



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

TEMA:

**ANÁLISIS DEL CONTENIDO E INFLUENCIA DE LAS REVISTAS
MARIELA Y HOGAR EN EL ROL ANTE LA SOCIEDAD PARA LA
CONSTRUCCIÓN DE LA EDUCACION DE LAS MUJERES
ENTRE 25 Y 40 AÑOS DE LA CARRERA DE
PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL.**

AUTORES:

**MARIA AUXILIADORA MENDOZA DEL VALLE
ISRAEL ENRIQUE SOLÍS MIELES**

GUAYAQUIL, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Los señores, María Auxiliadora Mendoza Del Valle e Israel Enrique Solís Mieles declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el ANALISIS DEL CONTENIDO E INFLUENCIA DE LAS REVISTAS MARIELA Y HOGAR EN EL ROL ANTE LA SOCIEDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA EDUCACION DE LAS MUJERES ENTRE 25 Y 40 AÑOS DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.

Autores:

María Auxiliadora Mendoza Del Valle
C.I. 0918668997

Israel Enrique Solís Mieles
C.I. 0926512039

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

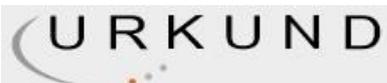
Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: el ANALISIS DEL CONTENIDO E INFLUENCIA DE LAS REVISTAS MARIELA Y HOGAR EN EL ROL ANTE LA SOCIEDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA EDUCACION DE LAS MUJERES ENTRE 25 Y 40 AÑOS DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL., presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de: LICENCIADO (A) EN PERIODISMO.

Presentado por : MARIA AUXILIADORA MENDOZA DEL VALLE
ISRAEL ENRIQUE SOLIS MIELES

LCDO. JHONNY IGNACIO ALVARADO DOMINGUEZ, MSC

Tutor

ANALISIS ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis final.doc (D23098884)
Submitted: 2016-11-07 16:06:00
Submitted By: marymendoza981@gmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

PERFIL LENIN lunes 28 julio.docx (D11314366)
sayrita hoy.docx (D10476710)
tesis KARLA MEJIA NARANJO 4A3.pdf (D15104117)
Revisión FINAL Gabriel Viejó.docx (D16046049)
<http://132.248.9.34/hevila/IconosRevistadecienciassociales/2013/no45/7.pdf>
<http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/3906/Memoria%204to%20Foro%20DHTIC%201.pdf;sequence=1>
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/641/1/T-ULVR-0537.pdf>
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1708/1/UNACH-FCEHT-TG-E.BASICA-000016.pdf>

Instances where selected sources appear:

12

REPOSITORIO



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO de tesis

TÍTULO Y SUBTÍTULO: ANALISIS DEL CONTENIDO E INFLUENCIA DE LAS REVISTAS MARIELA Y HOGAR EN EL ROL ANTE LA SOCIEDAD PARA LA CONSTRUCCION DE LA EDUCACION DE LAS MUJERES ENTRE 25 Y 40 ANOS DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.

AUTOR/ES:
MARIA AUXILIADORA MENDOZA DEL VALLE
ISRAEL ENRIQUE SOLIS MIELES

REVISORES:
LCDO. JHONNY IGNACIO ALVARADO DOMINGUEZ,
MSC

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 79

ÁREAS TEMÁTICAS:
SOCIAL Y PERIODISMO

PALABRAS CLAVE:
LECTURA – REVISTA – EDUCACION – ROL

RESUMEN:

En esta tesis, el proceso científico de obtención de resultados, permite identificar las causas problema, logrando con ello, desarrollar soluciones que aporten para analizar los contenidos de las revistas Mariela y Hogar para la construcción de la educación en una pequeña parte de la población de mujeres entre 25 y 40 años egresadas de la carrera de periodismo y otra parte de mujeres estudiantes de esta carrera en las edades comprendidas de 23 a 28 años; también fue necesario involucrar en el estudio los instrumentos que permitieron descubrir las causas de la problemática, relacionando el bienestar de las mujeres participantes con el consumo de las revistas.

En nuestro país, la cultura de lectura, ha influido en la manera en que se desarrolla el

<p>intelecto de las mujeres, su consumo noticioso e informativo está basado en la imagen y su tendencia se inclina a la intención de prevención sexual y reproductiva. Sus factores de impacto alcanzan diversas áreas personales, entre ellas la psicológica y económica, razón por la cual, las mujeres buscan en estos recursos lectores, un bosquejo para resolver problemáticas sufridas, facilitando experiencias que den esperanza de cambio a corto plazo y donde cada mujer logre alcanzar sus metas.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: MA. AUXILIADORA MENDOZA DEL VALLE ISRAEL ENRIQUE SOLIS MIELES	Teléfono: 0981289219 0983601897	E-mail: marymendoza981@gmail.com iesm_1990@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. LCDO.WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLÁN DECANO	
	MSC. LCDA AMALIA GABINO NEVÁREZ PERIODISMO DIRECTORA	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec agabinon@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en I Av. 9 de octubre 624 y Carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios por ser mi fortaleza, mi guía, por ir siempre delante de abriendo caminos y supliendo todas mis necesidades: económicas, físicas y espirituales en el momento oportuno. Por permitirle entregar este sueño y que hiciera su voluntad en mí.

A mis hijos Jhosue y Thomy Llerena Mendoza el regalo más grande que Dios me pudo dar, quienes vieron todo mi esfuerzo y dedicación en este periodo universitario y sé que les va a servir en su etapa de formación estudiantil.

A mi madre apoyarme y cuidar de mis hijos mientras luchaba por mis metas.

A mis hermanas parte importante de mi vida.

Agradezco al Rey de Reyes y Señor de Señores, Dios todopoderoso, quien me dio sabiduría en todo momento para culminar con éxito mi carrera.

Sinceramente

María Auxiliadora Mendoza Del Valle

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado
con mucho amor y esfuerzo
a mis padres, quienes
desde la niñez me inculcaron
los valores fundamentales,
entre ellos la perseverancia
y la responsabilidad, fruto de ello
es este título que he obtenido.

Sinceramente
Israel Solís Miele

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre, por creer en mí y darme el impulso que necesito para culminar mis proyectos en esta vida.

A mis hijos Jhosue y Thomy Llerena el motor más fiel y confiable en mi vida, ellos vivieron conmigo esta etapa tan importante para mí, fueron la pasión y la energía para luchar por este sueño.

A de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por brindarme la oportunidad de ser un profesional.

A mi tutor de proyecto Msc. Lcdo Johnny I. Alvarado Domínguez quien con su paciencia y conocimientos ha logrado que pueda terminar con éxito este proyecto de tesis.

Sinceramente

María Auxiliadora Mendoza Del Valle

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Rey de Reyes
y Señor de Señores, Dios
Todopoderoso, quien me dio
sabiduría en todo momento
para culminar con éxito
mi carrera.

A la Universidad Laica
Vicente Rocafuerte de Guayaquil,
Facultad de Ciencias Sociales
y Derecho, Carrera Periodismo,
De manera especial al MSc.
Washington Villavicencio Santillán
Quien dirige acertadamente
La Facultad antes mencionada,
Junto a un equipo selecto de Maestros.
A mi novia Evelyn quien con paciencia
Y cariño, supo comprender
En los momentos más difíciles de
Mi carrera y a la vez me brindó
Todo su apoyo.

Sinceramente
Israel Solís Mieles

RESUMEN

En esta tesis, el proceso científico de obtención de resultados, permite identificar las causas problema, logrando con ello, desarrollar soluciones que aporten para analizar los contenidos de las revistas Mariela y Hogar para la construcción de la educación en una pequeña parte de la población de mujeres entre 25 y 40 años egresadas de la carrera de periodismo y otra parte de mujeres estudiantes de esta carrera; también fue necesario involucrar en el estudio los instrumentos que permitieron descubrir las causas de la problemática, relacionando el bienestar de las mujeres participantes con el consumo de las revistas.

En nuestro país, la cultura de lectura, ha influido en la manera en que se desarrolla el intelecto de las mujeres, su consumo noticioso e informativo está basado en la imagen y su tendencia se inclina a la intención de prevención sexual y reproductiva. Sus factores de impacto alcanzan diversas áreas personales, entre ellas la psicológica y económica, razón por la cual, las mujeres buscan en estos recursos lectores, un bosquejo para resolver problemáticas sufridas, facilitando experiencias que den esperanza de cambio a corto plazo y donde cada mujer logre alcanzar sus metas.

Palabras Claves: Lectura; revista; educación; rol.

ABSTRACT

In this thesis, the scientific process of obtaining results, thereby achieving develop solutions that provide the analysis and influence of the contents of Mariela and Home magazines and their role in society, to build education in women Small part of the population of women between 25 and 40 graduated from journalism and other part of women students of this race; It was also necessary to involve in the study instruments that allowed to discover the causes of the problem, relating the welfare of women participating in consumer magazines.

In our country, the culture of reading, has influenced the way the intellect of women, their news and information consumption is based on the image and its trend is the intent of sexual and reproductive develops prevention. Their impact factors reach several personal areas, including psychological and economic, why, women look for in these readers resources, an outline for solving suffered problems by providing experiences that give short-term hope for change and where each woman achieve achieve your goals.

Keywords: Magazines; reading; education; role.

