estadísticas aplicando porcentaje de confiabilidad, probabilidad y el margen de error. Por lo tanto, una vez señalada la población asociamos este texto con nuestra línea de investigación, porque cumple con el procedimiento, para determinar la muestra que para este efecto será probabilística, por lo tanto, se aplicará el muestreo probabilístico, para obtener la muestra definitiva con un total de 384 personas que será nuestra muestra resultante.

Muestreo probabilístico:

La muestra probabilística también conocida como representativa u aleatoria, es la población de estudio de investigación, en la que todos los individuos que forman parte de estos mismo, tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, por lo tanto,

en base a esto, se ha seleccionado el método probabilístico que nos menciona, (Rojas, 2023):

El muestro probabilístico se puede diseñar de diferentes maneras que pueden ser: al azar, sistemático, estratificado o por conglomerados. Cada una de estas reconoce la capacidad y probabilidad del análisis de nuestras unidades de estudio logrando ser agregadas a nuestra muestra (p.150).

Según lo antes señalado el método probabilístico ayudara a seleccionar la muestra definida del estudio mediante un proceso aleatorio porque, se cumplen con los requerimientos y las necesidades que nos menciona para el presente trabajo de investigación.

Por lo tanto, para calcular el tamaño de la muestra que vamos a encuestar se utilizó la fórmula de la aplicación de Survey Monkey que consiste en digitar el tamaño de la población que corresponde a 97,200 personas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, que da una muestra de 383 encuestados.

The image shows a screenshot of the SurveyMonkey sample size calculator. At the top, there is a heading "Calcula el tamaño de tu muestra". Below this, there are three input fields: "Tamaño de la población" with the value 97,200, "Nivel de confianza (%)" with a dropdown menu set to 95, and "Margen de error (%)" with the value 5. At the bottom, the result "Tamaño de la muestra" is displayed in large green numbers as 383.

*Fórmula Sistemática aplicada para la muestra.
Fotografía: Captura de pantalla de la página*

Periodo de estudio:

El periodo de estudio está comprendido desde el 1 de mayo del año 2024 hasta el día 31 de mayo del presente año con la duración de un mes de investigación bajo las técnicas e instrumentos de escala de Likert y ficha de observación, dirigido a la audiencia del medio digital Súper Peninsular.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis Cuantitativo: Encuesta

Tabla 1

1. ¿Considera usted que exista la presencia de un lenguaje sexista en las portadas de las redacciones periodísticas que emite el medio digital Super Peninsular?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	108	28%
Casi siempre	179	47%
Ocasionalmente	74	19%
Raramente	19	5%
Nunca	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio súper peninsular.
Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 1

1. ¿Considera usted que exista la presencia de un lenguaje sexista en las portadas de las redacciones periodísticas que emite el medio digital Súper Peninsular?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.
Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la interpretación que se llevó a cabo en la encuesta realizada a la audiencia del medio digital Súper peninsular, indicaron 108 personas que equivale a un 28% respondieron a “siempre”, 179 personas que equivale a 47% respondieron “casi siempre”, 74 personas que equivale al 19% respondieron “ocasionalmente”, 19 personas que equivale a un 5% respondieron a “raramente” y 4 personas que equivale al 1% respondieron “nunca”, que hace referencia a que la mayoría de los usuarios considera que el lenguaje sexista está presente en las portadas de las redacciones periodísticas del medio digital.

Tabla 2

2. ¿Con qué frecuencia visita el perfil o fan page del medio Súper Peninsular?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	146	38%
Casi siempre	124	32%
Ocasionalmente	66	17%
Raramente	42	11%
Nunca	6	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 2

2. ¿Con qué frecuencia visita el perfil o fan page del medio Súper Peninsular?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la encuesta dirigida al público del medio digital Súper peninsular se refleja que 146 personas que equivale al 38% respondieron al “siempre”, 124 personas equivalente al 32% indicaron “casi siempre”, 66 personas equivalente al 17% respondieron a “ocasionalmente”, 42 personas que equivale al 11% respondieron “raramente” y 6 personas que equivale al 2% respondieron que “nunca”, hace referencia a que la mayoría de los encuestados visita el perfil o fan page del medio digital, lo que refleja un alto nivel de interacción y compromiso de los usuarios con el contenido informativo.

Tabla 3

3. ¿Ha reflejado usted, dentro de las redacciones la existencia de estereotipos de géneros en el momento de la emisión de noticias?

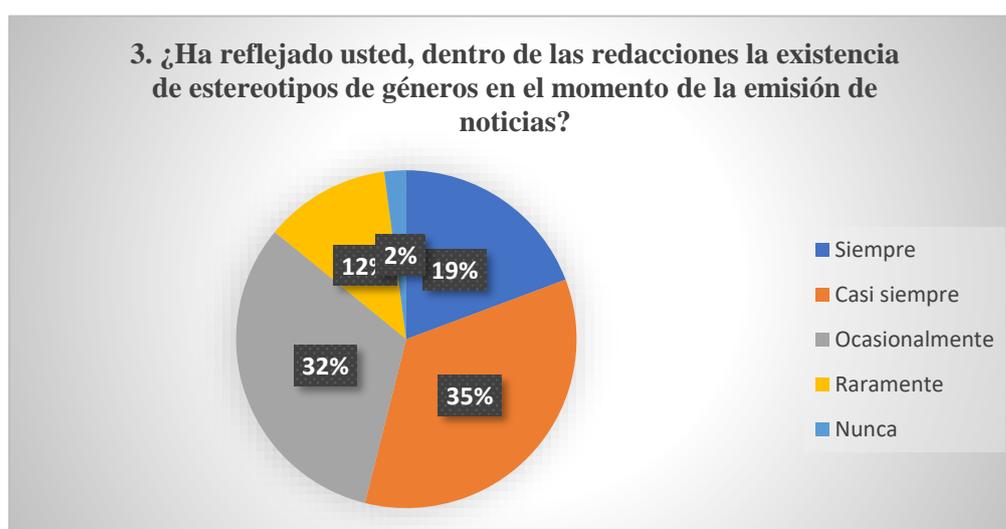
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	74	19%
Casi siempre	133	35%
Ocasionalmente	123	32%
Raramente	46	12%
Nunca	8	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 3

3. ¿Ha reflejado usted, dentro de las redacciones la existencia de estereotipos de géneros en el momento de la emisión de noticias?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la interpretación de la encuesta realizada a la audiencia del medio súper peninsular, 74 personas equivalente al 19% indicaron que “siempre”, 133 personas equivalente al 35% respondieron “casi siempre”, 123 personas equivalente al 32% respondieron “ocasionalmente”, 46 personas equivalente al 12% indicaron que “raramente” y 8 personas equivalente al 2% respondieron “nunca”. Estos resultados indican que existe una presencia considerable de estereotipos de géneros en las redacciones del medio al momento de publicar noticias.

