UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

"ANÁLISIS DE GÉNERO EN LA TELENOVELA TRES FAMILIAS Y SU RECEPCIÓN EN LOS HABITANTES DEL SECTOR MAPASINGUE ESTE EN EL AÑO 2016"

AUTORA:
KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO

TUTOR:
MGS. VÍCTOR HUGO DEL POZO RAYMOND

GUAYAQUIL – ECUADOR
2015 – 2016

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN: ANÁLISIS DE GÉNERO EN LA TELENOVELA TRES FAMILIAS Y SU RECEPCIÓN EN LOS HABITANTES DEL SECTOR MAPASINGUE ESTE EN EL AÑO 2016.		
AUTOR/ ES: Karen Del Rocío Mora Rosado		**REVISORES:** Mgs. Miriam Mendoza
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil		**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social
CARRERA: Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		**Nª DE PÁG(s):** 128
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación – Recepción – Interacción social – Estereotipos de género.		
PALABRAS CLAVE: Comunicación –recepción – interacción social – estereotipos.		

RESUMEN:

La telenovela cuenta con tres familias de diferentes niveles sociales las cuales pasan por las mismas situaciones, pero deben de enfrentarlas de diferentes maneras por su condición social. Se observa en los habitantes de Mapasingue Este cómo influye el mal uso del lenguaje en la clase baja de varias frases que se reproducen en la telenovela y las acoplan como parte de su forma de expresarse en el diario vivir, lo cual indica el alto grado de influencia que tiene la telenovela en los televidentes.

Se crea una fábrica de ilusiones implantando moda y frases populares, le dan popularidad a un nombre, ya que las madres suelen ponerle el nombre del protagonista o su personaje favorito a su hijo. Ha provocado que algunas personas dejen sus labores cotidianas al momento de ver la telenovela.

Este conflicto nace de la falta de análisis del contenido de la telenovela “Tres Familias” y la creación de estereotipos en la sociedad para esto sería ideal preparar a la sociedad para que aprenda a ver y distinguir imágenes, sonidos, música, textos y que estos no produzcan cambios en su comportamiento del diario vivir.

Nº DE REGISTRO (en base de datos):	**Nº DE CLASIFICACIÓN:**
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	

ADJUNTO PDF:	**X** SÍ	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	**Teléfono:** 0987802254	**E-mail:** karenmorar@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	**Nombre:** Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond	
	Teléfono: 0994054232	
	E-mail: victor.delpozor@ug.edu.ec	

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación, por el presente:

CERTIFÍCO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado de licenciada de Comunicación Social.

Tutor:

_____

Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond.

Guayaquil – Ecuador

2015 - 2016

CERTIFICACIÓN DOCENTE LECTORA-REVISORA

En mi calidad de Docente Lector de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFÍCO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado y presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado de licenciada en Comunicación Social.

_____

MSc. Myriam Mendoza Solórzano

Docente Lectora-Revisora

Guayaquil – Ecuador

2015 - 2016

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros designados para la sustentación aprueban el trabajo de titulación sobre el tema: “ANÁLISIS DE GÉNERO EN LA TELENOVELA TRES FAMILIAS Y SU RECEPCIÓN EN LOS HABITANTES DEL SECTOR MAPASINGUE ESTE EN EL AÑO 2016”

De la egresada:

Mora Rosado Karen Del Rocío

C.I. 0926023730

De la Facultad de Comunicación Social

---------- ----------

MIEMBRO DEL JURADO MIEMBRO DEL JURADO

MIEMBRO DEL JURADO

ACTA DE RESPONSABILIDAD

La egresada de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, señorita Mora Rosado Karen Del Rocío, deja constancia escrita de ser la autora responsable del presente trabajo de titulación presentado.

Mora Rosado Karen Del Rocío

C.I. 0926023730

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación le corresponde exclusivamente a la señorita Mora Rosado Karen Del Rocío, y al patrimonio intelectual de la Universidad de Guayaquil.

Mora Rosado Karen Del Rocío

C.I. 0926023730

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios, por la guía al buen camino, por las fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis abuelitos Jesús Guerrero y Luis Mora, que en paz descansan, por haberme dado a un padre maravilloso y a mi abuelita Carmen Morán y José Rosado, por haberme dado a la mejor mamá del mundo.

A mis padres, Francia Rosado y Freddy Mora por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar; me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi prima Elizabeth Peña por sus consejos y apoyo incondicional en todo momento.

A mi tío Jimmy, que en vida siempre me motivaba a que salga adelante y triunfe.

A mis amigos que siempre estuvieron a mi lado brindándome una palabra de aliento y apoyándome en lo que necesitaba para poder concluir mi carrera.

Pero en especial a mi tutor de esta investigación, Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma de una manera incondicional y total, por lo que no existen palabras que logren expresar mi agradecimiento, por ello sencillamente gracias por atreverse a confiar en mí.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Guayaquil y a la Facultad de Comunicación Social, por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

A todos ustedes, GRACIAS.

RESUMEN

En este trabajo de investigación, se puede analizar los géneros de la telenovela Tres Familias, y su recepción en los habitantes de Mapasingue Este. La telenovela cuenta con diferentes niveles sociales, dichas familias pasan por las mismas situaciones, pero las enfrentan de maneras distintas.

Observando a los habitantes de Mapasingue Este, se aprecia la influencia del mal uso del lenguaje utilizado en la telenovela, acoplándolos como parte de su forma de expresarse en el diario vivir, lo cual indica el alto grado de dominio que tiene dicha telenovela en su audiencia.

Uno de los puntos que más influencia tiene en los moradores del sector en investigación, son: la creación de ilusiones, frases populares y sobre todo los nombres de sus artistas preferidos, los cuales son aplicados en sus hijos. Debido a la popularidad de la telenovela en el medio, se evidencian que muchas personas que siguen día a día la trama, dejan de lado sus obligaciones cotidianas.

Este resultado nace de la falta de análisis por parte de los televidentes sobre el contenido de la telenovela “Tres Familias” y la creación de estereotipos en la sociedad, para esto sería ideal preparar a la población comprendida de 20 a 24 años en el sector de Mapasingue Este, en distintos aspectos como: la identificación de imágenes, sonidos, música, textos para que no ejerzan influencias negativas sobre televidentes.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación –recepción – interacción social – estereotipos.

ABSTRACT

In this research, we can analyse the soap opera “Three Families”, and its influence on the inhabitants of Mapasingue Este. The soap opera presents different social levels, the families go through the same situations, but they face them in different ways.

It was noticed the misuse of the language by inhabitants of Mapasingue as it was presented in the soap opera, and it is the way to express themselves in everyday life, it indicates the high degree of influence that has this soap opera has for the audience .

One of the points that mostly has the influence on the inhabitants of the research sector is the creations of illusions, the use of popular phrases and especially the names of their favourite artists, which they give to their children. Thanks to the popularity of the soap opera many people, who follow the plot every day, put aside their daily duties in order to watch it.

The result of the investigation is the lack of analysis of the content of the soap opera "Three Families" and the lack of research how it stereotypes the society, for this it would be ideal to interview the population from 20 to 24 years old in the sector Mapasingue Este, in various aspects such as: identification of images, sounds, music, texts that do not exert negative influence on viewers.

KEYWORDS:

Communication-reception - social interaction - stereotypes.

Yana Inzhivotkina

Docente de Inglés

C.I. 0959126475

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR III

CERTIFICACIÓN DOCENTE LECTORA-REVISORA IV

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL V

ACTA DE RESPONSABILIDAD VI

DECLARACIÓN DE AUTORÍA VII

DEDICATORIA VIII

AGRADECIMIENTO IX

RESUMEN X

ABSTRACT XI

TABLA DE CONTENIDO XII

ÍNDICE DE CUADROS XIV

ÍNDICE DE GRÁFICOS XV

INTRODUCCIÓN. XVI

CAPÍTULO I 1

1.1. Planteamiento del problema. 1

1.2. Formulación del problema. 2

1.3. Objetivo general. 2

1.4. Objetivos específicos. 2

1.5 Justificación de la investigación 3

1.6. Delimitación. 4

1.7. Hipótesis. 4

CAPÍTULO II 5

Introducción 5

2.1. Antecedentes de la Investigación. 6

2.2. MARCO TEÓRICO. 7

2.2.1. Comunicación. 7

2.2.2. Análisis de recepción. 9

2.2.3. Construcción de género. 11

2.2.4. Interacción Social. 14

2.2.5. Tipos de telenovela. 15

2.3. Marco Contextual. 19

2.4. Marco Conceptual. 23
2.5. Marco legal. 24
CAPÍTULO III 33
3.1. Diseño de la Investigación. 33
3.2. Tipo de investigación. 33
3.2.1. Investigación Descriptiva. 34
3.2.2. Investigación Explicativa. 34
3.3. Metodología. 34
3.3.1. Método Inductivo. 35
3.3.2. Método Deductivo. 35
3.3.3. Método Descriptivo. 35
3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación. 35
3.4.1. Encuesta: 36
3.4.2. Focus Group. 36
3.4.3. Entrevista. 36
Software que se utilizará. 36
3.5. Población y muestra. 37
Cálculo de muestra simple. 37
Formula cálculo muestral. 37
Introducción al trabajo de campo. 38
Operacionalidad de las variables. 39
3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados. 39
ENTREVISTA. 62
Entrevista a Marcos Espín - Creador y Director General de la telenovela Tres Familias. 63
Entrevista a Mónica Lara - Actriz 67
FOCUS GROUP. 71
CAPÍTULO IV 75
4. Propuesta. 75
4.1. Datos informativos. 75
4.2. Temas del programa Educomunicacional. 76
4.3. Justificación. 76
4.4. Objetivo General. 77

4.5. Objetivos Específicos. 77
4.6. Antecedentes de la propuesta. 77
4.7. Estructura de la campaña. 78
4.8. Presupuesto. 80
4.9. Financiamiento 80
CONCLUSIONES. 81
RECOMENDACIONES. 82
REFERENCIAS. 83
ANEXOS. 86
ANEXO 1 86
ANEXO 2 89
ANEXO 3 90
ANEXO 4 91
ANEXO 5 94
ANEXO 6 112
ANEXO 7 113
ANEXO 8 114
ANEXO 9 115
ANEXO 10 116
ANEXO 11 117
ANEXO 12 118
ANEXO 13 120
ANEXO 14 121

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1 40
Tabla 2 41
Tabla 3 42
Tabla 4 43
Tabla 5 44
Tabla 6 45
Tabla 7 46
Tabla 8 47
Tabla 9 48
Tabla 10 49

Tabla 11..... 50
Tabla 12..... 51
Tabla 13..... 52
Tabla 14..... 53
Tabla 15..... 54
Tabla 16..... 55
Tabla 17..... 56
Tabla 18..... 57
Tabla 19..... 58
Tabla 20..... 59
Tabla 21..... 60
Tabla 22..... 61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 40
Gráfico 2 41
Gráfico 3 42
Gráfico 4 43
Gráfico 5..... 44
Gráfico 6..... 45
Gráfico 7 46
Gráfico 8 47
Gráfico 9 48
Gráfico 10 49
Gráfico 11 50
Gráfico 12 51
Gráfico 13 52
Gráfico 14 53
Gráfico 15 54
Gráfico 16 55
Gráfico 17 56
Gráfico 18 57
Gráfico 19 58
Gráfico 20 59
Gráfico 21. 60
Gráfico 22 61

INTRODUCCIÓN.

Analizar la recepción de la telenovela “Tres Familias” es importante, porque a partir de su recepción crea diferentes estereotipos en la sociedad, englobando desde la recepción hasta la construcción de género planteadas en nuestro país, debido a que tanto personajes como las tramas de cada historia poseen componentes que podrían derivar en grandes influencias sociales y culturales al ser vistos continuamente por los televidentes.

La telenovela cuenta con tres familias de diferentes niveles sociales las cuales pasan por las mismas situaciones, pero deben de enfrentarlas de diferentes maneras por su condición social.

Muestra los estereotipos religiosos porque se observa como una mujer puede sentirse atraída por un sacerdote, lo cual puede influir en los niños o jóvenes que aún no tengan la madurez necesaria.

Se observa rechazo que puede tener un estudiante de bajos recursos estudiando en una universidad cuyos alumnos pertenecen a una clase social más elevada lo que puede afectar en el diario vivir en los colegios o universidades, producto de la discriminación por la condición social.

La globalización, la crisis económica e inclusive el constante progreso tecnológico están estableciendo grandes cambios en todo el mundo; de ahí, se concibe por qué la telenovela ha formado tanta controversia y aprobación entre los jóvenes, el manejo de estas producciones, es sin lugar a dudas, muy interesante por mostrarnos formas de vida habituales, donde cualquiera puede sentirse reconocido.

En esta investigación es importante identificar los factores negativos que estas originan e incurren en este comportamiento social, y que será primordial para conseguir información más precisa sobre el progreso de este fenómeno, sin dejar de lado, claro está, el formidable compromiso que obtienen los medios de comunicación en esta problemática al transmitir su programación, haciéndose necesario el originar profundos debates para reflexionar con madurez sensatez y sin limitar recursos debido a la urgencia del asunto.

CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del problema.

Es preocupante la situación actual que se vive en el sector Mapasingue Este, que a pesar de su gran aceptación de la telenovela y su alta audiencia, puede llegar a influir en los criterios acerca de las clases sociales y cómo solucionar los problemas.

En la telenovela Tres Familias el dividir las clases sociales muestra la realidad del país desde los tres diferentes niveles y su confrontación en la vida según sus posibilidades, la discriminación que sufren los de la clase baja al querer conseguir algún empleo, y como se le facilitan las cosas a los de la clase alta por sus influencias en el sector laboral.

Se puede contrastar las diferencias que existen entre clase baja, media y alta. Se observa en los habitantes de Mapasingue Este cómo influye el mal uso del lenguaje en la clase baja, las frases que se reproducen en la telenovela que las acoplan como parte de su forma de expresarse en el diario vivir, lo cual indica el alto grado de influencia que tiene la telenovela en los televidentes.

Se muestra a la familia de clase alta, donde la mujer es rubia e "incapaz intelectualmente", mientras que el esposo es un empresario con mucho dinero, lo cual crea el estereotipo que todas las mujeres de clase alta tienen esos estándares superficiales y a la vez que los hombres empresarios éxitos buscan mujeres de ese tipo.

Así también se presenta una familia de clase baja que muy a menudo quebrantan la ley, robando agua, luz, entre otras cosas.

La familia de clase media son los que menos generalizaciones sufren, ya que se presenta como luchadora y buenos ciudadanos

1.2. Formulación del problema.

¿Cómo influye la percepción de la telenovela Tres Familias y qué impacto trae consigo en los habitantes del sector Mapasingue Este en el ámbito laboral, educativo y familiar?

1.3. Objetivo general.

- Analizar cómo afecta en el comportamiento la telenovela Tres Familias estableciendo su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este.

1.4. Objetivos específicos.

- Medir el estado actual de la recepción de la telenovela Tres Familias en los habitantes del sector Mapasingue Este
- Diagnosticar el comportamiento de los habitantes del sector en el ámbito laboral, educativo y familiar.
- Desarrollar un plan de propuesta de talleres educomunicacionales permanentes para evitar la influencia de dicha telenovela en el comportamiento de los habitantes de Mapasingue Este y evitar la creación de diversos estereotipos.

1.5 Justificación de la investigación

El interés por conocer más sobre la influencia de esta telenovela en los habitantes del sector Mapasingue, fue el motivo para elegir este tema.

Se ha dado la necesidad de investigar la transformación, el sentido y simbolización de la realidad que aparentemente sufren todos los espectadores de las telenovelas.

Se ha escogido el sector Mapasingue Este, porque a pesar de ser un barrio ampliamente desplegado en lo poblacional, parece ser que aún existe una carencia en cuanto a instrumentos de análisis, crítica y discriminación de los discursos televisivos.

Se visualiza que las telenovelas son un género comunicativo, que muestran lo que el televidente espera que le comuniquen, los cuales pueden causar a la sociedad distracción, evasión, diversión, como también llegar a deprimir por lo que está sucediendo en la telenovela ya que se identifican e imaginan que les puede suceder a ellos, causa en el espectador curiosidad queriendo saber y conocer que es lo que va a suceder en el siguiente capítulo, formando en las personas una dependencia por la importancia que le toman en relación a sus obligaciones cotidianas.

La mayoría de las telenovelas son de fácil comprensión, al punto de que una persona que no la ha visto una de ellas desde el inicio la puede entender con facilidad ya que su trama es repetitiva y casi siempre tienen el mismo final.

Se logra cambiar en los televidentes la forma de vestir, de comportarse, el uso del lenguaje al repetir frases con el tono que lo dice el personaje, desean vivir la vida que muestra la telenovela y van creando sus propios estereotipos.

Se ve que existe cierta separación de grupos sociales por el color de piel, lo cual determina el racismo que se ha dado toda la vida y en esta telenovela de análisis, lo muestra con mayor frecuencia.

Detrás de toda imagen inocente que solo pretende entretener al televidente, evidencian valores culturales que influyen para cambiar conductas y fomentar nuevos estilos de vida debido a que les provee imágenes con estímulos auditivos

que van a su subconsciente gravándose en la memoria, porque la televisión es considerada en la actualidad el medio de comunicación de mayor fuerza en la sociedad.

Su influencia, así como la mayor utilización social que se hace de este medio en la actualidad, lleva a considerar la relevancia de investigar sus efectos e influencias.

1.6. Delimitación.

Este proyecto investigativo denominado: "ANÁLISIS DE GÉNERO EN LA TELENOVELA TRES FAMILIAS Y SU RECEPCIÓN EN LOS HABITANTES DEL SECTOR MAPASINGUE ESTE EN EL AÑO 2016"

Dentro de esta investigación se ha seleccionado como población sujeta a estudio al sector Mapasingue Este, parroquia Tarqui de la provincia del Guayas, tomando en cuenta que es un barrio con muchos habitantes y la audiencia de la telenovela Tres Familias y su influencia en la vida cotidiana es muy alta.

El campo es Social en Mapasingue Este Urbanización El Prado, en hombres y mujeres de 20 a 24 años el periodo 2016, este estudio se desarrolla en el área de comunicación social con sus aspectos: comunicación, medios e información.

1.7. Hipótesis.

¿Qué estereotipos pueden influir en la vida cotidiana?

¿Cuál es el estado actual de la recepción de la telenovela "Tres Familias" en los habitantes del sector Mapasingue Este?

¿Por qué se presentan problemas en la interacción social?

La hipótesis es una suposición que se crea con un determinado grado de posibilidad, que se lo comprueba mediante un análisis de investigación a un grupo muestral que se ha seleccionado para extraer un efecto o consecuencia.

La recepción de la telenovela Tres Familias crea estereotipos de género en la sociedad los cuales influyen en el diario vivir de los habitantes de Mapasingue Este.

CAPÍTULO II

Introducción

En el marco teórico es relevante señalar diferentes puntos de vista o perspectivas sobre la recepción, influencia y estereotipos que se crean en la sociedad desde sus antecedentes, indicando la fundamentación histórica que hay en las telenovelas, dónde surgieron, en qué país y en qué año evolucionó este género narrativo. Se abordan cinco áreas: Comunicación, análisis de recepción, construcción de género, interacción social y tipos de telenovela.

En el marco contextual se ubica el problema en su contexto, la situación en conflicto, el alcance, la relevancia social que tiene la investigación, la evaluación del problema según su factibilidad, conveniencia, utilidad e importancia, mencionando la escuela epistemológica correspondiente la cual nos permite crear un nexo entre lo teórico y los resultados a lograr. Los artículos de la constitución y ley de comunicación que están relacionados con el trabajo de titulación.

Se toman en cuenta diversos componentes de estas producciones mediáticas, englobando desde la recepción hasta la construcción de género planteadas en nuestro país, debido a que tanto personajes como las tramas de cada historia poseen componentes que podrían derivar en grandes influencias sociales y culturales al ser vistos continuamente por los jóvenes.

La telenovela es un género narrativo que comprende aspectos socio cultural, designado al entretenimiento de la sociedad, transformándolo en la actualidad en una costumbre y hábito dentro de las actividades cotidianas de la familia.

Una de las cosas que caracterizan a las telenovelas es el interés de no querer acabar nunca, se envuelve en el deseo del televidente el cual continuamente permanece enganchado, originando un impacto espectacular.

2.1. Antecedentes de la Investigación.

Se observa que las telenovelas surgen en el año 1965 y desde entonces su progreso va en un crecimiento muy notorio especialmente en América Latina. Por lo regular son exclusivamente de otros países como Brasil, Colombia, México, Venezuela y Argentina.

Debido a los niveles de audiencia muy elevados que este género televisivo ha ido logrando, el desarrollo de esta programación en la actualidad es muy elevada.

Por lo general, la transmisión de estas historias comienzan a partir de las nueve de la mañana, con mayor fuerza en la tarde y concluyendo a la media noche.

Se indica que las telenovelas están estructuradas con el formato de capítulos continuados, en la mayoría de los casos se transmiten de lunes a viernes, con un tiempo de duración aproximadamente de una hora cada día.

Su duración total es de varios meses, según la trama de la telenovela y de la extensión de la temática según el guionista, alcanzando a prolongarse hasta más de un año; lo acostumbrado es alrededor de seis meses.

Se puede indicar que en estos últimos años en el Ecuador la elaboración de dramatizados para la televisión ha progresado hasta el punto de transformarse en una realidad. Se ha conseguido un adecuado empleo del talento local y a la producción televisiva, en la actualidad la elaboración y producción de telenovelas ecuatorianas empiezan a reflejarse.

Tres familias es una serie novelada que relata hechos con humor procedente de la realidad económica y social de Ecuador.

El 31 de marzo de 2014 se estrenó la primera temporada de la serie Tres Familias la cual fue emitida por Ecuavisa y el 4 de abril de 2016 da su debut con formato novelado, la telenovela es transmitida por Panamericana televisión y Ecuavisa internacional.

La serie se enfoca en tres familias con distintos niveles sociales que se tienen que confrontar en una misma situación, cada una interpretada por sus correspondientes

formas de proceder, comportarse y forma de hablar, según su posición social, económica, psicológica y cultural.

En cada capítulo que transmiten sus relatos de historias se unen por un escenario común que conmueve a cada familia y al desenlace que le encuentran al problema.

La primera temporada que fue transmitida como serie empezó el 31 de marzo de 2014 como una serie de comedia. Con la dirección general de Catrina Tala y la dirección artística de Marcos Espín, los mismos que permanecieron al mando de otras series producidas por el canal Ecuavisa como “Así pasa.”

La segunda temporada que fue transmitida el 4 de abril de 2016, como telenovela, a diferencia de la primera temporada transmitida en el país, hubo cambios en el elenco lo cual no trajo consecuencias mayores porque sigue teniendo la misma acogida de antes.

2.2. MARCO TEÓRICO.

2.2.1. Comunicación.

La ciencia de la comunicación es el proceso mediante el cual los seres humanos trasmiten entre sí las ideas, criterios y pensamientos. Las actualizaciones de las teorías de la comunicación y recepción permiten conocer las nuevas bases que se han creado para un mejor desarrollo de la comunicación en la sociedad.

> El conocimiento de comunicación comprende varios sentidos. La reproducción de las tecnologías y el hacer profesionales las prácticas no han realizado sino aumentar diferentes voces a este conjunto en un término de siglo que realiza de la comunicación la imagen representativa de la sociedad del tercer milenio (Mattelart & Mattelart, 2003). El comunicar es una de las herramientas, que permite manejar un mejor sistema interacción en la sociedad, la evolución de la comunicación está muy ligada a la tecnología.

La comunicación a través de las imágenes impartidas, en los distintos medios de comunicación, es de gran importancia ya que debido a lo que emite el receptor realiza un determinado concepto de lo que sucede.

> El advenimiento de nuevas áreas de oportunidades para profesionales de las ciencias de la comunicación, naturalmente, obliga a reparar en la pertinencia de los planes de estudio de nuestras escuelas y facultades. En América Latina, pocas universidades

> han advertido la necesidad de transformar sus planes de estudio ajustándolo a la evidente complejidad que hoy supone el ejercicio profesional de la comunicación (Islas, 2005).

El acto de la comunicación es el suceso más notable que tiene la sociedad humana, la evolución del planeta se ha visto envuelta gracias a los procesos que ha tenido la comunicación a través de todos sus medios. En la actualidad las ciencias de la comunicación, se ha propagado a tal punto que las escuelas y facultades, han tenido que darle un giro al sistema de educación que ofertaban a la sociedad, a través de profesionales que den a conocer en los sistemas de educación las necesidades que exige el mundo de la comunicación en nuestra actualidad.

La comunicación es uno de los más considerables fenómenos de la humanidad. Rocha determina comunicación “como el hecho de informar, transmitir, informar, avisar, anunciar”. Asimismo, comunicar es, como explica Marques de Melo “distribuir algo que es frecuente.”

Bordenave cita “que la procedencia del signo nos envía a la asociación de sonido y ademán y su consecutiva atadura a un objeto o una acción, es decir, una utilización social de los signos.”