INDICE GENERAL

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iii
ANÁLISIS ANTIPLAGIO.....	iv
REPOSITORIO	v
DEDICATORIA.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Descripción de la situación actual.....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Sistematización del problema.....	4
1.4 Justificación de la investigación.....	4
1.6 Problema.....	6
1.7 Objetivos de la investigación.....	6
1.7.1 Objetivo general.....	6
1.7.2 Objetivos específicos	6
1.8 Idea a defender.....	7
1.9 Declaración de Variables.....	7
1.9.1 Variable Independiente.....	7
1.9.2 Variable dependiente.....	7
CAPITULO II.....	9
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	9
2.1 El feminismo latinoamericano	9
2.2 Consumo de revistas femeninas	10
2.3 El contexto ecuatoriano	10
2.4 Tipos de revistas.....	11
2.5 Revistas femeninas consumidas en Ecuador.....	13
2.6 Rol de las revistas femeninas en la sociedad	14
2.6.1 Rol Personal.....	14
2.6.2 Rol Profesional.....	15
2.6.3 Rol Familiar	16
2.7 La cultura educativa y la imagen femenina en las revistas	17
2.8 Las revistas como expresión femenina	18
2.8.1 La autoestima femenina	18
2.8.2 Mujer en la modernidad.....	18
2.8.3 Estereotipos en la mujer.....	20
2.8.4 Relaciones afectivas	21
2.9 Marco Legal.....	21
2.10 Marco conceptual	26
CAPÍTULO III.....	28
MARCO METODOLÓGICO	28
3.1 Diseño de la Investigación	28
3.2 Métodos de investigación.....	28
3.2.1 Método Inductivo	28
3.2.2 Inducción en la investigación.....	28
3.2.3 Método Deductivo.- Con.....	29
3.3 Tipos de investigación	29
3.2.4 Investigación exploratoria	29
3.2.5 Investigación descriptiva	29
3.2.6 Investigación correlacional.....	29
3.2.7 Investigación experimental	29
3.3.5 Análisis y Síntesis en la investigación	30
3.4 Enfoque de investigación	30
3.5 Población y Muestra.....	31
3.5.1 Población.....	31
3.5.2 Muestra	31
3.6 Instrumentos de investigación	32

	xiv
3.6.1 Encuesta.....	32
3.6.2 Entrevista.....	33
3.6.3 Observación.....	33
3.7 Validación de instrumentos.....	34
3.7.1 Validez de la encuesta.....	34
3.7.2 Validez de la entrevista.....	34
3.7.3 Validez de la observación.....	34
3.7.4 Confiabilidad.....	35
3.8 Análisis e interpretación de resultados.....	35
3.8.1 Procesamiento de datos.....	35
3.9 Entrevistas.....	46
3.9.1 Entrevista a Tatiana Campuzano Coordinadora General de la Revista Mariela.....	46
3.9.2 Entrevista Msc. Giancarla Martel Docente de Comunicación.....	49
3.10 Discusión General de Resultados.....	53
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES.....	56
BIBLIOGRAFIA.....	57
ANEXOS.....	60

INTRODUCCIÓN

En América, la aparición de revistas femeninas, fue un logro conseguido con la lucha por la igualdad, esto permitió que las mujeres tuvieran un medio por el cual exponer su óptica de la realidad y mejorar las posibilidades de conseguir sus metas, mientras las historias de amor, moda y los sucesos noticiosos eran incluidas en cada uno de sus artículos. El crecimiento e influencia de estas revistas tuvo acogida en la cultura mundial; América Latina apuntó a utilizar estos contenidos como una manera de llegar a más público y sus artículos albergaron una mayor cantidad de temáticas, donde la familia y los logros personales se combinaban para hacer crecer a la mujer de manera más integral.

El trabajo investigativo contiene capítulos dedicados a examinar la problemática. El capítulo uno, recoge y facilita la generación de los propósitos generales con enfoque en los objetivos, demostrando en ello la relación y entre los contenidos de las revistas HOGAR y MARIELA, y su impacto una pequeña parte de mujeres entre 25 y 40 años egresadas y de mujeres estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Por otra parte, el marco teórico encontrado en el capítulo dos, aborda las diferentes temáticas dedicadas al estudio desde la perspectiva de autores, comparando el contenido de los datos recopilados, causas y el efecto de las consecuencias en las vidas de las mujeres.

También, se analiza el nivel de consumo de las mujeres de este rango al respecto de las revistas mencionadas, además, hace un énfasis en el uso y el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, luego determinamos la conceptualización de varias definiciones, en este mismo capítulo vemos reflejado el cumplimiento de los objetivos específicos dentro del despliegue de contenidos.

Por otra parte, dentro del marco metodológico, se utilizó varios tipos de estudios incluyendo instrumentos y técnicas acorde a beneficiar la idea a defender en esta investigación, siendo necesario el análisis respectivo de los resultados obtenidos. Para finalizar, encontraremos los detalles de las conclusiones y recomendaciones aparecidas durante la realización de la tesis.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación actual

En la actualidad, es notorio el aumento de mujeres que están conectadas, permanentemente, al internet en búsqueda de información, para mejorar su bienestar en las diferentes áreas de la vida, acorde a su edad y su realidad sociocultural, a su vez permite procurar dar un aporte a su entorno para disminuir la discriminación femenina.

En la ciudad de Guayaquil, existe un gran número de revistas, con información para mantener una vida saludable en varias áreas, mostrando consejos de economía, lo laboral, lo educativo; permitiendo con ello que se eleve la autoestima, logrando así beneficios a la familia, para que cada uno adquiera buenos hábitos en su salud, contribuyendo a los valores éticos y morales, haciendo posible encontrar mensajes que alienten a ser mejores personas cuidando de los ingresos, ayudando a los demás, disfrutando de su esencia e individualidad humana mientras cumplen con sus responsabilidades.

Con ello, es importante tomar en consideración los recursos psicológicos, que permiten lograr éxitos en las tareas propuestas, las mismas que deben ser realistas y alcanzables, pero que exigen conocimiento y preparación para llevarlas a cabo dentro de su área de impacto.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influye el contenido de las revista Mariela y Hogar en el rol ante la sociedad para la construcción de la educación de las mujeres de 25 a 40 años egresadas y estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Rocafuerte?

1.3 Sistematización del problema

¿De qué manera influye en la mujer el consumo de las revistas como: Mariela y Hogar?

¿Qué utilidad puede tener el consumo de las revistas Mariela y Hogar?

¿Por qué las mujeres están necesitando una revista digital que muestre temas con abordaje educativo?

¿El contenido de estas revistas influye en las relaciones sociales y familiares?

¿De qué manera influye el contenido de estas revista las satisfacciones, deseos y logros personales?

1.4 Justificación de la investigación

En la elaboración de este proyecto, se evidenciaron necesidades de contar con datos investigativos que contribuyan a mejorar la calidad de la información de los datos referentes a los contenidos de las revistas Mariela y Hogar; procurando encontrar con ello los resultados que acerquen a la investigación a una propuesta asertiva que sea idónea para la aplicación dentro del universo al que se dirige el proyecto.

El proyecto, tiene como base los datos referentes a la cultura de la sociedad actual, por esto es necesario poder incorporar mejoras en la información que se comparte y que se obtiene dentro de las revistas, el uso de un material de corte educativo y entretenido, tendrá como resultado un consumo adecuado que facilite la asimilación positiva de los datos presentados en los documentos impresos o digitales.

La construcción de las temáticas, como el contenido técnico, es parte esencial dentro de las planificaciones de mejora; cada institución tiene la obligación de poder contar con políticas de comunicación pertinentes, por otra parte, las problemáticas que nacen dentro de la investigación ofrecen inclusión social, donde los espacios promueven el crecimiento saludable de la sociedad en sus diferentes áreas de impacto.

1.5 Delimitación o alcance de investigación Campo: Comunicación.

Área: Comunicación digital y escrita

Aspecto: Medios escritos de comunicación

Tema: Análisis de contenido de las revistas Mariela y Hogar en el rol ante la sociedad para la construcción de la educación de las mujeres comprendida entre 25 y 40 años de edad de la Facultad de Ciencias Sociales y derecho de la carrera de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Delimitación espacial: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de guayaquil

Delimitación espacial: Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Delimitación temporal: La presente investigación ha de realizarse dentro del ciclo 2016

1.6 Problema: La influencia de las revistas Mariela y Hogar en las mujeres de 25 a 40 años de edad de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo general

Analizar los contenidos de las revistas Mariela y Hogar en el rol ante la sociedad para la construcción de la educación de las mujeres entre 25 y 40 años de la Facultad de ciencias sociales y derecho Carrera de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

1.7.2 Objetivos específicos

- Determinar el nivel de consumo de las mujeres respecto las revistas Mariela y Hogar.
- Definir los temas que prefieren las mujeres cuando consumen revistas.
- Valorar el impacto en la esfera educativa que produce en las mujeres los temas que ellas consumen en las revistas Mariela y Hogar.

1.8 Idea a defender.

Las revistas femeninas producen un impacto de manera positiva en una pequeña parte de las mujeres de entre 25 a 40 años egresadas y otra parte de estudiantes de la carrera de periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil para la construcción de su educación.

1.9 Declaración de Variables

1.9.1 Variable Independiente

Las revistas Mariela y Hogar

1.9.2 Variable dependiente

Construcción de la educación de una pequeña parte las mujeres egresadas entre 25 y 40 años y otra parte de mujeres estudiantes de la Carrera de Periodismo

1.10 Operacionalización de las variable

CUADRO N° 1

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Independiente:</p> <p>Las revistas Mariela y hogar</p>	<p>Tipos de temas</p> <p>Roles en la sociedad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • Ocio • Científicos • Educativos • Salud • Laboral • Ejercicios • Personal • Profesional • Familiar
<p>Dependiente:</p> <p>Construcción de la educación de las mujeres egresadas entre 25 y 40 años y mujeres estudiantes</p>	<p>El proceso de aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje <p>Autónomo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje significativo
	<p>La educación Superior</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aportes significativos • Vinculación con la Colectividad
	<p>La expresión femenina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autoestima • La modernidad • Feminismo • Relaciones afectivas

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mielles

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El marco teórico de este proyecto está basado en autores, tanto desde la base de la comunicación social, quienes con sus escritos, han permitido o que intenta demostrar cómo las revistas para mujeres de edad comprendidas entre 25 a 40 años de edad fomentan un consumo para poder lograr sus objetivos en el ámbito profesional.

2.1 El feminismo latinoamericano

En Latinoamérica, la mujer entre varios roles, ser madre y trabajadora para muchas no es una opción, como se ha mencionado y observado; este se debe a múltiples razones: madres viudas, solteras o divorciadas, o trabajadoras, afectada por falta de sustento económico del hombre o por propia elección de la madre que busca desempeñarse y desarrollar una carrera laboral.

Carosio, A (2014). Expresa:

La globalización fue avanzando, impulsándose con la racionalidad neoliberal que concibe el mercado no solo como la institución social que asigna eficientemente los recursos, sino como regulador de decisiones sociales, como guía de políticas y, todavía más, como valorador de seres humanos y distribuidor de la felicidad. (Pág. 230)

Este efecto en el cual se introdujo Latinoamérica, marco la concepción del trato a la problemática femenina, donde los estados, asignaron recursos para contribuir al desarrollo de políticas equitativas para el ser humano.

2.2 Consumo de revistas femeninas

Actualmente, las mujeres jóvenes destacan el tiempo que comparte con sus progenitores, convirtiéndolo en tiempo significativo, sin descuidar sus estudios y trabajo, sacrificando la relación con su cónyuge, hijos y familiares. Esto puede producir una tensión entre la necesidad y el deseo de ser diferente, porque se produce una ruptura entre los roles naturales y los asumidos. El primero relacionado con lo doméstico para la crianza de hijos; y el segundo asociado con el soporte económico.

Los países latinoamericanos están también siendo inundados con costumbres anglosajonas y europeas donde las mujeres sueñan con ser emprendedoras, lograr éxito, pero relegando la posibilidad de ser esposas y madres; feminismo que está penetrando en clases altas y medias, como lo refiere; así nos dice Delgado, M. (2011). “Desde esta perspectiva la belleza del cuerpo de las mujeres que es asociada con la perfección de las formas está muy distante de sus aspectos biológicos, es decir, de procesos naturales”. (Pág. 21) Como lo indica el autor, hay nuevos patrones de motivación a las mujeres latinas, de gran influencia en vario aspectos de su vida.