Tabla 4

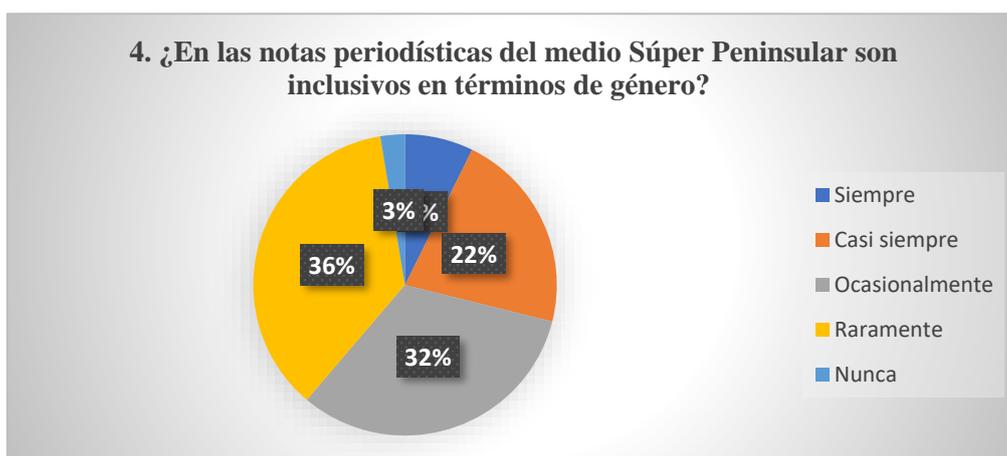
4. ¿En las notas periodísticas del medio Súper Peninsular son inclusivos en términos de género?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	7%
Casi siempre	83	22%
Ocasionalmente	124	32%
Raramente	139	36%
Nunca	10	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.
Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 4

4. ¿En las notas periodísticas del medio Súper Peninsular son inclusivos en términos de género?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.
Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En los datos encuestados que se llevó a cabo en el formulario, se registra que, 28 personas equivalente a un 7% respondieron “siempre”, 83 personas equivalente al 22% respondieron “casi siempre”, 124 personas equivalente al 32% indicaron “ocasionalmente”, 139 personas equivalente a 36% indicaron “raramente” y 10 personas equivalente al 3% respondieron “nunca”, esto hace referencia a que en su gran mayoría los encuestados consideran que el medio no es lo suficientemente inclusivos en términos de género.

Tabla 1

5. ¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	8%
Casi siempre	90	23%
Ocasionalmente	129	34%
Raramente	129	34%
Nunca	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 5

5. ¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la interpretación que se llevó a cabo en la encuesta realizada para saber, si el medio usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos, las respuestas indicaron lo siguiente: 32 personas que equivale a un 8% que respondieron a “siempre”, 90 personas que equivale a un 23% respondieron a “casi siempre”, 129 personas que equivale a un 34% respondieron a “ocasionalmente”, 129 personas que equivale a un 34% respondieron a “raramente”, y finalmente 4 personas que equivale a un 1% respondieron a “nunca”. Hace referencia en que la audiencia ocasionalmente notan que el medio, usa de manera equitativa los pronombres hacia ambos géneros en sus textos.

Tabla 2

6. ¿Ha notado si el medio Súper Peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	6%
Casi siempre	76	20%
Ocasionalmente	121	32%
Raramente	153	40%
Nunca	10	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 6

6. ¿Ha notado si el medio súper peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la encuesta realizada sobre si el medio aborda temas relacionados con la igualdad de género, indicaron 24 personas que equivale a un 6% respondieron a (siempre), 76 personas que equivale a un 20% respondieron a (casi siempre), 121 personas que equivale a un 32% respondieron a (ocasionalmente), 153 personas que equivale a un 40% respondieron a (raramente), 10 personas que equivale a un 3% respondieron a (nunca). Los resultados hacen referencia a que la audiencia raramente visualiza que aborda temas relacionados con la igualdad de género.

Tabla 3

7. ¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	4%
Casi siempre	83	22%
Ocasionalmente	127	33%
Raramente	150	39%
Nunca	9	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 7

7. ¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: Los datos hallados a través de la encuesta realizada sobre si observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio, indicaron 15 personas que equivale a un 4% respondieron a “siempre”, 83 personas que equivale a un 22% respondieron a “casi siempre”, 127 personas que equivale a un 33% respondieron a “ocasionalmente”, 150 personas que equivale a un 39% respondieron a “raramente”, 9 personas que equivale a un 2% respondieron a “nunca”. Hace referencia a que la audiencia raramente observa variedad de lenguaje en los contenidos del medio.

Tabla 4

8. *¿Considera usted que el medio antes de publicar una información verifica la existencia de palabras despectivas?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	57	15%
Casi siempre	61	16%
Ocasionalmente	94	24%
Raramente	163	42%
Nunca	9	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Figura 8

8. *¿Considera usted que el medio antes de publicar una información verifica la posible existencia de palabras despectivas?*



Fuente: Encuesta aplicadas en la red social Instagram del medio Súper Peninsular.

Elaborado por: Angélica Morales y Alexandra Villón, mayo 2024.

Análisis: En la interpretación que se llevó a cabo en la encuesta realizada a la audiencia. Sobre si el medio antes de publicar una información verifica la posible existencia de palabras despectivas, las respuestas indicaron 57 personas que equivale a un 15% respondieron a “siempre”, 61 personas que equivale a un 16% respondieron a “casi siempre”, 94 personas que equivale a un 24% respondieron a “ocasionalmente”, 163 personas que equivale a un 42% respondieron a “raramente”, 9 personas que equivale a un 2% respondieron a “nunca”; se refiere a que la audiencia raramente observa que el medio verifica las palabras despectivas al momento de publicar sus contenidos.

4.2. Análisis Cualitativo: Ficha de observación

Ficha de observación							
Medio observado: Red social de Instagram - Súper Peninsular							
Tiempo de observación: Mes de mayo (mayo 01 del 2024 hasta mayo 31 del 2024)							
Observantes: Morales Mejillón Angélica Daniela y Villón Beltrán Alexandra Katherine							
Instrucciones: Monitorear y registrar con una X si el medio aplica el cumplimiento de alguna acción o criterio en el recuadro de la semana correspondiente.							
Criterios	Cumple		S1	S2	S3	S4	Observación
	Si	No					
Analiza si la noticia aborda los temas de genero de manera equitativa o si hay una inclinación hacia un género específico.	x			x			El medio analiza en el mes de mayo que se llevó a cabo la observación, se ha podido reflejar que aborda temas de forma equitativa en ciertas ocasiones, puesto que en la semana dos hubo en una a dos portadas la presencia de adjetivos que eran mal empleados hacia los demás géneros.
Identifica el uso de adjetivos o calificativos que puedan ser considerados sexistas hacia un género.		x	X	x	X		En el análisis de observación se pudo evidenciar como durante tres semanas correspondientes al mes de mayo se vieron reflejados el uso de adjetivos o calificativos considerados sexistas, inclusive en los titulares del medio que aparecen en su portada.
Cuenta el número de imágenes de hombres y mujeres que refuercen estereotipos de géneros y analiza sus contextos.		x	X	X	X	X	En el análisis de fechas y descripciones estudiadas se ve reflejada la presencia de comentarios denigrantes en la que a través de un texto hace referencia que “se quedó sin cerebro” lo que refuerza el estereotipo de que las mujeres son menos inteligentes o capaces. Este tipo de representación trivializa y menosprecia sus habilidades intelectuales, tiende a reforzar estereotipos de genero enfocándose en su apariencia física, capacidades intelectuales, que contribuye a perpetuar una visión limitada de las mujeres en la sociedad contribuyendo la idea de que su valor está basado en su físico y rol en la vida privada. Para contrarrestar estos estereotipos es esencial promover una representación más equitativa y respetuosa.
Revisa si se usa lenguaje que objetiviza o sexualiza a las mujeres		x	X	X	X	X	En la técnica de observación se puede descifrar que existe en la primera semana la presentación

							de mujeres en bikini enfatizando su silueta y apariencia física lo que este tipo de imagen busca perpetuar la objetivización de las mujeres presentándolas como objetos de deseo y evaluando su valor en función de su cuerpo.
Reconoce la cantidad de imágenes de mujeres que aparecen en las portadas en comparación con la de los hombres.		x	X	X	X	x	Se observa una clara predominancia de imágenes de mujeres en las portadas del medio. El análisis sugiere una representación desbalanceada en las portadas, con una predominancia de imágenes de mujeres, en contexto que pueden reforzar estereotipos de géneros relacionado con la apariencia física y objetivización. Esta observación destaca la necesidad de una representación más equitativa y diversificada tanto de mujeres como de hombres para evitar perpetuar estereotipos de género y promover una imagen inclusiva y respetuosa.
Considera que el medio utiliza de manera equitativa el uso de pronombres y referencias a géneros en la redacción		x	x	X	X	X	Se observa un caso claro de sesgo negativo hacia las mujeres durante las cuatro semanas por lo que se considera crucial que los medios de comunicación utilicen un lenguaje inclusivo y justo para sus géneros, evitando sesgos y estereotipos que perpetúen desigualdades.
Compara los adjetivos usados para describir a mujeres con lo que se describen a los hombres.		x	X	X			A través de la técnica de observación se puede reflejar como existe la disparidad de género en la forma que describen los medios de comunicación. El análisis evidencia la necesidad de un cambio significativo en la forma que se describe y representan mujeres y hombres en la comunicación. Por ello, al adoptar un enfoque más equitativo y respetuoso en el uso del lenguaje, los medios contribuyen a la eliminación de estereotipos de género y promover una sociedad inclusiva y justa.