En el apartado La comunicación en acción con su teoría de la información, Shannon facilitó una medida del valor de la comunicación, punto esencial que determinaría todo el desarrollo de la que hoy denominamos la ciencia de las comunicaciones o teoría de la información que manifiesta:

> La ciencia de la comunicación es la unificación de los tres principios: la cibernética o sistemática, la física matemática aplicada y la teoría matemática de la información. De todo lo antes mencionado será relevante mencionar esta doctrina: la comunicación es una forma de acción (Costa, 1999).

Se observa que los contenidos que tiene la comunicación comprenden del desarrollo de sistemas en los cuales intervienen los medios, las personas y los

mensajes, de ellos nace el hecho de realizar la acción de comunicar, así como los medios que requiere la misma.

La comunicación, ha venido desempeñando un papel muy importante en el desarrollo de Latinoamérica a tal punto que la sociedad, ha tenido que pensar en utilizar herramientas que ayuden a aumentar el proceso de desarrollo para la producción.

> Cuando el espacio de la comunicación se volvió un lugar estratégico para pensar algunas de las contradicciones fundamentales del desarrollo en América Latina, las herramientas que los comunicadores tenían para pensar estos procesos se les quedaron cortas. Así, durante estos últimos años, fue necesario perder la obsesión por el objeto propio para empezar a observar en serio los procesos reales en los que la comunicación se producía en América Latina (Martin-Barbero J. , 2012).

Se observa que los estudios de los distintos medios de comunicación, han dado como resultados distintos conceptos atribuidos a los receptores entre los cuales se resalta al receptor pasivo y al receptor activo.

En definitiva, la comunicación, es el acto por el cual se transmiten las sensaciones, las mismas que son emitidas a través de las herramientas de interacción, que son las personas, los mensajes y los medios o canales, cumpliendo un importante proceso de comunicación que requiere en la actualidad la sociedad.

2.2.2. Análisis de percepción.

La percepción es uno de los canales de comunicación, que permite una mejor interacción de relación entre las personas en general; llevar a cabo una mejor técnica de recepción, ha sido una labor de mucho esmero debido a diferentes tipos de audiencia a los cuales se procura llegar. Es por esto que el resultado del análisis de recepción, se ha transformado en un proceso de gran interés para poder complacer a los receptores.

Es imprescindible conseguir partido de aquellos elevados niveles de recepción para trasladar el punto de vista, y no exclusivamente de las que proceden de las

autoridades estatales, de especialidad y expertos en el tema, asimismo, las que se originan del espectador presente.

Los comentarios, criterios u mensajes que se receptan de las personas a través de los distintos canales de recepción, son aportes importantes para la variación de conceptos.

> Teun Van Dijk indica que los modelos del entorno inspeccionan la elaboración y la recepción del discurso, de tal modo que la organización del discurso o su apreciación por el receptor sea apropiada o conveniente a la disposición interpersonal y comunitaria (Van Dijk, 2001). En la recepción de la comunicación, los métodos de discursos adecuados, que se utilicen, fomentan la correcta relación entre la sociedad.

En los últimos veinte años los análisis sobre la recepción adheridos a la observación de la influencia, se han transformado en uno de los sectores más importantes del progreso de las teorías de la comunicación.

Para tener un mejor resultado de la recepción, es importante también analizar todo lo que involucra la influencia de una buena recepción.

> La investigación de la recepción, entendida como un esfuerzo multidisciplinario por comprender de la manera más integral posible las múltiples interacciones y sus resultados, que se realizan entre segmentos de audiencia siempre situados y referentes comunicacionales (formatos y contenidos significantes), no solamente ha tenido un parto largo y difícil, sino que a lo largo de su existencia (algo más de dos décadas) ha sufrido diversos "devaneos" tanto conceptuales como metodológicos y epistemológicos (Gómez, 2003).

El análisis que la recepción aporta en la comunicación debido a todos sus influyentes necesita, de métodos que son un aporte, debido a que gracias a ellos se canaliza de acuerdo a su entorno un buen estado de recepción para los oyentes.

Llevar a cabo un mejor método de recepción, ha sido una tarea de mucha atención debido a distintos tipos de audiencia a los cuales se pretende llegar.

Es por eso que el resultado del análisis de recepción, se ha convertido en un proceso de gran interés para poder complacer a los receptores.

> "La investigación sobre recepción en los ochenta estuvo estrechamente ligada al debate político y cultural sobre la violencia, pues en ese momento ésta encontró un terreno estratégico "en" la televisión al permitir a no pocos investigadores sociales exorcizar la pesadilla cotidiana que vivimos convirtiendo a la TV en chivo expiatorio de la frustración política, del desconcierto moral y la agresividad social acumuladas". (Martin-Barbero & Tellez, 2006).

Se observa que un país cercano puede realizar un estudio de recepción en la sociedad al verse involucrado en temas políticos, lo cual puede realizar que la coyuntura social sea víctima, ya que no se otorga una verdadera recolección de información, esto debido también a la falta de interés de investigación del momento.

2.2.3. Construcción de género.

La construcción de género, es el fenómeno que permite observar los tipos de personas masculinas y femeninas, la cual también permite identificar su esencia en general como su cultura, etnia, clase social, religión, planteamiento político e historia de su comunidad o familia.

La identidad de género se trasfiere culturalmente por medio de posibilidades, normativas, roles, valores, suposiciones, posturas y conductas que son difundidos a los que forman parte en función que nazcan hombre o mujer, aquello se establece abismalmente en la forma de sentir, interpretar y ejercer en el mundo, ocasionando actuaciones de la misma persona y distribuidos dentro del género y en medio del género.

La identidad de género, también se evidencia a través de diferentes canales de cultura, con ellos se analiza los comportamientos circunstanciales de la mujer y el hombre, el género es el transporte que permite visualizar los tipos de personas, por su diversidad de características que poseen.

Gracias al género se puede tener clara la percepción de las personas, así como su fisonomía; el género femenino, se ha potencializado más en los últimos años, debido al contacto con la comunicación, el cual también ha ayudado a distinguir con más claridad a los tipos de personas.

La construcción de género es la que facilita estudiar la esencia y característica del hombre, no obstante, existen medios de comunicación que brindan prioridad a otros temas y particularidades.

Existe una identidad de género, que se ha visto reflejada en los comportamientos ya sea del género masculino o femenino. Marcela Largarde señala:

> "El encuentro entre mujeres diversas se está produciendo en todo el mundo (Internet). En algunos lugares apartados del mundo hay mujeres con un ordenador conectado a Internet que está haciendo un master en género. Hoy ha cambiado el mundo, en parte por el uso que hacemos nosotras de las comunicaciones y de la apropiación de lo que hacen las mujeres de todas partes del mundo, de sus prácticas exitosas" (Lagarde, 2009).

Género, es el término que se le denomina a la división de características de los seres humanos. El género femenino, está causando fervor en los últimos tiempos debido a su aporte en la comunicación, llegando incluso al punto de especializarse en el estudio del género femenino.

La estructura del género mexicano ha pasado por varias modificaciones trascendentes en estas tres últimas décadas, el interés de distinguirlas según su clase, etnia, localidad, población y otras estructuras de diferenciación social, se ha dado a pesar de la complicada configuración de las relaciones de género.

El estudio le ha dado relevancia a la dominación de organizaciones familiares en el vínculo de género como preferencias hacia particiones de sistemas de mando y poderío a beneficio de los hombres, subdivisiones comunes de la labor, guardando el acercamiento al público en general, el oficio y limitando a las mujeres a la esfera privada, además de una estructura dominante de la humanidad en torno a los prototipos familiares que pertenecen.

El desarrollo del género en el país azteca, sin embargo, ha sido transcendental a lo largo de la historia debido a la potencialidad que ellos le han dado al género

masculino y una marcada y diferenciada identidad ante la sociedad, relegando funciones al género femenino a labores más privadas.

La definición de la construcción de género, en los medios televisivos no ha sido el primer punto de atención, ya que la televisión ha centrado su espacio a otros impactos.

Se observa que las investigaciones que estudian la construcción de género en televisión son poco usuales y, los que se encuentran se han concentrado primordialmente en la disertación publicitaria e ilustrativa.

Paulatinamente han ido apareciendo varias observaciones en el campo de la ficción televisiva, en especial a partir de los años noventa, a pesar de que siguen siendo pocos; se observa que el género es una forma de hacer una actividad incesante preformada y afirma que no es igual manifestar que existen percepciones normativas de la feminidad y de la masculinidad, pese a que visiblemente se encuentran aquellas perspectivas normativas. El género no es textualmente lo que uno es ni menos aun necesariamente lo que uno tiene, es el capítulo por medio del cual tiene lugar la producción, regulación de lo masculino y femenino adjunto con las representaciones hormonales, cromosómicas, mentales y pedagógicas que el género obtiene.

La particularidad del género no se la debe determinar cómo normas, ya que el género es lo que permite diferenciar entre lo masculino y femenino. Alejandra Massolo manifiesta:

> Por género se entiende una construcción simbólica, que hace referencia al conjunto de atributos socioculturales, asignados a las personas, por su sexo, los cuales convierten la diferencia sexual en desigualdad social. La diferencia de género no es un rasgo biológico, sino una construcción mental y sociocultural, elaborada históricamente. Por lo tanto, género no es equivalente a sexo. El primero se refiere a una categoría sociológica y el segundo a una categoría biológica. (Massolo, 2005)

La definición de género, aclara la percepción de las personas, para analizar su diferencia sexual. Al género, se le atribuye un acumulado de teorías acerca de su diferencia por sexo, sin embargo, en su concepto, no es similar género que sexo.

En este aspecto el sexo se refiere a lo biológico mientras que el género hace referencia a lo cultural que se manifiesta en los valores, creencias, normas y costumbres en torno al rol masculino y femenino que muestra una cultura.

En la actualidad los hombres y las mujeres ya tienen la posibilidad de ocupar un cargo público y acceder a bienes y recursos.

2.2.4. Interacción Social.

La interacción social, es el conjunto de elementos que utilizan las personas para lograr una mejor comunicación entre sí, los mismos que han permitido en los últimos tiempos una conexión social de interacción de gran aporte a la ciudadanía.

> Estas novedades en la utilización se ocasionan y propagan en contenidos grupales, estableciendo auténticas culturas del móvil que son acumuladas e incorporadas por los que la fabrican y operan en el modelo de los productos y servicios (Aguado & Martinez, 2006). La intervención de la telefonía, ha contribuido para la interacción social en la sociedad a través de sus aportes de innovaciones, para el uso y su consumo en la ciudadanía.

Desde que el ser humano nace, interactúa, luego crece y se desarrolla obteniendo una comunicación interactiva hacia la sociedad.

Es probable reconocer una variedad de prácticas sociales que sobrepasen los actos de consumo e incluyen componentes creadores en el modo de interacción social.

Las nuevas bases teóricas de la comunicación y recepción han permitido desarrollar los canales de comunicación, gracias a todas las temáticas creadas para causar un mejor impacto en la sociedad.

> Pilar Colás Bravo expone que se integra la expresión capital social a la indagación en la actualidad sobre redes sociales. Consta un acuerdo al comprender el capital social como recursos o privilegios que se otorgan a orden de las personas mediante sus interacciones sociales (Colás-Bravo, González-Ramírez, & De Pablos-Pons, 2013). La interacción en las redes sociales, ha desatado una variedad de discusiones textuales, al pensar que mediante el uso de las redes sociales se pueden generar patrimonios para que estén a disposición de las personas.

La interacción social es la acción de relación entre una persona a otra persona o grupos en general, para poder llevar a cabo mejor influencia de comunicación en la sociedad, Marta Castro manifiesta:

> "El proceso de integración de lo social se analiza como interacción e interactuación con los miembros de la comunidad, tiene como eje esencial y mediador a la comunicación. Esta es una comunicación argumentativa, persuasiva, abarcadora de todo tipo de contenido informativo. Esta cumple el rol de ser un mediador sociocultural para que se produzca el desarrollo humano al frente del cual marcha la educación". (Castro Bosch, Espinosa Rodriguez, Pujals Victoria, Durán García, & Díaz Cruz, 2012)

La interacción entre los profesionales de la salud y la comunidad, nace al crear una conexión social de comunicación a tal punto de manejar toda la información de las partes involucradas para aportar con la educación de las personas implicadas en los sectores.

2.2.5. Tipos de telenovela.

Inicialmente había poca diversidad en las telenovelas que se transmitían en la televisión, sin embargo, en la actualidad se puede observar que los productores y guionistas están utilizando más variantes para crear diversas historias de la vida cotidiana originales y así atrapar al televidente, provocando así una gran diversidad de los tipos de telenovelas las cuales se pueden ver en la televisión vía internet.

La fantasía en las telenovelas manifiesta ser uno de los escenarios favoritos entre los televidentes, ya que en sus contenidos presenta tradiciones, valores, a través

de narraciones, especifican lo que hacen y el estilo de vida de cada cultura, muestra desde un punto de vista básico una historia de amor que es transmitido a lo largo de varios capítulos y casi siempre tiene un final feliz.

2.2.5.1. Románticas.

Se estima como las telenovelas más antiguas y más comunes, privan de un tono sexual o criminal, son exageradamente románticas hasta llegar a pasarse de la raya en lo trágico, melodramático, cursilerías y patético.

Los televidentes las prefieren y las catalogan como su favorita por ser las más antiguas en el género de las telenovelas.

2.2.5.2. Históricas o de Época.

Este tipo de telenovelas relatan sucesos de la historia y se solicita de una producción bien construida y definida para su ejecución.

Se regeneran situaciones del pasado, así como también se reproducen con exactitud todos los mínimos detalles en cuanto a escenografía, vestuario, locación, maquillaje, etc.; se manipulan a fondo temas que en un tiempo atrás fueron considerados tabú.

2.2.5.3. Juveniles.

Se considera que son propuestas especialmente a los televidentes juveniles con una aportación muy importante de la música, con la finalidad de cautivar ese segmento de la teleaudiencia.

Empezaron a fomentarse alrededor de los años 80 y tienen una gran similitud con las telenovelas musicales. Reproducen un buen generador de “rating” para los productores lo cual hace exitosa a la telenovela llegando a transmitirse en otros países.

2.2.5.4. Infantiles.

Esta presenta historias exclusivamente centralizadas y escritas para la audiencia infantil; relata historias de las familias, acontecimientos escolares y relaciones interpersonales. En varios casos pueden alcanzar a ser ilustrativas, informativas e incluso pedagógicas.

2.2.5.5. Narco novelas.

Un género nuevo que ha aparecido en la actualidad por el gran apogeo de este problema a nivel mundial, tuvo sus inicios primordialmente en países de Latinoamérica como Colombia y Venezuela, ya que son los países que principalmente son afectados con éste flagelo, pero su crecimiento ha sido muy rápido e impresionante, poseen una popularidad gigantesca por ser un tema cotidiano y real.

2.2.5.6. Populacheras.

Se aprecia que son telenovelas que relatan sucesos muy populares, de barrio, con personajes muy expresivos, frases de uso común en la sociedad, mal empleo del lenguaje en algunos casos y poca calidad en el guión y escenografía.

En algunos casos tiene algo melodramático, pero al mismo tiempo le transmiten al televidente un poco de comedia.

Esta investigación selecciona la escuela epistemológica interpretativista hermenéutico, porque hace uso de los métodos cualitativos y hace énfasis en el sujeto lo cual permite medir los efectos o influencia de la telenovela “Tres familias” en los habitantes de Mapasingue Este en el año 2016.

La Epistemología, que viene a ser una derivación de la filosofía delegada de los problemas filosóficos que envuelve la hipótesis de la noción científica, proviene etimológicamente del vocablo griego episteme que significa, conocimiento verídico.

> La epistemología es una actividad intelectual que reflexiona sobre la naturaleza de la ciencia, sobre el carácter de sus supuestos, es decir, estudia y evalúa los problemas cognoscitivos de tipo científico. Es ésta pues, quien estudia, evalúa y critica el conjunto de problemas que presenta el proceso de producción de conocimiento científico. (Martínez & Ríos, 2006)

Se logra especificar como una ciencia que se establece en la variedad y no en lo científico, por lo cual realiza su propia disertación. Es decir, se establece en una ciencia que analiza sobre la ciencia a tratar y en efecto sobre el conocimiento.

El carácter esencialmente explicativo de la comprensión, estando la hermenéutica la que ubica una considerable acentuación en la concordancia entre noción y acción o entre teoría del conocimiento y deontología.

La hermenéutica mantiene la inexistencia de un saber equitativo, transparente, y poco interesado sobre el mundo, tampoco las humanidades son audiencias equilibrados de los fenómenos.

Se observa que cualquier noción de los sucesos aparece influenciada por una sucesión de prejuicios, expectaciones y estimaciones admitidas del hábito que estipulan, encaminan y restringen la percepción.

La hermenéutica admite lo determinado de la voluntad y el conocimiento humano, aspira recobrar el juicio pensativo como forma de comprender, para ello obtiene a la disertación como objeto de aprendizaje.

2.3. Marco Contextual.

El problema se forma en el ámbito familiar por la influencia que conlleva en los estereotipos en la sociedad al clasificar las clases sociales.

En la clase media, el hombre que ayuda en las labores de la casa, accede a los pedidos de su esposa, y no sale de farra con sus amigos se lo llama “mandarina”, mientras que si la condición social es alta el complacer a la esposa es ser un empresario exitoso y tener solvencia económica.

Se observa que las telenovelas son programas de mucha aceptación por la mayoría de televidentes sean hombres o mujeres, están a la orden del día ya que son transmitidos en cualquier horario, crean estereotipos machistas lo cual hace que la sociedad no entienda la igualdad de género.

Se ha convertido en algo esencial en la sociedad por la forma en que las telenovelas están contenidas, la audiencia empieza desde niños, adolescentes, adultos, amas de casa, empresarios, es decir desde la clase social alta hasta la baja.

Este conflicto nace de la falta de análisis del contenido de la telenovela “Tres Familias” y la creación de estereotipos en la sociedad para esto sería ideal preparar a la sociedad para que aprenda a ver y distinguir imágenes, sonidos, música, textos y que estos no produzcan cambios en su comportamiento del diario vivir.

Esta telenovela justifica el sentir del medio en el cual se transmite, por eso es fácil que guste ya que pone en evidencia la cultura de la sociedad a la que se transmite.

Se puede decir que la telenovela es una escuela sentimental, puesto que los jóvenes toman ciertos comportamientos similares, desarrollados en el diario, con su pareja, aprenden a reaccionar ante situaciones en las que están involucrados sus sentimientos.

Al gran poder que tienen las telenovelas sobre la sociedad se suman la inercia de la cultura, familia, tradición y entorno social, especialmente si se habla de una sociedad mayormente machista.

El grupo objetivo base de la investigación no está siendo informado adecuadamente y esa falta de información desemboca en la creación de los estereotipos familiares.

Con este trabajo de investigación se pretende observar el alcance de este estudio incluyendo especialmente a los habitantes del sector Mapasingue Este como principal grupo muestral ubicado al norte de Guayaquil.

Para poder realizar esta investigación se va a analizar a los habitantes de dicho sector ya que presentan problemas al momento de analizar la telenovela Tres Familias y eso produce la creación de estereotipos en la sociedad incluyendo el mal uso del lenguaje por moda y a la larga lo adaptan a su desenvolvimiento cotidiano.

Se va a estudiar la creación de valores morales falsos que no son reflejo de los buenos comportamientos en la sociedad donde la apariencia es común y basta para causar una buena impresión hacia los demás y la divulgación que se realiza en cuanto a las características que crea tabú, entre otros.

Se considera el estereotipo religioso que se crea al decir que, un cura no se puede fijar en una mujer como se da en la telenovela Tres Familias, donde la empleada constantemente persigue al cura y él se aleja por los estándares y el tabú que ha creado la sociedad en general, el estereotipo social que la chica de clase alta no se puede fijar en el chico de clase baja porque no está a su mismo nivel socioeconómico.

Es relevante esta investigación porque enmarca el análisis del comportamiento de los habitantes de Mapasingue Este ante la telenovela “Tres familias” que causa mucho entretenimiento y ha llegado a penetrar en la vida diaria de las personas, lo que ha provocado varios cambios y efectos en los comportamientos humanos tanto positivos como negativos. Es muy importante conocer que los medios de comunicación de masa, especialmente las telenovelas emiten mensajes con estereotipos, patrones de belleza, estatus social, normas de comportamiento y paradigmas, entre otras cosas, que de alguna manera influyen en el pensamiento de los televidentes.

El problema definitivamente es relevante ya que tiene que ver con uno de los asuntos más importantes y prioritarios de las telenovelas, involucra la interacción social y los estereotipos familiares producidos por la clasificación de las clases sociales.

Las telenovelas se han convertido en un elemento vital en la vida de los espectadores, de tal forma que traspasa sus sentidos y modifica los patrones sociales a través de nexos que se forman entre la realidad y la ficción.

A través de este tipo de telenovelas, se considera que se ve la necesidad de intervención, porque son narrativas de entretenimiento que están alineadas a la realidad mostrando las tres clases sociales: alta, media y baja, que promueven un cambio en la sociedad.

Las telenovelas han adoptado un rol de concienciar al público sobre los diferentes estilos de vida y como se enfrentan a las situaciones dependiendo de la clase social a la que pertenezcan y por lo consiguiente crear un cambio potencial.

En la actualidad las telenovelas abarcan temas de interés social, haciendo que se retomen los problemas de la realidad social y cultural de los televidentes para que a través de la ficción logren formar historias, que no solo se dedican a narrar sobre el amor, desamor, romance o entretener, sino que también traten a fondo los temas de los problemas sociales en las diferentes clases sociales.

La falta de comunicación sobre todo a nivel de esposos y en relación de padre e hijos, es un problema que presenta enorme gravedad y las consecuencias negativas afectan no solo a la familia sino a la sociedad en general que consume telenovelas.

Es factible la realización de la investigación porque se cuenta con el apoyo de los habitantes del sector quienes han dado la apertura necesaria para acceder a la información para la disposición del problema y la ejecución de una posible opción de solución al mismo.

Ofrece una historia que muestra personajes con una historia similar a la de los televidentes donde el amor, sufrimiento, angustias, frustraciones, felicidad, son evidentes y logran enganchar al espectador con situaciones que los identifican y los

mantiene entretenido a la expectativa de ¿qué pasará después? y ¿cómo será el final de dicha telenovela?

Se puede observar que los beneficiarios directos de la investigación son los habitantes del sector Mapasingue Este, porque podrán contar con una mayor crítica y análisis de la telenovela y así comprender mejor el contenido y eliminar la creación de patrones familiares en la sociedad y el mal empleo del lenguaje que pueden captar en la clase baja de la telenovela.

Este género cuenta con la capacidad de traspasar de la ficción a la realidad, llegando a captar al televidente de manera que se forma un ambiente en el que las risas, lágrimas, miedo, ansiedad, felicidad, tristeza, etc., no dejan de estar presentes para conmover al público que observa.

Es útil la realización de esta investigación para que la sociedad en general se informe del grado de influencia que tienen las telenovelas en la vida cotidiana, cómo se crean los estereotipos familiares y emplean frases que escuchan en la telenovela, ya sea por moda, transformándose en costumbre el mal uso del lenguaje.

Es importante porque se considera a los habitantes del sector Mapasingue Este como un grupo vulnerable a los cuales ha influido mucho la telenovela en su vida diaria tanto en el uso del lenguaje como en la creación de los patrones familiares.

Se observa que las causas de dicho problema es la repetición de frases dichas en la telenovela lo cual da un efecto de mal uso del lenguaje y el ver una telenovela sin analizarla crea estereotipos en la sociedad.

2.4. Marco Conceptual.

Recepción es recibir un mensaje, señal o código otorgado por un emisor, el receptor es el que recibe toda la información suficiente.

El estereotipo se basa en una imagen estructurada y aceptada por la sociedad que la adoptan generalmente por los programas de televisión.

Perspectiva es el modo de ver algo desde un punto establecido por la sociedad. Interacción social es una acción por la cual se crea una interacción con las demás personas dentro de un mismo entorno.

Epistemología es parte de la filosofía que analiza cómo se origina el procedimiento del conocimiento humano.

Se define como audiencia al grupo de personas que en algún momento interactúa con un medio de comunicación. Receptor pasivo es la persona que recibe el mensaje.

Receptor activo es la persona que no solo percibe el mensaje, sino que también lo almacena. Apartado es el capítulo o sección de un texto escrito que trata sobre un tema.

Discurso es una presentación oral sobre algún asunto determinado, presentado a un público con el fin de captar su atención y convencerlo.

Influencia es el poder que ejerce una persona para cambiar la forma de pensar o comportarse de alguien.

Canalizar es orientar algo hacia una vía determinada para evitar que se disperse o se utilice de una manera inadecuada.

Metodología es el conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica.

Coyuntura es la composición de elementos que determinan una situación en una circunstancia designada.

El término trascendente se emplea para el hecho que tiene efectos de mucha importancia, relevancia y trasciende.

2.5. Marco legal.

El trabajo de titulación consta con una sustentación legal en la cual se detallan las leyes y artículos de la constitución y ley de comunicación que están relacionados con esta investigación.

La constitución de Ecuador respalda mediante estos artículos los derechos de los niños y jóvenes.

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Art. 45.- Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que

fuera perjudicial para su bienestar. El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y demás formas asociativas.

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

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.