2.3 El contexto ecuatoriano

Se ha dicho en todos los medios que: “Nos encontramos en el proceso de revolución de la información. Una revolución que está transformando al mundo en una aldea global”. Esta metáfora es tan sencilla como profundamente engañosa, porque puede tentar a imaginar al mundo de una manera errónea, haciendo que las culturas lejanas se vuelvan cercanas y sean tomadas algunas prácticas de otros países, como algo propio, por decir la música, la vestimenta.

Por otra parte, Egeuz, V. & Dolores, M. (2013). Expresa:

A la mayoría de la gente le cuesta comprender los conceptos puramente verbales. El oído les inspira sospechas, no confían en él. En general nos sentimos más seguros cuando las cosas son visibles, cuando podemos ver con nuestros propios ojos. (Pág. 12)

Así también, según la editorial Hearst y Televisa, editoras de la Revista Cosmopolitan, quienes han logrado que las lectoras de sus revistas en cinco continentes, observen las mismas imágenes de portada, perfecta y estereotipada, como el resumen de lo ideal y el modelo a seguir. El sistema global de información y comunicación, está lejos de incluir a la mayoría de las mujeres alrededor del mundo; perpetuando diversas inequidades, de este modo, el entretenimiento se convirtiéndolas en productos de consumo.

2.4 Tipos de revistas

Las características que destacan en el espectro en el que se desenvuelven las mujeres, enfrentando en ellas la realidad en la que se consideran importantes las revistas y su uso tradicional, así nos dice

Torres, R. (2013).

Tradicionalmente se han considerado revistas “femeninas” aquellas que tratan del conglomerado de temas que la sociedad considera de interés o apropiados para las mujeres. La costumbre (debatible) ha sido etiquetar como publicaciones periódicas “para mujeres” las de moda y belleza, las “féminas” y las del corazón. (Pág. 26)

La tradición sobre las revistas femeninas pasa de una costumbre a un involucramiento de los contenidos en la sociedad a la que se dirigen,

donde las mujeres encuentran respuesta y dirección, etiquetando sus líneas, como aptas para el consumo de mujeres según sus intereses. Siendo las revistas una expresión femenina, convierten los detalles usados dentro de lo cotidiano, como una forma en la que pueden ofrecer en estos recursos, caminos y aprendizajes útiles.

Las revistas se clasifican en varios tipos:

Informativas.- Las revistas informativas conllevan dentro de sus páginas, la información relevante sobre temas diversos, de la manera como se presentan los diarios o periódicos.

Especializadas.- Este tipo de revistas comparten contenidos especializados, mostrando en ellos artículos específicos sobre temáticas particulares, con lo cual se posiciona en un área específica.

Ocio.- Estas revistas tienen como fin el entretenimiento, despertando en los lectores, el interés por informarse con las noticias del momento, también comparten dentro de sus líneas información humorística.

Científicas.- La difusión de estas revistas se dirige al público especializado en áreas científicas y profesionales, con lo cual se pretende mostrar descubrimientos o estudios actualizados.

Educativas.- En las revistas educativas, se fomentan los temas educativos, con la finalidad de mejorar el nivel educativo de los estudiantes y docentes.

Temáticas.- Este tipo de revistas dedican sus artículos a informar sobre temáticas específicas logrando la identidad corporativa.

Gráficas.- Las revistas gráficas muestran principalmente

2.5 Revistas femeninas consumidas en Ecuador

En su sistema de comunicación global donde las revistas se clasifican según la oferta mediática, como productos en lugar de contenidos, y ven a la gente como estadísticas demográficas antes que como audiencia, las aspiraciones y el deseo pueden fabricarse. Las mujeres son un blanco frecuente en el proceso para la apertura de mercados.

Muñoz Morillo, C. (2015).

Por otra parte, hay que tener en cuenta que la imitación también consiste en aprendizaje social. A partir de la imitación, se difunden socialmente ciertas pautas de modelos a seguir establecidos. Esto con el fin de encajar y obtener la aprobación de determinado grupo. Todas las personas tienden a imitar, desde la más corta infancia. Llevando esto al tema de estereotipos de belleza en publicidad, pongo a reflexionar al lector sobre el alcance que esto puede tener en los más jóvenes y en su criterio de formación continua (Pág. 24)

Esto se ve claramente ejemplificado en las revistas Hogar y Mariela, cuyo eje principal fue y es una publicación para mujeres ambiciosas y conscientes de sus carreras, que se ve a sí misma como una revista divertida, atrevida y

femenina, buscando auto superación de la mujer. Tanto la revista Mariela y Hogar ambas revistas femeninas, funcionan como creadoras de fantasía que muestran como puede ser tu vida, los productos que anuncian. Entre las principales revistas femeninas consumidas en Ecuador, tenemos: Cosmopolitan, Hogar y Mariela

2.6 Rol de las revistas femeninas en la sociedad

Guerras, revoluciones, derecho a voto entre hechos significativos que han llevado a la mujer al cambio de roles. Pero la mujer no hubiera cambiado sin que la sociedad y el sexo masculino se lo permitiesen; se puede decir que este cambio de roles no solo se dio en la mujer, sino que también fue un cambio social y un cambio del sexo masculino; es ahí que en el contexto actual, la mujer, debe llevar adelante varios roles simultáneamente: La familia, el trabajo, los estudios; y esto genera una gran carga para la mayoría.

Por esto se puede referir lo que señala Queirolo, G. (2012): “La mujer moderna debe estar tan capacitada como el hombre, para ganarse la vida en un empleo, fuera del hogar” (Pág. 426). Esto hace notar que las mujeres deben prepararse para un mundo demandante, en donde ellas juegan un papel protagónico, no sólo por lo que hace dentro del hogar, sino también por lo que ahora hace dentro de las empresas.

2.6.1 Rol Personal

En la mujer existe una naturaleza por tener autonomía y control, ciertas normas y valores sociales han ido desapareciendo, lo que contribuyó a que

existan más mujeres que surgen tomando el rol del hombre, mientras que otras han logrado mantenerse en las bases familiares tradicionales, donde el culto a la virginidad, la posición de la mujer en el hogar todavía se conserva.

Vaca, M. (2013) nos dice:

La introducción de este aspecto opera en varios niveles; no se refiere únicamente a los espacios de producción literaria y estética, sino que además promueve información, productos, comportamientos, lugares actividades, que se ofrecen al lector/consumidor como alternativas a su contexto tradicional. (Pág. 78)

Estas características e ideologías en la modernidad, convierten a la mujer, en un ser que no responde a nadie más que a sí misma y donde el matrimonio dejó de ser la principal institución de vínculo a los valores sociales.

2.6.2 Rol Profesional

En las revistas, los discursos dirigidos a la mujer, muestran y refuerzan el lugar que cada una ocupa en la sociedad. Sorprenden por su creatividad y aparente evolución sobre la mujer, sin embargo, difunden los mismos valores sociales que desde siempre han sustentado la desigualdad entre géneros; el largo proceso en la equiparación de los roles sexuales se enfrenta continuamente a los referentes impuestos con facilidad y ofrecidos para la propia sociedad.

Salazar Cortes, T.A. (2014). Nos dice:

En referencia a la mujer, el Estado se planeaba la obligación de dispensar a la mujer atención preferente, tendiendo a su liberación

económica. En consecuencia velará, de modo especial, por su educación profesional técnica, capacitándola entre otras posibilidades, para que pueda tomar parte activa a la Administración Pública. (Pág. 51)

Este rol se ubica con alta importancia dentro de la planificación Estatal, involucrando políticas que generen posibilidades y beneficios para para la mujer dentro de sus características, facilitando espacios dentro de la Administración Publica como medio de empoderar su rol.

2.6.3 Rol Familiar

La mujer tiene un rol protagónico, a diferencia del pasado, en donde se casaba con el hombre que era aceptado por los padres y era el primer novio con quien se destinaba a pasar el resto de su vida. Las mujeres soportaban todo lo proveniente de sus maridos, se dedicaban devotamente a su matrimonio y al cuidado de sus hijos sin salir de su hogar, suprimiendo toda relación con sus amigas y toda actividad de gusto personal, algunas elegían un cambio, se producía el divorcio y/ o separación.

La mujer moderna tiene un choque paradigmático, debido a que desea ser la madre que la sociedad busca, pero también lucha por alcanzar sus propios sueños y anhelos en un mundo cada vez más exigente, comprendiendo y sacrificando con responsabilidad los deseos traídos desde la niñez, así también, lo refiere Bravo, P. M. Figueras-Maz, M. & Gómez-Puertas, L. (2014), quien señala: “La sociedad exige una buena madre, entendiendo esa frase como quien puede lograr en su hijo una buena estabilidad emocional, pero también busca una mujer rendidora, que significa ser capaz de hacer de todo y

bien hecho”. (Pág. 489). El autor manifiesta que el mundo confía y exige en las mujeres algo que pueden cumplir, creando un ideal cada vez más realista, no tan solo machista.

2.7 La cultura educativa y la imagen femenina en las revistas

Actualmente la mujer ya no es más quien se desempeña como ama de casa queda en casa aprendiendo los que hacer domésticos para llegar a ser la servidora ideal para el marido, ni tampoco se queda con la educación básica, sino que sale a buscar más. Muchos son los eventos que han pasado y han llevado a diferenciar a aquella “antigua mujer” con esta “moderna mujer”, liberal, sin escrúpulos.

Diez Gutiérrez, E. J., Terrón Bañuelos, E., Centeno Suarez, B., & Valle Flórez, R.E. (2014).

Sin embargo hay que entender que en la sociedad actual, tal como está organizada, las pocas mujeres que acceden al poder lo tienen que hacer demostrando que son más “duras” que los propios hombres. Para llegar a estos cargos de influencia han tenidos que socializarse y mimetizarse en una cultura machista, empleando los mismos métodos y aún más duros que los que han empleado sus competidores hombres. No hubieran sido admitidas en caso contrario. (Pág. 5)

En el proceso de enseñanza aprendizaje, la influencia de las revistas tiene un papel fundamental dentro de la actividad profesional, fundamentalmente en la elaboración de documentos científicos y artículos de interés para la investigación; es necesaria la participación de la sociedad para facilitar las

herramientas que hacen de las actividades curriculares un medio de beneficio con la colectividad.