5. DISCUSIÓN

Una vez concluida la recopilación de datos se ha aplicado la discusión de las técnicas utilizadas para analizar la posible existencia de un lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital súper peninsular y para adquirir información se aplicaron dos instrumentos como la encuesta o cuestionario de preguntas bajo la escala de Likert y la ficha de observación.

5.1. Discusión de resultados de encuesta

Recabado los datos a través de la técnica de encuesta, en la presente discusión se analiza la percepción de la audiencia sobre el lenguaje sexista en las redacciones periodísticas en el que una muestra representativa de usuarios ha sido evaluada para conocer si este lenguaje tiene un impacto en la forma en que se percibe.

La discusión se centró en tres preguntas consideradas relevantes en el desarrollo del estudio, la pregunta 1 del cuestionario diseñado con la escala de Likert es, ¿considera usted que existe la presencia de un lenguaje sexista en las portadas de las redacciones periodísticas que emite el medio digital super peninsular? en el que la mayoría de los usuarios, es decir el 75% respondieron “siempre” o “casi siempre” existe un lenguaje sexista en sus portadas periodísticas, lo que sugiere una percepción generalizada de un lenguaje considerado discriminatorio. Según (González F. A., 2017) indica que: “El uso sexista del lenguaje es intrínseco a nuestro idioma desde muy antiguo, el motivo es fundamental que la lengua es un elemento cultural que refleja la sociedad y forma de pensar de los hablantes” (p.230). En este sentido, la aparición del lenguaje sexista en las portadas del medio Súper Peninsular puede contribuir a la perpetuación de estereotipos y desigualdades de género

La pregunta 2, ¿El medio súper peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos? En el que los respondientes determinan que el 68% considera que el medio “raramente” usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos, lo que indica que el medio podría mejorar en el uso de un lenguaje más inclusivo y respetuoso. Según los autores, (Brown et al., 2007) explican que:

Las relaciones de género entre hombre y mujeres han propiciado análisis en los últimos tiempos por la necesidad de variar situaciones históricas de desventaja en que las mujeres han vivido con respecto a los derechos de los hombres en la sociedad y con el propósito de encontrar la equidad e igualdad de oportunidades para ambos sexos sin discriminar a ninguno (p.40).

La cita anterior, hace énfasis a la falta de equidad en el uso de pronombres y referencias a hombres y mujeres podría generar sentimiento de exclusión o desconsideración hacia ciertos grupos ya que al hacerlo fortalecería su credibilidad y confianza.

En la pregunta 3, ¿Ha notado si el medio súper peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias? Los datos de la encuesta determinan que el 43% de los usuarios consideran que el medio “raramente” aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias, por lo que se sugiere que podría mejorar en su cobertura informativa y tratamiento de temas de género. Los autores, (Valdez et al., 2016) explican en su libro:

La igualdad de género es la situación en la que mujeres y hombres acceden a las mismas posibilidades y oportunidades de bienes, servicios y recursos de la sociedad, así como la toma de decisiones en ámbitos de la vida social, económica, política, cultural y familiar (p.22).

Esto indica que, las redacciones periodísticas que se emiten en el medio si aplican temas de igualdad, ayudaría a contribuir a perpetuar desigualdades de género y limitar la visibilidad de las luchas por la equidad.

Por ende, la recopilación de datos a través de la encuesta que fue aplicada a la audiencia del medio revela que los usuarios perciben oportunidades de mejora en cuanto a una representación equitativa de géneros y sus redacciones periodísticas de manera adecuada con temas relacionados a igualdad de género y promover una comunicación más acorde y diversa.

5.2. Discusión de resultados de ficha de observación

El objetivo de esta ficha de observación fue analizar el tratamiento de la información para conocer la posible existencia de un lenguaje sexista en sus redacciones periodísticas, enfocándose en las portadas y titulares del medio digital Súper Peninsular en la red social Instagram, durante el mes de mayo, medio que brinda contenido informativo a la ciudadanía. En este apartado se ha podido reflejar como el medio en ciertas ocasiones aborda los temas de manera equitativa, también se identificaron casos de uso de adjetivos y calificativos considerados sexistas, así como una representación desbalanceada de géneros en las portadas.

La ficha de observación ha sido estructurada por 7 ítems importantes a estudiar dentro del medio, por lo que se consideraron 2 de 7 apartados que tienen mayor relevancia para demostrar el problema de investigación. El ítem 1, en el análisis de observación refleja que, el medio aborda los temas de género de manera equitativa. Sin embargo, durante la segunda semana, se identificaron portadas con el uso de adjetivos que podrían ser considerados mal empleados hacia otros géneros lo que sugiere un esfuerzo por abordar temas de forma equilibrada, puesto que aún existen oportunidades de mejora en cuanto a la representación equitativa de los diferentes géneros. Según, (Pintos, 2020) “El género es considerado una construcción social transmisible y modificable relativamente a la diversidad de roles, actitudes, estereotipos y poder de influencia que la sociedad les asigna a ambos sexos de forma que los diferencie” (p.210). En este sentido, la representación desbalanceada de géneros en las portadas del medio puede reforzar estereotipos de género relacionados con la apariencia física y la objetivización de las mujeres. Por eso, es importante promover una representación más diversificada y equilibrada de los géneros en las portadas, evitando perpetuar visiones limitadas.

Mientras tanto, en el ítem 2. Identifica el uso de adjetivos o calificativos que puedan ser considerados sexistas hacia un género, se pudo evidenciar el uso del criterio mencionado en el medio, incluso en los titulares de portada. Este tipo de lenguaje puede tener un impacto negativo al trivializar y menospreciar las habilidades intelectuales de las mujeres, perpetuando estereotipos de género que las enfocan en su apariencia física y rol en la vida privada. Según, (González y Delgado, 2016) “El lenguaje es también considerado androcéntrico y se basa en una regla, en el cual toda persona es del género masculino a no ser que se especifique lo contrario, por lo que las mujeres quedan borradas de la lengua” (p.89). De acuerdo con el autor, indica que el uso de adjetivos y

calificativos sexistas en el medio puede ser visto como un claro ejemplo de cómo el lenguaje puede perpetuar desigualdades de género. Es crucial que los medios de comunicación adopten un lenguaje más respetuoso e inclusivo, evitando el uso de adjetivos y calificativos que puedan ser considerados sexistas o denigrantes hacia cualquier género.

Los hallazgos de esta observación revelan que, si bien el medio analizado aborda los temas de género de manera equitativa en ciertas ocasiones, también se identificaron casos de uso de lenguaje y representación que pueden perpetuar estereotipos y desigualdades de género. Por ello, es fundamental que los medios de comunicación adopten un enfoque más inclusivo y respetuoso en la forma de abordar y representar los diferentes géneros, lo que implica el uso de un lenguaje justo y la eliminación de sesgos y estereotipos que limitan la imagen y el valor de las mujeres u otros géneros en la sociedad.

Al implementar estos cambios, los medios de comunicación pueden desempeñar un papel fundamental en la construcción de una sociedad más equitativa e inclusiva, donde todos los géneros sean representados de manera justa y respetuosa.