2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. Se prohíbe el trabajo de menores de quince años, y se implementarán políticas de erradicación progresiva del trabajo infantil. El trabajo de las adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación ni realizarse en situaciones nocivas o peligrosas para su salud o su desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral.

3. Atención preferente para la plena integración social de quienes tengan discapacidad. El Estado garantizará su incorporación en el sistema de educación regular y en la sociedad.

4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.

5. Prevención contra el uso de estupefacientes o psicotrópicos y el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias nocivas para su salud y desarrollo.

6. Atención prioritaria en caso de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

8. Protección y asistencia especiales cuando la progenitora o el progenitor, o ambos, se encuentran privados de su libertad.

9. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas.

Se mencionan también los artículos más importantes de La ley orgánica de comunicación según el tema de investigación, que es principalmente analizar la recepción que los jóvenes estudiantes tienen respecto a los contenidos televisivos como las telenovelas. Seleccionando estos artículos respalda a la audiencia juvenil

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.

Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

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.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

a. 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;

c. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;

d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;

b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;

c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;

d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;

e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;

f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;

g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;

h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;

i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;

j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,

k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;

b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;

c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;

d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;

e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;

f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;

g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;

h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;

i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,

j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

Art. 49.- Atribuciones. - El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá las siguientes atribuciones:

1. Establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información;

2. Regular el acceso universal a la comunicación y a la información;

3. Regular la clasificación de contenidos y franjas horarias;

4. Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educacionales y/o culturales;

5. Establecer mecanismos para difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales;

6. Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento;

7. Elaborar estudios respecto al comportamiento de la comunidad sobre el contenido de los medios de información y comunicación;

8. Elaborar el informe vinculante, en los casos previstos en esta Ley, para la adjudicación o autorización de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión abierta, y

para la autorización de funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción;

9. Formular observaciones y recomendaciones a los informes que le presente trimestralmente la autoridad de telecomunicaciones en el proceso de aplicar la distribución equitativa de frecuencias establecida en el Art. 106 de esta Ley;

10. Elaborar el informe para que la autoridad de telecomunicaciones proceda a resolver sobre la terminación de una concesión de radio o televisión por la causal de incumplimiento de los objetivos establecidos en el proyecto comunicacional;

11. Crear las instancias administrativas y operativas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones; y,

12. Las demás contempladas en la ley.

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.- Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;

2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas. En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación

y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 17.- Difusión de contenidos en medios audiovisuales.- La producción y difusión de contenidos que circulan a través de los medios de comunicación audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, dirigidos a las audiencias de todo público y con vigilancia de un adulto, en horario de 6:00 a 22:00 horas, deben realizarse respetando los derechos constitucionales y la dignidad de las audiencias y de las personas participantes o referidas en tales programas. Los programas, películas, documentales, series o novelas que puedan contener ideas, imágenes, diálogos, reales o ficticios, contrarios al respeto y ejercicio de los derechos solo podrán difundirse por los medios audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, para audiencias de adultos en la franja horaria que va desde las 22:00 hasta 6:00 horas. En estos casos, los medios de comunicación tienen el deber de anunciar al inicio del programa y al final de la pauta publicitaria que el programa puede contener ideas, imágenes o diálogos que son contrarios al respeto y ejercicio de los derechos fundamentales.

Una vez escogidos los artículos más relevantes mencionados de la ley orgánica de comunicación, es necesario conocer los reglamentos y sobretodo relacionar los artículos con su respectivo reglamento, esta ley tiene como objetivo desarrollar,

preservar y normalizar, en el medio administrativo, la utilización de los derechos a la comunicación implantados constitucionalmente.

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Este reglamento norma la aplicación de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, así como el ejercicio de las atribuciones y el cumplimiento de las responsabilidades de las autoridades e instituciones que realizan rectoría, regulación, gestión y control administrativos en el marco de dicha ley.

Art. 4.- Actividad comunicacional.- Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 3.- Medios en internet.- Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 8.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación presentarán por primera vez sus códigos deontológicos a la Superintendencia de la Información y Comunicación hasta el 31 de diciembre del año en que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación o hasta el 31 de diciembre del año de creación del medio de comunicación. El manual de estilo o guía editorial forma parte del código deontológico. Los medios de comunicación distribuirán sus códigos deontológicos a todos sus trabajadores y colaboradores, y serán publicados en su página web si la tuviere.

Art. 33.- Atribuciones y responsabilidades del Defensor o Defensora de las Audiencias y Lectores.- Los y las defensoras de las audiencias y lectores tienen las siguientes atribuciones y responsabilidades: 1.- Atender los reclamos de los ciudadanos y procesarlos diligentemente.

2.- Realizar actos de mediación entre los ciudadanos y los medios de comunicación por los reclamos, propuestas y observaciones formuladas en relación al ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la Ley Orgánica de Comunicación, de modo que los conflictos generados puedan ser procesados directamente entre los actores involucrados sin la necesidad de la intervención de autoridades públicas ni la imposición de sanciones administrativas o de cualquier otra índole.

3.- Comunicar a los ciudadanos la respuesta que dará el medio de comunicación a sus reclamos y vigilar que ésta sea publicada por el medio de comunicación en el mismo programa o espacio en que se difundió el contenido que motivó el reclamo.

4.- Formular observaciones y recomendaciones a los directivos del medio de comunicación para mejorar su desempeño en relación al cumplimiento de las responsabilidades y obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación, especialmente en relación al contenido del Art. 71.

CAPÍTULO III

3.1. Diseño de la Investigación.

Este estudio tiene un diseño de investigación cualitativo y se selecciona el diseño fenomenológico debido a que la única forma de examinar un objeto es porque está correspondida con la vivencialidad; de este procedimiento se constituye los diseños de investigación en el estereotipo de género.

3.2. Tipo de investigación.

La investigación tiene un alcance descriptivo y explicativo, porque busca establecer características y perfiles de personas describiendo tendencias de un grupo social.

3.2.1. Investigación Descriptiva.

Se elige la investigación descriptiva porque se basa en alcanzar a enterarse de las situaciones, hábitos y actitudes predominantes por medio de la representación puntual de las funciones, objetos, métodos y personas.

La finalidad es conocer el por qué y para qué se está ejecutando, estando la gráfica como un instrumento primordial de éste tipo de investigación.

3.2.2. Investigación Explicativa.

La investigación explicativa va más allá de la especificación de conocimientos de la creación de vínculos entre conceptos; esto indica que están destinados a manifestar por las causas de los eventos, acontecimientos y fenómenos físicos o sociales.

Como su nombre lo señala, su interés se concentra en explicar por qué sucede un fenómeno y en qué circunstancias se presenta o por qué se vinculan dos o más variables. Entre las técnicas a utilizar son: encuesta, entrevista y focus group para después ser estudiadas.

3.3. Metodología.

En este capítulo se constituyen los elementos metodológicos, muestrales y técnicos de la investigación. La ubicación de estos elementos permite ordenar lógicamente esta investigación y formar un nexo entre lo teórico, metodológico y resultados a lograr. Esta metodología tiene un enfoque cualitativo el cual se basa en puntualizar de forma detallista, sucesos, hechos, personas, circunstancias, actuaciones y formas de interactuar que se analiza por medio de un tratado e incluso adjunta experiencias, pensamientos, actitudes, creencias que la sociedad experimenta o presenta, por lo cual es que se indica que la investigación cualitativa hace alusión a las cualidades.

3.3.1. Método Inductivo.

En este método pueden identificarse varios pasos principales: la percepción de los hechos, la organización y el análisis de estos hechos, la derivación inductiva que parte de los hechos y posibilita alcanzar a una propagación y la confrontación que permite analizar las pruebas que se han conseguido en la investigación acerca de la recepción de la influencia de la telenovela Tres Familias y los estereotipos que se crean después de verla.

3.3.2. Método Deductivo.

Este método parte de una ley general para alcanzar a lo particular, o sea, va de lo general a lo particular y permite obtener una conclusión científica y puntualizada acerca de la recepción de la telenovela Tres Familias y su predominio en la conformación de estereotipos creados en los habitantes del sector Mapasingue este en el año 2016.

3.3.3. Método Descriptivo.

Este método consiste en evaluar varias características que se observan en el campo de investigación y se estudian los datos recopilados para descubrir así, cuales son las variables que están vinculadas entre sí.

La Investigación Descriptiva, explica una circunstancia, fenómeno y proceso para enunciar en base a esto hipótesis necesarias.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación.

Esta técnica ayuda a recolectar, identificar y procesar la información al estudio; de esta forma permite organizar la información.

3.4.1. Encuesta:

Es un procedimiento que se realiza para recopilar los datos por medio de un cuestionario con varias opciones de respuesta, donde la pregunta la responderá el encuestado dando a conocer su pensamiento. Estas preguntas serán realizadas a los habitantes del sector Mapasingue Este.

3.4.2. Focus Group.

Es una técnica cualitativa que permite el estudio de las opiniones y actitudes de un público, consiste en reunir a dos o más personas expertas en el tema que se va a tratar, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir el debate el cual normalmente se requiere de una hora para cumplir su objetivo.

3.4.3. Entrevista.

Es un diálogo entablado entre dos o más personas que sigue un formato libre y flexible, en la cual se formulan preguntas abiertas y se da la libertad para dirigir la entrevista en la orientación que antepongas.

Software que se utilizará.

Para la elaboración de este trabajo de titulación se utilizará:

- Microsoft Word 2016
- Microsoft PowerPoint 2016
- Microsoft Excel 2016
- IBM SPSS STADISIC 23

3.5. Población y muestra.

La población es un conjunto de personas que viven en un área o espacio geográfico para otorgar sus diversos puntos de vista, en ciertos casos acostumbran a compartir conceptos u opiniones sobre diferentes asuntos a tratar.

En este estudio investigativo para desarrollar el tema a tratar, como población se ha seleccionado a los habitantes del sector Mapasingue Este Urbanización El Prado.

Consecutivamente se toma en cuenta el total de la población para conseguir una cifra por medio del cálculo muestral, este es el total de los habitantes del sector con similares características.

Cálculo de muestra simple.

Con este cálculo es posible adquirir la muestra exacta del número de encuestados para conseguir los resultados de este estudio investigativo.

Formula cálculo muestral.

n: muestra

N: población

Z: nivel de confianza

P: probabilidad

q: no probable

e: error

N= 374

Z= 95% =1.96

P= 50% =0.5

q= 50% =0.5

e= 0.05

$$\mathbf{n =} \frac{Z^2 x p x q x N}{(N-1)\, e^2 + z^2 x p x q}$$

$$\mathbf{n=} \frac{1.96^2 x 0.5 x 0.5 x 374}{(374-1)\, 0.05^2 + 1.96^2 x 0.5 x 0.5}$$

$$\mathbf{n=} \frac{3.8416 x 0.5 x 0.5 x 374}{(373)\, x 0.05^2 + 0.9604}$$

$$\mathbf{n=} \frac{359.1896}{0.9325 + 0.9604}$$

$$\mathbf{n=} \frac{359.1896}{1.8929}$$

n= 189.75

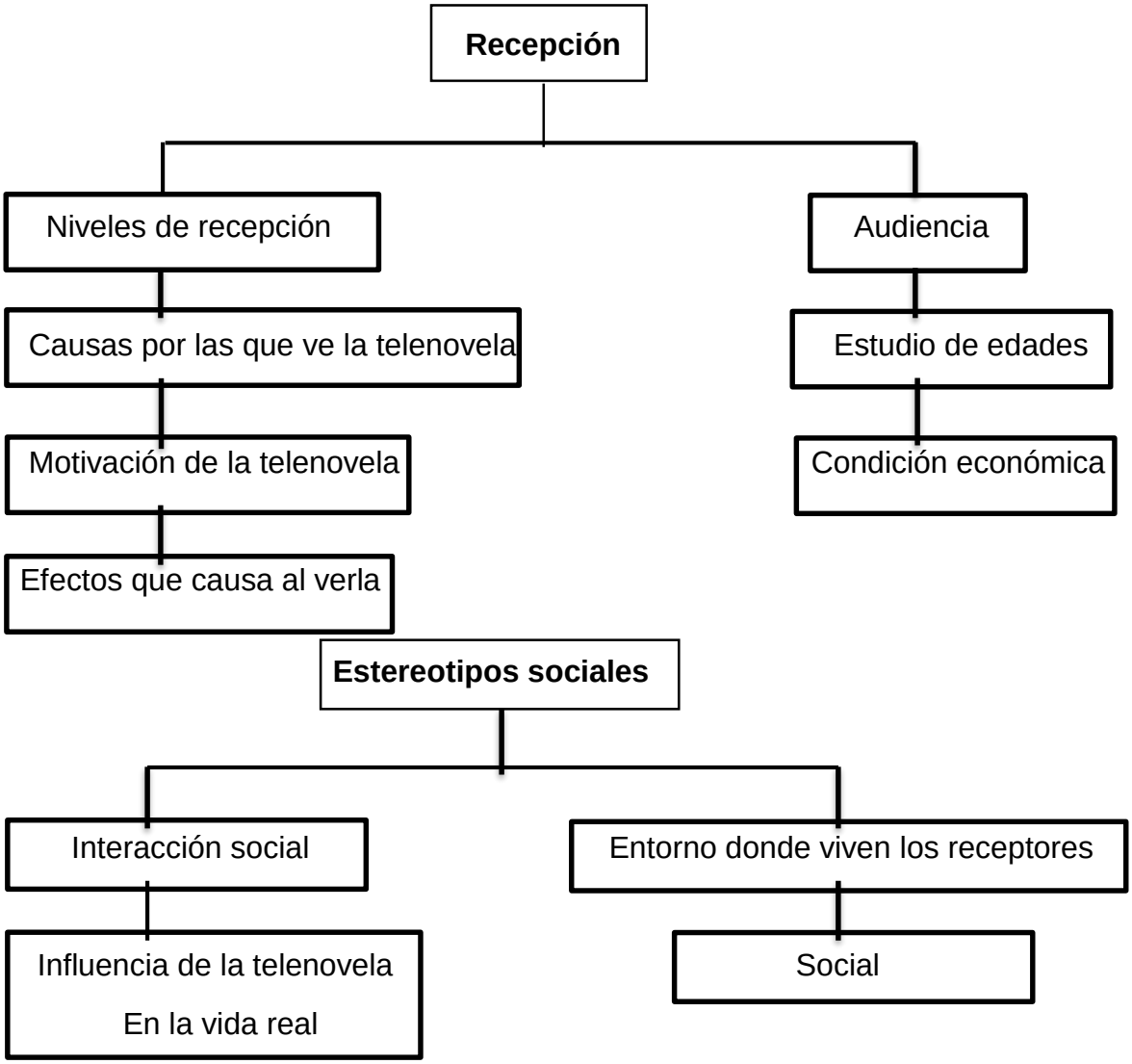
n= 190

Introducción al trabajo de campo.

Una vez señalados los elementos epistemológicos de esta indagación y elegidas las técnicas que se empleará para la elaboración del mismo, queda totalmente coordenada y organizada esta investigación para que el trabajo de campo sea preciso, exacto y con la rapidez científica que solicita este tratado.

Operacionalidad de las variables.

Para llevar a cabo este trabajo de investigación es importante identificar las variables, dimensiones e indicadores.



3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.

Se mostrarán los resultados condensados. La principal problemática se centra en explicar cuáles son los efectos que generan en los habitantes de Mapasingue Este el consumo de contenido de esta telenovela, para luego ejecutar el respectivo estudio de sus resultados. Esto induce a la idea de que dicho contenido provoca en los habitantes una gran influencia.

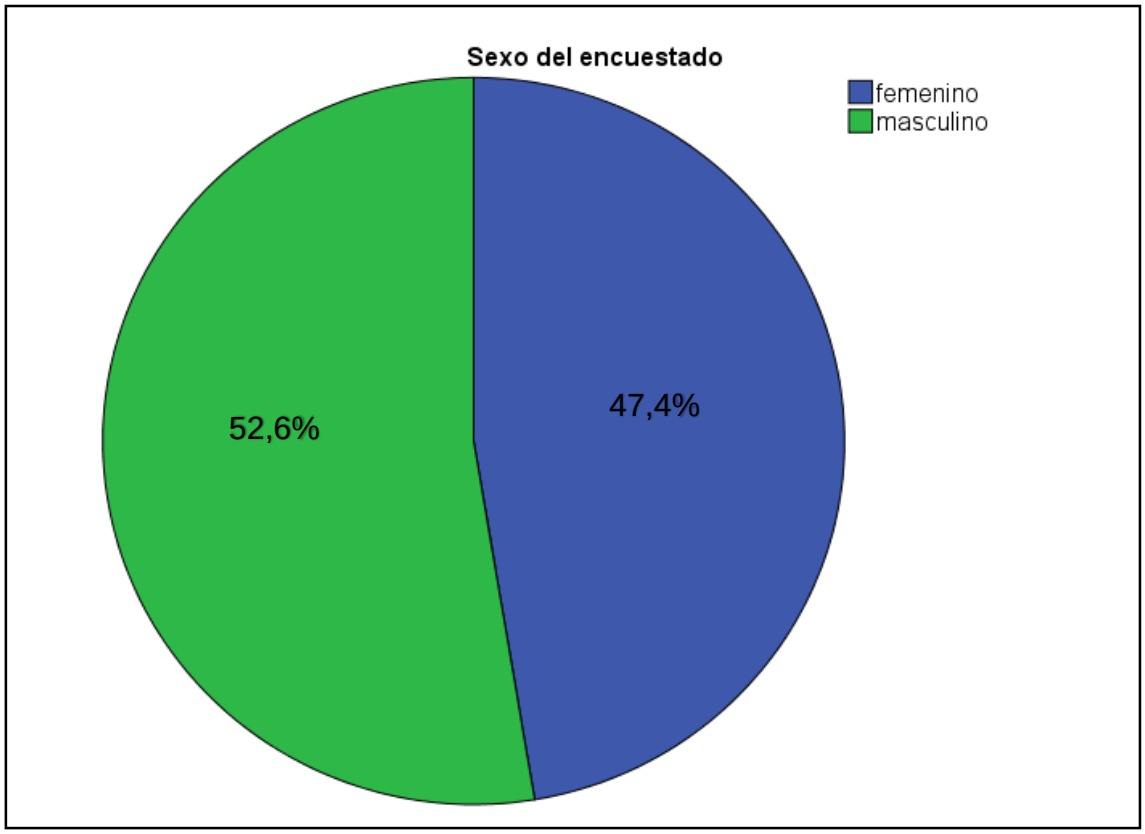
Tabla 1

Sexo del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	90	47,4	47,4	47,4
	Masculino	100	52,6	52,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 1



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

En el sector de Mapasingue Este, los habitantes encuestados que vieron la telenovela Tres Familias fueron 100 hombres y 90 mujeres, lo cual rompe con el estereotipo de que las mujeres son las que más ven telenovelas.

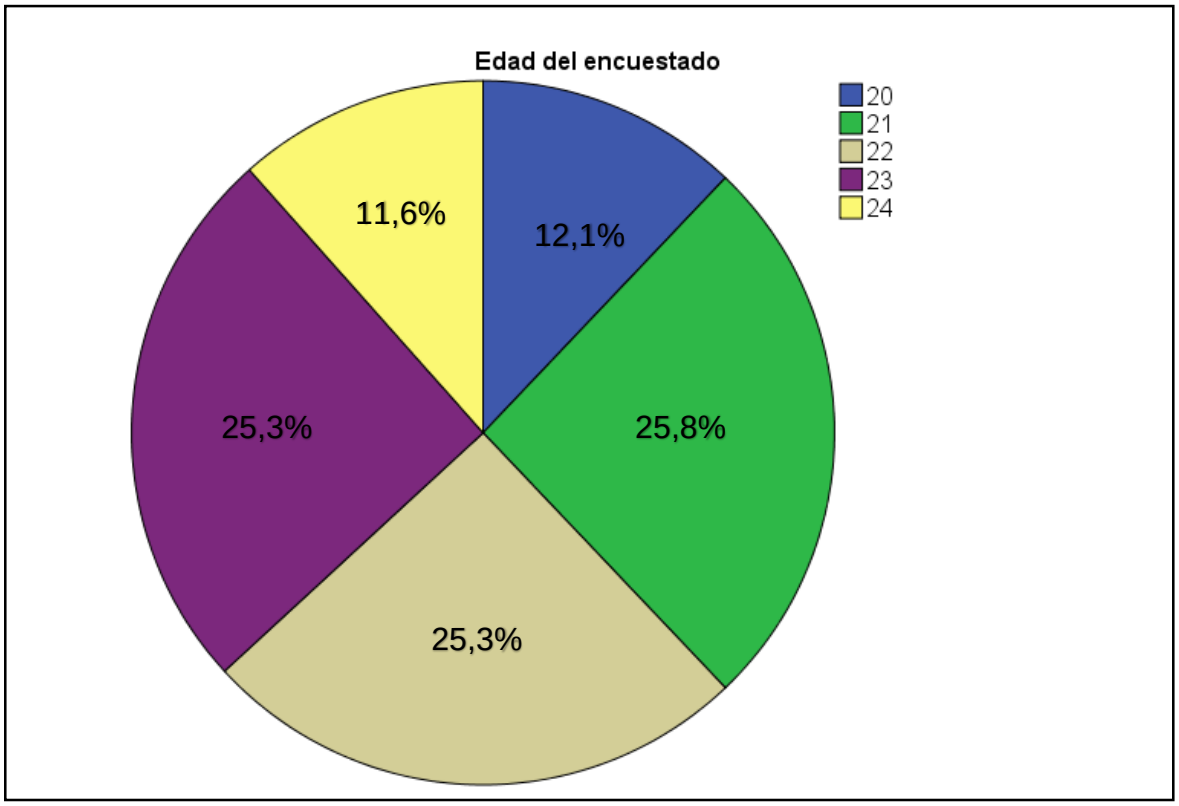
Tabla 2

Edad del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20	23	12,1	12,1	12,1
	21	49	25,8	25,8	37,9
	22	48	25,3	25,3	63,2
	23	48	25,3	25,3	88,4
	24	22	11,6	11,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 2



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El público muestral seleccionado para este análisis fue de habitantes de 20 a 24 años, el 25% de las personas tienen 21 años, mientras que el 11% tiene 24 años.

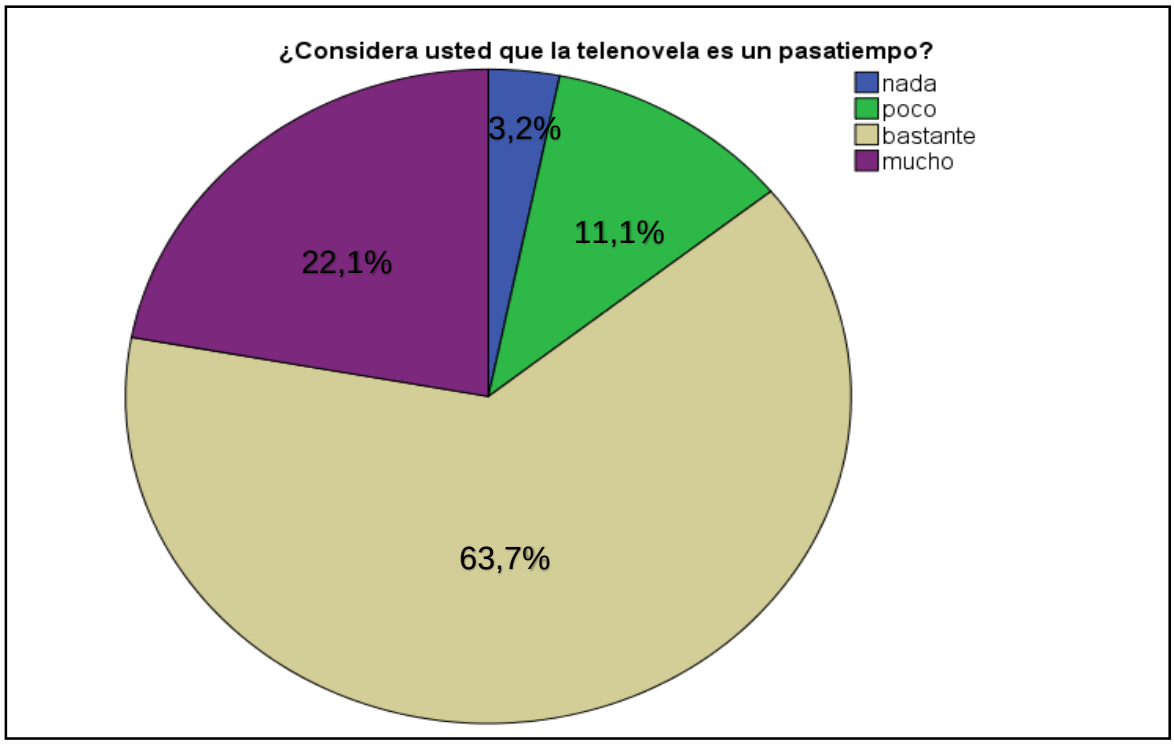
Tabla 3

¿Considera usted que la telenovela es un pasatiempo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	6	3,2	3,2	3,2
	Poco	21	11,1	11,1	14,2
	bastante	121	63,7	63,7	77,9
	Mucho	42	22,1	22,1	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 3



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 63% de los habitantes de Mapasingue Este determinaron que la telenovela es un pasatiempo ya que lo toman como un tiempo de distracción en sus tiempos libres, mientras que al 3% no les parece que la telenovela sea un pasatiempo en sus vidas ya que no las consumen con mucha frecuencia.

