

Universidad San Francisco de Quito USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de comunicación para educar a la comunidad sobre el impacto negativo
de la desigualdad de género en el ámbito laboral.**

Paula Andrade Terán

00137879

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

Trabajo de titulación presentado como
requisito para la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 18 de diciembre del 2020

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña de comunicación para educar a la comunidad sobre el
impacto negativo de la desigualdad de género en el ámbito laboral.**

Paula Andrade Terán

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 18 de diciembre de 2020

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Paula Andrade Terán

Código: 00137879

Cédula de identidad: 1721396404

Lugar y fecha: Quito, 18 de diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

Resumen

El presente trabajo desarrolla una investigación en la cual se muestra el negativo impacto que tiene la desigualdad de género en el ámbito laboral. Como metodología para realizar el trabajo se ha optado por la revisión de investigaciones realizadas por grupos de interés hacia este tema, que contienen cifras impactantes con el objetivo de demostrar los efectos sociales que la inequidad de género tiene en la sociedad. Con la ayuda de la comunicación se busca generar una campaña educativa acerca del tema, que como resultado logre motivar a la sociedad a un cambio y sobre todo a la concientización acerca de la importancia del mismo.

Palabras Clave: Género/ Desigualdad de género/ Inclusión/ Techo de Cristal/ Comunicación/ Medios de Comunicación/ Cambio Social

Abstract

This paper develops an investigation which focuses on the negative impact that gender inequality has in the work place. As a research methodology for the investigation, papers by people who are interested in this theme such as ONGS have been thoroughly analyzed with shocking figures in order to show and prove the negative effects that gender inequality has in the society. From a communications perspective, this paper seeks to generate an educational campaign that as a result motivates societies into change and create awareness about what is happening.

Key Words: Gender/ Gender Inequality/ Inclusion/ Glass Ceiling Theory/ Communications/
Media/ Social Change

Contenido

Introducción	8
Capítulo 1: Antecedentes	10
Capítulo 2: Causas y consecuencias: Discriminación de género en el ámbito laboral	16
2.1: Implicaciones: Ámbito laboral.....	19
Capítulo 3: Comunicación en género	23
3.1: Teoría de comunicación de masas.....	24
3.2: Teoría de Palo Alto	25
3.3: Teoría de El construccionismo.....	25
3.4: Teoría de la información	26
3.5: Comunicación para el Cambio Social	27
Capítulo 4: Campaña de Comunicación	28
4.1. Presentación de la campaña	28
4.1.1 Problema social	28
4.1.2 Territorio de acción	29
4.1.3 Alcance de la causa social	29
4.2 Diagnostico de comunicación	30

4.2.1 Análisis FODA	30
4.2.2 Eje de la campaña	30
4.2.3 Concepto de la campaña	31
4.2.4 Nombre de la campaña	31
4.2.5 Misión:	31
4.2.6 Visión:	31
4.2.7 Logotipo:	31
4.3 Publico principal: Mujeres universitarias.....	32
4.3.1 Públicos beneficiados:	32
4.3.2 Públicos estratégicos y aliados:	32
4.3.3 Públicos de interés	32
4.4 Objetivos	33
4.4.1 Objetivo general	33
4.4.2 Objetivos específicos:	33
4.5 Estrategias de campaña	34
4.6 Posts de Campaña.....	36
Conclusiones	46
Referencias	47

Introducción

De acuerdo a las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC,2018), en diciembre del 2016 el ingreso laboral de las mujeres fue de \$287,18. Por el otro lado el ingreso laboral de los hombres fue de \$367, 7. esto refleja un porcentaje de relación entre el promedio de hombres y mujeres de aproximadamente el 78 %. (INEC,2018). En estas cifras, se puede apreciar que la discriminación de género en el ámbito laboral es un problema real. “En promedio, la mujer dedica 31,49 horas a la semana al trabajo no remunerado; mientras el hombre dedica 9,09 horas. Una diferencia de 17,53 horas.” (INEC, 2012). Sin embargo, una de las cifras más alarmantes en este tema es el tiempo que el género femenino dedica a las actividades domésticas sin remuneración. “A la semana, la mujer en Ecuador dedica 24,06 horas a ello (casi 4 horas cada día); mientras que los hombres apenas suman 6,00 a la semana. Ni una hora al día.” De igual manera de acuerdo a cifras recogidas por el INEC (2019) hasta diciembre del 2019, el ingreso laboral promedio de un hombre con empleo es de \$ 369,30. Mientras que el de una mujer en las mismas condiciones es de \$ 295,40. No solo las mujeres ganan menos que los hombres en Ecuador, sino que conseguir un empleo también es más difícil. “En diciembre del 2017, el desempleo masculino se ubicó en 3,6% y el femenino en 6%.” (Instituto Nacional de Estadística

y Censos (INEC) et al., s. f.). De acuerdo a estos datos, es necesario entender no solo la circunstancia en la que viven las mujeres en Ecuador si no alrededor de todo el mundo, partiremos de las definiciones de género y la desigualdad de género, objeto de estudio de esta investigación; ya que se debe reflexionar sobre cómo abordar uno de los problemas sociales, económicos y políticos más importantes que crearan un fuerte impacto en el futuro en general.

Tomando en cuenta los efectos de los cambios políticos, sociales y económicos que están presentes en las vidas de las mujeres y de los hombres en un contexto global y cotidiano. “El género va a inscribirse en la teoría feminista como una nueva perspectiva de estudio, como una categoría de análisis de las relaciones entre los sexos, de las diferencias de los caracteres y roles socio-sexuales de hombres y mujeres y, finalmente, como una crítica de los fundamentos naturales de esas diferencias” (OSBORNE & MOLINA , 2008, p. 34)

“El género, entendido como la construcción social de la diferencia sexual señala justamente la necesidad de enfocar las diferencias entre los géneros, una elaboración histórica que adscribe roles determinados a hombres y mujeres en base a sus diferencias biológicas. En esta perspectiva una de las aportaciones más importantes de la teoría del género es el señalamiento de la historicidad de las diferencias sexuales” (OSBORNE & MOLINA , 2008, p. 34)

Se puede decir que la desigualdad de género se la considera estructural y transversal. Estructural porque se basa en una construcción social, determinada por el sistema hetero patriarcal de sexo/género que se basa en dos elementos claves, los cuales regula las relaciones sociales a partir de las diferencias percibidas y asignadas a hombres y mujeres. (Rigol, s. f.) afirma: “Transversal

porque afecta al conjunto de las mujeres, es decir, una mayoría social (52%). Por el hecho de ser socialmente “tachada” como mujeres, viven discriminaciones, violación de sus derechos y subordinación respecto a la otra mitad de la humanidad” (p4). La desigualdad de género está constituida por algunas clases de desigualdades, como lo son: clase social, origen, etnia, orientación sexual, identidad de género y religión, configuran un sistema complejo de opresiones múltiples y simultáneas que producen formas de subordinación y opresión específicas y diferenciadas. Y de igual manera está configurada por un modelo económico capitalista que presenta como separadas la esfera productiva y la reproductiva. (Rigol, s. f.)