CONCLUSIONES

- El estudio dentro de la investigación se direccionó en la revisión u observación de la posible existencia del uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular en los titulares o encabezados, durante el periodo del mes de mayo del año 2024. En vista de ello, tras completar todo el proceso de análisis, se concluye lo siguiente:
- Durante el período de observación de cuatro semanas, en el mes de mayo se pudo observar la presencia de adjetivos y calificativos categorizados como sexistas en los titulares de portada, un claro ejemplo que se pudo percibir fue en la fecha del 05 de mayo en el que se visualizó una imagen junto a un texto dónde se expresa hacia a una mujer con un escrito de “se quedó sin cerebro”, haciendo énfasis de ser menos inteligentes o capaces. Este tipo de lenguaje contribuye a perpetuar los estereotipos de género y puede fomentar la discriminación.
- Durante la primera semana las portadas mostraban a mujeres en traje de baño, destacando su silueta y aspecto físico. Esta representación del género femenino tiene el objetivo de atraer mayor audiencia para el medio, evaluando su valor en función de su aspecto físico. Este patrón se mantuvo a lo largo de las tres semanas estudiadas, mostrando una clara tendencia en las publicaciones.
- A raíz del proceso de investigación, se rescata que el medio digital Súper Peninsular a través de la encuesta aplicada un 70% de usuarios, respondiendo al siempre y casi siempre indica que tienen pleno interés en las redacciones periodísticas que brinda el medio, haciendo referencia a que la mayoría de los encuestados visita el perfil o fan page, por ende, refleja un alto nivel de interacción y compromiso de los usuarios con el contenido informativo.
- Concluyendo, este estudio de caso se hace énfasis y relevancia en la necesidad de representaciones más equitativas y diversas de mujeres y hombres en el medio digital Súper Peninsular, Con el fin de evitar la perpetuación de roles preestablecidos, para promover imágenes de inclusividad y respeto en los medios y avanzar hacia una sociedad más igualitaria, diversa y amable.

RECOMENDACIONES

- Establecer manuales de estilo en el análisis de contenido para identificar patrones lingüísticos y el posible uso del lenguaje sexista en los titulares y encabezados, de tal forma que se definan lineamientos precisos y claros para el uso de un lenguaje inclusivo en las publicaciones del medio digital Súper Peninsular.
- Aplicar nuevos filtros o métodos para el proceso de revisión y corrección del contenido antes de su publicación y evitar expresiones o representaciones sexistas puesto que, mejoraría el contenido del medio y cautiva mayor confiabilidad y atención por parte de la audiencia.
- Desarrollar sesiones de programas de capacitación periódica para sensibilizar ante el posible uso del lenguaje sexista en las redacciones del medio digital Súper Peninsular, proporcionando ejemplos prácticos para fomentar una mejor comprensión y promover un cambio cultural y lingüístico dentro de la redacción, asegurando que el equipo cuente con habilidades necesarias para comunicarse de manera inclusiva en sus publicaciones.
- Explorar estrategias para promover un uso más equitativo del lenguaje en sus redacciones a través de buenas prácticas sobre la importancia del lenguaje no sexista.
- Considerar los datos expuestos y análisis de resultados de los instrumentos aplicados, que permiten descifrar las ventajas y desventajas del posible uso de un lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio puesto que, la audiencia es bastante acogedora y es recomendable que el espacio digital siga mejorando su calidad informativa, para contribuir una sociedad más igualitaria y diversa en el que se aborden más temas sobre la importancia de la inclusividad de género.

REFERENCIAS

- Aguinaga, E. d. (2000). *Nuevo concepto de Redacción Periodística*. Portal de revistas científicas complutenses. <https://api.core.ac.uk/oai/oai:revistas.ucm.es:article/13798>
- Apolin, L. (2020). *Redacción de la crónica periodística en los estudiantes de IX ciclo de la escuela profesional de ciencias de la comunicación de la UNASAM*. Perú. https://doi.org/https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=redacci%C3%B3n+periodistica+upse+2020&btnG=#d=gs_qabs&t=1715251493104&u=%23p%3DHfBHjv1BoY8J
- Barrado. (2020). *Lenguaje sexista*.
- Bernita, M. (2019). *Redacción periodística y su incidencia en el contenido periodístico del Diario La Hora de la Provincia de Los Ríos*. Universidad Técnica de Babahoyo. <https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5963>
- Bernita, M. (2019). *Redacción periodística y su incidencia en el contenido periodístico del Diario La Hora de la Provincia de Los Ríos*. Quevedo: Universidad técnica de Babahoyo. <https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5963>
- Brown, L. C., Soto, y Watson, H. H. (04 de 06 de 2007). *Redalyc.org*. REFLEXIONES SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO y EDUCACIÓN INICIAL: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66615071004>
- Castañeda, I., y Díaz, Z. (2020). *Desigualdad social y género* (Vol. 4). La Habana, Cuba.: Revista Cubana de Salud Pública. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662020000400018&lng=es&tlng=es.
- Charcopa, S. (2022). *Estereotipos de género: Participación de la mujer en el medio Área Deportiva Digital del cantón Salinas*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8547>
- Corrales, N., Suárez, R., Aportela, I., y Lara, I. (2021). El uso del lenguaje sexista: Una mirada desde la docencia: The use of sexist language: A look from the teaching. *Revista Iberoamericana De Investigación En Educación*, 2(2), 56–66. <https://doi.org/https://www.riied.org/index.php/v1/article/view/20>
- Cruz, C., Olivares, S., y González, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria. <https://doi.org/978-607-438-876-3>
- Geneteau, G. (2021). *La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital*. Universidad de Panamá, Panamá. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0001-8080-3089>
- Gonzalez, D. (01 de 2021). *Recategorización, metáfora y metonimia*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.55778/ts878677569>
- González, F. A. (01 de 12 de 2017). *Universidad de Cádiz*. Estudio del lenguaje sexista en los medios de comunicación a través de big data: <http://hdl.handle.net/10498/20165>
- González, M. C., y Delgado, Y. (05 de 2016). *Lenguaje no sexista: Una apuesta por la visibilización de las mujeres*.

- https://doi.org/http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-32932016000200011&lng=es&tlng=es.
- Grijelmo, Á. (2014). *El estilo del periodista*.
https://doi.org/https://books.google.es/books?id=J6PtAgAAQBAJ&dq=contextualizaci+on+el+libro+del+periodista+pdf&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Guevara, C. (2017). Técnicas de redacción y estilo periodístico en la formación académica. *I(10)*, 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.37117/s.v1i10.109>
- Joan, S. (2017). *Investigar en educación: conceptos básicos y metodología para desarrollar proyectos de investigación*. Narcea Ediciones.
<https://elibro.net/es/ereader/upse/46288?page=79>
- Jovanović, S. (2022). *Estereotipos lingüísticos y traducción: paremias en la novela realista española y su traducción al serbio* (Vol. 2). Belgrado: Facultad de Filología, Universidad de Belgrado. https://doi.org/https://doi.org/10.18485/pontes_philologici.2022.2.ch7
- Ley Orgánica de la Comunicación. (20 de 02 de 2013). *Lexisfinder*. Ley Orgánica de la Comunicación: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- López, F., Rodríguez, J., y De Lorenzo, I. (2020). *Periodística como disciplina universitaria en España: una propuesta*. España: Palabra Clave. Universidad de La Sabana.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.3.6>
- López, F., Rodríguez, J., y De Lorenzo, I. (2020). *Periodística como disciplina universitaria en España: una propuesta*. Palabra Clave, Universidad de La Sabana.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.3.6>
- Maxwell, J. A. (23 de Septiembre del 2019). *Diseño de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Molina, B. (2022). *El sexismo en el lenguaje*. Universidad de Castilla-La Mancha.
<https://doi.org/https://hdl.handle.net/10578/30333>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos que se toman para la población y muestra en trabajos de investigación. *12*, 50-57.
<https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Naciones Unidas. (2007). *Los principales tratados internacionales de derechos humanos: nuevos tratados*. OHCHR.
<https://doi.org/https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/newCoreTreatiessp.pdf>
- Paéz, H. (2020). *Manual Básico de redacción periodística*. Bogotá.
<https://doi.org/https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/handle/20.500.14167/2831>
- Pintos, B. M. (01 de 04 de 2020). Género = gender. *Eunomía*, 199-213.
<https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5273>
- Registro Oficial. (ENERO de 2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008. ECUADOR: LEXIS FINDER. <https://defensa.gob.ec/wp->

