



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA
OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL.

TEMA:

**“Análisis del contenido de la serie cómica Mofle TV y su efecto en los estudiantes de
Octavo Semestre FACSO, año lectivo 2016-2017”.**

AUTORA:

Kiara Thalía Aragundi Espinoza

TUTOR:

MSc. Beatriz Narcisa Chang Yáñez

GUAYAQUIL – ECUADOR

2017



FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

“Análisis del contenido de la serie cómica Mofle TV y su efecto en los estudiantes de Octavo Semestre FACSO, año lectivo 2016-2017”.

AUTOR/ ES:

Kiara Thalía Aragundi Espinoza

TUTORA: MSc. Beatriz Narcisa Chang Yáñez

REVISOR: Lcda. Delia Peña.

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

CARRERA: Comunicación Social

FECHA DE PUBLICACIÓN:

Nº DE PÁG(s):

95

ÁREAS TEMÁTICAS:

Comunicación, medios, series.

PALABRAS CLAVE:

Contenidos, información, humor, signos.

RESUMEN:

En este trabajo de titulación se desarrollaron minuciosamente los procesos metodológicos para poder lograr buen resultado del análisis de la serie Mofle TV y así cuánto influye en los estudiantes de Octavo Semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil. Para esto, se planteó el problema que se basa en los contenidos de la serie antes mencionada, su poco aporte a la sociedad y una estigmatización a la mujer de bajo nivel socioeconómico, seguido de la realización del marco teórico en el cual se trataron temas como la semiótica, los valores, la influencia, tipos de humor y estereotipos, así mismo el trabajo de campo, aplicando los métodos necesarios y culminando con una propuesta como posible solución al problema.

Nº DE REGISTRO (en base de datos):

Nº DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

☒ SÍ

☐ NO

**CONTACTO CON
AUTOR/ES:**

Teléfono: 0982261934

E-mail:

kiara_thalia_92@hotmail.com

**CONTACTO EN LA
INSTITUCIÓN:**

Nombre:

Teléfono:

APROBACIÓN DE LA TUTORA

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

CERTIFICO

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:

MSc. Beatriz Narcisa Chang Yáñez

Guayaquil – Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DOCENTE LECTOR- REVISOR

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

CERTIFICO

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.

Docente Lector-Revisor

Guayaquil – Ecuador

2016

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

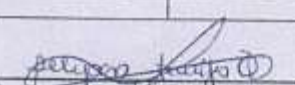
SECRETARIA

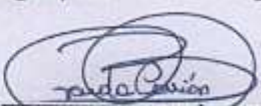
ACTA DE SUSTENTACIÓN

En Guayaquil, a los a los 23 días del Marzo de 2017, siendo las 8h00 se constituyen en la Sala de Audiovisuales del edificio de la Facultad de Comunicación Social, los señores Miembros del Tribunal de sustentación: Lcda. Brenda Carrión Ramírez, MSc.; Lcda. Allyson Armijos Triviño, MSc.; Lcda. Jacqueline Gómez Sigcha, MSc. nombrados por el Sr. Director de la Carrera de Comunicación Social, Lcdo. Julio Cesar Armanza MSc, con el objeto de que la Srta. **ARAGUNDI ESPINOZA KIARA THALIA C.C:** (0919361691) de la Carrera de Comunicación Social. **TUTORA:** (LCDA. BEATRIZ CHANG) sustenta y defiende **TEMA:** análisis del contenido de la serie cómica mofle tv y su efecto en los estudiantes de octavo Semestre FACSO, año lectivo 2016-2017". Una vez constituido el tribunal, se lleva a efecto la exposición, para lo cual previamente la Gestora del Departamento de Titulación Lcda. Yamil De Haz Cruz MSc, le hace conocer el tiempo reglamentario de 30 minutos y la disponibilidad de contestar las preguntas propuestas por cualquiera de los señores Miembros del Tribunal. Habiéndose desarrollado la defensa dentro el tiempo fijado, el Tribunal de Sustentación aprueba el trabajo de Titulación con las siguientes calificaciones.

Miembros del Tribunal	Calificación Número	Calificación Letras
Lcda. Brenda Carrión Ramírez, MSc.	10	Diez
Lcda. Allyson Armijos Triviño, MSc.	10	Diez
Lcda. Jacqueline Gómez Sigcha, MSc.	10	Diez
Promedio		
Equivalente a:		


Lcda. Jacqueline Gómez Sigcha, MSc.


Lcda. Allyson Armijos Triviño, MSc.


Lcda. Brenda Carrión Ramírez, MSc.