Capítulo 1: Antecedentes

El capitalismo hetero patriarcal según Vives, Suria (2010) “se ha perpetuado desde el mundo antiguo y el feudalismo, hasta el capitalismo hiper industrial actual, debido a que la división sexual del trabajo continúa en las relaciones sociales de género correspondientes a las diferentes sociedades y en todos los modos de producción, a través de los cambios históricos. No obstante, en todas estas sociedades patriarcales, las mujeres han sido subordinadas a los hombres basándose en las mismas ideas”. (Vives, Suria, p.65). Por medio del capitalismo hetero patriarcal se sustenta en la división sexual del trabajo, que atribuye a los hombres el trabajo productivo, el propio del espacio público, socialmente reconocido y remunerado, y el trabajo reproductivo, el de cuidados y doméstico, a las mujeres. Es el trabajo invisibilizado, sin reconocimiento simbólico ni económico, no reconocido como trabajo real y, por lo tanto, no vinculado a derechos y protección social. Sin embargo, la desigualdad de género se la puede considerar más estructural ya que como consecuencia abarca otro tipo de desigualdades como la económica,

racial, etarias, sexuales etc. A pesar de que legisladores de varios países a nivel mundial han pretendido crear normas que minimicen o eliminen la desigualdad de derechos no se ha logrado establecer algo claro que brinde frutos positivos en estos ámbitos. (Rigol, s. f.)

No obstante, el impacto económico que genera la desigualdad es incluso más extenso que cualquier otro. Según el Foro Económico Mundial (WEF) (mide la brecha entre mujeres y hombres en salud, educación, economía y política) en el 2016 los países han retrocedido a niveles de 2008 y la brecha necesitaría de 217 años para sellarse (Fernández, 2017).

Lastimosamente, a pesar de que el debate sobre el empleo no remunerado recorre el mundo, no ha logrado crear conciencia sobre el trabajo que hacen las mujeres. “82 países están peor que hace un año, solo 60 han mejorado” (García, 2018). Según los estudios del Instituto Europeo de Igualdad de Género (EIGE) establece que la tasa de empleo en la UE aumentaría significativamente si las mujeres tuvieran un mayor grado de igualdad en la oferta educativa y el mercado laboral”. Eso generaría un incremento de la contratación de entre 0,5 y 0,8 puntos porcentuales en el 2030 y de entre 2,1 y 3,5 puntos en el 2050. “Si se produjeran esas mejoras, el empleo rondaría el 80% en el 2050”, analiza el EIGE. El instituto proyecta un escenario en el que se podría obtener 6,27 millones de puestos de trabajo, de los que 4,5 millones estarían ocupados por mujeres. En las suposiciones más positivas serían 10,5 millones de puestos adicionales en el 2050 y eso produciría un incremento del PIB per cápita de entre 6,1% y 9,6%, lo que equivale a entre 1,95 y 3,15 billones de euros solo en Europa. (García, 2018).

Debido al impacto económico que se genera es que no se ha logrado avanzar en la corresponsabilidad social del estado y mercado laboral entre mujeres y hombres ya que el trabajo realizado por hombres y mujeres no es equitativo, por lo tanto, no es remunerado de la misma

manera. Es por esto que el cambio de estructura en este ámbito es algo que se considera como agenda pendiente; la cual debe estar bien soportada por una infraestructura clave que permita la modificación y brinde acceso a las mujeres para que de esta manera se pueda eliminar la desigualdad respecto a los hombres. (Fernandez,2017, p.5)

De acuerdo a los datos anteriores del Foro Económico Mundial (WEF) y el Instituto Europeo de Igualdad de Género (EIGE), es indiscutible que existe una infravaloración en la mujer y su productividad debido a las desventajas que limitan su permanencia y oportunidad de desarrollarse en el mercado laboral. El autoempleo como, por ejemplo, el trabajo doméstico no conlleva a ningún tipo de prestaciones o pensión al final del ciclo de vida lo que hace que en promedio reciban salarios más bajos que el hombre. Sin embargo, el trabajo es igual. Este es uno de varios tipos de discriminación que impiden que las mujeres puedan exigir sus derechos en plenitud.

Es importante abordar el tema de los tipos de discriminación que se presencian y a los que están expuestas las mujeres en distintos ámbitos en su día a día.

Existen varios tipos de discriminación las cuales también se pueden vincular con el género. Una de las más comunes es la discriminación individual y colectiva al igual que la discriminación institucional. La discriminación individual se la conoce por tratarse de un individuo a otro. Es decir, esto ocurre cuando una persona trata a otra de una manera negativa, discriminativa sin contexto o razón alguna. Por el otro lado también esta discriminación estructural, la cual hace referencia a la discriminación que surge de políticas institucionales. Según la Ley de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (2007) existen dos tipos principales de discriminación: La

discriminación directa e indirecta, la discriminación directa se presencia cuando una persona se siente tratada con diferencia a las otras debido a sus características ya sean físicas, intelectuales, de personalidad y otras. Algunas situaciones en las que se presentan este tipo de discriminaciones puede ser por ejemplo, cuando no se acepta a una mujer en un empleo simplemente por su género, la discriminación indirecta por el otro lado, no es tan visible ya que incluso hay ocasiones en las que pasa desapercibida, pero sigue siendo muy común. Los llamados micromachismos, comportamientos sexistas que atacan a la mujer de manera sutil y que no es tan fácil de ver pero que en realidad siguen siendo ofensivas para ciertos colectivos. También existe el tipo de Racismo o xenofobia, es la discriminación en función de la raza o la etnia a la que la persona pertenece. Otro de los tipos se conoce como Sexismo, es cuando la persona que la practica infravalora a las personas del sexo opuesto. La discriminación sexual es aquella que sufren todas aquellas personas que presentan orientación o identidad sexual diferente. Y por último otra de las más comunes es la discriminación por edad suele ocurrir con frecuencia en los aspectos laborales, en los que se considera que la edad idónea para trabajar es aquella comprendida entre los 25 y los 45 años especificado por el EIGE.

A pesar de que se ha visto un progreso en el género femenino desde 1990, no se ha alcanzado un escenario de equidad de género esperado. Como consecuencia de las desventajas que viven en el día a día las mujeres se sigue enfrentando ante esta desigualdad en varios ámbitos como lo es son: en la educación, salud, política y sobre todo en el mercado laboral tienen repercusiones negativas para el desarrollo de capacidades y oportunidades de progresar. (Castillo, 2018)

Según los datos de la UNDP (UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME), lo que el índice de Desigualdad de Género establece el posicionamiento de 155 países en este tema y

ofrece perspectivas sobre las diferencias de género en los principales ámbitos del desarrollo humano es un fuerte indicador de la desigualdad que actualmente existe ya que este mide las mismas bajo tres aspectos: “la salud reproductiva la cual se mide por tasa de mortalidad materna y la tasa de fecundidad entre las adolescentes, el empoderamiento el cual se mide por la proporción de niveles parlamentarios ocupados por mujeres y la proporción de mujeres y hombre adultos desde 25 años que han cursado como mínima enseñanza secundaria y por último la situación económica la cual es la participación en el mercado laboral y medida según la tasa de participación en la fuerza de trabajo de mujeres y hombres de 15 años o más.” (UNDP, 2019)

Este índice se basa en el mismo marco que el IDH-D (El Índice de desarrollo humano (IDH) es un indicador nacido de la mano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que mide el nivel de desarrollo de cada país atendiendo a variables como la esperanza de vida, la educación o el ingreso per cápita). Su intención es reflejar de una mejor manera las diferencias de atribución de logros entre hombres y mujeres, de esta forma mientras más alto sea el valor del índice más disparidades habrá entre géneros y por ende pérdida en el desarrollo humano. A lo que busca llegar estas cifras e indicadores es al verdadero conflicto que se enfrenta día a día, con la idea de que exista algún tipo de intervención ya sea normativa o de conciencia. A través de los indicadores se busca el promover el pensamiento proactivo y las políticas existentes para que se pueda analizar y entender las desventajas del sistema que tienen que experimentar las mujeres, por ser mujeres.