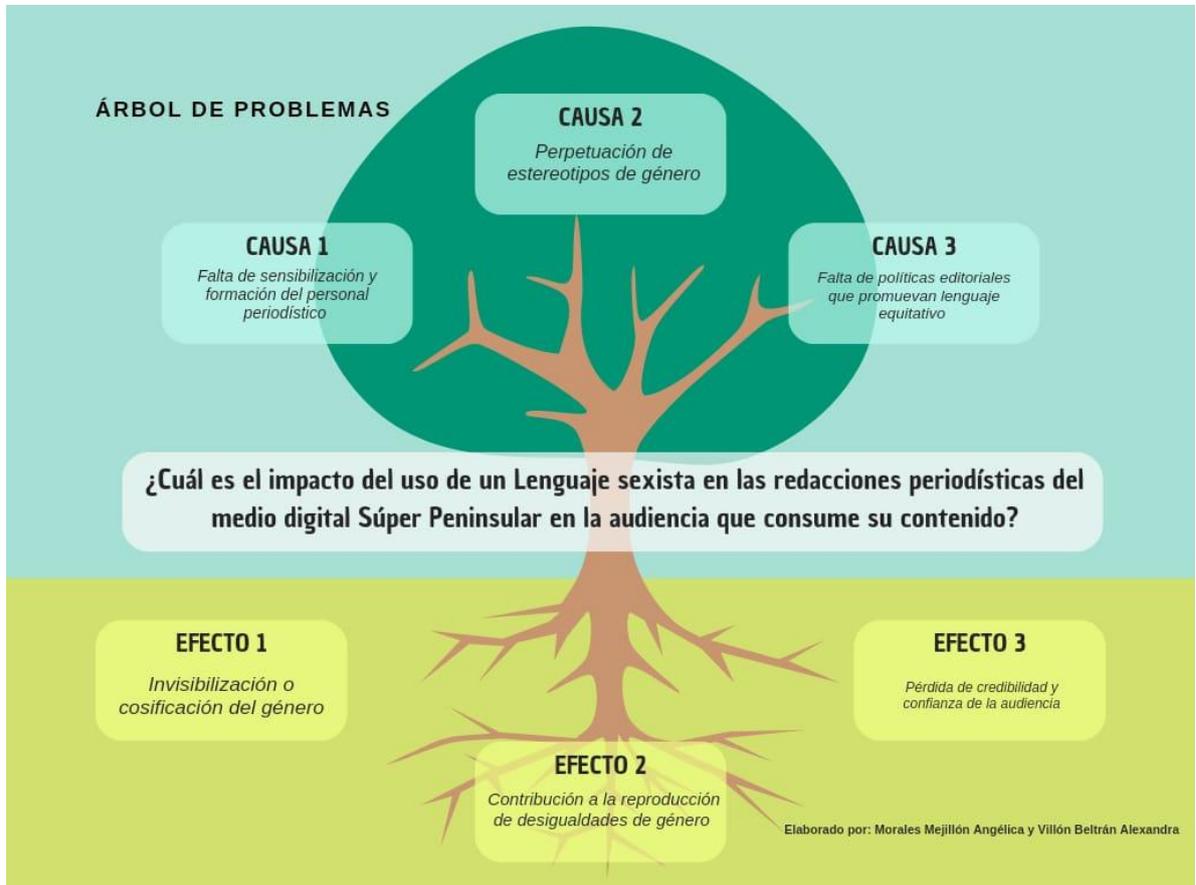
content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

- Rivas, R. (2020). *Ética periodística para una información con perspectiva de género* (Vol. 22). <https://doi.org/https://doi.org/10.7263/adresic-022-04>
- Rojas, N. (2023). *Metodología de la investigación para anteproyectos*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://doi.org/978-9945-625-26-4>
- Sampieri, R., Collado, C., Lucio, P., Valencia, S., y Torres, C. (2014). *Metodología de la investigación*. https://doi.org/https://www.academia.edu/44522100/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_6ta_ed_
- Valdez, D. I., Valenzuela, R., y Ochoa, E. (05 de 02 de 2016). *ITSON Instituto Tecnológico de Sonora*. MIED: <https://www.itson.mx/publicaciones/ciencias-economico/equidaddegeneroinvestigaciones>
- Vayas, E., y Pozo, A. (2019). *Análisis sobre el uso del sexismo lingüístico en la información de la sección La Patrulla del medio impreso el Ambateño*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. <https://doi.org/http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29759>
- Vayas, E., y Pozo, A. (2019). *Análisis sobre el uso del sexismo lingüístico en la información de la sección La Patrulla del medio impreso el Ambateño*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. <https://doi.org/http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29759>
- Vayas, E., y Pozo, A. (2019). *Análisis sobre el uso del sexismo lingüístico en la información de la sección La Patrulla del medio impreso el Ambateño*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. <https://doi.org/http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29759>
- Vilches, L., del Río, O., Simelio, N., Pere, S., Velázquez, T., Castillo, A., y Vilches, A. (2020). *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la hora digital*. <https://books.google.es/books?id=gUMBEEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., y Maldonado, I. (27 de Septiembre de 2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia latina*, 7(4), 9762. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., y Maldonado, I. (27 de Septiembre de 2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia latina*, 7(4), 9762. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Zamora, V. (2022). *Diseño de un manual de redacción y estilo periodístico para el diario la industria*. Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://doi.org/http://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

ANEXOS

ANEXO 1:

Figura 9. Árbol del problema



Fuente: Descripción de árbol de problemas

ANEXO 2: Técnicas e instrumentos de validación.

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón La Libertad

Objetivo: Medir las actitudes, opiniones y percepciones del público respecto a la presencia del uso de lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio Súper peninsular.

Escala de Likert: Siempre= 1; Casi siempre= 2; Ocasionalmente= 3; Raramente= 4; Nunca= 5

ENCUESTA - CUESTIONARIO DE PREGUNTAS						
NOMBRE:		GÉNERO	MASCULINO			
EDAD:			FEMENINO			
CORREO:						
TEMA: Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital súper peninsular del cantón la libertad						
INSTRUCCIONES: La realización de esta encuesta, son netamente fines académicos, para poder determinar la opinión que tiene la audiencia en cuanto a la posibilidad del lenguaje sexista presente en las redacciones periodísticas del medio digital súper peninsular. En los recuadros deberán marcar con una (X) en el casillero que consideren, bajo la siguiente escala: Siempre= 1; Casi siempre= 2; Ocasionalmente= 3; Raramente= 4; Nunca= 5.						
ITEM	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Considera que el lenguaje sexista está presente en las redacciones periodísticas que emiten el medio digital Súper Peninsular?					
2	¿Con que frecuencia visita el perfil o fan page del medio Super Peninsular?					
3	¿Ha reflejado usted, dentro de las redacciones, la existencia de estereotipos de géneros en el momento de la emisión de noticias?					
4	¿En las notas periodísticas del medio súper peninsular son inclusivos en términos de género?					
5	¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?					
6	¿Ha notado si el medio súper peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?					
7	¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?					
8	¿Considera que el medio antes de publicar una información verifica la posible existencia de palabras despectivas?					



Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade, Mgtr
Juez Experto
C.I: 0915060677

Técnica: Ficha de observación

Instrumento: Cualitativo- recolección de datos

Tema: Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón La Libertad

Objetivo: Revisar si existe un uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital super peninsular en los titulares y/o encabezados.