2.8 Las revistas como expresión femenina

2.8.1 La autoestima femenina

Dentro de las cualidades que caracterizan a la mujer, está la necesidad de levantar el autoestima, las poderosas palabras de aliento que se sueltan sobre un campo fértil, pueden hacer surgir nuevas flores llenas de esperanza, las cuales se nutren con amor sincero, cuyos frutos serán la retribución de los cuidados de su pareja, amigos, y familiares

Las revistas femeninas buscan el mejoramiento del auto concepto, la autovaloración de la mujer, que incluso los enunciados son propuestos para provocar una identificación entre el autor y el lector, como lo refiere Dillon, A: (2012): “Se trata de reconstruir el pacto de lectura de cada revista a través de la imagen que construye de sí misma, la imagen de la lectora y el tipo de vínculo que se construye entre una y otra”. (Pág. 275). El autor señala en su artículo que desde el uso del verbo permite que las mujeres se identifiquen con los artículos de las revistas y creen una imagen sobre ellas mismas en su propio contexto.

2.8.2 Mujer en la modernidad

A lo largo de los años, el papel de la mujer en la sociedad ha ido cambiando paulatinamente, sufriendo mutaciones en todos los aspectos de la vida: desde el ámbito familiar, hasta su papel profesional, pasando por las relaciones con el

sexo opuesto y hasta con el mismo sexo; de ahí que se presenta un cuestionamiento: La mujer cambió, pero ¿Estaban listas para este cambio?

Jimeno, M.G. (2014), opina.

Parecería que la lucha por la igualdad de género es una simple cuestión de derechos; sin embargo, es un problema que va mucho más allá de definir unas prerrogativas a favor de la mujer en la ley: es la reivindicación de unos mínimos éticos de los que depende que se le reconozca como igual al hombre. (Pág. 9)

En tiempos pasados, las mujeres eran vistas como un objeto organizador del hogar, con un rol principalmente doméstico, tomando la responsabilidad y el poder dentro del mismo pues desde su crianza se le atribuía roles en el hogar y ella misma asumías, todo lo relacionado con la crianza de los hijos y el cuidado de los mismos; ella era jefa del hogar y el marido el jefe de familia.

Pratt, M. L. (2014). Dice:

Ya sabemos que los procesos de estrechamiento y marginación fueron ferozmente resistidos, pero con poco éxito. Tanto en Europa como en las Américas, el exilio y la persecución fueron experiencias tan comunes para las mujeres activistas como para los hombres en el siglo XIX. (Pág. 49)

Su principal dedicación era ser ama de casa y era impensable que la esposa se desempeñara laboralmente fuera del calor del hogar; por otro lado, a la “mujer antigua” no se ocurría divagar entre diversos hombres hasta encontrar a su amor ideal; por el contrario, se casaban con el primer novio, con el novio de

la adolescencia y a una muy temprana edad, este, por supuesto, era su primer hombre, sexualmente hablando, y era él quien la llevaba a una vida adulta.

2.8.3 Estereotipos en la mujer

El trato hacia las mujeres ha tenido ciertas modificaciones, incluso en el lenguaje, porque antes solamente se refería al sexo masculino y se sobreentendía que también se hablaba de las mujeres, esto lo refiere Cabrera, M., & Carlos, J. (2012): “Si la forma en –o (alumno) evoca un concepto masculino es por culpa de los estereotipos culturales, no por la terminación del sustantivo.” (Pág. 8). El autor hace referencia que desde siempre el lenguaje beneficia a los hombres y discrimina a las mujeres.

Torres, F.C., Ortiz, J. E. P., & Restrepo, X. M. (2012). Expresa:

A pesar de la situación descrita, es innegable el importante posicionamiento laboral que han alcanzado las mujeres actualmente y la perspectiva que se tiene sobre su inminente ascenso en la pirámide corporativa en un futuro cercano. Dicho avance ha sido producto del esfuerzo de las mujeres por la igualdad de oportunidades, el cual se hizo más evidente en la mitad del siglo pasado, cuando la presión por parte de distintos estamentos sociales por lograr un trato más equitativo permitió el avance hacia la construcción de nuevas formas de pensamiento. (Pág. 185)

La sociedad moldeó por mucho tiempo, un tipo de mujer que debía conformarse y adaptarse a la situación que se le presentaba, pero esto ya no es más así, la mujer sale a luchar, no se queda con lo que se le da, busca una mejor vida y una mejor vida para su familia; ya no es más el sexo emotivo,

susceptible, pues dejó de ser el sexo débil por el sexo que va al frente, lucha contra todo y todos, manteniendo el equilibrio en cumplimiento de sus roles individuales, sin descuidar la crianza de sus hijos y la atención a su esposo.

2.8.4 Relaciones afectivas

Dentro de los principales logros femeninos se encuentran la libertad en la expresión dentro de sus relaciones afectivas, donde sus sentimientos no solo son una expresión hormonal, sino una sincera manera de transparentar sus ideas, sufrimientos, alegrías, consecuencia de sus luchas y logros que se llevaron a cabo durante su vida.

Medina, M. D. M. V. (2011). Expresa:

En cuanto a los valores que definen la educación afectivosexual, encontramos la igualdad, la diversidad, la sinceridad, la ternura, el placer, la comunicación, la responsabilidad y la efectividad, siempre dentro de la coeducación como marco de referencia que, a su vez, se enmarca en la educación para la ciudadanía, como fortalecimiento de la democracia. (Pág. 4)

Siendo los valores aquello en los cuales tanto las mujeres y hombres son formados, cumplen un rol decisivo dentro de las futuras relaciones personales, donde van de la mano con la educación y el afecto para beneficio mutuo.

2.9 Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador.

Artículo 20.- El estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otra forma de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Artículo 46.- El Estado adoptará entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas y niños.

Sección Séptima

Comunicación Social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

TÍTULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.
- d. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud; b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

Art. 16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

CAPÍTULO II

Derechos a la comunicación

SECCIÓN I

Derechos de libertad

Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 18.- Prohibición de censura previa.- Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desaprobe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.

Art. 24.- Derecho a la réplica.- Toda persona o colectivo humano que haya sido directamente aludido a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación; tiene derecho a que ese medio difunda su réplica de forma gratuita, en el mismo espacio, página y sección en medios escritos, o en el mismo programa en medios audiovisuales y en un plazo no mayor a 72 horas a partir de la solicitud planteada por el aludido. En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia

iniciativa el derecho de réplica, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación sobre la pertinencia del reclamo, las mismas medidas administrativas establecidas para la violación del derecho a la rectificación.

SECCIÓN III

Derechos de los comunicadores

Art. 39.- Derecho a la cláusula de conciencia.- La cláusula de conciencia es un derecho de los comunicadores sociales y las comunicadoras sociales, que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de sus funciones. Las y los comunicadores sociales podrán aplicar la cláusula de conciencia, sin que este hecho pueda suponer sanción o perjuicio, para negarse de manera motivada a: 1. Realizar una orden de trabajo o desarrollar contenidos, programas y mensajes contrarios al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación; 2. Suscribir un texto del que son autores, cuando éste haya sido modificado por un superior en contravención al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas

que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

CAPÍTULO II

De la institucionalidad para la Regulación y el Control

Art. 47.- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación es un cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad. Sus resoluciones son de obligatorio cumplimiento.

2.10 Marco conceptual.

Comunicación: “Comunicación es el proceso mental en el que interactúan un emisor y un receptor para intercambiar las ideas, conocimientos, experiencias y sentimientos que se transmiten a través de un código, un mensaje y un canal adecuado.”

Colección digital: Conjunto organizado de recursos de información electrónicos que se almacenan y se hacen disponibles mediante herramientas tecnológicas y estrategias de difusión.

Digitalización: Conversión de documentos a formato digital mediante un procedimiento de captura, tratamiento y almacenamiento, con la finalidad de preservar, conservar y difundir la información en ellos contenida.

Encuesta: Instrumento conformado por una serie de preguntas elaboradas cuidadosamente sobre aspectos que nos interesan en una evaluación.

Evaluación: Proceso mediante el cual se puede determinar el nivel de eficiencia y eficacia con el que se han utilizado los recursos destinados a alcanzar los objetivos deseados.

Fuentes de información: Recursos en diferentes soportes, que permiten satisfacer las necesidades de información de los/as usuarios/as.

Página web: “Una página web es un documento que puede almacenarse en una computadora, conocida como servidor Web y observarse en la World Wide Web es una intranet (red interna) o utilizando un navegador, que es un programa de software utilizando para tener acceso y presentar páginas web.”

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la Investigación

En la investigación realizada, se considera el proceso de toma de datos; la metodología aplicada en este proyecto está realizada de manera inductiva y deductiva, la misma que permite que se segmente los datos y se especifiquen de manera organizada los hechos, así como la deducción y verificación de los resultados de los datos obtenidos. La proporción de los recursos que se manejaron durante el estudio, se obtuvieron de manera directa y otras de manera indirecta, lo cual permitió que sea un aporte para los datos presentados.

3.2 Métodos de investigación

3.2.1 Método Inductivo- Realiza la actividad observadora para el análisis fenomenológico que parte de las particularidades de la razón a los eventos que requieren ser investigados.

3.2.2 Inducción en la investigación.- Nos permite elaborar conclusiones que facilitan la deducción en base a los datos organizados, con sus conclusiones.

3.2.3 Método Deductivo.- Con este método se logró establecer los hechos fenomenológicos, las causas y consecuencias reales, esta fenomenología, permite que se establezcan ideas que simplifiquen la razón o porque de los eventos sociales que llegan a manos del investigador y que son desarrolladas en este documento.

3.3 Tipos de investigación

Para la ejecución de este proyecto, se desarrolló tomando en consideración los tipos de investigación idóneas para la búsqueda de la información y con ello poder elaborar este documento.

3.24 Investigación exploratoria.- Es el acercamiento inicial dentro de la ciencia, es útil cuando aún no se ha profundizado en el estudio del evento propuesto.

3.25 Investigación descriptiva.- Utilizada para la descripción de los componentes que intervienen en la investigación.

3.26 Investigación correlacional.- Persigue los resultados conseguidos con el estudio y su relación con la problemática y sus causas.

3.27 Investigación experimental.- Se planifica de manera coordinada los grupos de muestra que permiten realizar el estudio.

3.3.5 Análisis y Síntesis en la investigación.- La síntesis y el análisis permite generalizar pero también individualizar, estos son procesos que toman de manera consistente los datos recopilados en la investigación para obtener resultados claros, precisos y contundentes.

3.4 Enfoque de investigación

La investigación realizada describe los datos y descrito según el paradigma cuantitativo en el cual toma en consideración la presentación de la actividad realizada y que acerca a los objetivos que comprende la recolección de información, pero también se consideró el paradigma cualitativo para la interpretación de las entrevistas a los involucrados, que permitió interpretar de manera dinámica la aportación emitida por cada uno de ellos.