Todos estos factores han logrado que la mujer tema a su desarrollo en estos distintos ámbitos y es aquí cuando se habla sobre la teoría del techo de cristal. Marilyn Loden, (1978) quien es una consultora laboral estadounidense, fue la primera en hablar acerca del “techo de cristal”. En 1978, Loden argumentó que las mujeres no ascendíamos debido a una cultura que obstruye

nuestras aspiraciones y no fomenta una equidad en oportunidades. En 1979, este concepto se empieza a popularizar gracias a la intervención de Katherine Lawrence, en la Conferencia del Instituto de Mujeres para la Libertad de la Prensa. En esta conferencia que impartió, Katherine Lawrence hizo uso de esta metáfora para referirse a la disparidad existente entre la política de ascenso y las oportunidades existentes en su entorno laboral. En 1984, Gay Bryant, la editora de la revista *Working Woman* dijo que “las mujeres han llegado a cierto punto, yo lo llamo el techo de cristal, donde están en la parte superior de la gerencia media y se están deteniendo y atascándose. No hay espacio suficiente para todas esas mujeres en la cima”.

El techo de cristal está construido sobre la base de rasgos que son difíciles de detectar, por eso no se ve y se llama de cristal. Esta barrera invisible aparece cuando las mujeres se acercan a la parte superior de la jerarquía corporativa y les bloquea la posibilidad de avanzar en su carrera profesional hacia cargos de nivel gerencial y ejecutivo. Según Salmerón, aunque el concepto fue originariamente utilizado para analizar la carrera laboral de las mujeres que habían tenido altas calificaciones en sus trabajos gracias a su formación educativa superior y no podían ascender porque se topaban con esa superficie superior invisible o techo de cristal, la metáfora rápidamente se extendió para referirse a los obstáculos que impiden el avance de las minorías en general: sean minorías raciales, religiosas, por orientación sexual, por nacionalidad, etc (Salmerón, 2014).

Según el estudio realizado por Isabel Cuadrado Guirado (2006) en *Mujeres y Liderazgo*, donde establece algunos argumentos que se exponen dentro de diferentes estudios sobre los condicionantes que como consecuencias crean barreras en el desarrollo profesional de la mujer. (Cuadrado,2006).

Estos son: Colberg (1993) y Browne (1999), donde analizan los diferentes rasgos de las mujeres y como estos no son compatibles a los distintos rasgos motivacionales los cuales terminan siendo necesarios para romper esta barrera y que se logre acceder y lograr éxito en puestos de trabajo superiores a los de costumbre. También, Ohlott, Ruderman y MacCauley (1994), analizan y tratan de interpretar el “porque” las mujeres no comparten las mismas oportunidades de progreso en el ámbito laboral a diferencia de los hombres. Por el otro lado, Osca y López-Sáez (1994) replican el porqué de las principales barreras entre géneros. Concluyendo que los estereotipos son una gran parte de estas barreras en situaciones laborales, ya que muchas de las características de empleos que desarrollan las mujeres no son igualmente evaluados con respecto a los hombres, ya que no existe un apoyo social. Esta discriminación sufre miles de mujeres en todo el mundo. La falta de visibilidad femenina es un problema que causa prejuicios sobre las capacidades de las mujeres en el ámbito laboral logrando desigualdad y bloqueo en su desarrollo.

No obstante, existen causas tanto sociales, políticas, económicas, profesionales que abarcan este tema, generando el impacto que hoy por hoy existe alrededor del mundo

Capítulo 2: Causas y consecuencias: Discriminación de género en el ámbito laboral

Una de las principales causas de la desigualdad de género se debe a la socialización diferencial y los roles que tienen las mujeres y los hombres en la sociedad. Como establece Cabrero (2016), “las inequidades sociales entre los distintos géneros tienen como causa y por ende resultado el aprendizaje del sistema sexo-género. El sistema sexo-género es un modelo teórico que explica cómo se produce la socialización de género”. “En esta teoría se compara e interpreta las ideas que vienen desde un comienzo, es decir, naturales con las ideas que van

siendo construidas a partir de la sociedad. De esta manera se establece que la causa de esta desigualdad es lo que como sociedad socialmente se construye y no el sexo en sí”.

(Cabrero,2016).

Lo que según Cabrero (2016) produce el sistema de sexo-género, es la creación de normas sociales que son quienes a lo largo del tiempo han establecido las conductas tanto de los hombres como de las mujeres y por ende son un condicionamiento de las percepciones de la realidad social. Como resultado, se genera una socialización diferencial debido a estas conductas. Lo que ocurre es que se crea una amplia brecha de desigualdades políticas, económicas y sociales entre los dos géneros. Estas desigualdades biológicas desfavorecen a la mujeres en el proceso de desarrollo”. (Cabrero,2016, p.9). “Desde el nacimiento las personas aprenden las conductas, actitudes, roles y actividades que corresponden a las características determinadas por la pertenencia a uno u otro sexo, desarrollando así la identidad de género y los roles de género”. Los roles que son establecidos de igual manera por la sociedad generan impactantes diferencias en ámbitos como la familia, el sistema educativo, los medios de comunicación, la cultura, la comunidad, las instituciones, etc.” (Castillo, 2018).

La teoría de la socialización diferencial entre hombres y mujeres de (Walker y Barton,1983) explica cómo las personas, cuando inician el proceso de construcción de una vida social y cultural, lo hacen a través de lo que se conoce como influencia de agentes socializadores. Estos son quienes adquieren identidades diferenciales de género que encuadra actitudes, conductas, códigos morales y normas estereotipadas de la conducta antes establecida según tenga cada género. Sin embargo, los roles masculinos según Cabrero (2016) son más propensos en apoyarse a lo que se conoce como el rol tradicional masculino, construido por la sociedad, el cual se basa

en producir y progresar en el ámbito público. “Se espera de ellos que obtengan éxitos en este ámbito ya que se les prepara y educa para que su autoestima y su gratificación provengan del ámbito público”. Sin embargo, a los hombres a diferencia de las mujeres se les brinda la posibilidad de potenciar sus libertades, talentos y ambiciones ya que la sociedad se encarga de auto promover a su desarrollo profesional y personal (Cabrero,2016, p.16). “Reciben bastante estímulo y poca protección, lo que los orienta hacia la acción, lo exterior, lo macrosocial y la independencia. A los hombres se les inculca el valor del trabajo como una obligación prioritaria y definitoria de su condición” (p.16)

Por el otro lado, en el caso de las mujeres el proceso y desarrollo de ellas en la sociedad se enfoca netamente en la preparación para la reproducción y su permanencia en el ámbito privado (hogar). “Se espera de ellas que sus éxitos provengan de este ámbito, el cual se espera que sea el factor que ayude a desarrollar y conformar su fuente de gratificación como de su autoestima. Lo que no ocurre con los hombres, ya que se reprimen sus libertades, talentos y ambiciones de manera que se facilite la autopromoción, fomentando la esfera afectiva. “El poco estímulo y protección que como sociedad se brinda al género femenino hace que sean orientadas hacia la intimidad, lo interior, lo micro social, la dependencia y el valor del trabajo no se les inculca como una obligación prioritaria ni definitoria de su condición” (cabrero, 2016, p.21). Cabrero establece que todos estos valores y normas son denominados mandatos de género, es decir, aquellas normas sociales implícitas que no reflejan lo que son los hombres y las mujeres sino cómo deben o deberían ser y lo que se espera de cada uno de ellos.