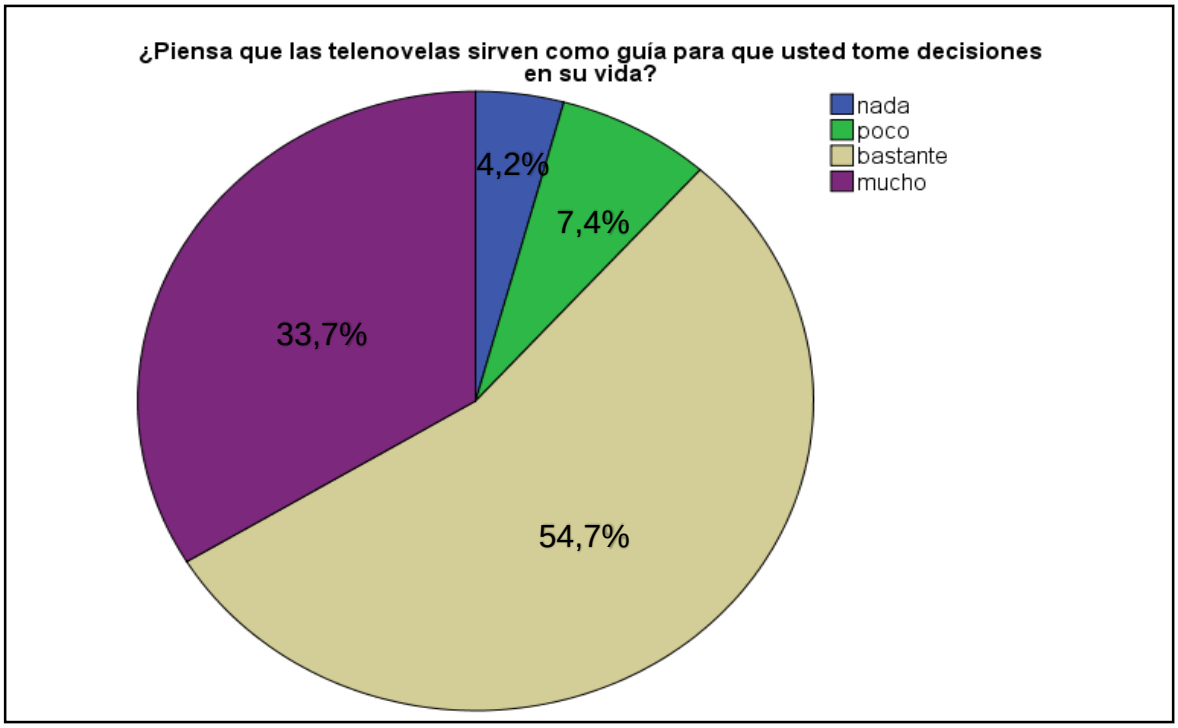
Tabla 4

¿Piensa que las telenovelas sirven como guía para que usted tome decisiones en su vida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	8	4,2	4,2	4,2
	Poco	14	7,4	7,4	11,6
	bastante	104	54,7	54,7	66,3
	Mucho	64	33,7	33,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 4



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 54% de las personas aseguran que las telenovelas sirven como guía para que tomen decisiones en sus vidas lo cual comprueba la hipótesis de que las telenovelas influyen en la vida diaria de los habitantes del sector Mapasingue Este, mientras que solo el 4% indican que las telenovelas no influyen en sus vidas.

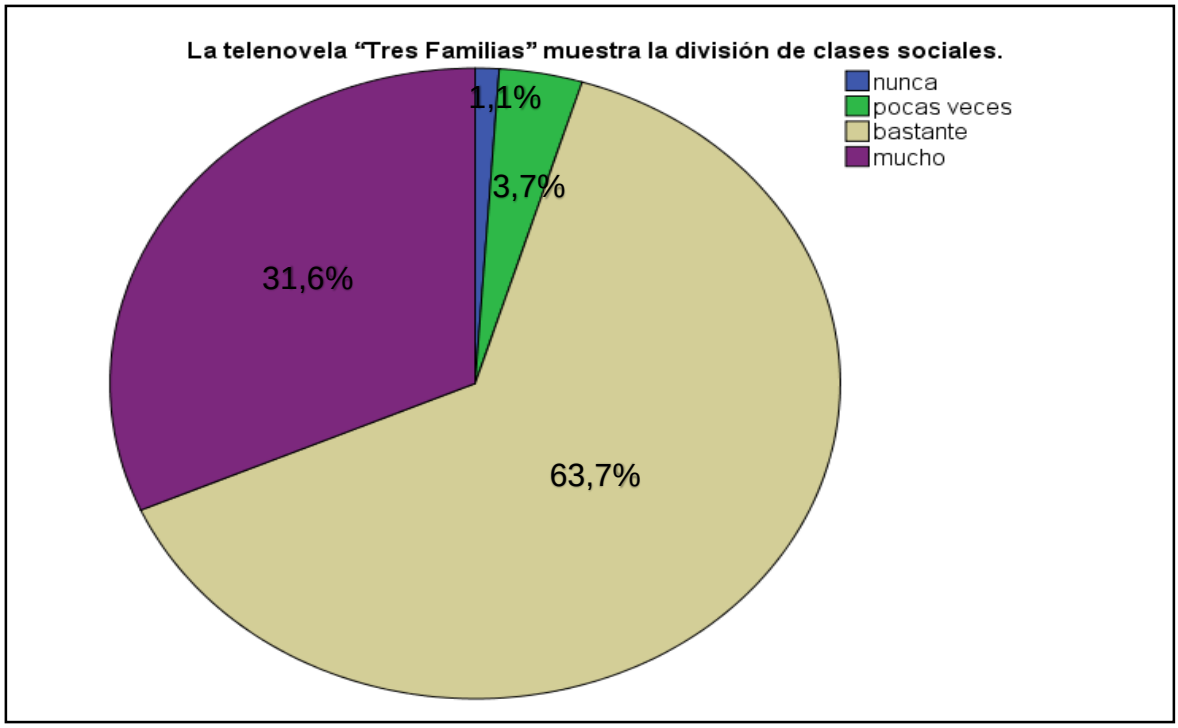
Tabla 5

La telenovela "Tres Familias" muestra la división de clases sociales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	1,1	1,1	1,1
	pocas veces	7	3,7	3,7	4,7
	bastante	121	63,7	63,7	68,4
	mucho	60	31,6	31,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 5



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 63% de las personas indican que en la telenovela Tres Familias se muestra la división de clases sociales lo cual influye en ciertos habitantes al ver normal que los de clase alta no se puedan mezclar con los de clase baja, mientras que a otros no les afecta, y el 3% señala que se ve poco la división de clases sociales en la telenovela.

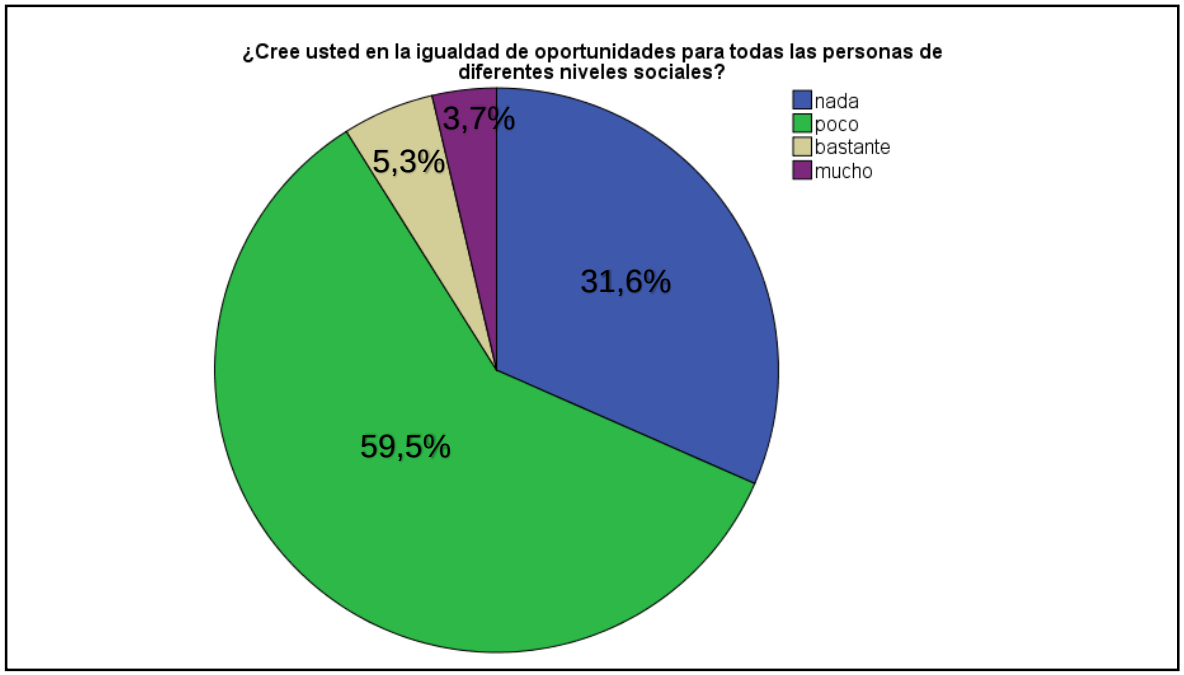
Tabla 6

¿Cree usted en la igualdad de oportunidades para todas las personas de diferentes niveles sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	60	31,6	31,6	31,6
	poco	113	59,5	59,5	91,1
	bastante	10	5,3	5,3	96,3
	mucho	7	3,7	3,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 6



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 59% de las personas del sector indican que creen poco en la igualdad de oportunidades para todas las personas de diferentes niveles sociales, lo cual se ve mucho en la telenovela que los de clase baja no tienen las mismas oportunidades que los de clase alta, esto indica una división de clases sociales y no genera la igualdad de género ni de clases sociales.

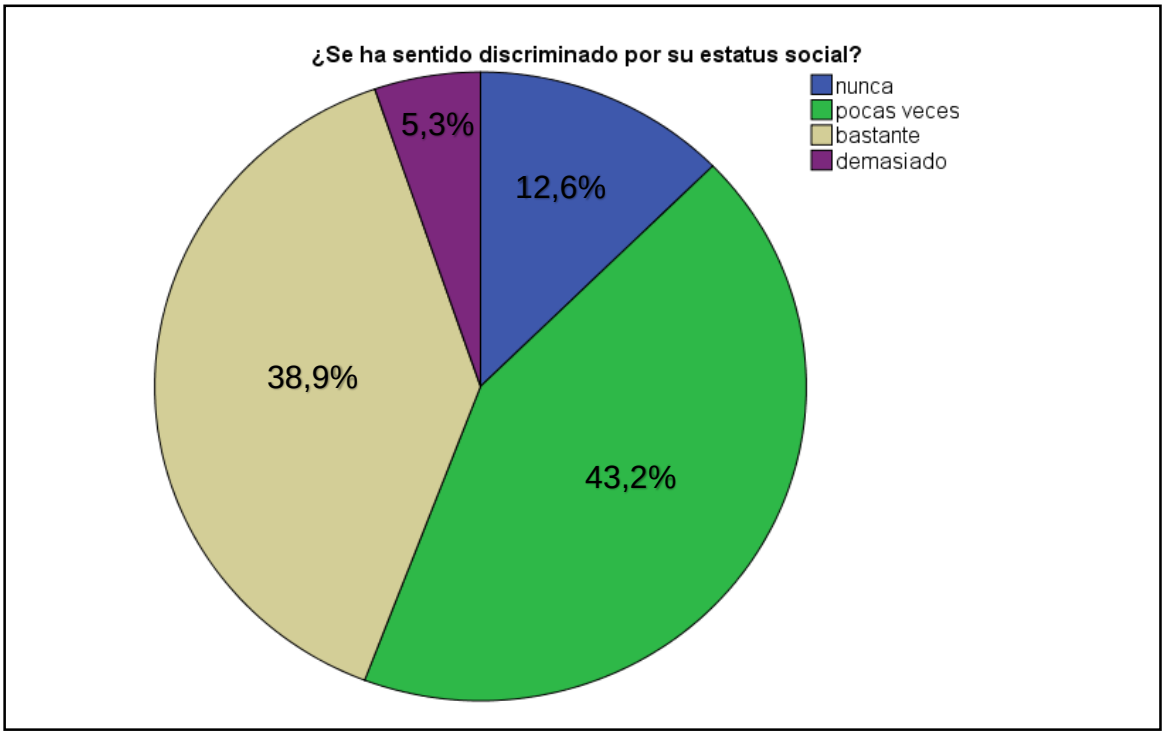
Tabla 7

¿Se ha sentido discriminado por su estatus social?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	24	12,6	12,6	12,6
	pocas veces	82	43,2	43,2	55,8
	bastante	74	38,9	38,9	94,7
	demasiado	10	5,3	5,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 7



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis. - El 43% de las personas pocas veces se han sentido discriminados por su estatus social, lo cual consideran que se da por la división de clases sociales que genera esas diferencias y el 38% de las personas se han sentido bastantes veces discriminados y separados por su estatus social, lo cual les genera problemas de interacción.

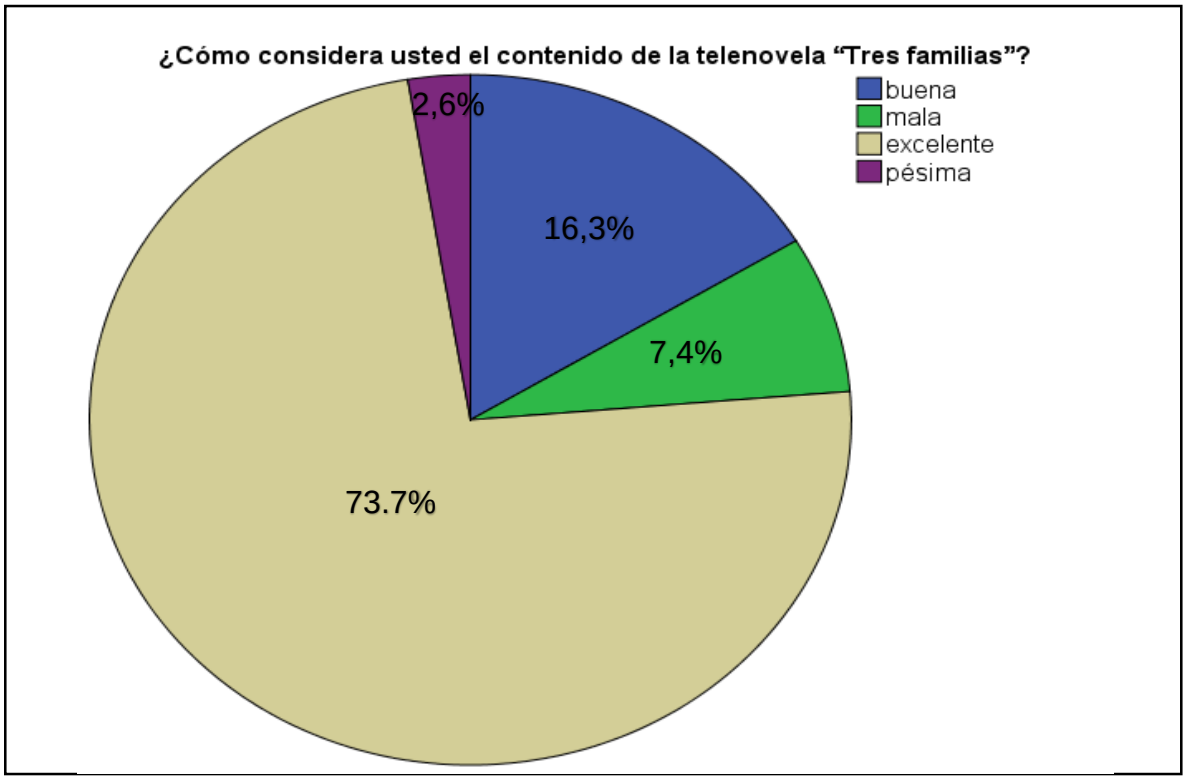
Tabla 8

¿Cómo considera usted el contenido de la telenovela "Tres familias"?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	buena	31	16,3	16,3	16,3
	mala	14	7,4	7,4	23,7
	excelente	140	73,7	73,7	97,4
	pésima	5	2,6	2,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 8



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 73% de los habitantes del sector Mapasingue Este consideran excelente el contenido de la telenovela Tres Familias ya que los entretiene y los hace reír con la trama que se presenta y sobre todo por los personajes caricaturizados que se muestran al televidente.

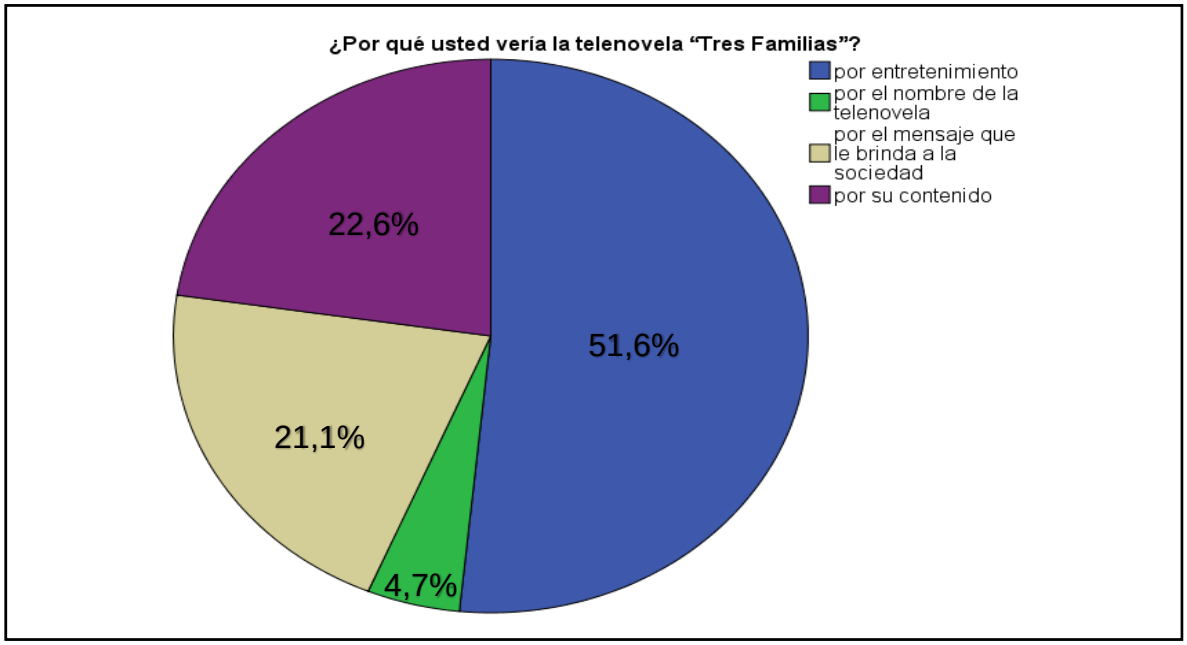
Tabla 9

¿Por qué usted vería la telenovela "Tres Familias"?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	por entretenimiento	98	51,6	51,6	51,6
	por el nombre de la telenovela	9	4,7	4,7	56,3
	por el mensaje que le brinda a la sociedad	40	21,1	21,1	77,4
	por su contenido	43	22,6	22,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 9



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 51% de las personas ven la telenovela Tres Familias por entretenimiento, el 22% la ve por su contenido cómico que transmite al televidente y el 21% la ve por el mensaje que le brinda a la sociedad ya que a partir de eso toman decisiones en su vida.

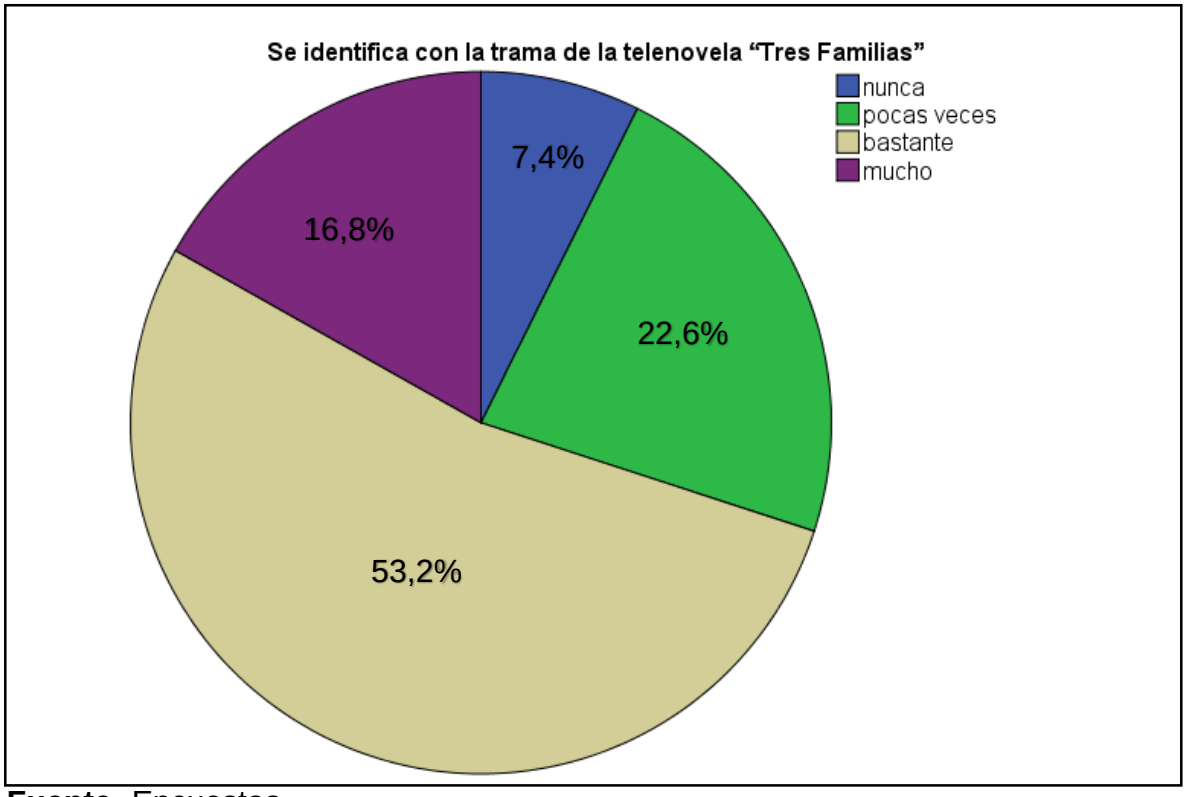
Tabla 10

Se identifica con la trama de la telenovela "Tres Familias"

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	14	7,4	7,4	7,4
	pocas veces	43	22,6	22,6	30,0
	bastante	101	53,2	53,2	83,2
	mucho	32	16,8	16,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 10



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 53% de las personas del sector Mapasingue Este se sienten bastante identificados con la trama de la telenovela Tres Familias ya que a diario observan en su entorno la división de clases sociales y la falta de oportunidades para los de clase baja.

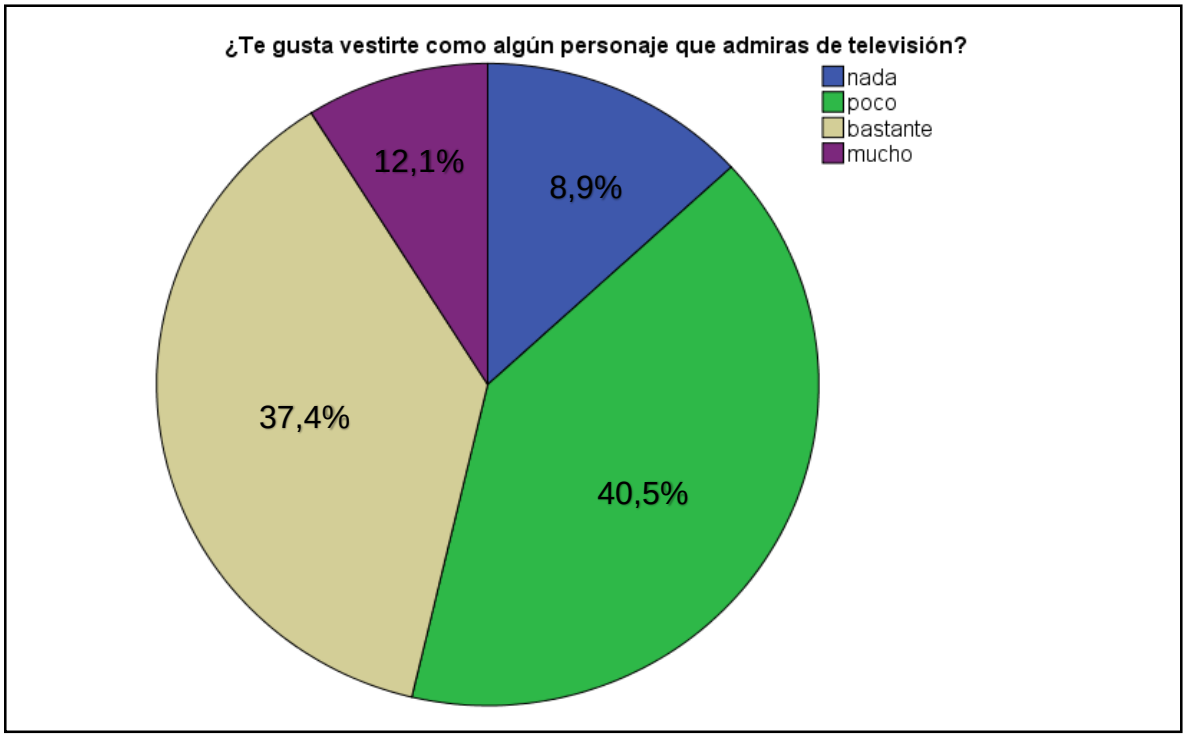
Tabla 11

¿Te gusta vestirte como algún personaje que admiras de televisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	25	13,2	13,2	13,2
	poco	77	40,5	40,5	53,7
	bastante	71	37,4	37,4	91,1
	mucho	17	8,9	8,9	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 11



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 40% de las personas indican que muy poco les gustaría vestirse como algún personaje que admiran en televisión ya que aseguran tener su estilo definido y el 37% de las personas bastantes veces les gustaría vestirse como algún personaje que ven en televisión ya que señalan que a ellos también les va a lucir bien ese look y es el estereotipo de persona que tiene aceptación en la sociedad.