Ficha de observación							
Medio observado: Red social de Instagram - Súper Peninsular							
Tiempo de observación: Mes de mayo (mayo 01 del 2024 hasta mayo 31 del 2024)							
Observantes: Morales Mejillón Angélica Daniela y Villón Beltrán Alexandra Katherine							
Instrucciones: Monitorear y registrar con una X si el medio aplica el cumplimiento de alguna acción o criterio en el recuadro de la semana correspondiente.							
Criterios	Cumple		S1	S2	S3	S4	Observación
	Si	No					
Analiza si la noticia aborda los temas de genero de manera equitativa o si hay una inclinación hacia un género específico.							
Identifica el uso de adjetivos o calificativos que puedan ser considerados sexistas hacia un género.							
Cuenta el número de imágenes de hombres y mujeres que refuercen estereotipos de géneros y analiza sus contextos.							
Revisa si se usa lenguaje que objetiviza o sexualiza a las mujeres							
Reconoce la cantidad de imágenes de mujeres que aparecen en las portadas en comparación con la de los hombres.							
Considera que el medio utiliza de manera equitativa el uso de pronombres y referencias a géneros en la redacción							
Compara los adjetivos usados para describir a mujeres con lo que se describen a los hombres.							



Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade, Mgtr

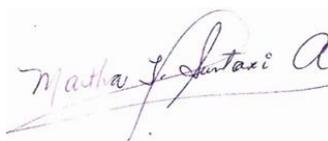
Juez Experto

C.I: 0915060677

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Morales Mejillón Angélica Daniela	
Apellidos y Nombres:	Villón Beltrán Alexandra Katherine	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital Súper Peninsular del cantón la libertad.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Encuesta y Ficha de observación	
Objetivo:	Revisar si existe un uso del lenguaje sexista en las redacciones periodísticas del medio digital super peninsular en los titulares y/o encabezados	
Dirigido a:	Público Mixto	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Suntaxi Andrade Martha Yessenia	
Documento de Identidad:	0915060677	
Grado Académico:	Máster	
Especialidad:	Gestión e investigación en comunicación	
Experiencia Profesional (años):	14 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
XX		
Sugerencia:		

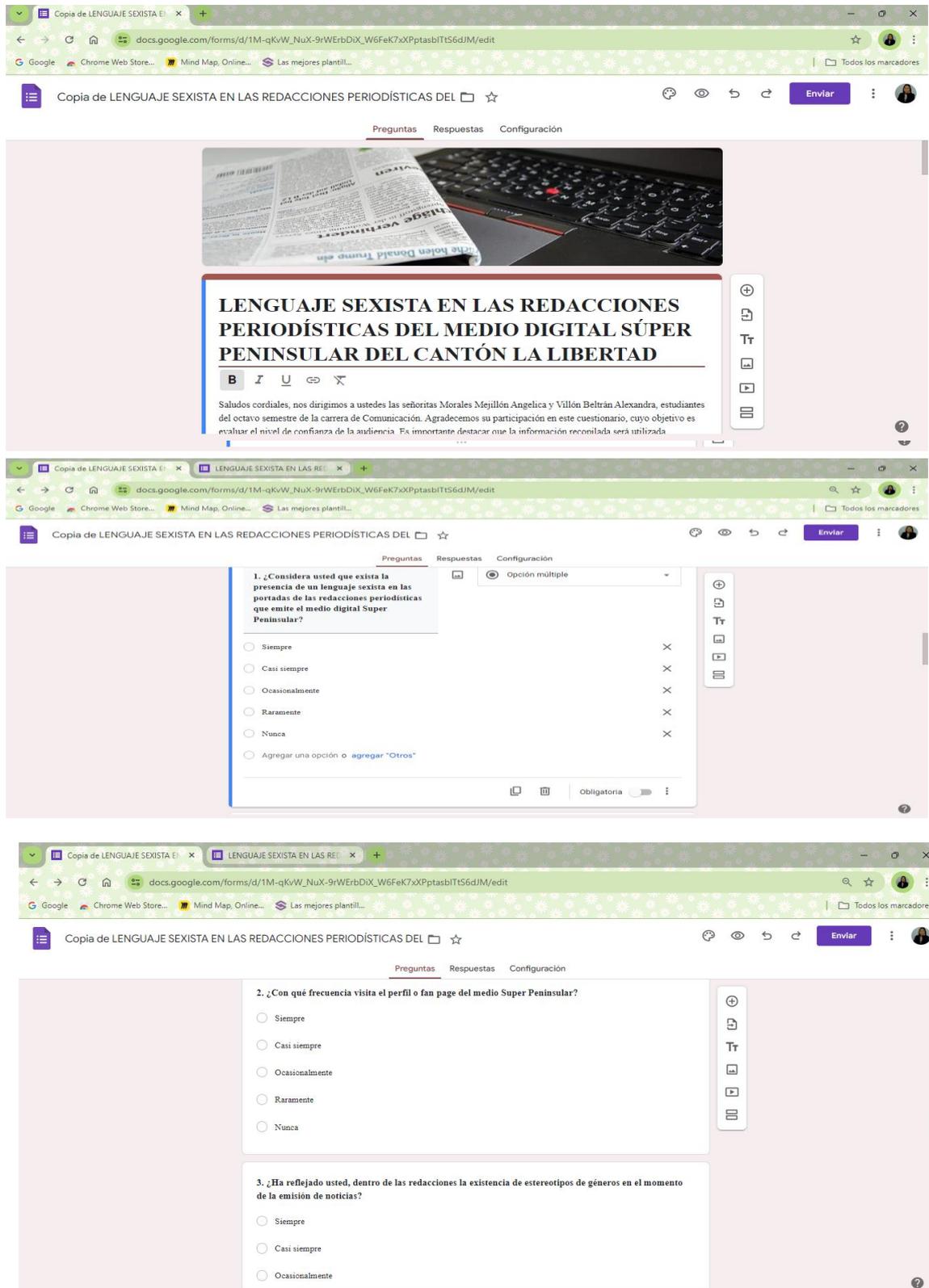
Fecha: La Libertad, 13 de enero del 2023



Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr
Juez Experto
C.I: 0915060677

ANEXO 3:

Figura 10. Herramientas de Google forms.



Fuente: Elaboración del cuestionario

Copia de LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS DEL

Preguntas Respuestas Configuración

4. ¿En las notas periodísticas del medio súper peninsular son inclusivos en términos de género?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

5. ¿El medio Súper Peninsular usa de manera justa y equitativa los pronombres y referencias a hombres y mujeres en sus textos?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

Copia de LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS DEL

Preguntas Respuestas Configuración

6. ¿Ha notado si el medio súper peninsular aborda temas relacionados con la igualdad de género de manera adecuada en sus noticias?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

7. ¿Con qué frecuencia observa variedad y riqueza en el vocabulario utilizado en los contenidos periodísticos del medio digital Súper Peninsular?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

Copia de LENGUAJE SEXISTA EN LAS REDACCIONES PERIODÍSTICAS DEL

Preguntas Respuestas Configuración

Raramente

Nunca

8. ¿Considera usted que el medio antes de publicar una información verifica la posible existencia de palabras despectivas?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