2.1: Implicaciones: Ámbito laboral

En el ámbito laboral, existen varios factores que incluyen todo lo mencionado anteriormente y resultan en la desigualdad de género en este aspecto. Una de las causas es la económica, debido a la brecha salarial entre diferentes géneros. “La desigualdad económica, que se materializa, por ejemplo, en esta brecha salarial entre ambos grupos o la perpetuación de los roles de género (que consideran que deben ser ellas quienes se encarguen del cuidado del hogar y familiares, unas labores no retribuidas), se ha convertido en una poderosa traba para acabar con la desigualdad entre sexos y garantizar los derechos de las mujeres” (OXFAM, 2017, p.47). OXFAM (Oxford Committee for Famine Relief) es una confederación internacional formada por 19 organizaciones no gubernamentales, que realizan labores humanitarias en 90 países. Con una mayor equidad, el colectivo femenino podría fortalecerse a nivel económico, mejoraría su calidad de vida, se reforzaría su seguridad en la vejez mediante pensiones justas, o sería más autónoma e independiente con respecto al colectivo masculino, establece Cortada, director de la organización OXFAM.

Según Rivera (2017), la brecha salarial entre hombres y mujeres, al traducirse en una mayor capacidad adquisitiva para el hombre, es el mayor generador de desigualdad laboral de género, sus efectos son notables en situaciones como la elección entre trabajo y maternidad o las futuras pensiones. Según el estudio Getting to Equal 2017, por cada 140 dólares que gana un hombre de media en el mundo, la mujer gana \$100. Si a esto se le suma la brecha salarial oculta (refleja la menor presencia de la mujer en el mercado laboral), la desigualdad económica crece y por esos

100 dólares que gana una mujer, el hombre llega a los 258 dólares. Los roles de género tradicionalmente han situado a la mujer, ocupando cargos relacionados con el cuidado del hogar, de los hijos o familiares. Esta idea preconcebida sobre la labor que puede desempeñar una mujer, puede tener mucho que ver con que la mayoría de empleados domésticos a nivel mundial sean precisamente mujeres. La Organización Internacional del Trabajo (2017) señala que ellas ocupan más del 80% de estos puestos.

La ONU indica que hoy en día, las mujeres perciben un salario inferior al varón. Es alrededor de un 24% menor que el de ellos, aunque hay diferentes brechas salariales según cada país. Si nos centramos en la desigualdad de género en Ecuador de acuerdo a cifras recogidas por el INEC hasta diciembre del 2019, el ingreso laboral promedio de un hombre con empleo es de \$ 369,30. Mientras que el de una mujer en las mismas condiciones es de \$ 295,40. También, Según datos del Instituto Nacional de Estadística (2019) el 15,2% de las mujeres ingresa solamente el salario mínimo o incluso cifras menores, mientras que solo un 5,6% de los hombres se encuentra en esta situación. Todos estos ejemplos de la disparidad entre hombres y mujeres según Ruiz, tanto en el ámbito laboral como el desarrollo de trabajos más precarios o peor remunerados, conllevan a una mayor vulnerabilidad del colectivo femenino y un considerable riesgo de entrar en situación de pobreza o exclusión social. Según datos del 2014 del Fondo de Población de las Naciones Unidas, las mujeres también están a la cabeza en casos de pobreza, siendo 6 de cada 10 de las personas más pobres a nivel mundial, mujeres.

Las mujeres trabajan en sectores y puestos menos variados y peor remunerados que los hombres. Esto se denomina segregación profesional horizontal. Las mujeres trabajan, por ejemplo, como secretarias, enfermeras o cuidadoras de día, trabajos normalmente peor pagados que aquellos principalmente realizados por hombres, como por ejemplo camioneros, maquinistas y mineros.

Esto es resultado, a menudo, de estereotipos sexistas sobre el tipo de trabajos que son “idóneos” para las mujeres. (Oelz, 2015, p.21). “Las mujeres están infra valoradas en los niveles salariales superiores y se las mantiene en posiciones de nivel inferior. Esto se denomina segregación profesional vertical. Ocurre incluso en sectores en los que la mayoría de la mano de obra es femenina, como en el caso de los sectores sanitario y educativo” (Oelz,2015).

Otra de las razones que generan esta discriminación salarial se encuentra, por ejemplo, en los sistemas de clasificación profesional. Para esto existe un método de evaluación de los puestos de trabajo como explica Olney (2015), Todo empleador que pague salarios diferentes a trabajos diferentes emplea algún método de evaluación del puesto de trabajo, ya sea formal o informal. Existen dos tipos de métodos formales de evaluación del puesto de trabajo, los métodos de evaluación global o de clasificación y los métodos analíticos de evaluación del puesto de trabajo. Los métodos globales o de clasificación establecen una jerarquía de empleos según la importancia de los requisitos del mismo. Examinan el empleo en su conjunto en vez de sus componentes centrales. Este método tiende a identificar las características del empleado con las características del propio empleo. Los métodos de clasificación determinan la importancia de los empleos dentro de las organizaciones, pero no determinan las diferencias de valor entre ellos.

Los métodos analíticos de evaluación del puesto de trabajo desglosan los trabajos en componentes, factores o subfactores y les asignan puntos. Los factores incluyen: capacidades y cualificaciones adquiridas por medio de la educación, la formación o la experiencia. Responsabilidad por el equipamiento, el dinero y las personas. Esfuerzo, que puede ser físico, mental y psicológico y por último condiciones de trabajo, que abarcan tanto aspectos físicos (ruido, polvo, temperatura y peligros para la salud) como psicológicos (estrés, aislamiento, interrupciones) (Onley, 2015, p.43).

Sin embargo, a pesar de que existan estos métodos de evaluación para por puestos de trabajo, las capacidades de los empleos en los que predominan las mujeres, a menudo reciben una puntuación inferior a la de los empleos en los que predominan los hombres (Onley,2015). Por ejemplo, se valora más la responsabilidad sobre el dinero o el equipamiento sobre las personas. Esto lleva a la minusvaloración sistemática de los empleos en los que predominan las mujeres y se traduce en sueldos inferiores para las mujeres. La falta de inclusión es un problema real que como sociedad enfrentamos a diario. La inclusión de la perspectiva de género tiene como fin lograr la igualdad entre hombres y mujeres, como así lo dice AWID (La Asociación para los Derechos de las Mujeres y el Desarrollo).

La inclusión de la perspectiva de género es una estrategia que tiene como finalidad el logro de la igualdad de género y el avance de los derechos de las mujeres mediante la incorporación del análisis de género, como lo establece la Asociación para los Derechos de las Mujeres y el Desarrollo. La investigación sensible al género, las perspectivas de las mujeres y las metas de igualdad de género a las políticas, proyectos e instituciones reconocidas. “En vez de contar con actividades separadas para las mujeres, o además de intervenciones específicas para promover el empoderamiento de las mujeres, hace que se tomen en consideración los temas de mujeres y la igualdad de género en todo el desarrollo de políticas, investigación, abogacía, legislación, asignación de recursos, planificación, instrumentación y monitoreo de programas y proyectos” (Keer, 2004, p.2). Lo que pretende la inclusión y el cambio de perspectiva cuando se habla de género es principalmente el transformar el discurso de la misma, y que de esta manera se pueda incluir a la igualdad de género como un medio y un fin. Cuando se consiga que el género esté totalmente integrado y transformado, el mismo discurso cambiará su dirección (Keer, 2004).

Capítulo 3: Comunicación en género

La comunicación consiste en la transmisión de un mensaje a través de un canal, entre un ente emisor y otro receptor. La clave de una comunicación eficaz consiste en que el proceso sea exitoso, es decir, que el mensaje sea transmitido y entendido con claridad por parte del receptor, sin malinterpretaciones ni omisiones de información, como explica Torres, 2005. El proceso de la comunicación se basa en las funciones de emitir y recibir un mensaje. Emisor y receptor comparten un mismo código, en base al cual, pueden establecer una comunicación relativa a un referente real o abstracto que puede estar presente o ausente. Esta intercambiabilidad es marcada por el propio proceso bidireccional de la comunicación (Carbo, 2015, p.13).