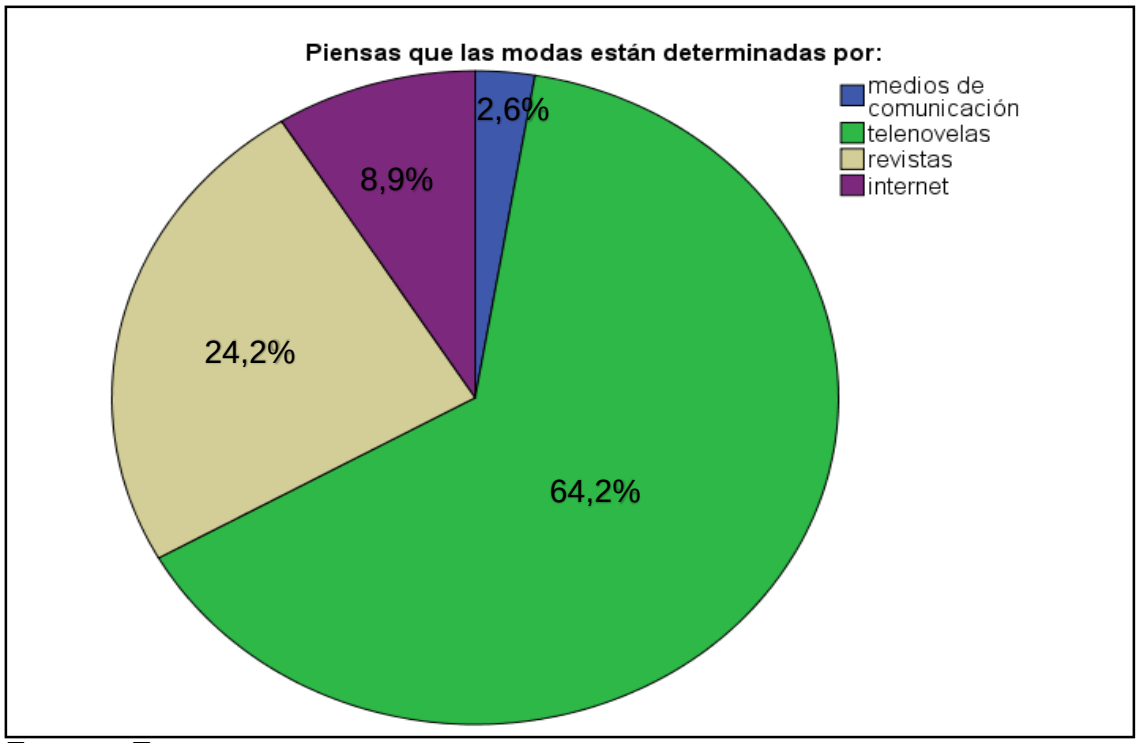
Tabla 12

Piensas que las modas están determinadas por:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	medios de comunicación	5	2,6	2,6	2,6
	telenovelas	122	64,2	64,2	66,8
	revistas	46	24,2	24,2	91,1
	internet	17	8,9	8,9	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 12



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 64% de las personas del sector Mapasingue Este determinan que las modas están determinadas por telenovelas ya que de ellas sacan los estilos de corte, color de cabello y distintas ropas que se comienzan a usar a partir de ser vistas en ciertas telenovelas.

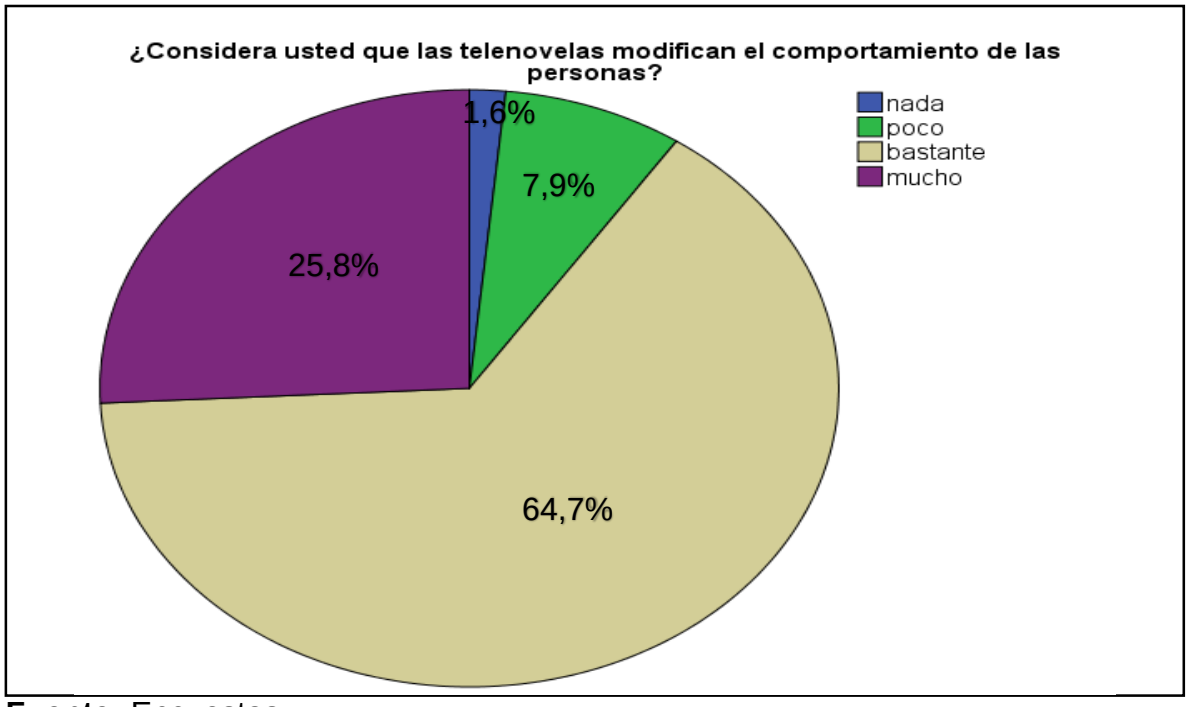
Tabla 13

¿Considera usted que las telenovelas modifican el comportamiento de las personas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	3	1,6	1,6	1,6
	poco	15	7,9	7,9	9,5
	bastante	123	64,7	64,7	74,2
	mucho	49	25,8	25,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 13



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 64% de la población considera que las telenovelas modifican bastante el comportamiento de las personas, ya que se basan en los hechos que ven en la telenovela y lo aplican en su vida diaria pensando que es el modelo correcto a seguir y que van a obtener los mismos resultados y toman posturas que no son propias de esa persona.

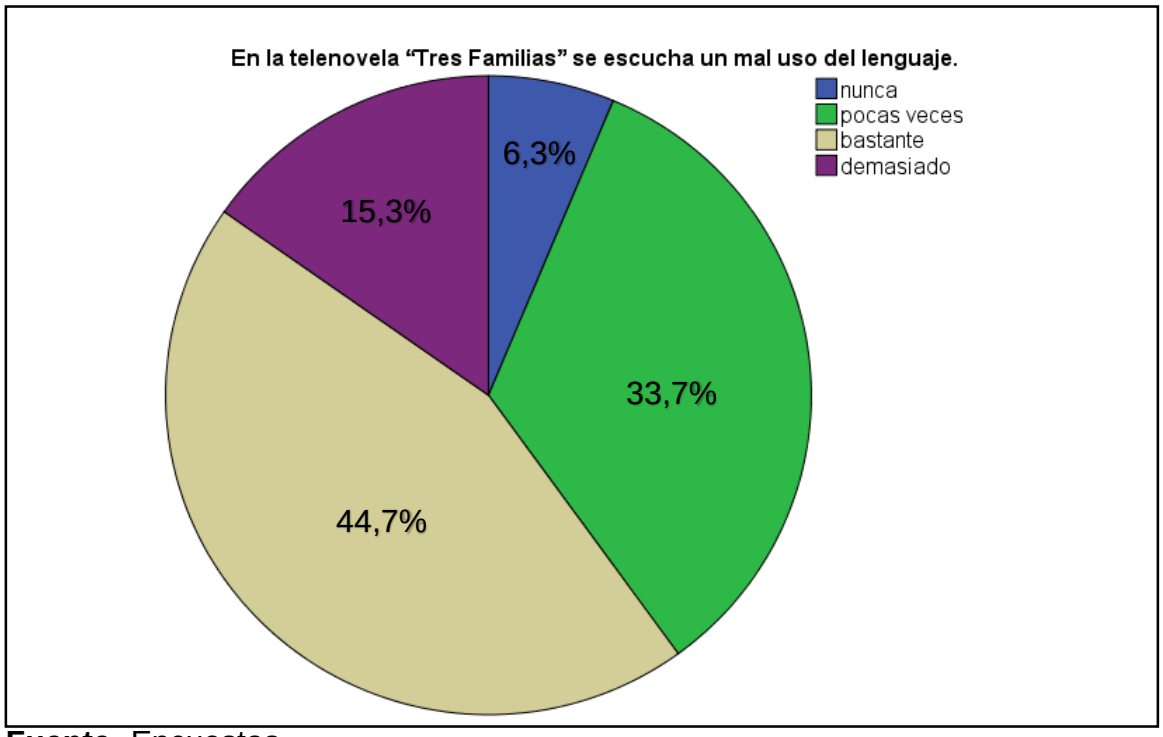
Tabla 14

En la telenovela "Tres Familias" se escucha un mal uso del lenguaje.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	12	6,3	6,3	6,3
	pocas veces	64	33,7	33,7	40,0
	bastante	85	44,7	44,7	84,7
	demasiado	29	15,3	15,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 14



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 44% de las personas consideran que en la telenovela Tres Familias se escucha bastante el mal uso del lenguaje, en especial en la clase baja que algunos carecen de preparación educativa por lo cual tienen una forma inadecuada de expresarse, mientras que el 33% consideran que pocas veces se escucha el mal uso del lenguaje.

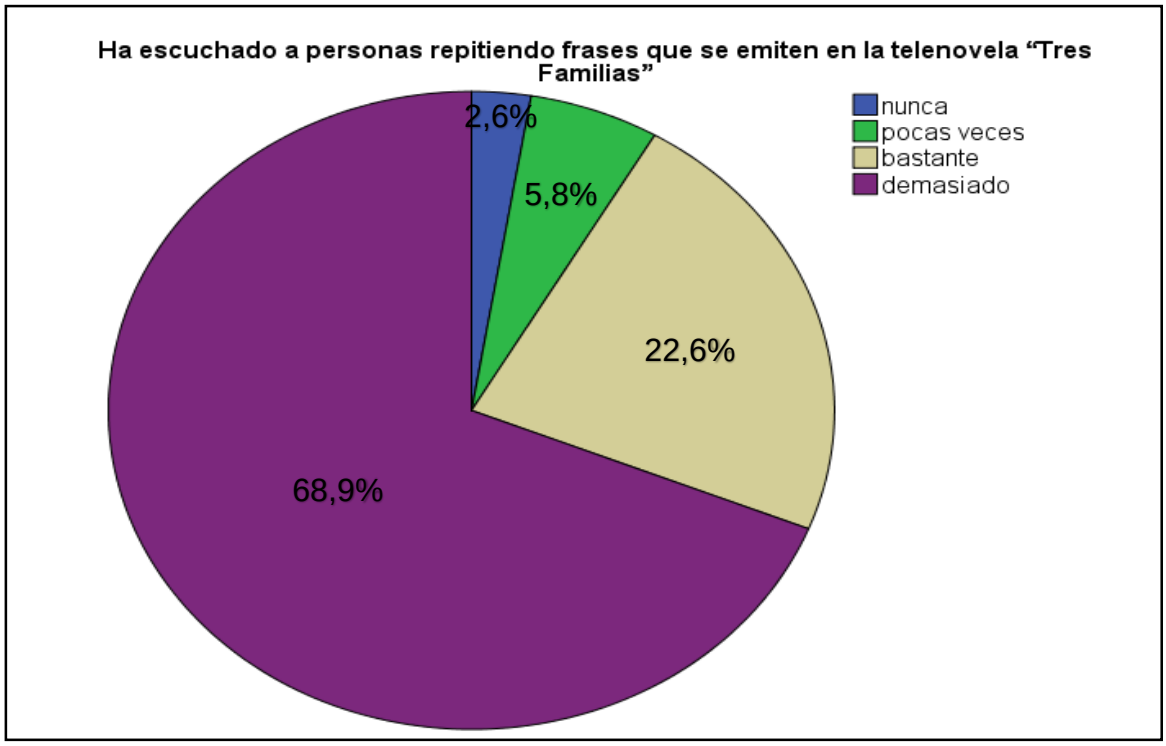
Tabla 15

Ha escuchado a personas repitiendo frases que se emiten en la telenovela "Tres Familias"

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	5	2,6	2,6	2,6
	pocas veces	11	5,8	5,8	8,4
	bastante	43	22,6	22,6	31,1
	demasiado	131	68,9	68,9	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 15



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 68% de las personas que habitan en Mapasingue Este han escuchado a personas repitiendo frases que se emiten en la telenovela Tres Familias como por ejemplo: "Qué te pasó", "Si tú estás bien, yo estoy bien y todos estamos bien" son las frases que comúnmente se escuchan en la sociedad que ven la telenovela.

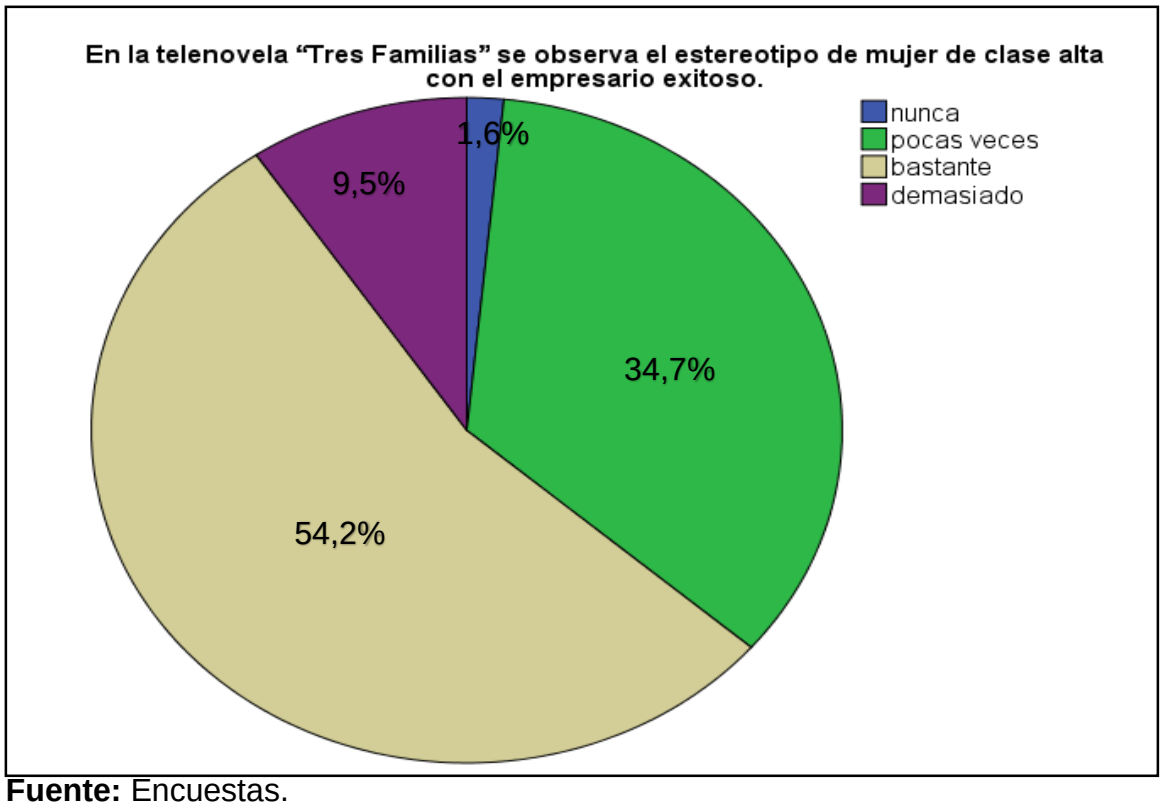
Tabla 16

En la telenovela "Tres Familias" se observa el estereotipo de mujer de clase alta con el empresario exitoso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	3	1,6	1,6	1,6
	pocas veces	66	34,7	34,7	36,3
	bastante	103	54,2	54,2	90,5
	demasiado	18	9,5	9,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 16



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 54% de la población estudiada determinó que en la telenovela Tres Familias se observa bastante el estereotipo de mujer de clase alta con el empresario exitoso, lo cual es algo ya repetitivo de casi todas las telenovelas que plantean ese estereotipo.

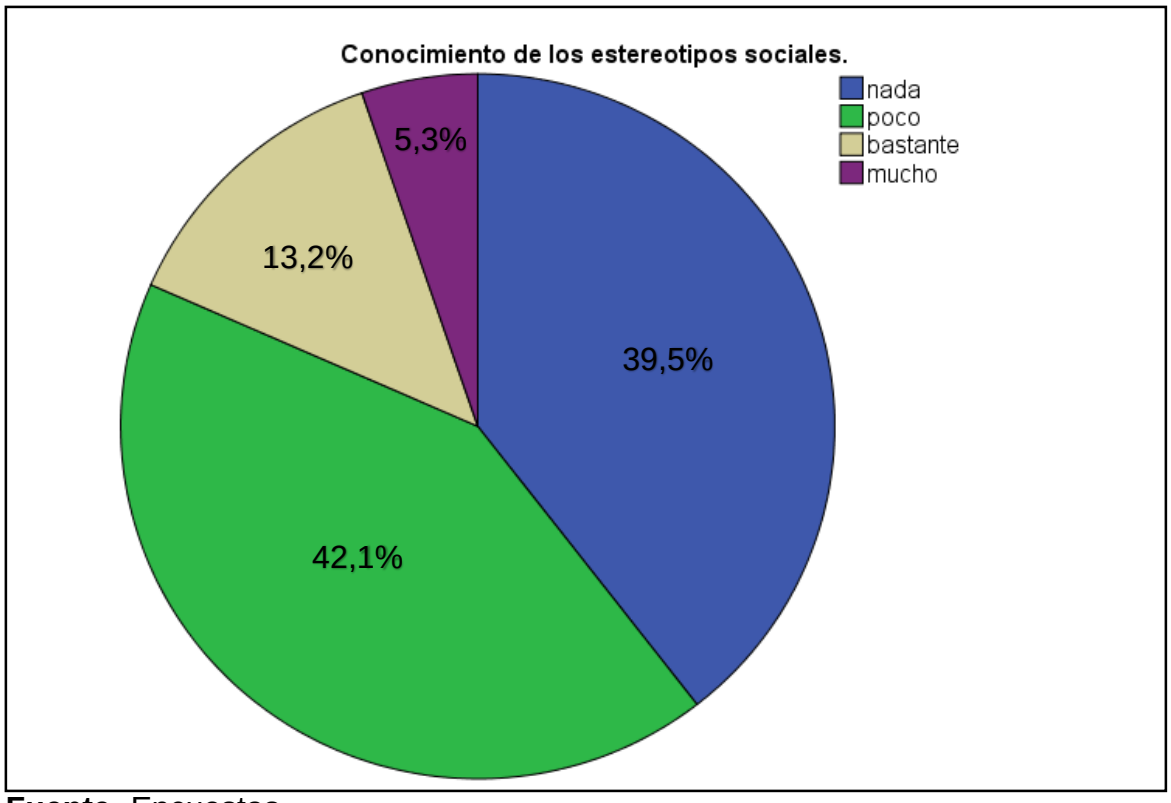
Tabla 17

Conocimiento de los estereotipos sociales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	75	39,5	39,5	39,5
	poco	80	42,1	42,1	81,6
	bastante	25	13,2	13,2	94,7
	mucho	10	5,3	5,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 17



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

Se observa que el 42% de los habitantes de 20 a 24 años del sector Mapasingue Este indican que tienen poco conocimiento de los estereotipos sociales por lo cual se les propone los talleres educomunicacionales para que estén más informados y tengan un mejor análisis televisivo.

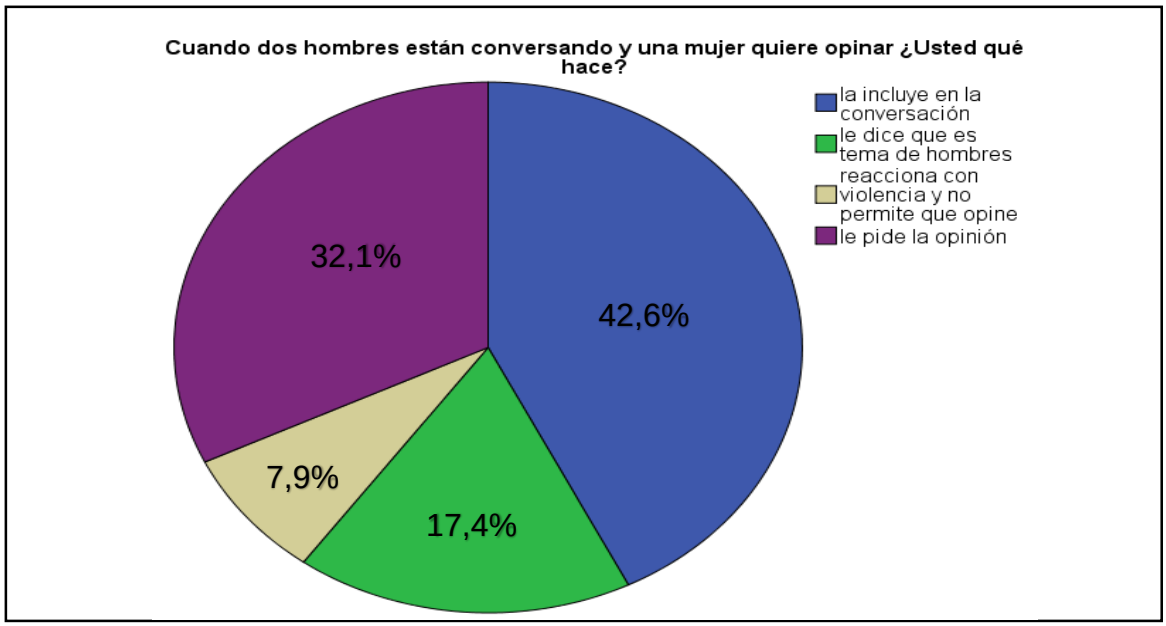
Tabla 18

Cuando dos hombres están conversando y una mujer quiere opinar ¿Usted qué hace?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	la incluye en la conversación	81	42,6	42,6	42,6
	le dice que es tema de hombres	33	17,4	17,4	60,0
	reacciona con violencia y no permite que opine	15	7,9	7,9	67,9
	le pide la opinión	61	32,1	32,1	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 18



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 42% de los habitantes del sector indicaron que cuando dos hombres están conversando y una mujer quiere opinar la incluye en la conversación, mientras que el 17% le dice que es tema de hombres y no permite que opine.