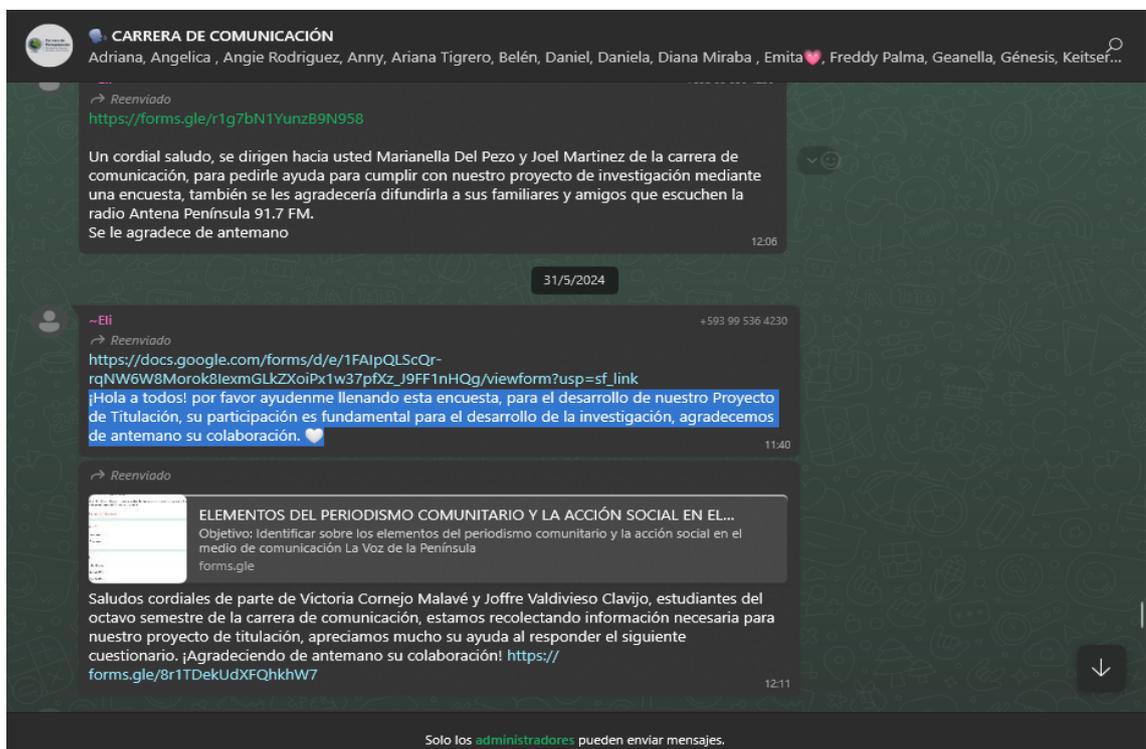
Fuente: Elaboración del cuestionario

ANEXO 4:

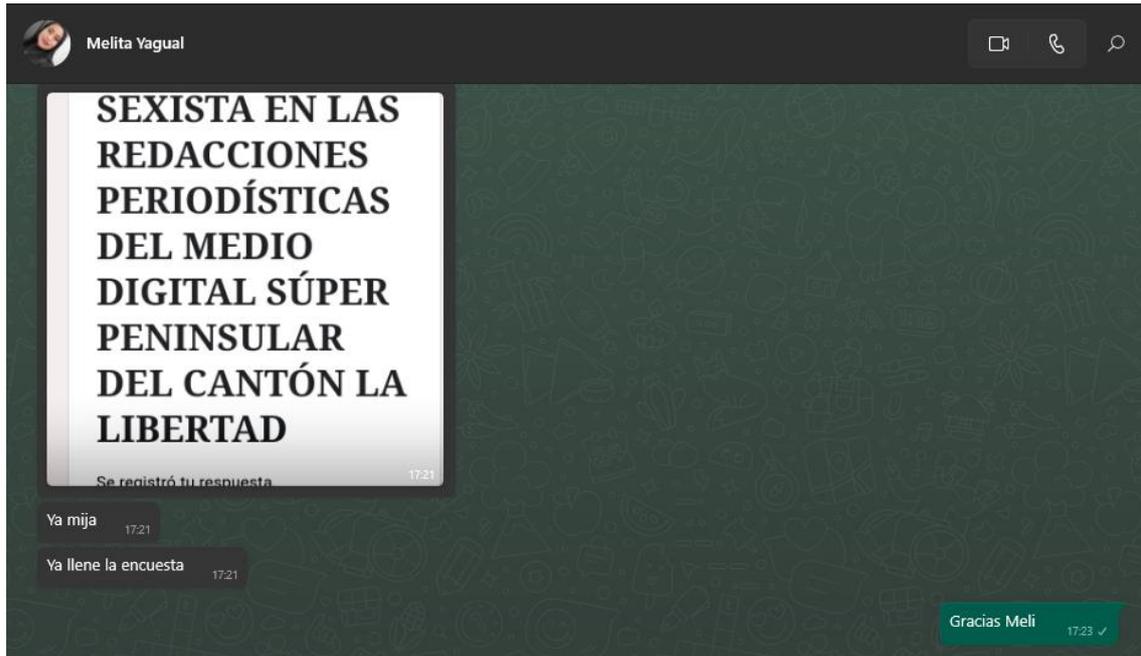
Figura 11. Aplicación de la difusión de la encuesta.



Fuente: evidencia de difusión de encuesta



Fuente: evidencia de difusión de encuesta



Fuente: evidencia de difusión de encuesta



Fuente: evidencia de difusión de encuesta

ANEXO 5:

Figura 12. Aplicación de la observación del medio (capturas)



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.

AGARRARON A SECARIOS AL CALDE 'ESTA PEDIDO'

Atraparon a un grupo de asesinos que tenía como misión matar al alcalde de Portoviejo. ¿Se salvó? p. 4

ANDABA CON SU NABO BENITO ES VARONCITO

El dato de que Bad Bunny estaba en un bar gay es puro cuento p. 12

ASAMBLEA TIENE QUE CUMPLIR EL MANDATO
EL ENDURECIMIENTO DE PENAS QUE SE APROBÓ EN LA CONSULTA LLEGÓ AL LEGISLATIVO p. 5

ACUSAN A SU PAREJA
Familiares de joven que fue violada y asesinada dicen que todo fue un femicidio p. 6

QUEREMOS JUSTICIA PARA LILIBETH

Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.

CAPTURAN A CLOMEROS DROGA, ARMAS Y GRANADAS

Les tumbaron el quiosco a una célula de Los Choneros en la Península. Se les encontró de todo, hasta granadas p. 2

YAMILA WAMIL MARCA UN HITO DE SAUCES A CHINA
Nuestra influencer y modelo se hizo famosa en el gigante de Asia y se la llevaron a vivir allí p. 12

CAE BANDA DE POLIS Y AGENTES DE TRÁNSITO
HACIAN 'OPERATIVOS TRUCHOS' PARA 'ATARSANAR' A CONDUCTORES Y SACARLES PLATA p. 3