Además, la producción de la investigación, se espera que contribuya positivamente a la sociedad, donde el proceso de mejoramiento de la actividad informativa y de entrenamiento que ofrecen las revistas se acerque a las necesidades reales de las jóvenes que compran las revistas. Este producto de investigación fue de alta importancia y se considera dentro de la realidad de los representantes, permitiendo con ellos mejorar la calidad de la información compartida en las revistas.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

La población es el universo de personas que se consideración para el estudio, que se conformó en atención a un número de variables, consideradas en este proyecto, teniendo características ideales para ser tomadas en cuenta dentro de la investigación. Se tomó como población a estudiantes mujeres de la carrera de comunicación social, en total se consideró a 100, de diferentes cursos superiores, de la sección nocturna y mujeres actualmente graduadas con información proporcionada por la secretaría de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

CUADRO N° 2 - POBLACIÓN

N°	ELEMENTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	MUJERES ENTRE 25 – 40 AÑOS	100	100%
TOTAL		100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mielles

3.5.2 Muestra

Para obtener la muestra se consideró la misma cantidad de la población, es decir, 100 personas, la misma que fue utilizada dentro de los procesos de estudio al respecto de la revista Mariela y Hogar. Puesto que se encontró pocas mujeres que se suscriben con el rango de edad requerido y fue un limitante en la investigación, se procedió a tomar en cuenta las mujeres actualmente graduadas en edades comprendidas de 23 a 28 años de edad a las cuales se realizó encuesta personalizada a través de herramientas

tecnológicas de manera digitalizada, enviada y respondida por las mujeres que se encuentran trabajando en el medio y las que no ejercen la profesión vía correo electrónico, Facebook, whats App Google drive.

CUADRO N° 3 - MUESTRA

N°	ELEMENTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	MUJERES ENTRE 25 – 40 AÑOS	100	100%
TOTAL		100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

3.6 Instrumentos de investigación

3.6.1 Encuesta

Las encuestas son herramientas de trabajo para la toma de información, las mismas sirven como instrumentos para el desarrollo de las investigaciones; para su uso es necesario elaborar un cuestionario que con el cual se hacen las preguntas a las personas determinadas durante la ejecución de la investigación, por esto, es necesario poder contar con preguntas acordes a la temática requerida, las mismas que aporten al mejoramiento de la educación. Durante la toma de datos realizados en la encuesta, se pudo recopilar información valiosa que contribuyo a dirigir el estudio a las problemáticas que surgen dentro de la investigación. Por lo cual se requirió de la colaboración de los entrevistados para obtener su punto de vista.

3.6.2 Entrevista

La entrevista es un proceso en el cual se pueden obtener datos que se consideran parte de la información, la misma que es pertinente al momento de recolectada, a su vez surge de la importancia de la opinión de las personas, así también, de poder evidenciar en la investigación la razón por la cual se presenta un fenómeno; este tipo de resultados facilitan el estudio y permiten que se manifieste la realidad que viven los entrevistados.

Además, con el uso de esta herramienta disponible, se logra ejecutar los procedimientos necesarios para contar con la información, la misma que sostiene el análisis que efectuado, por consiguiente, la realización de las mejoras está basada en la opinión de los entrevistados, así como la ejecución de soluciones orientados a mejora.

Para la toma de las entrevistas fue necesario poder segmentar los grupos de quien tomamos las entrevistas, siendo las conclusiones, una respuesta a las temáticas dirigidas en la entrevista, la misma que permite que las preguntas desarrollen la apertura a otras preguntas y que son parte de la elaboración de prácticas investigativas.

3.6.3 Observación

La observación permite que se pueda adquirir y revisar los eventos a los que la investigación da lugar para la recopilación de datos reales, lo cual hace del proceso investigativo un tiempo de reconocimiento de las necesidades y de las cualidades previstas y no previstas en el proyecto. Es por esto que durante la investigación, la observación sirvió como instrumento para un acercamiento al fenómeno, produciendo en ello la necesidad de desarrollar soluciones.

3.7 Validación de instrumentos

3.7.1 Validez de la encuesta

Para la realización de este proyecto se validó el 100% de los datos recopilados, la misma que nos permitió reconocer los requerimientos necesarios para el conocimiento del fenómeno social, lo cual facilitó la propuesta de soluciones dirigidas al tema específico.

3.7.2 Validez de la entrevista

La entrevista dentro de esta investigación ha sido validada, teniendo una participación que requirió del manejo de datos que son especificados para contribuir a la elaboración de este proyecto, el mismo que permite evidenciar y documentar la opinión de los entrevistados, siendo su aporte importante para la ejecución de este proyecto.

3.7.3 Validez de la observación

La observación es la herramienta que nos permite recopilar la información, es la manera que menos instrumentos requiere, ya que con solo ser testigos se pueden obtener datos relevantes para la toma de decisiones, a su vez cada persona que se dirige dentro de la ejecución de métodos que posibiliten el procesamiento de la información con lo cual se favorece en la toma de decisiones que den solución a los problemas; la observación se validó como soporte que se ejecuta dentro del estudio.

3.7.4 Confiabilidad

Para la realización de este documento, se utilizaron elementos importantes y que dieron como resultado un producto confiable, el mismo que recurrió a la entrevista, encuesta y la observación, los cuales fueron usados con el grupo muestran que soportaron los datos obtenidos.

3.8 Análisis e interpretación de resultados

3.8.1 Procesamiento de datos

El proceso de análisis de la información, requirió de bases informativas confiables, considerando la utilización de los instrumentos de medición y toma de datos, las cuales al ser tabuladas, proporcionaron un aporte importante para el trabajo investigativo.

El producto resultante de la investigación nace del estudio de la información recopilada, esto se evidencia al considerar las fuentes de información y las opciones de mejora que resultan de la aplicación de los procedimientos indicados, consiguiendo con ello la formación de escalas de valor que contribuyan con el acceso de respuestas a la problemática planteada.

El proceso de realización de análisis de resultados, es coincidente con los mostrados en los cálculos de muestra y que sostiene la investigación y aportan a que se responda las necesidades que las variables contienen y responde dentro de este proyecto.

ENCUESTA REALIZADA A MUJERES ENTRE 25 Y 40 AÑOS

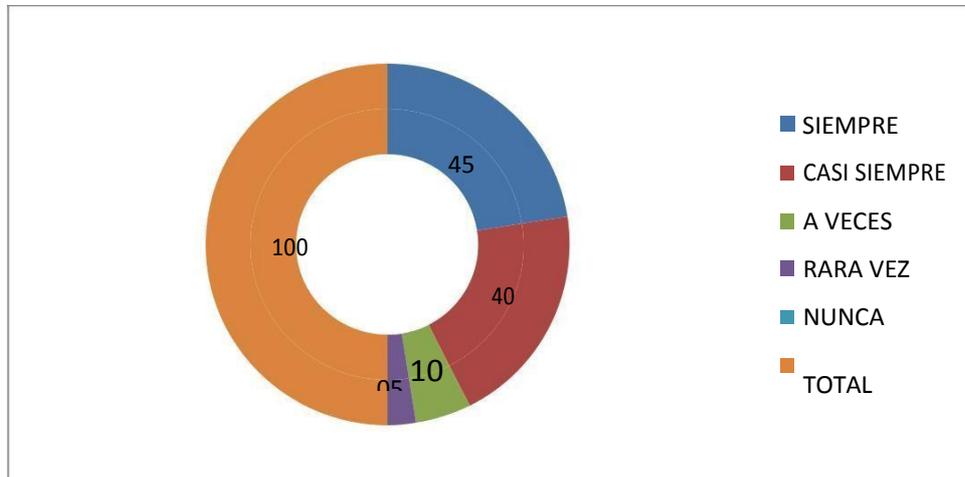
1. ¿Considera usted necesario leer revistas femeninas para informarse respecto a temas de actualidad?

CUADRO # 4

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	45	45
2	CASI SIEMPRE	40	40
3	A VECES	10	10
4	RARA VEZ	5	5
5	NUNCA	0	0
TOTAL		100	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #1



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

El resultado muestra que el índice es mayor con un 85% opina que es beneficioso el uso de revistas para informarse, lo que permite tener una consulta escrita confiable.

2. ¿Considera usted que las revistas femeninas cumplen una buena función social hacia las mujeres?

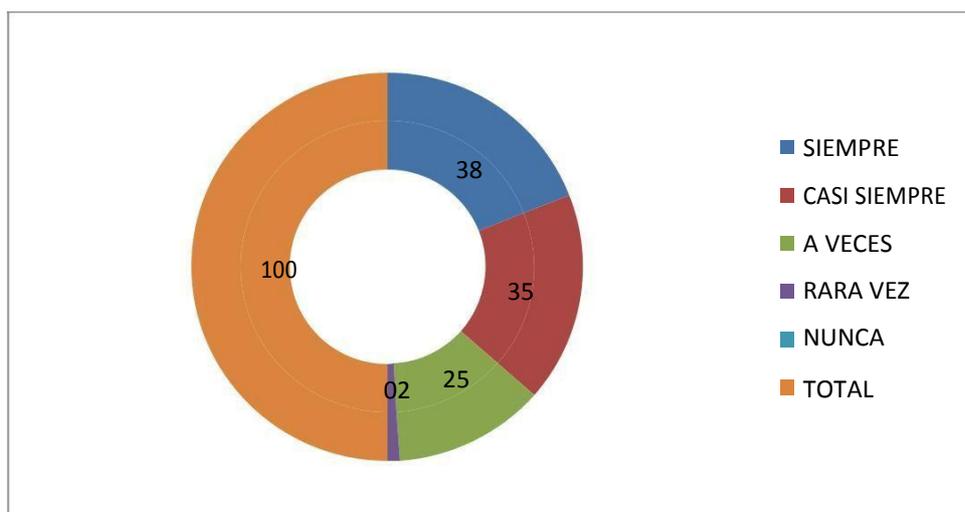
CUADRO # 5

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	38	38
2	CASI SIEMPRE	35	35
3	A VECES	25	25
4	RARA VEZ	2	2
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #2



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

Entre Siempre y Casi siempre existe un 72% que están a favor, lo cual indica las revistas están cumpliendo su rol dentro del área de impacto en que influyen en la mujer entre 25 y 40 años.

3. ¿Considera usted que las revistas femeninas contienen temas importantes para la educación de las mujeres?