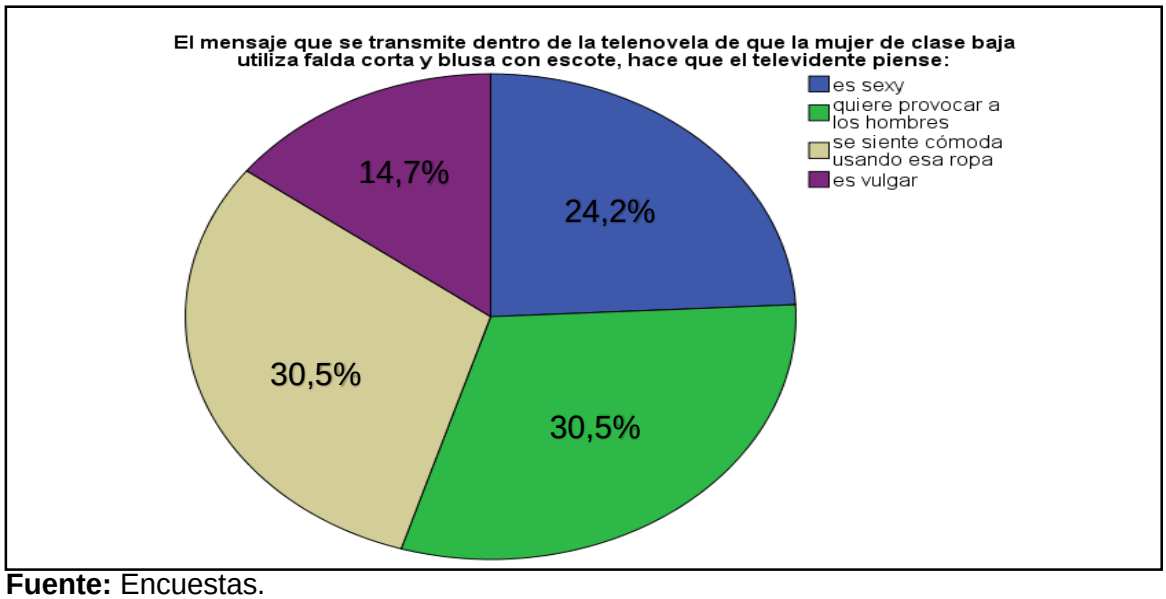
Tabla 19

El mensaje que se transmite dentro de la telenovela de que la mujer de clase baja utiliza falda corta y blusa con escote, hace que el televidente piense:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	es sexy	46	24,2	24,2	24,2
	quiere provocar a los hombres	58	30,5	30,5	54,7
	se siente cómoda usando esa ropa	58	30,5	30,5	85,3
	es vulgar	28	14,7	14,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 19



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 30% de la población indica que el mensaje que se transmite dentro de la telenovela de que la mujer de clase baja utiliza falda corta y blusa con escote hace que el televidente piense que quiere provocar a los hombres, mientras que el mismo porcentaje de personas indican que el televidente piensa que se siente cómoda usando esa ropa.

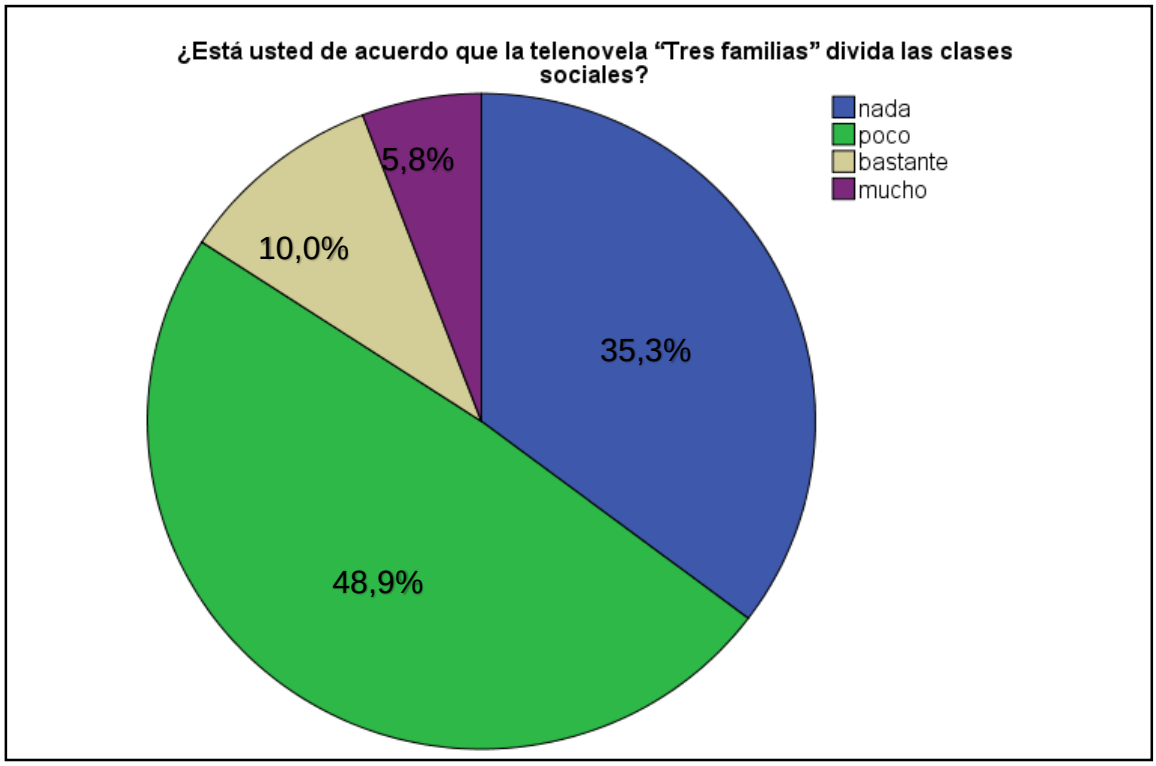
Tabla 20

¿Está usted de acuerdo que la telenovela "Tres familias" divida las clases sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	67	35,3	35,3	35,3
	poco	93	48,9	48,9	84,2
	bastante	19	10,0	10,0	94,2
	mucho	11	5,8	5,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 20



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 48% de las personas estudiadas que habitan en el sector Mapasingue Este indican que no están de acuerdo que la telenovela Tres Familias divida las clases sociales, ya que eso genera acciones negativas en los televidentes.

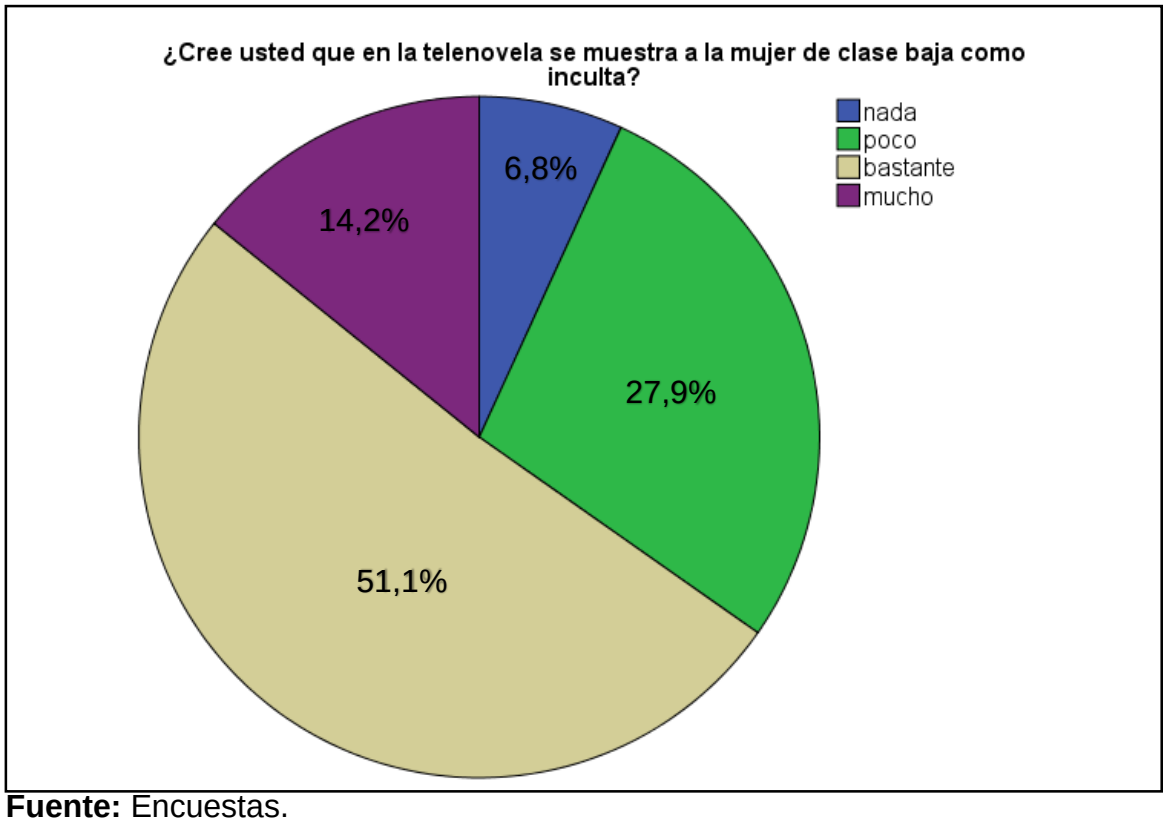
Tabla 21

¿Cree usted que en la telenovela se muestra a la mujer de clase baja como inculta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	13	6,8	6,8	6,8
	poco	53	27,9	27,9	34,7
	bastante	97	51,1	51,1	85,8
	mucho	27	14,2	14,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado

Gráfico 21.



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 51% de las personas indican que en la telenovela Tres Familias se muestra bastante a la mujer de clase baja como inculta ya que en algunos casos se la muestra como incapaz.

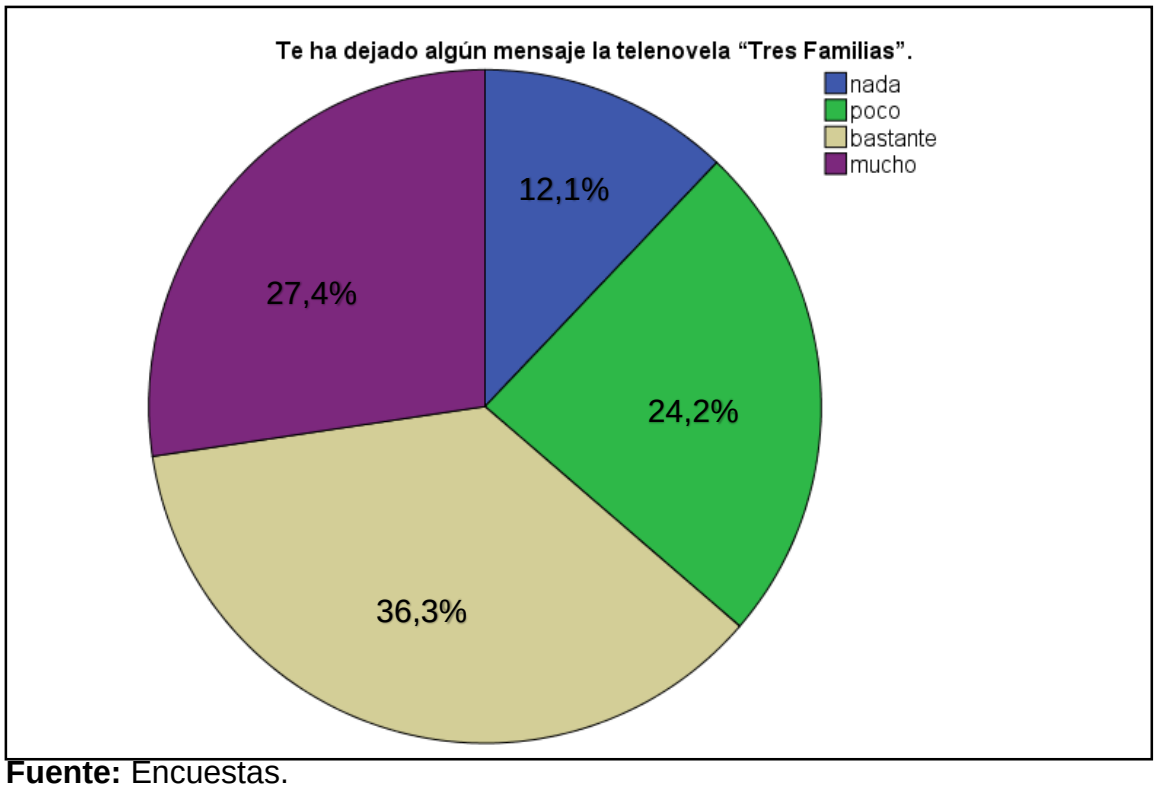
Tabla 22

Te ha dejado algún mensaje la telenovela "Tres Familias".

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nada	23	12,1	12,1	12,1
	poco	46	24,2	24,2	36,3
	bastante	69	36,3	36,3	72,6
	mucho	52	27,4	27,4	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Gráfico 22



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

Análisis

El 36% de las personas de 20 a 24 años que habitan en el sector Mapasingue Este indican que la telenovela Tres Familias les ha dejado bastantes mensajes como televidentes, mientras que el 12% aseguran que no les ha dejado ningún mensaje y no puedes rescatar ningún aporte positivo a su vida.

ENTREVISTA.

La entrevista va dirigida a los expertos que se han seleccionado, esta técnica es realizada de manera individual, a diferencia del Focus Group, que es un debate el cual consiste en reunir a dos o más personas expertas en el tema que se va a tratar, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir el debate el cual normalmente se requiere de una hora para cumplir su objetivo.

Preguntas:

1. ¿Cree usted que la telenovela es un fenómeno en la sociedad?
2. En manera general ¿Cómo usted cree que influencia el contenido de la telenovela en la sociedad?
3. ¿Considera usted que las telenovelas crean estereotipos en la sociedad y ellos las aplican en su vida diaria?
4. ¿Cómo considera usted que afectan los estereotipos de clases sociales y de género en la sociedad?
5. ¿Usted como actor considera que las telenovelas funcionarían sin estos estereotipos, causarían el mismo impacto?

Entrevistados:

- Marcos Espín
- Mónica Lara

Entrevista a Marcos Espín - Creador y Director General de la telenovela Tres Familias.

¿Cree usted que la telenovela es un fenómeno en la sociedad?

Hoy por hoy creo que sí, cuando se dio realizar la serie justamente pensaba en crear un producto que refleje la identidad de la sociedad guayaquileña, y llegamos a la conclusión de que este contraste de clases sociales, podría ser divertido, identificativo y al mismo tiempo que genere un impacto de aceptación dentro del televidente, y esto apegado al humor es mucho más digerible, mucho más aceptable por parte del espectador, entonces en la primera temporada hicimos una sitcom, que fue un producto monotemático en el cual las tres clases sociales por clasificación y por contraste entraban a reaccionar de manera humorística sobre un conflicto que este tema generaba en ellos y ahora en este proceso logramos hacer ya una telenovela saliéndonos un poco del género del sitcom para poder desarrollar historias paralelas que lleven al contexto de la trama argumental telenovelesca entonces definitivamente este fue el mejor impacto que tuvo el producto porque logramos captar la mayor cantidad de audiencia de diversos géneros y targets.

En manera general ¿Cómo usted cree que influencia el contenido de la telenovela en la sociedad?

Mucho, o sea hay mucha influencia de parte no solo de las telenovelas, de todos los productos que se ingieren, un programa deportivo, hoy veía justamente en la televisión argentina, el impacto que ha causado solo la renuncia de Leonel Messi a la selección, eso generó un impacto social en Buenos Aires y toda Argentina y de eso se hizo eco la televisión local para generar programas, opiniones, algunas versiones, peticiones al jugador Messi para que no renuncie, entonces pienso que un medio de comunicación es definitivamente un medio para impactar a la sociedad con los productos que ellos le venden y tres familias ha sido eso también.

¿Considera usted que las telenovelas crean estereotipos en la sociedad y ellos las aplican en su vida diaria?

Las telenovelas, no sé si las telenovelas exactamente, yo creo que cualquier tipo de producto puede generar estereotipos, que los estereotipos para algunos son mal vistos puede ser, pero los estereotipos son necesarios y los estereotipos existen, están en la vida diaria, los personajes que yo diseño o estructuro para este programa, parten de una identidad social y existente. Genaro existe, Genaro está basado en una propuesta real de una persona que es muy parecida a Genaro, Lulú igual, Lulú tratamos de caricaturizar un poco los personajes para que de esa forma genere un poco más de impacto humorístico, pero están basados en personas reales, los estereotipamos puede ser, pero no quiere decir que sean los únicos que existen, sin embargo, están dentro de la serie.

¿Cómo considera usted que afectan los estereotipos de clases sociales y de género en la sociedad?

En qué específicamente es la afectación, ¿para bien o para mal? Como ya le digo afectan directamente, o sea unos pueden tomarlo para bien y otros, al contrario, pero en este caso nuestros productos o nuestros personajes están caricaturizados de una manera que sea aceptable y bien recibida por el público, no creo que somos monedita de oro como para ganar o capturar toda la atención beneficiosa de parte del espectador o le pueda gustar el 100% al espectador, pero tratamos de llegar a eso y de hecho hemos logrado que sea un producto masivo, aceptado a nivel nacional y eso se refleja en las puntuaciones que marca noche a noche Tres Familias, pero repito estos estereotipos están basados en unos hechos reales, en unos personajes reales e incluso viven situaciones un poco más reales a los demás productos de ficción que se pueden generar a nivel nacional.

¿Usted como director general considera que las telenovelas funcionarían sin estos estereotipos, causarían el mismo impacto?

Si y no, ¿por qué sí y no?, porque la televisión es cíclica, dependiendo del consumidor, cuál es el momento y el tiempo que se está viviendo, hoy por hoy podemos decir que las telenovelas nacionales pueden crear ciertos estereotipos, pero no se los debe exagerar más allá de sus límites de caricaturización para no volverlos inverosímiles en la historia en argumento como en desarrollo escénico, de que pueden existir, sí hay muchas más novelas realistas con personajes mucho más sobrios sobre todo los extranjeros, pero nosotros como productores nacionales investigamos un poco lo que el televidente quiere, de hecho hemos logrado romper un dominio extranjero en la barra del prime time que venía liderando desde hace más de 20 años la televisión brasilera, y el hecho que el canal nos haya permitido entrar en esa franja que es muy competitiva y que es la franja estelar de toda la parrilla diaria del canal, es importante para nosotros, no solo porque logramos consolidarnos y esperamos continuar de esa manera sino porque nos dieron una responsabilidad mayor, eso hace que analicemos, estudiemos, investiguemos y profundicemos lo que el espectador necesita o quiere ver y lo que hemos logrado como resultado y como conclusión es que el espectador quiere ver un producto nacional, quiere escuchar sus historias, quiere ver a sus personajes, quiere ver su identidad, quiere sentirse identificado y divertirse con lo que ellos tienen alrededor, sea algún familiar, amistad de conocidos, o sea el espectador ahora voltea a un lado y ve un Genaro cerca de su barrio o un familiar, o ve una Lulú que la conoce a través de alguien o a través de terceros, entonces eso nos hace acercarnos mucho más al consumidor y por eso nosotros generamos personajes, o yo genero productos y personajes que sean muy apegados a nosotros.

Entonces usted afirma que no funcionarían las telenovelas sin esos estereotipos.

Repito son cíclicos los tiempos, más adelante vamos a tener que regularizar dependiendo de lo que hayamos presentado antes y luego dosificar la participación o la creación de personajes estereotipados, pero los estereotipos existen en mayor y menor grado, en todos los productos, si usted analiza un sitcom americano, va a encontrar un estereotipo del comportamiento del americano, desde las caricaturas como los Simpson hasta una película de humor de Adam Sandler o de Benz Dealer, o sea hay estereotipos de lo que refleja la sociedad, de la que vive prácticamente los creadores, narradores o el consumidor de esa zona, existen los estereotipos, en mayor o menor grado, hay unos que son muy exagerados o muy marcados y otros que tienen una dosis de estereotipos.

Entrevista a Mónica Lara - Actriz

¿Cree usted que la telenovela es un fenómeno de impacto en la sociedad?

Las telenovelas actualmente que están trabajándose son muy pocas realmente hay una que está circulando en un canal, impacto, sí logran mucho impacto por la propuesta que tienen actualmente, buscan más la comedia, buscan un poco el sarcasmo, buscan más ese estilo y eso si pega porque en este tiempo que estamos más en crisis, que la economía está pegando digamos que esto viene a pegar como un fenómeno porque realmente en las novelas cubren esa parte de las faltas que uno está teniendo en ese momento, entonces es como un escape el hecho de buscar y recurrir a las telenovelas ecuatorianas en este caso, que bueno no hay muchas novelas ecuatorianas en televisión.

Las telenovelas también ciertas personas las toman como pasatiempo.

Sí, o sea las personas que por lo general están en la cocina, las amas de casa, las personas que de pronto trabajan y tienen un televisor para poder ver de vez en cuando o están en la computadora porque a veces trabajan muchísimo en la casa, se trabaja y se hace oficina mucho en casa y las mamás incluso como ya son modernas trabajan un poco ahorrándose un alquiler, ahorrándose muchas cosas, entonces trabajan, ven la novela y están en todo, la gente se pega mucho a la televisión ecuatoriana siempre y cuando no tengan cable.

Llegando al punto de verlas por internet en el día que no pueden ver llegar a verla en la televisión o a veces para adelantarse a los capítulos en el caso de las telenovelas extranjeras.

Está pegando mucho la novela coreana ahorita, por la adolescencia, incluso a las madres les encanta ese estilo romanticón que no se exhibe mucho la parte del cuerpo, lo que acá se si se ve, se pone mucho al descubierto, pero las coreanas para mí son fantásticas porque tienen mucha fantasía, romance, el hecho mismo de las historias, las tramas son diferentes, son unas tramas fuera de serie que aplican a lo social, a todo tipo, entonces las novelas extranjeras están pegando mucho y las

pueden ver en internet tranquilamente el capítulo que tú quieres, te amaneces viendo una novela, te pones al día, te adelantas los capítulos.

¿Cómo cree usted que puede influir el contenido de una telenovela en la sociedad?

Influye en la parte de los adolescentes, uno cuando ya está crecido no mucho, pero en el caso de los adolescentes están justamente en la parte de la orientación, están viendo qué hacen con su vida, que no hacen, entonces si influye en lo que tiene que ver con las novelas o el tipo de novelas que ves, el tipo de contenido que tiene cada novela, si hay violencia, novelas románticas y aparte que uno ya tiene una personalidad definida y se va perfilando en cambio el adolescente una telenovela que le llegue de afuera, es la primera información que obtienen y no tienen comunicación con los padres y las novelas vienen a despertar esa parte que no preguntan, entonces si influyen.

Si nos enfocamos en un rango de edad de 20 a 24 años de edad también puede influir de la misma manera que los adolescentes.

Digamos que en esa edad por lo general los chicos están más por la disco, por salir, por hacer amigos, por las redes sociales, grupos sociales, digamos que por ahí no tanto, pero si puede ser, Pero más que todo en los adolescentes.

¿Considera usted que las telenovelas crean ciertos estereotipos y los televidentes lo toman como su vida diaria?

Es posible, o sea todo es posible, porque realmente si uno no tiene una psiquis bien formada, digamos una escuela, no tiene una orientación dentro de la familia, la mente se vuelve frágil y dependiendo, por ejemplo, si nosotros tenemos una personalidad más extrovertida, más arriesgada, de pronto nos ponemos a ver las novelas que tengan más suspenso, más violencia y ya de por sí te va indicando hacia donde puedes ir con tu personalidad y puede darse el caso obviamente si tú estás muy absorbido por una telenovela, puede darse el caso que tu sigas el patrón.

¿Cómo considera usted que los estereotipos sociales y de género pueden afectar a la sociedad?

Afectan cuando las personas no tienen su psiquis bien ajustada, bien formada porque obviamente uno está siempre en un constante aprendizaje, pero influye, por ejemplo las chicas ya ven novelas románticas, el primer beso, entonces de por sí ya empiezan a querer practicarlo, influye mucho en ese aspecto de la personalidad y la conducta en casa, con los amigos, en el colegio, yo siempre considero que lo que tu muestras en televisión es lo que realmente va más allá, o sea en algún momento va a afectar para bien o para mal en una persona a menos si es dentro de la etapa en la que uno aún no sabe qué hacer con su vida, digamos que dentro del rango de 10 a 19 años si influye mucho y depende también de lo que está presentando la televisión, la televisión ecuatoriana en la actualidad por ejemplo se fija en la parte de la comedia y no todo es comedia, sin embargo es lo que pega, lo que vende, si tú tienes una comedia en donde muestras mucha pierna, las chicas se lucen, como que también eso influye en el adolescente e incluso en el adulto, y también se exhiben entonces cosas así donde se puede decir que realmente está afectado un poco, pero siempre y cuando la personalidad no esté aún definida, entonces eso afecta, marca tanto como persona, como socialmente en cualquier lado.

Hay varias personas que consideran que tienen su personalidad establecida y que ya son adultos, pero sin embargo ven una telenovela y van a la peluquería y dicen quiero el mismo corte de cabello, o quieren el mismo color de una actriz, entonces se van generando esa afectación en la sociedad, porque ellos quieren comenzar a imitar cosas que ven en la telenovela porque ven que a ellos se les ve bien y piensan que a ellos les va a quedar igual.

A veces uno no tiene el mismo prototipo de la actriz ni del actor y uno quiere llegar a eso entonces comienzan a cambiarse el color del cabello, si pueden se hacen la liposucción, entonces digamos que afecta un poco en ese sentido, las novelas influyen mucho, por eso es importante, es un riesgo obviamente lo que los productores de los canales lancen al mercado

Usted como actriz, considera que las telenovelas funcionarían, causarían el mismo impacto en la sociedad sin esos personajes estereotipados.