Según el modelo de Shannon y Weaver (1949), el emisor es una fuente que posee más o menos complejidad, mientras que el receptor se trata de un órgano de llegada. Como establece Berlo (1987, p. 18), la fuente es "alguna persona o personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación". Según Hervás (1998, p. 12), el emisor es "el que emite el mensaje", por último, el receptor es el destinatario del mensaje". Sin embargo, desde un punto de vista enfocado a lo social, "La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión" (Hernández, Garay, 2005, p.22).

3.1: Teoría de comunicación de masas

La idea de la teoría de “masas” según Laneve (2018) se define como la pérdida del individualismo y con esta nueva imagen acerca de la sociedad surgió, a partir de 1930, un nuevo campo de investigación que se encargó de abordar el estudio de los medios masivos. “Los estudios pretendieron abordar la propaganda política y sus efectos en la sociedad, la necesidad era obtener y divulgar conocimientos sobre el control de la opinión pública” (Laneve,2018,p.7). Según Diaz (2012.p.26) “los medios pueden ejercer una labor constante de definición de los universos simbólicos y conocimiento”. Esto se refiere a que los medios masivos de comunicación son los que nos muestran cómo es la realidad de nuestro universo. Diaz (2012) establece que ellos son quienes se encargan de establecer los significados y significantes con los que nos organizaremos en el plano social. Es simple, nos marcan quiénes somos y la escala social a la que pertenecemos. La teoría de comunicación de masas se basa en dos perspectivas, la primera es funcionalista la cual según Alsina y Estrada (2016) “Se trata de una perspectiva teórica basada en la idea de que los hechos sociales se explican mejor en términos de las funciones que tienen en el seno de una sociedad. Además, se apunta que, gracias al hecho de que se cumplen estas funciones, la sociedad se mantiene y se desarrolla” (Alsina y Estrada, 2016, p.3). El funcionalismo no sólo ha sido una perspectiva importante en las teorías de la comunicación, sino que también lo ha sido en otras disciplinas como la sociología, la antropología, la psicología e, incluso, la filosofía. Mientras que la perspectiva interpretativa se acerca a la comunicación como un proceso de interacción simbólica, de construcción de sentido, a través del cual los actores sociales construimos nuestra identidad y planificamos nuestros comportamientos ajustándolos al contexto. Es por esto que la teoría de masas forjará un fuerte y más que nada esperado vínculo entre la campaña y su grupo de interés. La desigualdad de género

en el ámbito laboral es un problema global, razón por la cual se necesita saber cómo se transmite el mensaje de manera que sea en masa y con una recepción adecuada en masa con el fin de obtener concientización acerca del mismo y por ende genere un cambio social.

3.2: Teoría de Palo Alto

La escuela de Palo Alto está basada en “acciones que son mostradas por los medios de comunicación, que parece fueran bastante naturales, como si éstas no hubiesen sido creadas, como si constituyeran la realidad tal cual es, lo que hace que no demos cuenta de que este hecho acontece y podamos seguir desarrollando los mismos patrones sociales. Es un fenómeno en el que se establece una situación normal y adecuan (hombres y mujeres), su comportamiento a ella, que tiende a perpetuar la situación”. (Díaz, 2012, p. 27). A través de los medios de comunicación y la teoría de Palo Alto con coherencia se logrará llegar mediante la campaña al grupo esperado de manera que se pueda exponer la importancia del tema de la desigualdad de género en el ámbito laboral. Lo que se busca con esta teoría es mediante los medios de comunicación lograr desarrollar patrones de comportamiento sociales y culturales hacia un cambio que genere inclusión al género femenino.

3.3: Teoría de El construccionismo

Según Díaz (2012), esta teoría se basa en la creación de estereotipos que influyen de forma determinante en la manera de actuar de los individuos. “La personalización, la fabricación de héroes, serían algunas de las expresiones centrales de los medios de comunicación” (Díaz, 2012, p.29). Lo que quiere enfatizar con esta frase es la idea de que los medios de comunicación son los encargados de darnos las pautas de cómo debemos actuar dentro de la estructura social. Y esto lo hacen mediante lo que conocemos como paradigmas conductuales, que no son sino los

estereotipos mismos. (Díaz, 2012, p. 29). Ya que esta teoría se basa en la estructura social a la que como seres humanos “debemos” regirnos, lo que se busca es cambiar los paradigmas conductuales tradicionales por así decirlo. Mediante los medios de comunicación, se podrá encontrar la manera correcta de comunicar nuevas pautas hacia la inclusión de género por medio de esta campaña. Ya que los medios de comunicación forman una gran parte de como se desarrolla esta teoría, se busca canalizar de la misma manera hacia la educación social en este ámbito.

3.4: Teoría de la información

Esta teoría está basada directamente en la funcionalidad de cada uno de los sistemas que se encuentran dentro de una sociedad. “La ambición del sistemismo consiste en atender a la globalidad, a las interacciones entre los elementos más que a las causalidades, en comprender la complejidad de los sistemas como conjuntos dinámicos con relaciones múltiples y cambiantes” (Díaz, 2012, p.34) Los medios masivos de comunicación, lo que buscan es preservar el sistema tal cual está funcionando. Ellos mismos en sí son sistemas que rigen los órdenes de patrones ya establecidos y lo hacen mediante ciertos actores, que son los encargados de propagar el sistema mismo. Díaz (2012).

A través, de las teorías de comunicación y género propuestas con anterioridad, se podrá canalizar de una manera efectiva el objetivo principal de esta investigación el cual es: concientizar y sensibilizar a la sociedad acerca de los impactos negativos de la desigualdad de género y su situación actual, generando un CAMBIO SOCIAL. Con la teoría de palo alto, se pretende que los medios de comunicación regularicen el informar acerca de las cifras reales de tratan el tema, así mismo como educar y normalizar el hecho de que una mujer sobre pase el techo de cristal y luche por sus derechos como mujer. La teoría del constructivismo, sensibilizar a la población a

través de cifras duras que enfatizan los efectos negativos de la desigualdad de género en el ámbito laboral, así mismo que con la teoría de información la cual mantiene al tanto a la sociedad de datos reales e incluso cambios generados.

3.5: Comunicación para el Cambio Social

La Comunicación para el Cambio Social, impulsado principalmente por la Fundación Rockefeller (1999) quien la define como “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y como pueden administrar 16 ENCUENTROS colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas”. Este modelo que se inscribe dentro de una corriente crítica es reflejo del compromiso de las ciencias sociales con las comunidades más vulnerables (Buelva, S., Musitu, G., Vera, A., Ávila, E & Arango, C, 2009, p.6). Alrededor del mundo existen millones de problemas sociales los cuales se buscan enfrentar a diario. Sin embargo, no todos estos problemas se los logra resolver exitosamente debido a las conductas de la sociedad. Es por esto que mediante la comunicación para el cambio social se busca cambiar la conducta planteada como sociedad y que esta esté abierta al cambio y sobre todo la concientización de los problemas que existen en el mundo como lo es la desigualdad de género en el ámbito laboral. Ya que son problemas que no solo afectan a las mujeres como tal si no que tiene impactos mucho más profundos y severos a los que toda la sociedad está expuesta. A lo largo de los años, una de las soluciones más comunes es el lanzar campañas sociales las cuales buscan generar un cambio en la sociedad a largo plazo. El principal interés del cambio social como lo establece: Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015), Se centra en las relaciones recíprocas que se establecen entre la construcción de la realidad social y el proceso de activación social. “Se plantea que la activación social es el medio para lograr el cambio social. Para ello, es necesario

que la comunidad tome conciencia de sí misma, de sus necesidades y situaciones reales, con el fin de descubrir con este proceso de concientización, escenarios alternativos que se conviertan en estrategias para el cambio” (Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. 2015, p.6).