CAMIÓN SIN FRENO PROVOCÓ UNA TRAGEDIA
VEHICULO IBA CARGADITO Y SE FUE LLEVANDO TODO CARRO QUE ESTABA A SU PASO p. 5

LOTERIA NACIONAL PROMOCIONES DE \$1219 SORTEO 1778

Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



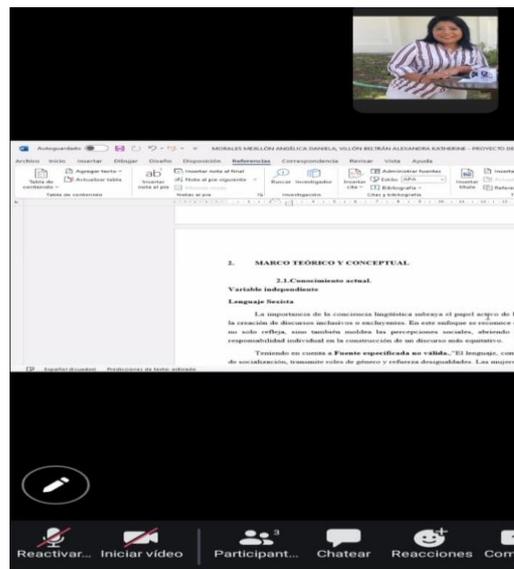
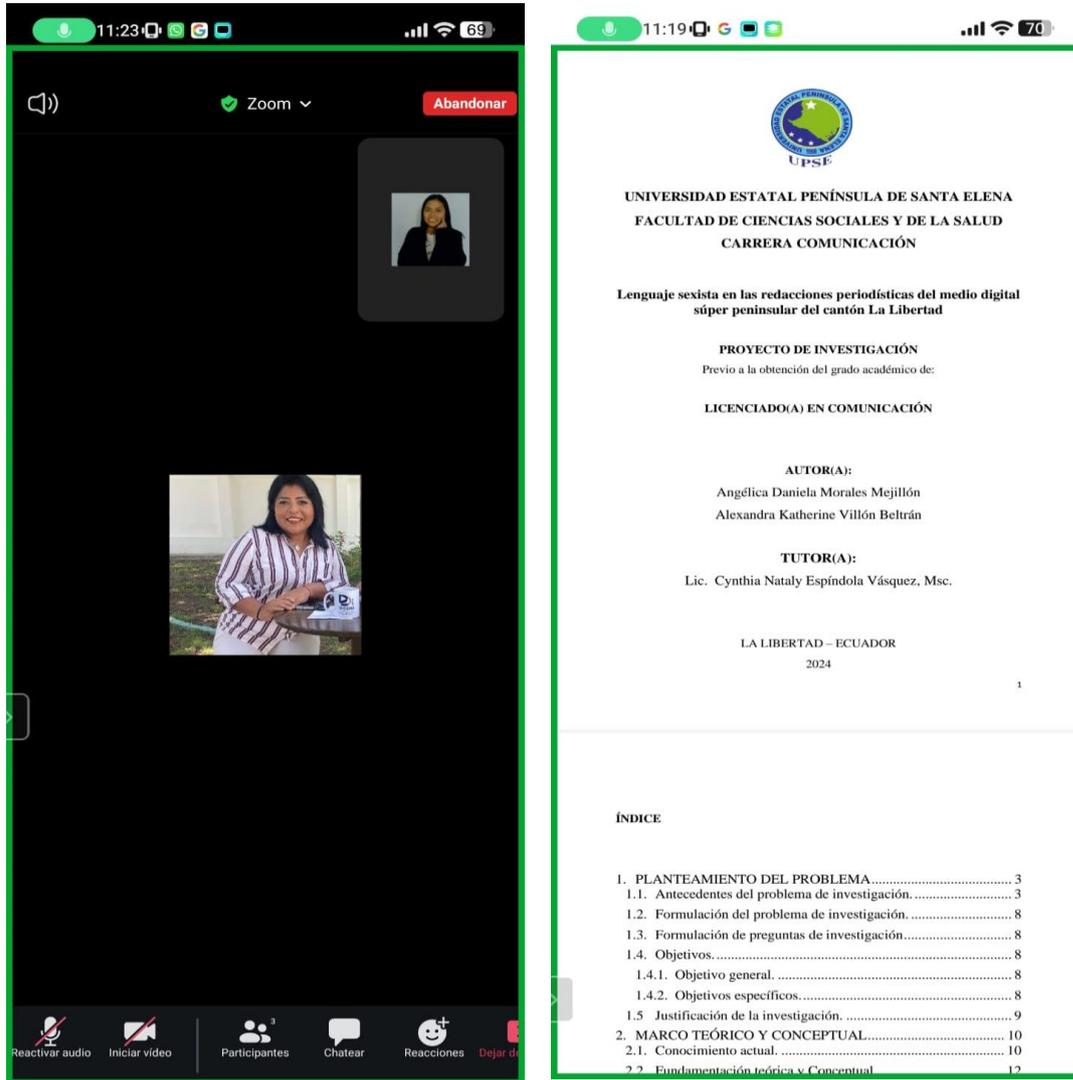
Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.



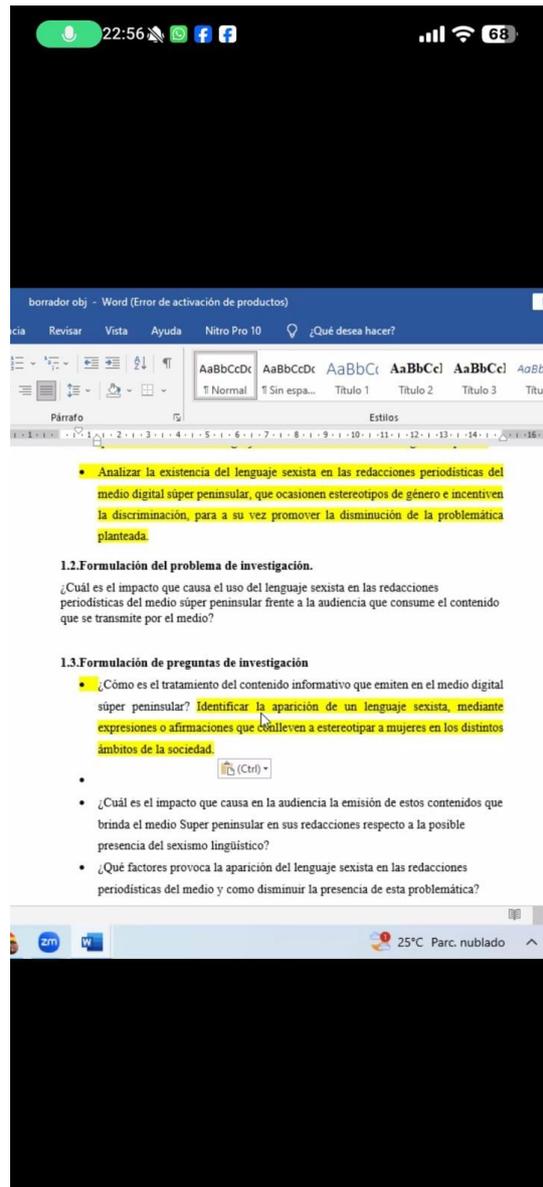
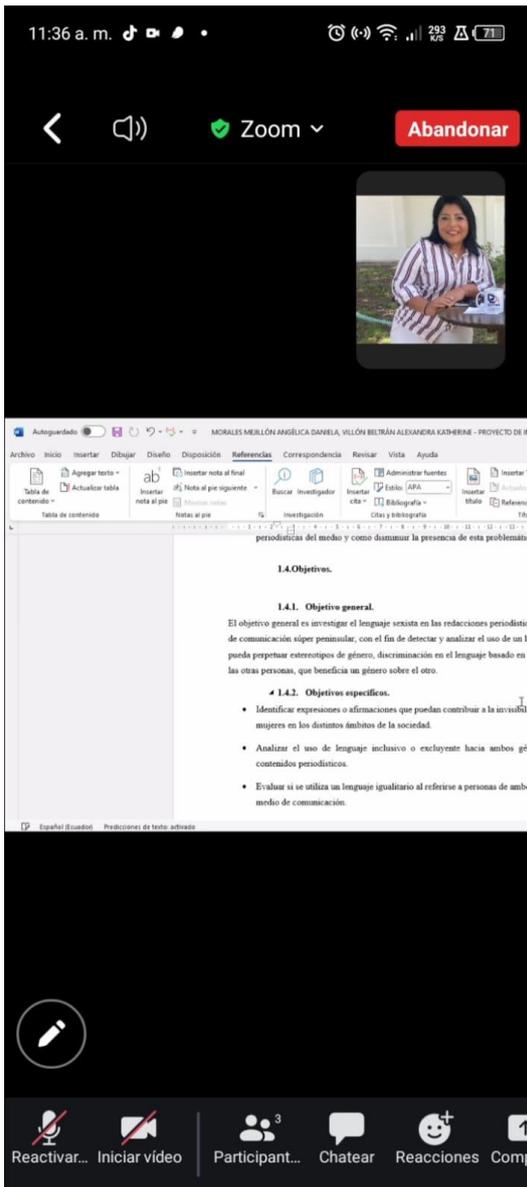
Fuente: Evidencia de portada del medio digital Súper Peninsular.

ANEXO 6:

Figura 13. Tutorías presenciales/virtual (fotografías)



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación.



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación



Fuente: Reuniones de tutorías del proyecto de investigación