Realmente un estereotipo es lo que marca un personaje, o sea un personaje debe de tener muchas características, pero a veces esos toques que le das a los personajes que a la gente como televidente le gusta e incluso comienzan a usar las mismas frases o cosas así, eso es lo que realmente hace un personaje son las cosas que el actor ha buscado o que el director ha marcado para que el personaje sea tal cual ese personaje, son los estereotipos siempre y cuando no sean cliché o sean algo muy marcado, por decir que todos los personajes hacen lo mismo, por ejemplos que tal actriz utiliza la misma forma de ser, la misma sonrisa, entonces digamos que ahí también tiene que ver con el reto del actor en marcar cosas diferentes en cada personaje que va realizando, los personajes son una creación de muchas cosas y a veces tenemos que meternos también dentro de los estereotipos y estos influyen afuera también.

Las cosas que marcan socialmente dentro de la telenovela Tres Familias son ficticias, se pueden dar en una familia donde encuentres una aniñada metida en una casa de pobre con todo ese conflicto social, son propuestas de la telenovela como tal y las personas en ciertas partes se sienten identificadas o si tú eres de recursos económicos bajos y quieres aspirar a ser alguien que tiene como viajar o un trabajo que no haga nada simplemente que todo le lleve el marido, o sea una fantasea, la mente es libre para pensar.

FOCUS GROUP.

En el Focus Group participarán los docentes: Lcdo. Oswaldo Zavala, Lcda. Carolina Vásquez y Lcda. Estela Astudillo.

1. ¿Qué impacto crean las telenovelas en la sociedad?
2. ¿Considera usted que las telenovelas crean estereotipos en la sociedad y ellos las aplican en su vida diaria?
3. ¿Considera que las telenovelas tendrían el mismo nivel de impacto sin que existan los estereotipos?
4. ¿Considera que las telenovelas tendrían el mismo nivel de impacto sin que existan los estereotipos?

FOCUS GROUP

En el presente Focus Group se destacará la percepción de los integrantes expertos que la conformaron: Mgs. Carolina Vásquez, Mgs. Estela Astudillo, Lcdo. Oswaldo Zavala.

¿Qué impacto crean las telenovelas en la sociedad?

C. Vásquez: En las telenovelas nacionales el impacto es netamente social, con todo lo que tiene que ver el desenvolvimiento de los jóvenes influye mucho, la producción debería ser más metódica, más profunda, mejor analizada, para en lugar de causar efectos negativos, causen más bien efectos que ayuden a crear y motivar, ser creativos, participativos, comportarse con valores y se desenvuelvan bien de acuerdo a su edad.

O. Zavala: Las telenovelas conjuntamente se ajustan con un concepto de enseñanza para la sociedad, las telenovelas que están haciendo son muy perjudiciales para los jóvenes, antes en las producciones de telenovelas mostraban no tan de frente lo negativo, sino que lo dejaban para la imaginación, ahora se muestra todo. Lamentablemente todo eso vende ahora, a la gente le gusta ese morbo y la gente se dedica a ver este tipo de telenovelas y esto está perjudicando a la sociedad, la está dañando.

E. Astudillo: Las telenovelas no se aprenden absolutamente nada positivo, los dueños de los medios hacen creer que al público le gusta ese tipo de telenovelas, y no es así, no están cumpliendo con la función de un medio de comunicación que es transmitir una telenovela para educar, nos dejan estereotipos negativos, por eso tenemos una sociedad en crisis, que adoptan comportamientos que no son de ellos, viéndolo de las telenovelas.

¿Considera usted que las telenovelas crean estereotipos en la sociedad y ellos las aplican en su vida diaria?

C. Vásquez: Si, los chicos lo que ven creen que esta correcto, porque es el grupo más vulnerable y en ellos si influye, el joven es curioso, quiere saber, quieren tener experiencia y siguen estos estereotipos.

O. Zavala: Realmente la portación no es el cien por ciento, solo tiene un 20% que si vale la pena rescatar. Las producciones actualmente no están brindando cosas buenas para la sociedad, lamentablemente los jóvenes más quieren tener dinero que valores.

E. Astudillo: Claro, vivimos en una sociedad en crisis donde la mayoría de las telenovelas tienen esos estereotipos que quieren impregnar en los jóvenes y a través de esas novelas influyen en las jóvenes y creen que deben ser así, siguiendo esos malos ejemplos.

Para ser actores y actrices tienen que ser profesionales, los medios de comunicación deberían brindar cápsulas de cultura, cápsulas de valores, de ética profesional.

¿Considera que las telenovelas tendrían el mismo nivel de impacto sin que existan los estereotipos?

C. Vásquez: ¿Por qué siempre nos contaminamos con lo negativo? Deberíamos contagiarnos con las cosas positivas, ¿Por qué brindan contenidos negativos para contentar a las masas? Si las masas son personas que pueden entender a través de programas o ideas positivas, porque esa es la obligación y deber de los comunicadores.

O. Zavala: No, habría que ver los resultados, no sé cómo realmente si desaparecen los estereotipos y se eduque, quizá la gente se acostumbre, sino de pronto todos se dediquen a ver cable porque ya no habría en lo nacional lo que ellos quieren ver.

E. Astudillo: Por supuesto, nosotros tenemos literatos y escritores que han hecho novelas que deberían llevarse a la pantalla chica como: las cruces sobre el agua, los que se van, eso sí educaría, la ley de comunicación debería prohibir los malos contenidos que ofrecen en los medios de comunicación.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta.

En este apartado se presenta una propuesta para evitar que los jóvenes al comprender una telenovela se dejen llevar por la trama de la misma y logren diferenciar los aspectos provechosos y perjudiciales, lo adecuado de lo inadecuado y así permanecer solo con los mensajes positivos que la telenovela ofrezca.

La telenovela Tres Familias es entonces una indagación con técnica cualitativa y cuantitativa, descriptiva e interpretativa que reanuda componentes de estudios culturales, los equivalentes que se preocupan por el significado y la habilidad de cada día o de la vida cotidiana.

4.1. Datos informativos.

Nombre de la campaña:

Las telenovelas y su influencia.

Eslogan:

¡No te dejes influenciar! Únete y mejora tu criterio televisivo.

Talleres educomunicacionales para tomar conciencia de la influencia de las telenovelas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado, Coop. 24 de octubre, Pre Coop. La Esperanza, Coop. Luz de América, Coop. Fajardo, Coop. El Cóndor, Jaime Polit, Corazón de la Patria, Cdla. Quisquis, Coop. Las Rocas, Coop. 26 de febrero, Coop. Vencedores, de 20 a 24 años en el año 2016.

Los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00. En la Institución educativa “Indoaleman”, el tiempo de duración de los talleres educomunicacionales será de un mes, en el que se ofrecerá charlas con dinámicas educativas.

4.2. Temas del programa Educomunicacional.

- La comunicación.
- Ley orgánica de comunicación.
- Recepción.
- Relevancia de los valores.
- Derechos humanos.
- La conducta.
- Tipos de comportamiento.
- El comportamiento conductual.
- La televisión.
- Cómo influye una telenovela en la sociedad.
- Tipos de estereotipos.
- Construcción de género.

4.3. Justificación.

Esta propuesta se la elabora porque es de mucho interés para los habitantes del sector Mapasingue Este ya que en los últimos meses los habitantes del sector han sido influenciados en su comportamiento por la trama de la telenovela Tres Familias, por tal motivo la propuesta es diseñar un plan educomunicacional para los habitantes de dicho sector.

Muchas personas creen que las telenovelas no causan ningún problema, por lo tanto, no demanda ninguna valoración, sin percatarse que las telenovelas han ido desarrollando con el pasar del tiempo y que han aparecido las empresas productoras grandes, que al notar que una telenovela es todo un triunfo tratan de alcanzar a todo el mundo en diversos idiomas.

De este modo el interés se establece en desarrollar estrategias educomunicacionales que admitan engrandecer los conocimientos de los habitantes sobre las consecuencias de las telenovelas, ya que en un futuro no muy lejano acarrearía efectos, no propicios para la sociedad, para lo cual la intención es

cooperar a la eliminación de estereotipos establecidos a partir de la telenovela Tres Familias.

4.4. Objetivo General.

- Desarrollar un plan de propuesta de talleres educomunicacionales permanentes para evitar la influencia de dicha telenovela en el comportamiento de los habitantes de Mapasingue Este y evitar la creación de diversos estereotipos.

4.5. Objetivos Específicos.

- Fomentar que los habitantes del sector acudan a talleres educomunicativas donde se les instruya a diversificar lo adecuado de lo inadecuado.
- Informar sobre los efectos primordiales que provoca el caer en estereotipos por influencia de telenovelas.
- Concientizar a los habitantes del sector Mapasingue Este expresándoles los estereotipos de género que ellos divisan como efectivos en la telenovela Tres Familias.

4.6. Antecedentes de la propuesta.

Esta propuesta se desarrolla debido a los inconvenientes dentro del sector Mapasingue Este, se puede analizar que muchos de los habitantes carecen de criterio propio o razonamiento propio, especialmente este es el motivo por el que se dejan influenciar de varias maneras, ya sea acogiendo costumbres o conductas de distintas personas de su alrededor o de alguna telenovela y queriendo imitar su forma de vestirse.

La carencia de conocimiento en valores y principios desencadena en que crean que lo que emprenden es lo adecuado, esto se debe a la carencia de información o comunicación en la familia y las personas que los rodean.

Esto sin duda se transforma en un razonamiento imprescindible para ejecutar un análisis investigativo con el propósito de efectuar talleres educomunicacionales, el cual concluya contribuyendo a los habitantes de dicho sector.

4.7. Estructura de la campaña.

- El taller Educomunicacional tendrá una duración de 120 minutos, esta campaña tiene como nombre: “¡No te dejes influenciar! únete y mejora tu criterio televisivo”.
- Estos talleres estarán elaborados con temas fundamentales donde los favorecidos serán los habitantes del sector Mapasingue Este, con el propósito de contribuir conocimientos y mejorar la identidad de cada uno, para evadir los problemas que logran manifestarse en la interacción social entre ellos.
- La organización del taller educomunicacional será determinada de la siguiente forma:

ORGANIGRAMA	
DURACIÓN	**TEMAS**
4 horas	La Comunicación.
4 horas	Ley orgánica de comunicación.
4 horas	Recepción.
4 horas	Relevancia de los valores.
2 horas	Derechos humanos.
4 horas	La conducta.
4 horas	Tipos de comportamiento.
2 horas	El comportamiento conductual.
4 horas	La televisión.
4 horas	Cómo influye una telenovela en la sociedad.
4 horas	Tipos de estereotipos.
4 horas	Construcción de Género.
44 horas	**Total**

Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

4.8. Presupuesto.

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Total Anual
GASTOS GENERALES			
Computadoras	1	$1.200	$1.200
Proyector	1	$1.400	$1.400
Impresora	1	$450	$450
Resmas de hojas	4	$5.00	$20.00
Volantes	150	$0.20	$30.00
Trípticos	150	$0.45	$67.50
Certificados	40	$0.30	$12.00
		Precio Mensual	
Refrigerio	40	$240.00	$2.880
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS			
Psicólogo	1	$500	$6.000
Comunicador	1	$1.200	$14.000
Conferencista de estereotipos	1	$600	$7.200
Productor de tv	1	$600	$7.200
TOTAL		$6,195.95	$40,459.50

Elaborado por: Karen Del Rocío Mora Rosado.

4.9. Financiamiento

Esta propuesta se tiene pensado presentarla a empresas privadas e instituciones públicas con el fin de buscar financiamiento para la misma. Las empresas del sector privado a las cuales se les va a presentar esta propuesta son la escuela “Indoaleman”, de la cual se espera que la institución financie con $5.950 y la imprenta “Gráficas Marín” con $109.50, también se buscará el financiamiento de la SUPERCOM por un valor de $11.466, MIES con $11.466 y Vicealcaldesa de Guayaquil con $11.466

CONCLUSIONES.

Se ha notado afectado a los jóvenes por la carencia de criterio propio, sin conseguir reconocer la creación de estereotipos que se han exhibido en el argumento de la telenovela Tres Familias.

Se determinó el poco conocimiento de estereotipos sociales en los habitantes para lo cual se propuso los talleres educomunicacionales, con la finalidad de nutrir sus conocimientos y puedan tener un mejor análisis de contenido televisivo.

Se puede observar que el 63% de los habitantes de Mapasingue Este determinaron que la telenovela es un pasatiempo ya que lo toman como un tiempo de distracción en sus tiempos libres, mientras que al 3% no les parece que la telenovela sea un pasatiempo en sus vidas ya que no las consumen con mucha frecuencia.

La mayoría de las personas encuestadas aseguran que las telenovelas sirven como guía para que tomen decisiones en sus vidas lo cual comprueba la hipótesis de que las telenovelas influyen en la vida diaria de los habitantes del sector Mapasingue Este.

El 64% de la población considera que las telenovelas modifican bastante el comportamiento de las personas, ya que se basan en los hechos que ven en la telenovela y lo aplican en su vida diaria pensando que es el modelo correcto a seguir y que van a obtener los mismos resultados y toman posturas que no son propias de esa persona.

Se llegó a la conclusión que el 68% de las personas que habitan en el sector estudiado han escuchado a personas de esa población repitiendo frases emitidas en la telenovela lo cual indica el alto índice de influencia sobre los habitantes de Mapasingue Este. Por todo lo antes expresado queda comprobada la hipótesis.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda el uso de una exploración de tipo descriptiva para una excelente administración de la investigación porque indaga implantar características y perfiles de las personas detallando directrices de un definitivo conjunto social.

Se deben seguir desarrollando dentro del progreso de los medios de comunicación, como la Televisión, nuevas teorías como la Educomunicación, para establecer tácticas de enseñanza donde se incluyan expertos en comunicación y educación.

Se sugiere seguir orientando y proyectando a la audiencia para que sepa observar y escoger apropiadamente la programación de su preferencia, y que esta no provoque modificaciones en los comportamientos, sobre todo a los habitantes de 20 a 24 años del sector Mapasingue Este.

Crear un blog en el que se suba más información y artículos acerca de los estereotipos de género, la recepción de las telenovelas y la influencia que ha creado en la sociedad.

Crear un canal de Youtube en el cual se transmita una telenovela u obra de teatro donde no se muestren a los personajes con la trama repetida y puedan crear un mayor impacto en la sociedad y así modificar esa costumbre de estereotipar los personajes y exagerarlos para agradar al televidente.

REFERENCIAS.

BIBLIOGRAFÍA.

Aguado, J. M., & Martinez, I. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Zer: Revista de estudios de comunicación*(20), 319-343.

Castro Bosch, M., Espinosa Rodriguez, R., Pujals Victoria, N., Durán García, F., & Díaz Cruz, L. (2012). Lo social en el currículo de formación de profesionales de la salud. *Educación Médica Superior, 26*(3), 450-458.

Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T., & De Pablos-Pons, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación., 20*(40), 15-23.

Costa, J. (1999). *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión.* Barcelona, España: Paidós.

Gómez, G. O. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, de ahí a muchos modos. *Intexto, 2*(9), 48-61.

Islas, O. (2005). De las relaciones públicas a la comunicación estratégica. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*(89), 40-47.

Lagarde, M. (2009). La política feminista de la sororidad. *Mujeres en Red, el periódico feminista, 11*, págs. 1-5.

Martin-Barbero, J. (2012). De la comunicación a la cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento, 31*(60), 76-80.

Martin-Barbero, J., & Tellez, M. (2006). Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos, 73*, 57-69.

Massolo, A. (2005). Género y seguridad ciudadana: el papel y reto de los gobiernos locales. *ECA: Estudios centroamericanos*(681), 643-658.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (2003). *Historia de las teorías de la comunicación* (Paidós Ibérica, S.A. ed.). (A. López, & F. Egea, Trads.) Barcelona, España: Paidós.

Van Dijk, T. (2001). Algunos principios de una teoría del contexto. *Revista latinoamericana de estudios del discurso, 1*(1), 69-81.

ANEXOS

ANEXOS.

ANEXO 1

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

ENCUESTA.

Encuesta dirigida para los habitantes del sector Mapasingue Este, con el propósito de conocer su opinión sobre la telenovela “Tres Familias”.

Sexo del encuestado:

a) Masculino ☐ b) Femenino ☐

Edad del encuestado:

20 ☐ 21 ☐ 22 ☐ 23 ☐ 24 ☐

Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada.

1.- ¿Considera usted que la telenovela es un pasatiempo?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

2.- ¿Piensa que las telenovelas sirven como guía para que usted tome decisiones en su vida?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

3.- La telenovela “Tres Familias” muestra la división de clases sociales.

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

4.- ¿Cree usted en la igualdad de oportunidades para todas las personas de diferentes niveles sociales?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

5.- ¿Se ha sentido discriminado por su estatus social?

a) Nunca ☐ b) Pocas veces ☐ c) Bastante ☐ d) Demasiado ☐

6.- ¿Cómo considera usted el contenido de la telenovela "Tres familias"?

a) Buena ☐ b) Mala ☐ c) Excelente ☐ d) Pésima ☐

7.- ¿Por qué usted vería la telenovela "Tres Familias"?

a) Por entretenimiento ☐ b) Por el nombre de la telenovela ☐

c) Por el mensaje que brinda a la sociedad ☐ d) Por su contenido ☐

8.- Se identifica con la trama de la telenovela "Tres Familias"

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

9.- ¿Te gusta vestirte como algún personaje que admiras de televisión?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

10.- Piensas que las modas están determinadas por:

a) Medios de comunicación ☐ b) Telenovelas ☐ c) Revistas ☐ d) Internet ☐

11.- ¿Considera usted que las telenovelas modifican el comportamiento de las personas?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

12.- En la telenovela "Tres Familias" se escucha un mal uso del lenguaje.

a) Nunca ☐ b) Pocas veces ☐ c) Bastante ☐ d) Demasiado ☐

13.- Ha escuchado a personas repitiendo frases que se emiten en la telenovela "Tres Familias"

a) Nunca ☐ b) Pocas veces ☐ c) Bastante ☐ d) Demasiado ☐

14.- En la telenovela "Tres Familias" se observa el estereotipo de mujer de clase alta con el empresario exitoso.

a) Nunca ☐ b) Pocas veces ☐ c) Bastante ☐ d) Demasiado ☐

15.- Conocimiento de los estereotipos sociales.

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

16.- Cuando dos hombres están conversando y una mujer quiere opinar ¿Usted qué hace?

a) La incluye en la conversación ☐ b) Le dice que es tema de hombres ☐

c) Reacciona con violencia y no permite que opine ☐ d) Le pide la opinión ☐

17.- El mensaje que se transmite dentro de la telenovela de que la mujer de clase baja utiliza falda corta y blusa con escote, hace que el televidente piense:

a) Es sexy ☐ b) Quiere provocar a los hombres ☐

c) Se siente cómoda usando esa ropa ☐ d) Es vulgar ☐

18.- ¿Está usted de acuerdo que la telenovela "Tres familias" divida las clases sociales?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

19.- ¿Cree usted que en la telenovela se muestra a la mujer de clase baja como inculta?

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

20.- Te ha dejado algún mensaje la telenovela "Tres Familias".

a) Nada ☐ b) Poco ☐ c) Bastante ☐ d) Mucho ☐

ANEXO 2
FOTOS DE ENTREVISTAS

Marcos Espín(Izquierda) y Karen Mora(Derecha).

Karen Mora(Derecha) y Mónica Lara(Derecha)

ANEXO 3
FOTOS DE FOCUS GROUP.

MGs. Carolina Vásquez, Lcdo. Oswaldo Zavala, MGs. Estela Astudillo y Karen Mora (FACSO)

MGs. Carolina Vásquez y Lcdo. Oswaldo Zavala (FACSO)

MGs. Estela Astudillo y Karen Mora (FACSO)

MGs. Carolina Vásquez, Lcdo. Oswaldo Zavala, MGs. Estela Astudillo y Karen Mora (FACSO)

ANEXO 4
FOTOS DE LAS ENCUESTAS.

PILAS CON EL PRECIO OFICIAL
$0.85
$0.90
$1.00
$1.10

PROTEGE

ANEXO 5

UNIDAD #1

LA COMUNICACIÓN.

- La comunicación humana
- La comunicación humana como objeto de estudio disciplinario y multidisciplinario
- Visión general de la comunicación humana en sus diferentes niveles:
  -Intra e Interpersonal
  -Grupal
  -Masiva
- Lenguaje oral y escrito Lenguaje no verbal:
  -Gestualidad
  -Kinesis
  -Proxémica
  -Indumentaria
  -Imágenes
  -Silencio
  -Otras.
- El proceso de la comunicación
- Concepto y características de la comunicación y de la información.
- Elementos básicos del proceso de la comunicación.
  -Emisor
  -Mensaje
  -Receptor
  -Código
  -Canal (Medio)
  -Contexto
- Concepto y características del proceso de la comunicación intrapersonal e interpersonal.

- Actitudes, habilidades y valores en la comunicación intrapersonal e interpersonal.
- Clases de comunicación: Privada-pública.
  -Recíproca unilateral
  -Directa-indirecta
  -Combinaciones en la tipología de la comunicación
- La comunicación grupal en los procesos sociales
- Concepto y características de los grupos:
  -Roles
  -Liderazgo
  -Identidad
  -cohesión y objetivos de grupo
  -Redes de comunicación
  -Recursos y medios
- Características de la comunicación grupal.
- Clasificación de los grupos:
  -Por su composición:
    Primarios y Secundarios
- Por sus objetivos y formas de organización:
  -Democráticos
  -Autocráticos
  -Laissez passer (caóticos)
  -Laissez faire
- Prácticas comunicativas en organizaciones sociales:
  -Grupos de ayuda mutua (terapia comunicacional)
  -Grupos institucionales (comunicación organizacional)
- La comunicación en:
  -Organizaciones no gubernamentales
  -Movimientos sociales
  -Culturales
  -Sociales

-Políticos

- Comunicación masiva y sociedad contemporánea.
- Comunicación masiva y opinión pública

  -Procesos de formación de la opinión pública

  -Líderes de opinión

  -Sondeos de opinión
- Elementos para el análisis de mensajes
- Medios y creatividad
- Internet

  -Funciones

  -Posibilidades

  -Usos

UNIDAD #2

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

- TÍTULO II
  Principios y derechos
- CAPÍTULO I
  Principios
- CAPÍTULO II
  Derechos a la comunicación
- TÍTULO III
  Sistema de Comunicación Social
- CAPÍTULO I
  Alcance
- CAPÍTULO II
  De la institucionalidad para la Regulación y el Control
- TÍTULO IV
  Regulación de contenidos
- TÍTULO V
  Medios de comunicación social
- SECCIÓN I
  Medios de Comunicación Públicos
- SECCIÓN II
  Medios de comunicación privados
- SECCIÓN III
  Medios de comunicación comunitarios
- SECCIÓN IV
  Transparencia de los medios de comunicación social
- SECCIÓN V
  Publicidad
- SECCIÓN VI
  Producción nacional

- SECCIÓN VII
  Espectáculos públicos
- TÍTULO VI
  Del espectro radioeléctrico
- Disposiciones transitorias
- Disposiciones reformatorias
- Disposiciones derogatorias
- Disposición final

UNIDAD #3

RECEPCIÓN.

- ¿Qué es una telenovela?
- Breve historia de la telenovela
- Estilos y subgéneros de la telenovela
- Estilos de telenovelas
- Estructuras de telenovelas
- Teoría de la recepción
- Proceso de recepción
- Ejemplos de receptor
- Recepción de televisión
- Industria televisiva, influencia y apropiación social
- Elementos contextuales en la constitución del género de la telenovela
- La Telenovela y realidad
- Telenovela, representación y debate público
- El consumo cultural
- Valores y género en la sociedad televisiva
- Recepción de las telenovelas
- Los valores de género en las telenovelas
- Consumo televisivo
- Audiencias televisivas, telenovelas e identidad.
- La comprensión de las audiencias televisivas
- La familia, los medios y la televisión dan matiz a nuestra identidad
- Los estratos socioeconómicos

UNIDAD #4

RELEVANCIA DE LOS VALORES.

- Introducción
- Definición de los valores
- Importancia de los valores
- Axiología de los valores
- Esencia de los valores
- Tipos de valores
- Valores religiosos
- Valores estéticos
- Valores intelectuales
- Valores morales
- Valores éticos
- Valores políticos
- Valores sociales
- Valores biológicos
- Valores económicos
- Los valores éticos
  -Personales
  -Públicos
  -Colectivos
- El valor de la autoestima
- Tipos de autoestima
  -Autoestima alta
  -Autoestima baja
  -Autoestima inflada
- Características de los tipos de autoestima
- Características de los valores humanos
- Valores Morales y Relaciones Humanas.

-Los Actos Humanos

-Inteligencia emocional

- Conclusión

UNIDAD #5

DERECHOS HUMANOS.

- Introducción
- ¿Qué son los derechos humanos?
- ¿Cómo respondemos personalmente a la violencia?
- Protección legal de los derechos humanos
- El fundamento de los derechos humanos
- Filosofía de los derechos humanos
- Los derechos humanos como principios generales del derecho
- Derechos individuales
- Derechos civiles y políticos

  -Derecho a la vida

  -Derecho al honor

  -Derecho a la libertad de expresión

  -Derecho a elegir y ser elegido

  -Derecho a petición

  -Derecho al libre tránsito
- Derechos económicos

  -El derecho al trabajo

  -El derecho a un salario justo

  -El derecho a la sindicación

  -El derecho a la huelga
- Derechos sociales

  -Derecho a la salud

  -Derecho a la seguridad

-Derecho a libre circulación

-Derecho a libertad de cátedra

- Derechos culturales

  -Derecho a la protección de los intereses morales,

  -Promoción cultural de la identidad cultural

  -Derecho a la libertad de creación e interpretación artísticas.