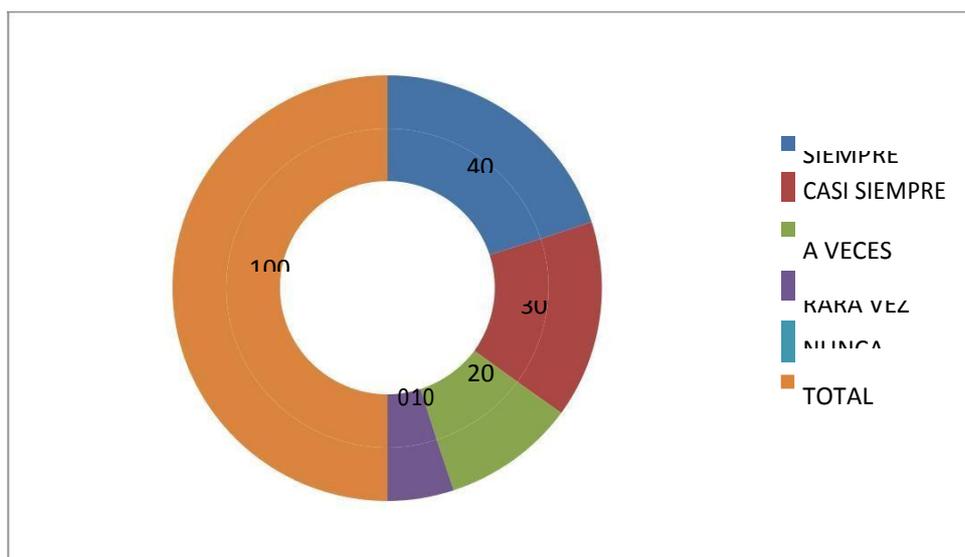
CUADRO # 6

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	40	40
2	CASI SIEMPRE	30	30
3	A VECES	20	20
4	RARA VEZ	10	10
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #3



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

En el análisis se puede observar la existencia en el tema de la educación en las mujeres tiene alto contenido de interés, lo que hace pertinente la lectura y consulta para el beneficio femenino. Mientras que solo el 10 % considera que rara vez ha sido útil.

4. ¿Las revistas femeninas aportan al área académica de las mujeres que estudian en la universidad?

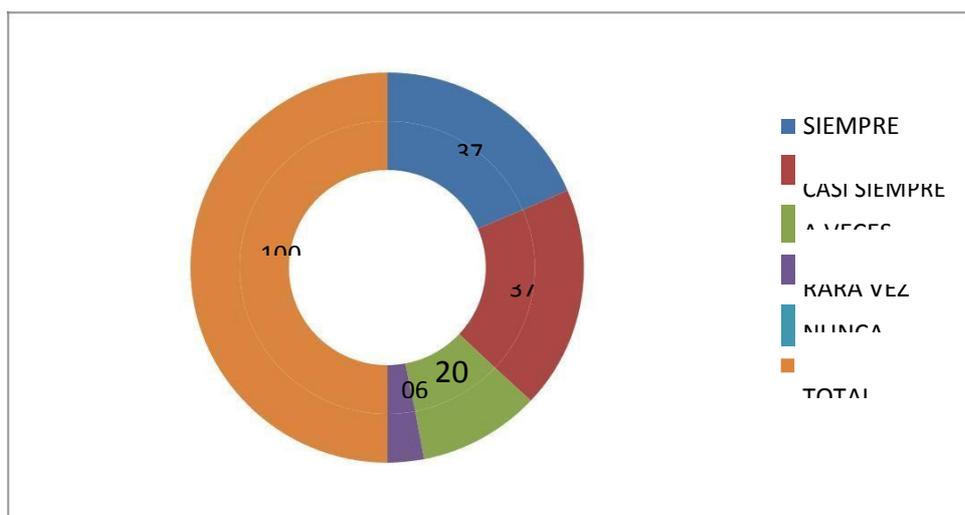
CUADRO # 7

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	37	37
2	CASI SIEMPRE	37	37
3	A VECES	20	20
4	RARA VEZ	6	6
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

GRÁFICO #4



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

Surge de este análisis que es favorable la opinión acerca del aporte a las mujeres que estudian en universidad, lo que incide positivamente en sus estudios actuales y futura profesión.

5. ¿Las revistas femeninas colaboran con la autoestima de las mujeres que estudian en la universidad?

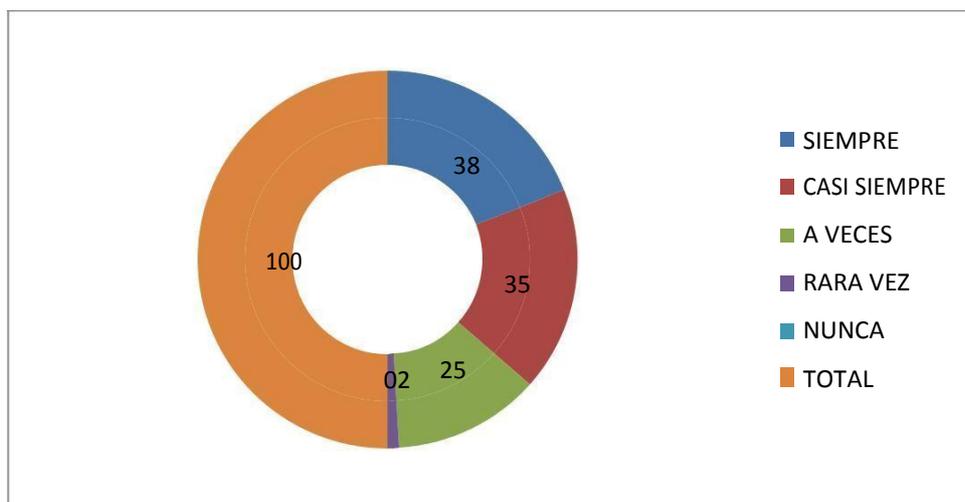
CUADRO # 8

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	38	38
2	CASI SIEMPRE	35	35
3	A VECES	25	25
4	RARA VEZ	2	2
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

GRÁFICO #5



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

La opinión de las mujeres encuestadas, muestra el alto grado de interés sobre el tema de la autoestima en sus vidas y como la revista aporta a este segmento de mujeres.

6. ¿Cree usted que deberían incluirse artículos sobre el rol de la mujer en la familia?

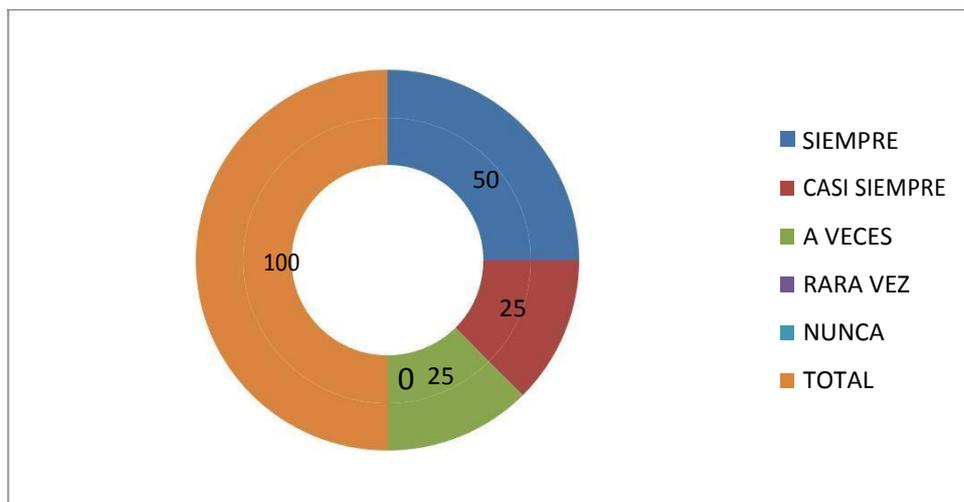
CUADRO # 9

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	50	50
2	CASI SIEMPRE	25	25
3	A VECES	25	25
4	RARA VEZ	0	0
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

GRÁFICO #6



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Miele

La importancia del rol de la mujer en la familia tiene un alto grado, esto permite conocer tanto sus responsabilidades, límites, oportunidades y libertades. Un 75% está a favor de este tipo de temáticas.

7. ¿Cree usted que las revistas femeninas ayudan a mejorar el desempeño laboral de las mujeres?

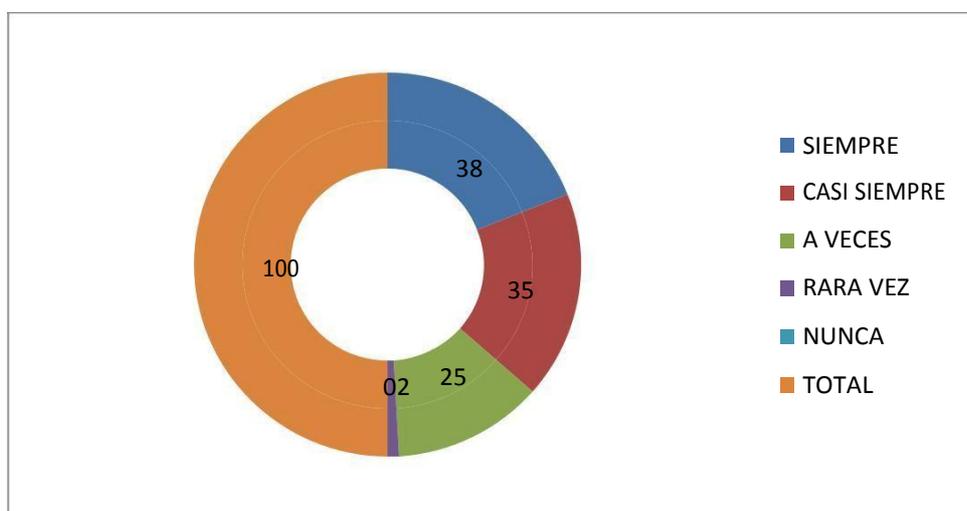
CUADRO # 10

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	38	38
2	CASI SIEMPRE	35	35
3	A VECES	25	25
4	RARA VEZ	2	2
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #7



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

Se aprecia dentro de la opinión de las entrevistadas, donde se denota lo positivo de los artículos compartidos en las revistas femeninas Hogar y Mariela, donde su participación mejora el desempeño laboral.

8. ¿Cree usted que las revistas femeninas ayudan a que las mujeres puedan plantearse metas?