Capítulo 4: Campaña de Comunicación

41. Presentación de la campaña

De Mujeres Para El Mundo, es una campaña social enfocada concientizar sobre la desigualdad de género que existe en el país. Esta campaña comenzó a mediados de octubre del 2020 enfocada completamente en lo digital, creando una comunidad y estratégica de mujeres empoderadas que han sobre pasado el techo de cristal y están dispuestas a guiar y educar a mas mujeres que lo necesiten a hacerlo.

Con el fin de crear esta comunidad aliada se crearon varias estrategias digitales, todo por medio de redes sociales para de esta forma acercarnos al publico objetivo de la ciudad de Quito. Sin la comunicación como aliado principal crear De Mujeres Para El Mundo no hubiera sido posible.

4.1.1 Problema social

El problema social al que se enfrenta De Mujeres Para El Mundo es la desigualdad de género que existe en el ámbito laboral en el país. A esta desigualdad de enfrentan muchas mujeres todos los días, uno de los mayores obstáculos de este problema social es el techo de cristal. El techo de cristal se denomina como un obstáculo que impide a las mujeres de la organización progresar en su carrera profesional y en su presencia en la empresa.

4.1.2 Territorio de acción

De Mujeres Para El Mundo, es una campaña netamente digital, el contenido de esta campaña se lo compartirá a través de las principales redes sociales, Facebook e Instagram. Se compartirá varios tipos de contenido, como cifras actuales, datos crudos, leyes actuales en el país para combatir esta desigualdad. IG TV con mujeres que quieran compartir sus conocimientos con la comunidad, entrevistas, conversatorios, webinars y talleres digitales.

4.1.3 Alcance de la causa social

Lo que buscamos como campaña De Mujeres Para El mundo es el crear conciencia sobre la desigualdad de género que existe en el ámbito laboral. También, poder crear un espacio para las mujeres en el cual se les de voz, empoderamiento y ganas de sobre pasar el techo de cristal de la mano de mujeres que ya lo han logrado. La idea es crear una comunidad, una red de mujeres aliadas que estén dispuestas a formar parte de este cambio ya sea para educar y empoderar a mujeres, como para buscar apoyo de las mismas.

4.2 Diagnostico de comunicación

4.2.1 Análisis FODA

<p><u>Fortalezas</u></p> <p>Campana digital con un plan estratégico</p> <p>Tema relevante para muchas mujeres ecuatorianas</p> <p>Problemática social fuerte donde se puede crear un cambio importante por la relevancia que tiene en el ámbito empresarial</p>	<p><u>Debilidades</u></p> <p>No mucha gente quiere hablar del tema</p> <p>El machismo y los prejuicios siguen muy latentes en nuestra sociedad</p>
<p><u>Amenazas</u></p> <p>País tercermundista</p> <p>Machista</p> <p>Falta de cumplimiento de leyes sobre la desigualdad de género que existe en este ámbito</p>	<p><u>Oportunidades</u></p> <p>Crecer de manera internacional y ser reconocidos por ser un tema pertinente que llega a muchas mujeres</p> <p>Crear alianzas estratégicas con mas mujeres que han sobre pasado el techo de cristal y actualmente tienen cargos gerenciales y de liderazgo femenino</p>

4.2.2 Eje de la campaña

Igualdad de género, empoderamiento femenino

Crear un impacto social en las mujeres del país al mostrar cifras crudas y la realidad actual sobre la desigualdad de género que existe en el ámbito laboral. El objetivo de esta campaña es concientizar sobre el tema y a la vez educar de la mano de mujeres que han logrado salir adelante y sobre pasar el techo de cristal. De esta forma se incentivará al género femenino a superarse y cumplir objetivos que no veían posibles solamente por ser mujeres.

4.2.3 Concepto de la campaña

4.2.4 Nombre de la campaña

De Mujeres Para El Mundo

#CaminoALaIgualdad

#IgualdadEnElTrabajo

Causa social:

Fomentar la igualdad y solidaridad de género

4.2.5 Misión:

Concientizar a los jóvenes ecuatorianos sobre la desigualdad de género que existe en el ámbito laboral en el país en la actualidad

4.2.6 Visión:

Motivar a las jóvenes ecuatorianas a sobre pasar el techo de cristal

4.2.7 Logotipo:



Colores corporativos:



4.3 Publico principal: Mujeres universitarias

4.3.1 Públicos beneficiados:

Mujeres de todas las edades que luchan constantemente contra la desigualdad del genero que existe en el ámbito laboral en el Ecuador ya que esta campaña busca darles voz y crear conciencia sobre lo que sucede en la actualidad.

4.3.2 Públicos estratégicos y aliados:

Mujeres que actualmente se están forjando como profesionales, organizaciones que luchan contra esta causa (ODS), mujeres que han logrado sobrepasar el techo de cristal, testimonios. Estos públicos son clave en el desarrollo de la campaña ya que con su conocimiento y experiencia se puede lograr el alcance esperado en nuestra comunidad.

4.3.3 Públicos de interés

El público de interés de la campaña es bastante amplio ya que por el tema se cree necesario llegar a ambos géneros, pero sobre todo a los jóvenes. Los jóvenes son el futuro y esta campaña tiene como objetivo el educar y concientizar sobre la realidad actual del país en este tema es por esto que la red de

mujeres aliadas cumple con un perfil similar, en el sentido de que todas son jóvenes comunicadoras con puestos de liderazgo importantes, pero sobre todo que les ha costado el estar donde están.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo general

Crear conciencia sobre la falta de conocimiento que existe en el país al tratarse de la desigualdad de género en el ámbito laboral

4.4.2 Objetivos específicos:

Atraer: Sensibilizar al público con cifras y datos reales sobre la desigualdad en el ámbito laboral por un periodo de dos semanas.

Informar: Concientizar a nuestra comunidad por medio de testimonios y conversatorios sobre la importancia y urgencia de un cambio de actitud con relación a la desigualdad que viven muchas mujeres en su día a día. Por un periodo de 10 días.

Acción: Motivar a la audiencia a involucrarse por medio de webinars, talleres y redes a generar solidaridad con la causa e interesarse en ser parte del cambio. Por un periodo de 10 días.

Cierre/ empoderamiento: Generar un alcance importante en nuestra comunidad de mujeres que han sobre pasado el techo de cristal y motiven/empoderen a nuestro público objetivo por medio de un panel de mujeres donde puedan compartir experiencias, liderazgo femenino y apoyo. Por un periodo de 5 días.

4.5 Estrategias de campaña

Fase 1

Atraer: Sensibilizar al público con cifras y datos reales sobre la desigualdad en el ámbito laboral por un periodo de dos semanas.

ATRAER		
TÁCTICA	ACCIÓN	MEDIOS
Planificación y elaboración de contenido audio visual para las redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> - ¿Sabías qué? - Cifras crudas Desigualdad de género	Datos: curiosos, cifras crudas Videos y artículos informativos	Facebook Instagram
Crear actividades interactivas		

Fase 2

Informar: Concientizar a nuestra comunidad por medio de testimonios y conversatorios sobre la importancia y urgencia de un cambio de actitud con relación a la desigualdad que viven muchas mujeres en su día a día. Por un periodo de 10 días.

INFORMAR		
TÁCTICA	ACCIÓN	MEDIOS
Informar sobre las leyes de igualdad de género en el país.	Posts de las distintas leyes que existen en Ecuador.	Facebook Instagram
Testimonios: Mujeres que han sido victimas de la desigualdad de género o conocen el tema	Videos de mujeres que han sido victimas de la desigualdad de género en este ambito	
Conversatorio	Entrevista con Paola Palacios sobre como crear un cambio y	

	su compromiso con las mujeres	
--	-------------------------------	--

Fase 3

Acción: Motivar a la audiencia a involucrarse por medio de webinars, talleres y redes a generar solidaridad con la causa e interesarse en ser parte del cambio. Por un periodo de 10 días.