- Derechos naturales
- Derechos innatos
- Derechos constitucionales
- El derecho internacional de los derechos humanos
- Violación de los derechos humanos

  -Discriminación

  -Censura

  -Represión

  -Miseria

  -Ignorancia

  -Terrorismo

- Grupos vulnerables

  -Los Niños Y Adolescentes Abandonados

  -Mujeres indefensas

  -Adultos mayores o ancianos

  -Poblaciones indígenas

- Factores que influyen en la vulnerabilidad

  -Falta de igualdad de oportunidades.

  -Incapacidad para satisfacer sus necesidades básicas.

  -Desnutrición.

  -Enfermedad.

  -Incapacidad de acceder a los servicios públicos.

  -Marginación.

- Responsabilidad individual en la promoción y vigencia de los Derechos Humanos

- Organizaciones responsables de la promoción y vigencia de los Derechos Humanos
  -ONU
  -UNICEF
  -UNESCO
  -OMS
  -OIT
  -OTAN
- Conclusión

UNIDAD #6

LA CONDUCTA.

- Introducción
- Los instintos
- Proceso de la conducta humana
- Desarrollo de la conducta humana
- División de la conducta humana
  -Mente
  -Cuerpo
  -Mundo externo
- ¿Cómo se rige la conducta humana?
  -Casualidad
  -Motivación
  -Finalidad
- Factores que intervienen en la conducta humana
  -Factores biológicos
  -Factores ambientales
  -Factores de socialización
- Conducta motivada
- Conducta compleja
- Conducta singular
- Conducta constante
- Conductismo
- Conductismo reflexología
- Conductismo radical
- Conducta heredada
- Conducta aprendida
- Niveles de conducta
- Motivación conductual

-Racionales y los emocionales

-Egocéntricos o altruistas

-Atracción o de rechazo

- Conclusión

UNIDAD #7

TIPOS DE COMPORTAMIENTO.

- Introducción
- Desarrollo del ser humano
- Conciencia
- Factor importante en el comportamiento humano
- Comportamiento social
- Factores que afectan en el comportamiento humano
  -La actitud
  -La norma social
  -Control del comportamiento percibido
  -La cultura
  -La genética
- Comportamiento asertivo
- Comportamiento agresivo
- Comportamiento pasivo
- Teorías del comportamiento humano
- Factores que intervienen en el comportamiento humano
  -Los factores materiales
  -Los factores humanos
- Nuestras conductas y los procesos inconscientes
- Caracteres básicos de la conducta
- Conducta y personalidad
- Evolución del comportamiento humano desde la psicología
- La personalidad
- Las emociones
- La percepción
- La memoria
- Conclusión

UNIDAD #8

EL COMPORTAMIENTO CONDUCTUAL.

- Introducción
- La observación conductual
- Análisis conductual aplicado
- Aspectos generales
- Formación y acreditación
- Modificación de conducta
- Psicología del aprendizaje
- El conductismo
- El análisis experimental del comportamiento
- La ingeniería del comportamiento
- Comportamiento en psicología
- Aspectos psico-sociales
- Comportamiento de los sistemas sociales
- Agrupaciones y sociedades
- Las adaptaciones a la vida en grupo
- Conducta formal
- ¿Cómo motivar el cambio conductual?
- Teorías y modelos del cambio conductual
- La tecnología como medio para modificar conductas
- Conclusión

UNIDAD #9

LA TELEVISIÓN.

- Introducción
- Origen de la televisión
- Cronología del desarrollo tecnológico de la televisión
- Breve reseña histórica mundial
- La televisión en Ecuador
- La importancia de la televisión
- Producción de un programa de televisión
- El guion literario
- El guion técnico
- Pre-producción
- Producción
- Post-producción
- Influencia de la televisión en la familia
- Familia y comunicación
- Efectos de la televisión y la vida social
- Efectos de la televisión sobre la escolaridad
- Familia y televisión
- La televisión y sus efectos
- Transmisión
- Los niños y la televisión
- Efectos negativos de la televisión en los niños
- Los adolescentes y la televisión
- Conclusión

UNIDAD #10

CÓMO INFLUYE UNA TELENOVELA EN LA SOCIEDAD.

- Introducción
- Origen de la telenovela
- Evolución de la telenovela
- Tipos de telenovelas
- Telenovela humorística
- Telenovela de amor
- Telenovela histórica
- Telenovela biográfica
- Telenovela de ciencia ficción
- Telenovelas infantiles
- Narconovelas
- Impacto de la telenovela en la sociedad
- Formas en que influye la telenovela en la sociedad
- Consecuencias de las telenovelas
- Etapas de la telenovela
- Características de la telenovela
- Influencia de las telenovelas en los adolescentes
- Publicidad
- Estereotipos
- La violencia
- Aislamiento de las personas
- Construcción de género
- Falta de comunicación
- Conclusión

UNIDAD #11

TIPOS DE ESTEREOTIPOS.

- Introducción
- Definición de estereotipo
- Consecuencias de los estereotipos
- Estereotipos religiosos
- Estereotipos políticos
- Estereotipos sociales
- Estereotipos culturales
- Estereotipos raciales
- Estereotipos de país
- Estereotipos de género
- Estereotipo sexual
- Estereotipos étnicos
- Estereotipos profesionales
- Estereotipos clasistas
- Estereotipos en el cine
- Estereotipos en la publicidad
- Estereotipos en la televisión
- Estereotipos en la radio
- Estereotipos en la prensa escrita
- Recomendaciones para la eliminación de estereotipos
- Conclusión

UNIDAD #12

CONSTRUCCIÓN DE GÉNERO.

- Introducción
- ¿Qué es género?
- La identidad de género, una construcción social
- Autoestima e identidad social
- Implicaciones de los modelos familiares y educativos sobre el desarrollo de los roles de género
- La construcción del género desde el ámbito educativo
- Construcción de género y sus componentes
- Identidad sexual
- Sexualidad
- Formación de la identidad sexual
- Conflictos en la identidad sexual
- Diferencia entre identidad de género e identidad sexual
- Rol de género
- Estereotipos de género
- Comportamiento sexual humano
- Transgénero
- Intersexualidad
- Orientación sexual
- Clasificación de la orientación sexual
- Origen y evolución de la orientación sexual
- Origen biológico
- Origen genético
- Origen hormonal
- Taller
- Conclusión

ANEXO 6

Foto de población otorgada por el INEC.

Redatam::ECLAC/CELADE

redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl

CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010

Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC

INEC instituto nacional de estadística y censos

▼ANÁLISIS DE DATOS CENSALES

▼ESTRUCTURA DE LA POBLACION

Población por Sexo y Grupos de Edad

Distribución por Edades

Relación de Dependencia

Relación de Masculinidad / Femeneidad

▶ADULTO MAYOR (65+)

▶FECUNDIDAD - MORTALIDAD INFANTIL

▶EDUCACIÓN

▶INDICADORES PREDEFINIDOS

▶ESTADÍSTICAS BÁSICAS

▶INFORMACIÓN GENERAL

Ecuador: Censo de Población y Vivienda 2010

Área Geográfica

INLINE SELECTION

Crosstab

de Grupos quinquenales de edad

por Sexo

Grupos quinquenales de edad	**Sexo**		
	Hombre	Mujer	**Total**
Menor de 1 año	35	42	77
De 1 a 4 años	231	171	402
De 5 a 9 años	228	218	446
De 10 a 14 años	259	249	508
De 15 a 19 años	181	206	387
De 20 a 24 años	186	188	374
De 25 a 29 años	148	187	335
De 30 a 34 años	161	160	321
De 35 a 39 años	139	150	289
De 40 a 44 años	131	111	242
De 45 a 49 años	118	116	234
De 50 a 54 años	69	80	149
De 55 a 59 años	45	46	91
De 60 a 64 años	29	23	52
De 65 a 69 años	16	21	37
De 70 a 74 años	16	13	29
De 75 a 79 años	11	4	15
De 80 a 84 años	4	4	8
De 85 a 89 años	1	-	1
De 90 a 94 años	1	-	1
De 95 a 99 años	-	1	1
Total	2,009	1,990	3,999

ANEXO 7

Guayaquil, 5 de agosto del 2016

Lcda.
Nelly García.
Directora de la escuela Indoaleman.
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **"Análisis de género en la telenovela Tres Familias y su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este en el año 2016"**, se contempló realizar talleres educomunicacionales sobre los estereotipos creados por telenovelas y su influencia, para tomar conciencia del dominio de éstas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado de 20 a 24 años en el año 2016, los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00, por lo cual solicito a usted me colabore para ocupar las instalaciones de la escuela Indoaleman y su aporte con una computadora, impresora, proyector, 4 resmas de hojas y 40 refrigerios diarios por un año.

Agradezco de antemano la atención a la presente, esperando que su respuesta a esta misiva sea positiva, me suscribo respetuosamente.

Atentamente,

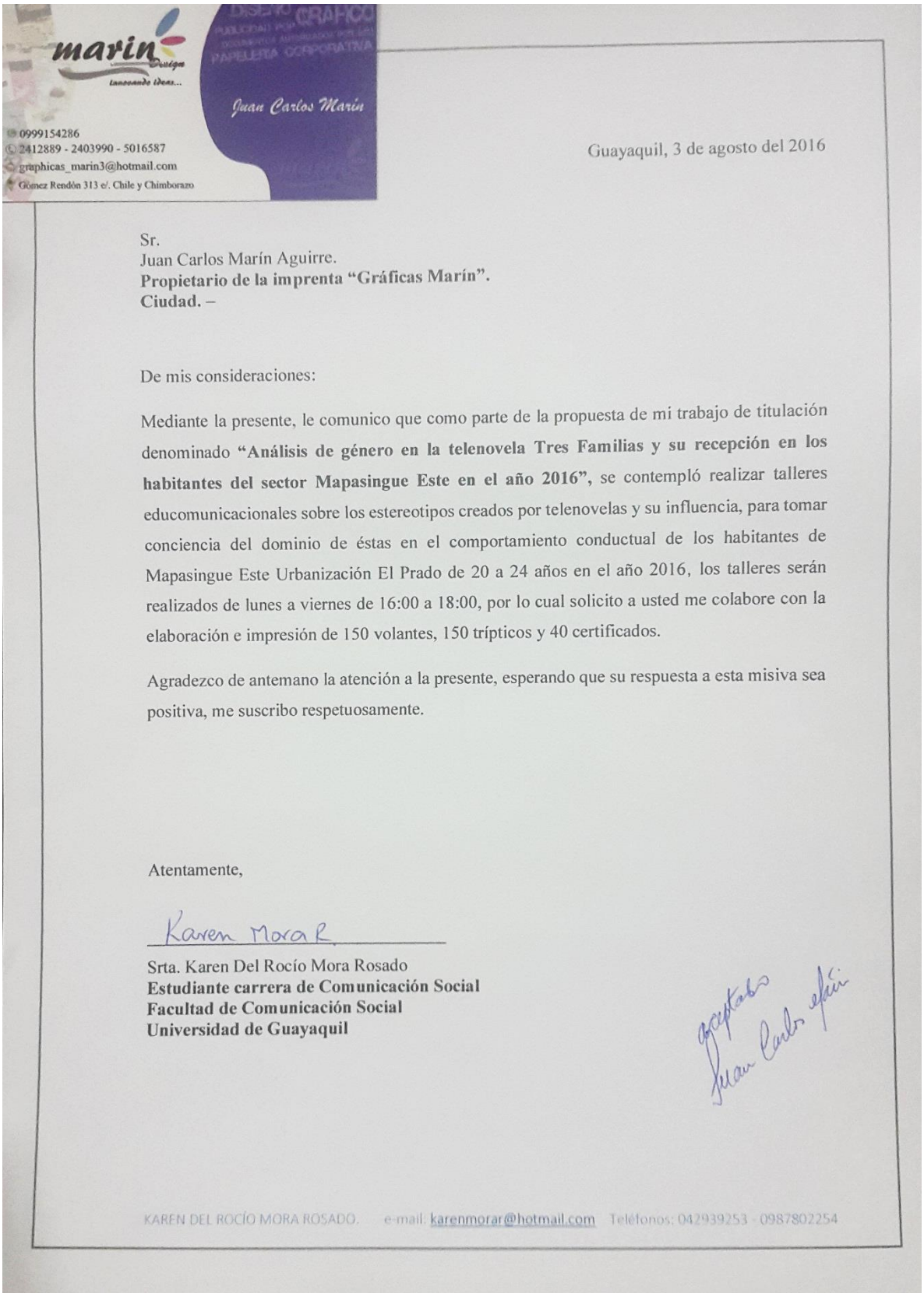
Karen Mora R.

Srta. Karen Del Rocío Mora Rosado
Estudiante carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil

Nelly García R.
INDOALEMAN

KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO. e-mail: karenmorar@hotmail.com Teléfonos: 042939253 - 0987802254

ANEXO 8


marin
Diseño
Innovando ideas...
DISEÑO GRÁFICO
PUBLICIDAD POR
PAPELERÍA CORPORATIVA
Juan Carlos Marín
0999154286
2412889 - 2403990 - 5016587
graphicas_marin3@hotmail.com
Gómez Rendón 313 e/. Chile y Chimborazo
Guayaquil, 3 de agosto del 2016
Sr.
Juan Carlos Marín Aguirre.
Propietario de la imprenta "Gráficas Marín".
Ciudad. –
De mis consideraciones:
Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado "Análisis de género en la telenovela Tres Familias y su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este en el año 2016", se contempló realizar talleres educomunicacionales sobre los estereotipos creados por telenovelas y su influencia, para tomar conciencia del dominio de éstas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado de 20 a 24 años en el año 2016, los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00, por lo cual solicito a usted me colabore con la elaboración e impresión de 150 volantes, 150 trípticos y 40 certificados.
Agradezco de antemano la atención a la presente, esperando que su respuesta a esta misiva sea positiva, me suscribo respetuosamente.
Atentamente,
Karen Mora R.
Srta. Karen Del Rocío Mora Rosado
Estudiante carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil
aceptado
Juan Carlos Marín
KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO. e-mail: karenmorar@hotmail.com Teléfonos: 042939253 - 0987802254

ANEXO 9

Guayaquil, 4 de agosto del 2016

Lcda. Jeoconda Loor Chancay
Intendente Zonal 8 Litoral de la SUPERCOM

Ciudad. –

De mis consideraciones:

Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **"Análisis de género en la telenovela Tres Familias y su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este en el año 2016"**, se contempló realizar talleres educomunicacionales sobre los estereotipos creados por telenovelas y su influencia, para tomar conciencia del dominio de éstas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado de 20 a 24 años en el año 2016, los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00, por lo cual solicito a usted su colaboración con el rubro de $11.466 para la contratación de los capacitadores que van a dictar los talleres educomunicacionales.

Agradezco de antemano la atención a la presente, esperando que su respuesta a esta misiva sea positiva, me suscribo respetuosamente.

SUPERCOM
Superintendencia de la Información y Comunicación
INTENDENCIA ZONAL 8
RECEPCIÓN
Fecha: 04 AGO 2016 Hora 9:59
Recibido por: LUISA Mora
Anexos SI:_____ NO: ✓
Descripción del Anexo:_____

Atentamente,

Karen Mora R.

Srta. Karen Del Rocío Mora Rosado
Estudiante carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil

KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO e-mail: karenmorar@hotmail.com Telefonos: 042939253 0987802254

ANEXO 10

Guayaquil, 4 de agosto del 2016

MGs. Jorge García López
Coordinador Zonal 8 del MIES
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **"Análisis de género en la telenovela Tres Familias y su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este en el año 2016",** se contempló realizar talleres educomunicacionales sobre los estereotipos creados por telenovelas y su influencia, para tomar conciencia del dominio de éstas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado de 20 a 24 años en el año 2016, los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00, por lo cual solicito a usted su colaboración con el rubro de $11.466 para la contratación de los capacitadores que van a dictar los talleres educomunicacionales.

Agradezco de antemano la atención a la presente, esperando que su respuesta a esta misiva sea positiva, me suscribo respetuosamente.

Atentamente,

Karen Mora R.

Srta. Karen Del Rocío Mora Rosado
Estudiante carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil

MIES COORDINACIÓN ZONAL 8
RECIBIDO
HORA
04 AGO 2016
9h23
Nombre Olger.
Anexo Sin Anexos.

KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO. e-mail: karenmorar@hotmail.com Teléfonos: 042939253 - 0987802254

ANEXO 11

Guayaquil, 4 de agosto del 2016

Ab. Doménica Tabacchi
ViceAlcaldesa de Guayaquil

Ciudad. –

De mis consideraciones:

Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **"Análisis de género en la telenovela Tres Familias y su recepción en los habitantes del sector Mapasingue Este en el año 2016"**, se contempló realizar talleres educomunicacionales sobre los estereotipos creados por telenovelas y su influencia, para tomar conciencia del dominio de éstas en el comportamiento conductual de los habitantes de Mapasingue Este Urbanización El Prado de 20 a 24 años en el año 2016, los talleres serán realizados de lunes a viernes de 16:00 a 18:00, por lo cual solicito a usted su colaboración con el rubro de $11.466 para la contratación de los capacitadores que van a dictar los talleres educomunicacionales.

Agradezco de antemano la atención a la presente, esperando que su respuesta a esta misiva sea positiva, me suscribo respetuosamente.

VICE PRESIDENCIA
DEL CONCEJO CANTONAL
DE GUAYAQUIL
Recibido:
Fecha: 4/8/2016
Hora: 10:47

Atentamente,

Karen Mora R

Srta. Karen Del Rocío Mora Rosado
Estudiante carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil

KAREN DEL ROCÍO MORA ROSADO. e-mail: karenmorar@hotmail.com Teléfonos: 042939253 - 0987802254

Talleres Educomunicacionales

Tipos de estereotipos

Los estereotipos pueden ser de tipo:

- **Género:** se refiere a cómo son las mujeres y como son los hombres, es decir de sus respectivos conjuntos de virtudes y defectos.
- **Sociales:** de acuerdo a la clase social de la que procedan.
- **Culturales:** de acuerdo a las costumbres que tengan.
- **Raciales:** de acuerdo al grupo étnico del que formen parte.
- **Religiosos:** de acuerdo a su religión.

Taller Educomunicacional
Dirigido a: los habitantes de Mapasingue Este de 20 a 24 años.
Fecha: De septiembre 2015 - Agosto 2016
De lunes a viernes
Hora: 16:00 a 18:00.
Lugar: Institución educativa "Indoaleman"

Las telenovelas y su influencia

¡No te dejes influenciar! Únete y mejora tu criterio televisivo.

Contenido:

- La comunicación.
- Ley orgánica de comunicación.
- Recepción.
- Relevancia de los valores.
- Derechos humanos.
- La conducta.
- Tipos de comportamiento.
- El comportamiento conductual.
- La televisión.
- Cómo influye una telenovela en la sociedad.
- Tipos de estereotipos.
- Construcción de género.

¿Qué es la telenovela?

La telenovela es un género televisivo, producido originalmente en varios países de América Latina, que cuenta una historia no necesariamente realista y generalmente de argumento melodramático a lo largo de varios capítulos y que normalmente tiene un final feliz para los protagonistas.

Tipos de telenovelas:

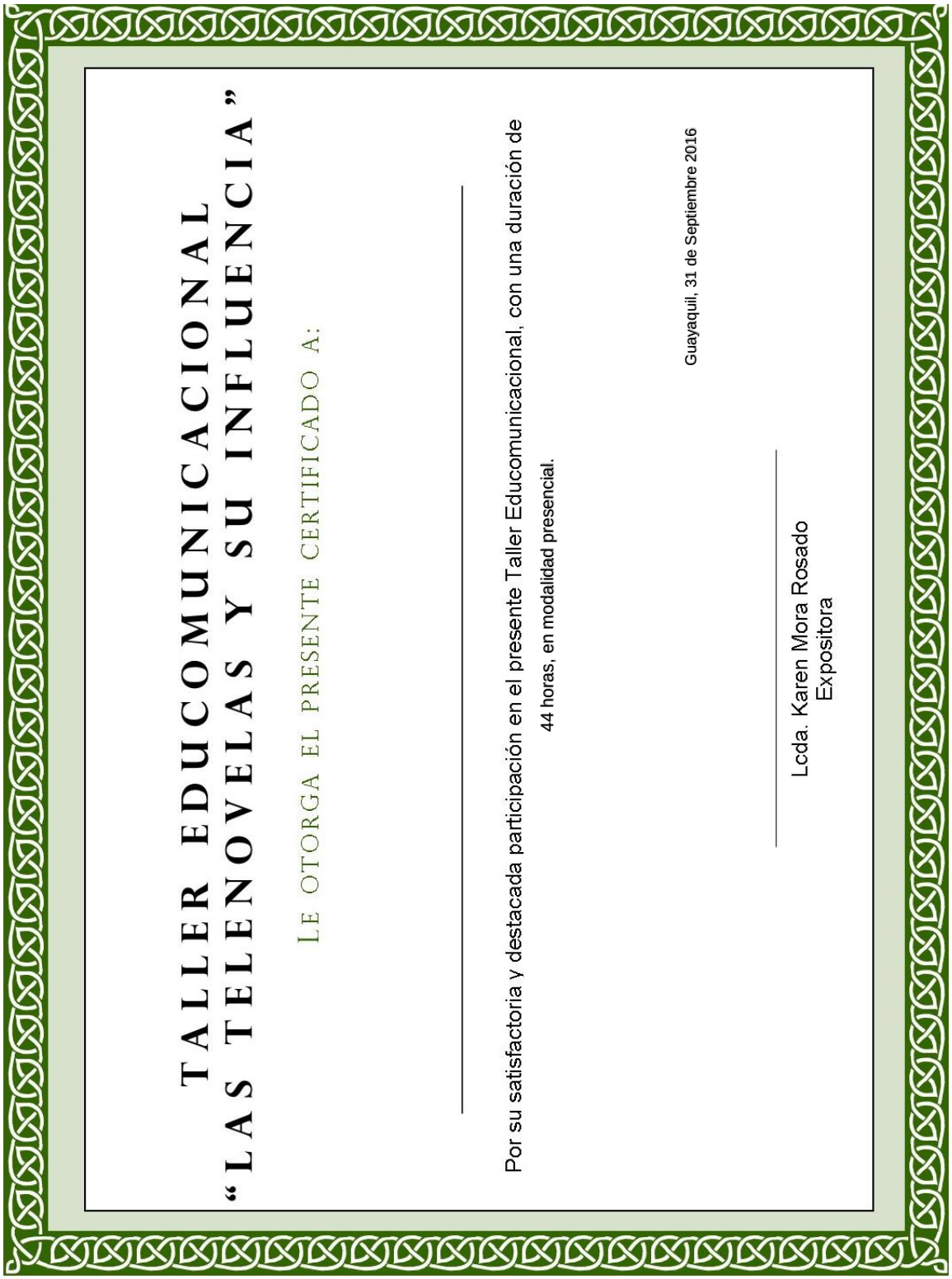
- **Románticas:** se estima como las telenovelas más antiguas y más comunes,
- **Populacheras:** relatan sucesos muy populares, con personajes muy expresivos, frases de uso común en la sociedad, mal empleo del lenguaje.
- **Juveniles:** tienen una aportación muy importante de la música,
- **Infantiles:** relata historias de las familias, acontecimientos escolares y relaciones interpersonales.
- **Narco novelas:** ha aparecido en la actualidad por el gran apogeo de este problema a nivel mundial.

¿Cómo han influido las telenovelas?

Las telenovelas tienen sus pros y sus contras, dentro de estos podemos encontrar:

- Paralización de las actividades cotidianas.
- Imitación de los personajes, ya sean estas influencias positivas o negativas. Las personas tienden a copiarlas.
- Además de ser una fábrica de ilusiones, las telenovelas crean moda y frases populares.
- Le dan popularidad a un nombre, ya que las madres suelen ponerle el nombre de los protagonistas a sus hijos.

ANEXO 13


TALLER EDUCOMUNICACIONAL
"LAS TELENOVELAS Y SU INFLUENCIA"
LE OTORGA EL PRESENTE CERTIFICADO A:
Por su satisfactoria y destacada participación en el presente Taller Educomunicacional, con una duración de
44 horas, en modalidad presencial.
Guayaquil, 31 de Septiembre 2016
Lcda. Karen Mora Rosado
Expositora

ANEXO 14

Las telenovelas
y su influencia
¡No te dejes influenciar!
Únete y mejora
tu criterio televisivo.
Taller Educomunicacional
Dirigido a: los habitantes de Mapasingue Este
de 20 a 24 años.
Fecha: De septiembre 2015 - Agosto 2016
De lunes a viernes
Hora: 16:00 a 18:00.
Lugar: Institución educativa "Indoaleman"
Las inscripciones serán
en la institución educativa
Indoalemán
Talleres
Educomunicacionales