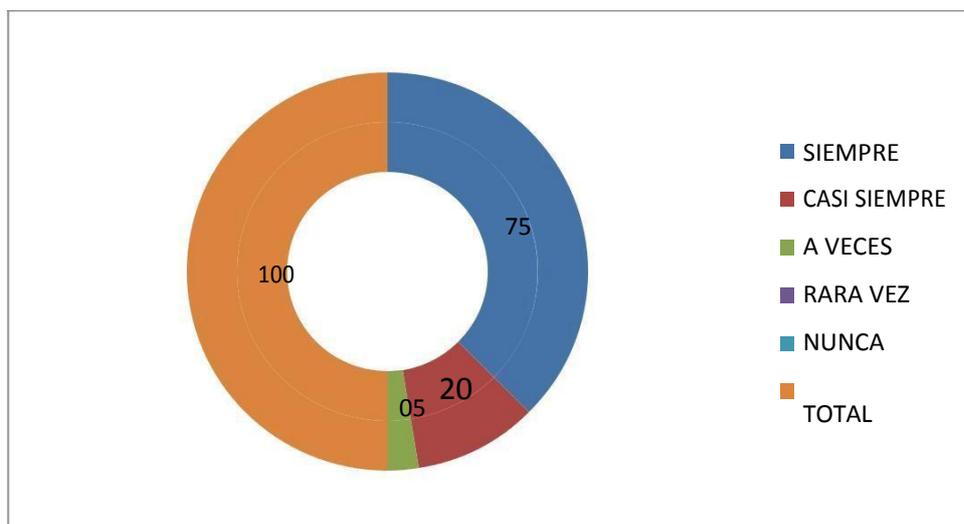
CUADRO # 11

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	75	75
2	CASI SIEMPRE	20	20
3	A VECES	5	5
4	RARA VEZ	0	0
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #8



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

La encuesta demuestra que el 95% de las mujeres opina que la revista ayuda y provee artículos para plantearse metas de acuerdo a la actividad y realidad social.

9. ¿Considera usted que las revistas femeninas benefician en la profesionalización de las estudiantes del área de comunicación social?

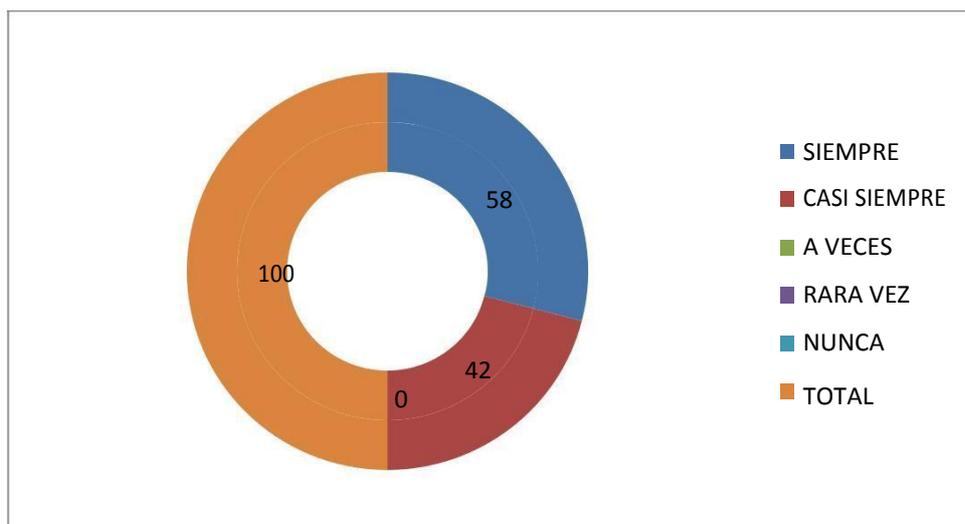
CUADRO # 12

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	58	58
2	CASI SIEMPRE	42	42
3	A VECES	0	0
4	RARA VEZ	0	0
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #9



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

Las encuestas muestran que las mujeres que estudian Comunicación Social pueden encontrar en las revistas Mariela Y hogar, artículos que aporten a su profesión y que la participación de estos temas mejoran su profesionalismo.

10. ¿Cree Usted que las revistas femeninas dan un aporte positivo para el lugar que debe tener una mujer en la familia?

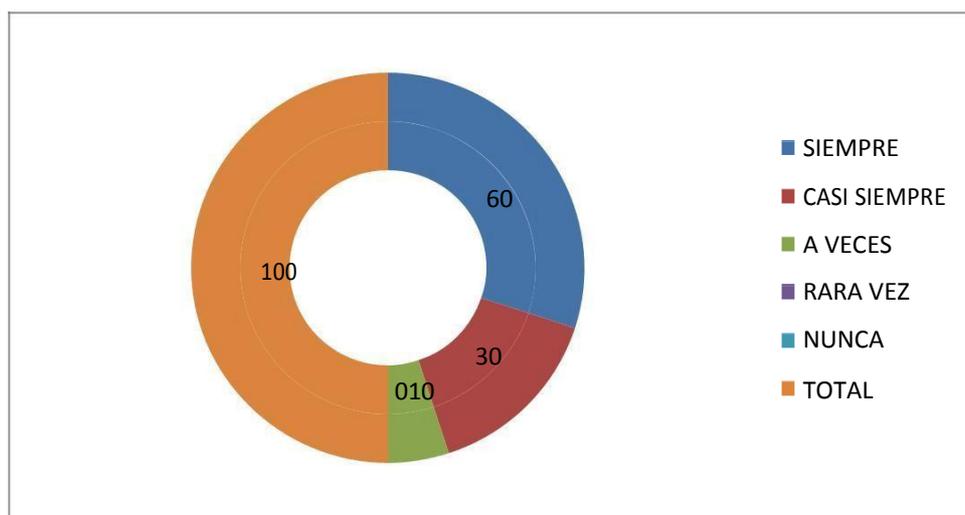
CUADRO # 13

ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	SIEMPRE	60	60
2	CASI SIEMPRE	30	30
3	A VECES	10	10
4	RARA VEZ	0	0
5	NUNCA	0	0
	TOTAL	100	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

GRÁFICO #10



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: María Auxiliadora Mendoza Del Valle, Israel Enrique Solís Mieles

El análisis muestra que la familia tiene un lugar importante dentro de sus metas y que día a día, por lo cual el 90% de las mujeres opina que se debe ofrecer más artículos sobre estas temáticas.

3.9 Entrevistas

3.9.1 Entrevista a Tatiana Campuzano Coordinadora General de la Revista Mariela

1. ¿Dentro de los temas que realizan una edición se han topado con temas idénticos en otras revistas?

Hay temas que coinciden que son temas de actualidad por ejemplo hace poco que sacamos un artículo sobre Donald Trump y Hilary Clinton nosotros no nos enfocamos en la parte política pero sé que otras revistas también lo hicieron obviamente desde diferentes perspectivas, pero para contarte un poco el proceso de revista Mariela nosotros tenemos una reunión editorial primero en la que invitamos a diferentes articulistas obviamente a personas que forman parte del grupo del equipo editorial se hace la reunión se propone los diferentes temas, Mariela Viteri va decidiendo y ella también aportando con ideas, parte de una editorial es un consenso de quien va hacer la portada, quienes van hacer los entrevistados y de ahí arranca el proceso vía email con el articulista, el tema que tiene que tratar , el número de caracteres y todo eso.

2. Dentro del contenido de estas revistas para mujeres hay algo que podría ser dañino para ellas ¿Qué aportaría a la mujer profesional?

Yo creo que leyendo testimonios de personajes, mujeres destacadas que son buenos referentes para cualquier mujer y de alguna manera influyen en las mujeres ecuatorianas.

3. ¿La revista muestra temas de investigación?

Sí, pero no es su línea

4. ¿Esta revista no incursiona en política?

Si se entrevista a personajes políticos, pero no se toca nada político, se toca siempre la parte personal y con la esencia de Mariela Viteri porque generalmente ella los entrevista, ella lo maneja de una manera bastante dinámica y es interesante porque no va la parte política.

5. ¿La diferencia entre su revista y otras revistas cuál sería?

Que es una revista bastante versátil, dinámica, lo interesante es la diversidad y con la esencia de Mariela Viteri que lo hace divertido, lo más característico son las entrevistas que publicamos y eso en ninguna otra revista las tiene. La revista el 5 de octubre cumplió 10 años de haberse creado.

6 ¿Cómo nace esta iniciativa?

Yo empecé hace 5 años a trabajar en la revista, esta revista siempre fue un sueño para Mariela a ella le gustaba mucho coleccionar revistas de variedades, ella siempre tuvo como un proyecto, nuestra finalidad como tal es facilitarle la vida a las mujeres porque no es netamente farándula, el plus de la revista es que cada artículo es tratado por un especialista en cada rama eso es lo que nos fortalece como medio impreso.

7. ¿El tiraje de la revista?

Nosotros estamos circulando con 5 mil ejemplares el número es de 108 a 140 páginas.

8. ¿Algún tema que haya causado más sensación en el país?

Generalmente por redes sociales nos sabemos dar cuenta que hay respuestas hacia ciertos artículos, a la gente le encanta los temas de parejas.

9. ¿Qué tipos de mujeres leen la revista Mariela?

El target es más o menos desde los 22 años en adelante y son más amas de casas y sienten que ciertos artículos se sienten identificados y les puede servir para su crecimiento personal.

3.9.2 Entrevista Msc. Giancarla Martel Docente de Comunicación

1. ¿Ha leído y analizado el contenido de las Revistas “Hogar” y “Mariela”?

Por supuesto el tenido el agrado de revisarlas y me gustan, también me he detenido en hacer un análisis comparativo sobre los diferentes artículos expuestos en estas revistas que tienen algunos años en el mercado.

1. ¿Dentro del contenido de estas Revistas para mujeres, hay algo dañino para las mismas?

Estos formatos en su gran mayoría tienen algo entretenido para este público, junto con artículos para el cuidado emocional, así como información de los medios y espectáculos, que hace atractiva para nosotras, de alguna manera esto hace que los lectores (mujeres) no salgan de este círculo y se vuelvan dependientes y eso no es algo positivo.

3. ¿Qué aportaría a la Mujer profesional?

Hay temas como cuidados personales e historias del crecimiento personal que ciertas mujeres han experimentado convirtiéndose en iconos y ejemplo para otras, resaltando los tips que ofrecer para mejorar en el ámbito laboral.

4. ¿Las revistas muestran temas de investigación?

El contenido de ambas revistas son diferentes en sus artículos, en la Revista Hogar hay más diversidad de temas que van orientados a la mujer actual, que buscar captar la atención por completo y la investigación que se realiza es muy

buena porque los reporteros indagan a profundidad y dan un acabado perfecto en sus artículos. Caso diferente en la Revista Mariela que se basa en la gente de espectáculos y sus vidas personales.

3.9.3 Entrevista a Gustavo Mata Hanze - Gerente de Mercadeo y Suscripciones de Revista HOGAR

1 ¿Cuántos años tiene la revista Hogar en el mercado?

52 años, nació el 18 de septiembre de 1964

2 ¿Ustedes han hecho un estudio de cuantas mujeres leen la revista?

El 96% son mujeres

3 ¿El contenido de la revista para qué tipo de público es, y en qué porcentaje?

Femenina definitivamente, y sería el 85%

4 ¿Qué temas tratan principalmente?