ACCIÓN		
TÁCTICA	ACCIÓN	MEDIOS
Fundaciones, organizaciones etc alineadas con la causa	Webinar con Alexandra Vasquez, experta en género.	Facebook Instagram
Entrevistas con mujeres especializadas en temas de relevancia como Empoderamiento femenino Igualdad de Género Brecha salarial Responsabilidad Social Corporativa	Grupo ODS Ecuador: Igualdad de genero Post para acceder a ONU MUJERES: Curso Online Igualdad de género en el trabajo: Gratuito	
Espacio en medios de comunicación	Entrevistas sobre la campaña De Mujeres Para El Mundo	

Fase 4

Cierre/ empoderamiento: Generar un alcance importante en nuestra comunidad de mujeres que han sobre pasado el techo de cristal y motiven/empoderen a nuestro público objetivo por medio de un panel de mujeres donde puedan compartir experiencias, liderazgo femenino y apoyo. Por un periodo de 5 días.

CIERRE		
TÁCTICA	ACCIÓN	MEDIOS
Comunicación masiva de la campaña. Panel de mujeres Empoderamiento	Postear en redes sociales los productos generados durante la campaña (videos, capacitaciones, fotos). Invitar a mujeres a formar Parte del panel “De Mujeres Para El Mundo” Videos de mujeres que han sobre pasado el techo de cristal	Facebook Instagram

4.6 Posts de Campaña



Indicadores de Instagram

Número de me gusta: 17

Número de enviados:7

Número de comentarios:0

Numero de guardados:0

Total: 27

Indicadores de Facebook

Número de me gusta: 32

Número de enviados:0

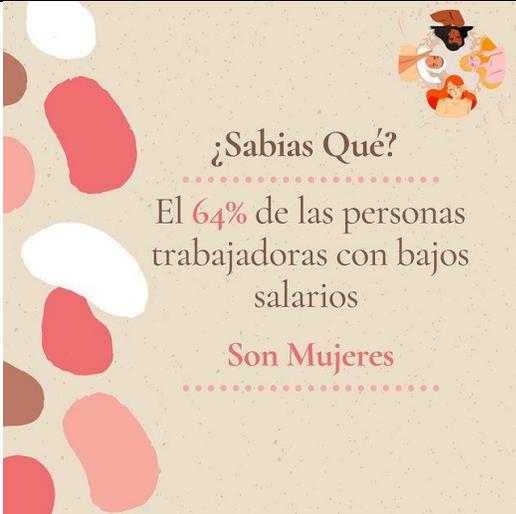
Número de comentarios:2

Numero de guardados:0

Total:34

 <p><i>El 58% de las personas en situación de vulnerabilidad laboral son mujeres.</i></p> 	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 19</p> <p>Número de enviados:1</p> <p>Número de comentarios:0</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 20</p> <p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta:23</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:1</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 24</p>
--	---

 <p>¿Sabias Qué? A nivel mundial, las mujeres sólo ganan 77¢ por cada 1\$ que ganan los hombres Por trabajo de igual valor</p>	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 24</p> <p>Número de enviados:5</p> <p>Número de comentarios:1</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 30</p> <p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta: 22</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:7</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total:29</p>
---	---

 <p>¿Sabias Qué? El 64% de las personas trabajadoras con bajos salarios Son Mujeres</p>	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 21</p> <p>Número de enviados:1</p> <p>Número de comentarios:3</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 25</p> <p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta:43</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:0</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 43</p>
--	---

	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 34</p> <p>Número de enviados:4</p> <p>Número de comentarios:9</p> <p>Numero de guardados:1</p> <p>Total: 48</p> <p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta: 33</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:11</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 44</p>
---	---



Indicadores de Instagram

Número de me gusta: 51

Número de enviados: 7

Número de comentarios: 9

Numero de guardados: 2

Total: 69

Indicadores de Facebook

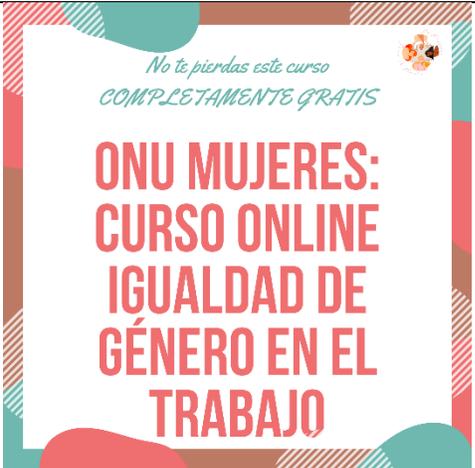
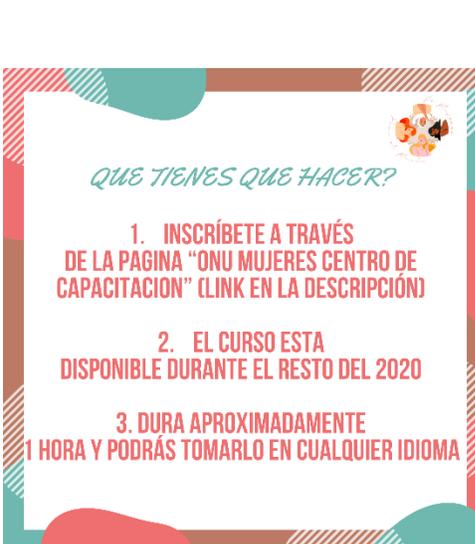
Número de me gusta:

Número de enviados:

Número de comentarios:

Numero de guardados:

Total:

 <p><i>No te pierdas este curso</i> COMPLETAMENTE GRATIS</p> <p>ONU MUJERES: CURSO ONLINE IGUALDAD DE GÉNERO EN EL TRABAJO</p>	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 25</p> <p>Número de enviados:1</p> <p>Número de comentarios:0</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 26</p>
 <p><i>QUE TIENES QUE HACER?</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. INSCRÍBETE A TRAVÉS DE LA PAGINA "ONU MUJERES CENTRO DE CAPACITACION" (LINK EN LA DESCRIPCIÓN) 2. EL CURSO ESTA DISPONIBLE DURANTE EL RESTO DEL 2020 3. DURA APROXIMADAMENTE 1 HORA Y PODRÁS TOMARLO EN CUALQUIER IDIOMA 	<p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta:33</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total:33</p>

<p><i>"El Ministerio del Trabajo y las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el Ecuador suscribieron el Plan de Implementación del Programa Sello de Igualdad de Género para empresas públicas y privadas."</i></p>   	<p>Indicadores de Instagram</p> <p>Número de me gusta: 31</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:2</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total: 33</p> <p>Indicadores de Facebook</p> <p>Número de me gusta:18</p> <p>Número de enviados:0</p> <p>Número de comentarios:3</p> <p>Numero de guardados:0</p> <p>Total:21</p>
--	--

Entrevista género con Alexandra Vásquez ✕

 **demujeresparaelmundo**
December 9



47 views · 1 comment

♡ 💬 📍 ... [Browse IGTV >](#)

⏸ ● 6:25

Indicadores de Instagram

Número de me gusta: 44

Número de enviados:2

Número de comentarios:1

Numero de guardados:0

Total: 47

Indicadores de Facebook

Número de me gusta: 33

Número de enviados:0

Número de comentarios:2

Numero de guardados:0

Total:35

Conclusiones

Finalmente, la desigualdad de género es un problema real a nivel mundial. Una de las discriminaciones más evidentes cuando se habla de género es en el ámbito laboral. A través de cifras planteadas con anterioridad se puede visualizar como esta problemática sigue sin resolverse. Se puede ver como no solo las mujeres ganan menos en su trabajo, sino que también son privadas de muchas oportunidades de progresar, a diferencia de los hombres. Una de las principales problemáticas es el uso o concepto que se tiene de la palabra género ya que se puede decir que como sociedad se percibe de una manera jerárquica, es decir como si ambos géneros estarían o no deberían estar en el mismo nivel ya sea político, social o económico.