Nosotros hicimos un estudio de mercado hace 3 años de encuestas en Guayaquil. Quito y provincias. Pudimos definir los temas que le gustan a las mujeres, el target es de mujeres de 25 años en adelante.

5 ¿Las mujeres leen la revista Hogar por el contenido de temas en general o por temas femeninos?

La revista Hogar es la revista de la mujer ecuatoriana, siempre ha sido líder en ventas.

6 ¿Qué tipo de mujeres prefiere leer Hogar, en relación a los gustos y preferencias?

La mujer profesional, emprendedora, pero también la ama de casa y la revista es como una consejera de ellas.

7 ¿El contenido de ciertas revistas femeninas puede ser dañino para la vida de las mujeres? Por ejemplo qué temas ustedes evitan publicar.

La revista tiene una línea muy clara muy de actualidad y siempre está respaldada por un profesional en cada rama del tema que se habla. Es una revista que no tiene temas polémicos ni chismes.

8 La revista Hogar ha pensado en colaborar con el progreso académico y profesional de las mujeres ¿De qué manera?

Siempre, incluso tenemos alianzas con algunas universidades y estudiantes de periodismo que hacen pasantías aquí

9 ¿Cuál ha sido el tema de mayor impacto de la revista y en qué año?

La primera portada de la revista fue con Jacqueline Kennedy (primera dama y esposa del expresidente John F. Kennedy y una icónica también sería la del aniversario 50 en el 2014 que publicamos más de 300 páginas.

10 ¿Qué contenido regularmente han coincidido con otras revistas y cuál es el enfoque que le dan?

La revista Hogar suele ser siempre la que da el paso a las demás revistas femeninas, actualmente no tenemos mucha competencia, solo Cosas o Mariela, pero esas revistas se basan en los temas de Hogar y a nosotros nos dan las primicias.

11 ¿Cree usted que las revistas femeninas son de ayuda para la mujer profesional?

Si, definitivamente, porque tenemos un equipo profesional muy amplio de periodistas para darles a la mayoría de herramientas a la mujer ecuatoriana para su superación cada día.

12 ¿Por qué las revistas están divididas para hombres y mujeres?

Vistazo es como un noticiero impreso que tiene política, economía, etc al contrario de revista Hola que es una franquicia que habla sobre temas de glamour y el rango de Vistazo es de años.

3.10 Discusión General de Resultados

Las encuestas muestran que existe una opinión favorable acerca de las temáticas encontradas en las revistas Mariela y Hogar, permitiendo recibir en ellas información pertinente, que contribuya al crecimiento personal de las mujeres. Los entrevistados señalaron que las lecturas de estas revistas no se limitan a un cierto grupo, porque desean alcanzar a todos los estratos, procurando incluir dentro de sus páginas, artículos que atraigan a un mayor número de mujeres entre 25 y 40 años de edad.

Estas revistas están acorde a la necesidad que se presenta en las mujeres, estudiantes y profesionales, quienes buscan, en los reportajes y publicaciones, temáticas responsables, científicas, entretenidas con que identificarse, sujetas a las cualidades requeridas para ampliar sus metas y que alimenten la aceptación y disminuya el rechazo de la participación femenina en diferentes áreas donde el hombre se desempeña. Las cualidades del uso de las revistas en el campo educativo, están siendo involucradas dentro de las instituciones de aprendizaje, mejorando con ello las áreas personales que necesitan dedicación para mejorar el entorno donde se desempeñan los estudiantes y docentes, esto produce en las mujeres entre 25 y 40 años.

Las revistas Hogar y Mariela apuntan a targets diferentes y su consumo está relacionado al tipo de información presentada, Hogar se considera una revista que evita temas polémicos y no recurre a temas amarillistas, por otra parte Mariela aunque toca temas de farándula lo hace enfocados en el bienestar

común. Ambas revistas tienen ya trayectoria, pero revista hogar tiene más de 50 años en el mercado y su contribución ha trascendido a la historia.

El uso de las herramientas por parte de docentes es algo común, de tal manera que en algunos campos profesionales se recomienda leer artículos de actualidad presentados en revistas con contenido serio, estos artículos positivos generen un importante impacto y luego motivan a nuevas investigaciones sobre temáticas sociales.

CONCLUSIONES

El nivel de consumo de las mujeres leen las revistas Mariela y Hogar es alto, sobre todo en la edad comprendida entre 25 y 40 años; los resultados del estudio muestran que alrededor del 60% revisan el contenido de una de estas revistas, en su hogar, o en algún consultorio médico, o por internet atraídas por la necesidad de estar informadas y actualizadas.

Los resultados muestran que un 75% de mujeres gustan leer las revistas Mariela y Hogar por los temas que son dirigidos para un público joven - adulto, que traten contenidos profesionales, familiares, estudiantiles, educación sexual, que ayude a la realización personal de cada una de las lectoras, afectando para bien su entorno, contribuyendo al mejoramiento de la participación de cada una de ellas en lo que se comparte.

En la esfera educativa se observa un importante impacto, al leer revistas Mariela y Hogar, partiendo del autoestima de las mujeres, pues son motivadas a alcanzar títulos profesionales, puesto que son capaces de lograrlas; en su contenido se observan ejemplos de mujeres que han logrado el éxito en sus empresas, con sus familias, en sus actividades políticas y brindan sugerencias para que otras mujeres también alcancen sus propios propósitos de vida.

RECOMENDACIONES

La posibilidad de mejorar el entorno en el que se desenvuelven las mujeres requiere de atención adicional, donde la violencia y la discriminación por el hecho de ser mujeres tiende a sonar más realista, está concientizando en la actualidad; pero, el reconocimiento de los derechos trae consigo responsabilidades derivadas del lugar que debe ocupar la mujer en su hogar, primero en el rol de hija, luego de estudiante o profesional, el de madre y esposa, procurando en cada una de estas etapas disfrutar del cultivo personal y generacional al que están sujetas todas las personas.

Así también, las emociones y su salud natural y reproductiva urgen tener un lugar dentro de las revistas que tienen como lectores a mujeres en la edad entre 25 y 40 años. Lo que implica una mayor participación dentro de los espacios dedicados a los hombres para la contribución y aporte para solventar las necesidades propias de cada mujer. Esto se traduce en la capacidad de proveer de guías informativas fidedignas que busquen mejorar su calidad de vida dentro y fuera de la actividad educativa.

Para esto, es necesario mejorar las condiciones socioeconómicas en la que se desenvuelven cada una de las personas, por lo que ofrecer recursos individuales o grupales, se convierte en una terapia sincera por parte de las involucradas, encontrando en ello que para lograr mejorar su realidad debe pensar en su crecimiento personal y aportar en el de otras.

BIBLIOGRAFIA

Carosio, A. (2014). Feminismo latinoamericano: imperativo ético para la emancipación. *Acesso em*, 14.

Torres, R. (2013). El creciente éxito de las revistas de moda y belleza y la mujer española contemporánea. *Global Media Journal México*, 5(10).

López Cadena, C. G., & Cisneros Endara, V. S. (2013). Análisis del rol de la figura femenina representada dentro de la Revista Soho Ecuador.

Delgado, M. (2011). Visiones e ideales del cuerpo femenino en espacios publicitarios de la prensa del Ecuador de los últimos 20 años.

Eguez, V., & Dolores, M. (2013). Análisis de contenido de las revistas de consumo juvenil femenino Seventeen y Tú: estereotipos de belleza.

Muñoz Morillo, C. (2015). Estereotipos de belleza femenina en publicidad y afectación en jóvenes del Ecuador Aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en el ámbito publicitario.

Salazar Cortés, T. A. (2014). La delicada resistencia: representaciones de mujeres en tres revistas quiteñas: Quito: La Mujer, Flora y Alas (1905-1934).

Díez Gutiérrez, E. J., Terrón Bañuelos, E., Centeno Suárez, B., & Valle Flórez, R. E. (2014). El liderazgo femenino y su ejercicio en las organizaciones educativas.

Bravo, P. M. Figueras-Maz, M. & Gómez-Puertas, L. (2014). El ideal de madre en el siglo XXI. La representación de maternidad en las revistas de familia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*.

Dillon, A: (2012). La enunciación en las revistas femeninas , los casos de Para Ti y Mujeres & Compañía. *Palabra Clave* 15(2) 252

Queirolo, G. (2012). Mujeres en las oficinas. Las empleadas administrativas entre la carrera matrimonial y la carrera laboral. Buenos Aires Argentina.

Jimeno, M. G. (2014). Construcciones sociales, ética mínima y prejuicios: el cuerpo de la mujer en la modernidad. *Derecho Público*, (32), 25-10.

Pratt, M. L. (2015). Repensar la modernidad. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 5(15).

Cabrera, M., & Carlos, J. (2012). Acerca de la discriminación de la mujer y de los lingüistas en la sociedad: reflexiones críticas. *ht tp://f. hypotheses.org/wpcontent/blogs.dir/598/files/2013/03/MORENOSEXISMO.pdf* [Último acceso: 15 de enero de 2014].

Torres, F. C., Ortiz, J. E. P., & Restrepo, X. M. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. *Diversitas*, 8(1), 183-193.

Medina, M. D. M. V. (2011). El modelo actual de educación afectivosexual en España. El caso de Andalucía. *Revista Iberoamericana de Educación*, 55(3), 4.

ANEXOS

UNIVERSIDAD LAICA “VICENTE ROCAFUERTE”
ENCUESTA DIRIGIDA A MUJERES ENTRE 25 Y 40 AÑOS

- Esta encuesta consta de 10 preguntas
- Lea atentamente cada una de ellas y elija la alternativa que más la identifique
- Las alternativas son las siguientes:

ITEM	ALTERNATIVAS
S	Siempre
CS	Casi Siempre
AV	Algunas Veces
PV	Pocas Veces
N	Ninguna

N°	PREGUNTAS	S	CS	AV	PV	N
1	Considera usted necesario leer revistas femeninas para informarse respecto a temas de actualidad					
2	Considera usted que las revistas femeninas cumplen una buena función social hacia las mujeres					
3	Considera usted que las revistas femeninas contienen temas importantes para la educación de las mujeres					
4	Las revistas femeninas aportan al área académica de las mujeres que estudian en la universidad					
5	Las revistas femeninas colaboran con el autoestima de las mujeres que estudian en la universidad					
6	Las revistas femeninas ayudan a mejorar la construcción de ideales en las mujeres					
7	Las revistas femeninas ayudan a mejorar el desempeño laboral de las mujeres					
8	Las revistas femeninas ayudan a que las mujeres puedan plantearse metas					
9	Las revistas femeninas benefician en la profesionalización de las estudiantes del área de comunicación social					
10	¿Cree Usted que las revistas femeninas dan un aporte positivo para el lugar que debe tener una mujer en la familia?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

IMÁGENES



FOTOS