Uno de los impactos más fuertes debido a la desigualdad se ve en el ámbito económico ya que como fue mencionado el mercado laboral entre hombres y mujeres no es remunerado de la misma manera. Como explica Torres según el informe del (Bread for World Institute) de Estados Unidos que se enfoca en analizar la relación entre las desigualdades de género y el hambre en el mundo dice: “Se calcula, por ejemplo, que si las mujeres trabajaran con recursos igual de productivos que los hombres el output global subiría entre un 2,5% y un 4% y que habría entre 100 y 150 millones de personas hambrientas menos en todo el mundo” (López, 2014).

Muchas mujeres en el mundo siguen teniendo el techo de cristal, este no les deja progresar ni demostrar su completo potencial. Es por esto que, por medio de este trabajo de investigación, se tiene como propósito el crear una campaña de comunicación enfocada en educar a la sociedad sobre el impacto negativo que tiene la desigualdad de género en el ámbito laboral y de esta manera crear conciencia que como resultado conlleve al cambio social a largo plazo.

Referencias

Castillo, J. J. (2018). La discriminación laboral en razón del género y la edad . Venezuela:

KOINONIA. Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencias Sociales y Económica, Ciencias del Agro y Mar y Ciencias Exactas y.

MILENIO 2020. (2016, Octubre 17). Retrieved from Desigualdad de género:

<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/derechos-humanos/desigualdad-de-genero>

SURT. (n.d.). Retrieved from La desigualdad de género: <https://www.surt.org/es/desigualdad-de-genero/>

genero/

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. (n.d.). Retrieved from Índice de

Desigualdad de Género: <http://hdr.undp.org/en/content/%C3%ADndice-de-desigualdad-de-g%C3%A9nero>

Bosch, E., Ferrer, V., & Alzamora, A. (2006). El Laberinto Patriarcal: Reflexiones Teórico-Prácticas Sobre la Violencia Contra Las Mujeres. Barcelona: Anthropos, Editorial del Hombre.

Cabral, B., & García, C. (2001). Deshaciendo el nudo del género y la violencia. Otras miradas,

1(1), pp.60-76. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/183/18310108.pdf>

Walker, S., Barton, L. (1983). Gender, class and education. Nueva York: The Falmer Press.

“Desigualdades y discriminaciones en el mercado laboral de la Comunidad Valenciana”, Dialnet,

Revista de treball, economia i societat. DE CABO, Gema y GARZÓN, M^a José (2007):

“Diferencia y discriminación salarial por razón de sexo”, Instituto de la Mujer (MTAS), Madrid. DEL RÍO, Coral y GRADÍN, Carlos y CANTÓ, Olga (2006):

“Pobreza y discriminación salarial por Razón de Género en España”, Documentos de Trabajo 0606, Universidad de Vigo, Departamento de Economía Aplicada. GÓMEZ, Valeriano y RUESGA, Santos M. (2018):

“La brecha salarial de género (seguimos con armas para niños y muñecas para niñas)”, El Confidencial, recuperado de “https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2018-03-26/brecha-generosalarios-horarios_1540397/”, consultado 15/02/19 GUERRA, Rodrigo (2015): “Persona, sexo y género. Los significados de la categoría «género» y el sistema «sexo/género» según Karol Wojtyła”

Hipólito et. al (2008): “Evolución de las diferencias salariales por razón de sexo”, Revista de economía aplicada, Número 48 (vol. XVI), págs. 37 a 68. 24 RESKIN, Barbara y PADAVIC, Irene (1994): “Women and men at work” second edition, Sociology for a new century, Pine Forge Press, California.

Ferrer, C. (2020, febrero 20). Discriminación laboral: causas, tipos y prevención. Recuperado 4 de marzo de 2020, de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/discriminacion-laboral/>

OXFAM. (2019, diciembre 9). OXFAM international, Cuando la desigualdad económica es desigualdad de género. Recuperado 23 de febrero de 2020, de <https://www.oxfam.org/es>

Ferrer, C. (2020, febrero 20). Discriminación laboral: causas, tipos y prevención. Recuperado 4 de marzo de 2020, de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/discriminacion-laboral/>

Acosta-Velázquez, S. C., & Pedraza-Amador, E. M. (s. f.). La Brecha Digital de Género como factor limitante del desarrollo femenino (No. 10(2020) 22-27). Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/investigium/article/view/5281/6770>

Ribas Boned, M. A. (2019). Discriminación laboral de género: una comparación entre Baleares y otras Comunidades Autónomas. Recuperado de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/149468/Calvo_Rubio_Albons_Ainho_a.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández-, P. M. (2019). Relaciones Laborales y Derecho del Empleo. Relaciones Laborales y Derecho del Empleo, 7(3), 3-51. Recuperado de http://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/691/911

Hernández, A., y Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. Wanceulen Editorial Deportiva, S.L., 2005.

Serrano (1992, p. 44). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo.

Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo>

Shannon, C. y Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*.

Urbana: University of Illinois Press.

Didier Pino, N. O. (2017). Discriminación laboral desde Recursos Humanos: Un debate técnico

pendiente. *Discriminación laboral desde Recursos Humanos: Un debate técnico*

pendiente, 4(10). Recuperado de

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/72995/69128>

Osborne, R. (2008). *Evolución del concepto de género*. España : Universidad Nacional de Educación a Distancia

Ramos Escandon, C. (1997). *EL CONCEPTO DE «GENERO» Y SU UTILIDAD PARA*

ELk\ "ALISIS HISTOFJC01. Recuperado de

<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/aljaba/v02a02ramos.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Equipo Técnico ONU Mujeres-Ecuador,

Ferreira Salazar, C., García García, K., Macías Leiva, L., Pérez Avellaneda, A., &

Tomsich, C. (s. f.). *MUJERES Y HOMBRES del Ecuador en Cifras III* (978-9942-07-

390-7). Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

[content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

[_III.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

OSBORNE, E., & MOLINA, C. (2008). EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE

GÉNERO. EMPIRIA, 15, 2-37. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124045007.pdf>

Ramos Escandon, C. (1997). EL CONCEPTO DE «GENERO» Y SU UTILIDAD PARA

ELk\ "ALISIS HISTOFJC01. Recuperado de

<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/aljaba/v02a02ramos.pdf>

Didier Pino, N. O. (2017). Discriminación laboral desde Recursos Humanos: Un debate técnico

pendiente. Discriminación laboral desde Recursos Humanos: Un debate técnico

pendiente, 4(10). Recuperado de

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/72995/69128>

Fernández-, P. M. (2019). Relaciones Laborales y Derecho del Empleo. Relaciones Laborales y

Derecho del Empleo, 7(3), 3-51. Recuperado de

http://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/691/911

López, J. T. (2014, diciembre 16). El impacto económico de la desigualdad de género.

Recuperado 7 de mayo de 2020, de [https://www.publico.es/opinion/articulos/impacto-](https://www.publico.es/opinion/articulos/impacto-economico-desigualdad-genero.html)

[economico-desigualdad-genero.html](https://www.publico.es/opinion/articulos/impacto-economico-desigualdad-genero.html)