Con el presente Acto Académico se da por concluida la Sustentación, en Guayaquil, a los a los 23 días del mes de Marzo de 2017, firmando para constancia de lo expuesto Ab. Pedro Moncada Awad. Mg. Secretario.


Secretario(a) que certifica



ACTA DE RESPONSABILIDAD

La egresada de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil,
señorita Kiara Thalía Aragundi Espinoza, deja constancia escrita de ser la autora
responsable del presente trabajo de titulación presentado.

Kiara Thalía Aragundi Espinoza

C. C. 0919361691

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación le corresponde a la señorita Kiara Thalía Aragundi Espinoza y al patrimonio intelectual de la Universidad de Guayaquil.

Kiara Thalía Aragundi Espinoza

C. C. 0919361691

DEDICATORIA

Al ser supremo que guía mi camino y enciende su farol para que no me pierda del sendero.

Dios es y será mi pilar donde tengo cimentada mi fe, convicción, esperanza, aliento y pasión para desarrollar, evolucionar y mejorar mi ser.

A mi motor conformado por mi madre e hijo, ellos que no me han permitido detenerme, pese a las complicaciones que surgen a lo largo de la vida. Ella estuvo siempre con una palabra de aliento y consolación y mi hijo; mi mayor orgullo y mejor decisión.

Finalizo con una dedicatoria general a las personas que de forma, directa e indirecta, contribuyeron a mi éxito y logro de este material donde dejo reflejado mi esfuerzo, mi capacidad intelectual e interés social.

Caminante, son tus huellas el camino y nada más;
Caminante, no hay camino, se hace camino al andar.
Al andar se hace el camino, y al volver la vista atrás
se ve la senda que nunca se ha de volver a pisar.
Caminante no hay camino sino estelas en la mar.

Antonio Machado

AGRADECIMIENTO

A la Facultad de Comunicación Social que me brindó los conocimientos necesarios para mi desarrollo en el campo comunicacional y sus distintas áreas, donde también tengo la satisfacción de haber conocido a personas extraordinarias desde compañeros de aula hasta docentes con quienes comparto una amistad.

Extiendo mi gratitud a la Sra. Gloria Viteri Moreta quién es mi madre, por su apoyo incansable, incondicional, y en ocasiones extenuante por sus noches de desvelo junto a mí y por supuesto agradezco a las personas que fueron un apoyo emocional, motivándome a crecer como persona y como profesional.

Dentro de este reconocimiento también incluyo a mi tutora la MSc. Beatriz Narcisa Chang Yáñez que me guío en la realización de este trabajo de titulación, no solo por su orientación sino también por su empuje e interés para dicho proyecto.

Mis nuevos propósitos están encaminados en una continua preparación y avance, con el fin de evidenciar que la decisión y la determinación que establezcas para alcanzar las metas te permitirán llegar al éxito.

RESUMEN

Este trabajo de titulación se desarrolló minuciosamente bajo los procesos metodológicos para poder obtener resultados del análisis de la serie Mofle TV y a cómo influye en los estudiantes de Octavo Semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil. Para esto, se planteó el problema que se basó en los contenidos de la serie antes mencionada, su poco aporte a la sociedad y estigmatización del nivel socioeconómico en cuanto a la mujer ecuatoriana, seguido de la realización del marco teórico en el cual se trataron temas como la semiótica, los valores, la influencia, tipos de humor estereotipos, etc; así mismo el trabajo de campo, aplicando los métodos necesarios y culminando con una propuesta como posible solución al problema.

Palabras claves: serie, contenidos, influencia, sociedad y cultura.

ABSTRACT

This research was developed with the help of methodological processes to be able to obtain results of the analysis of the series Mofle TV and understand how it influences on the students of eighth semester of Social Communication career, University of Guayaquil. The problem of the research was based on the contents of the series mentioned above, its contribution to society and stigmatization of the socioeconomic level regarding to Ecuadorian women, followed by the realization of the theoretical framework, which issues are: semiotics, values, influence, types of mood, stereotypes, etc.; the field work is also applies to the necessary methods and culminates with a proposal as a possible solution of the problem.

Key words: Series, contents, influence, society and culture.

Traducción:

Yana Inzhivotkina

Docente de Ingles

C.I. 0959126475

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
APROBACIÓN DE LA TUTORA	III
CERTIFICACIÓN DOCENTE LECTOR- REVISOR	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	¡Error! Marcador no definido.
ACTA DE RESPONSABILIDAD.....	VI
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
El Problema	4
1. Planteamiento del problema.	4
1.2. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	6
1.3 OBJETIVO GENERAL	6
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5 DELIMITACIÓN	7
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7 HIPÓTESIS.	8

1.8. VARIABLES.....	8
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Antecedentes de la investigación	9
2.2 MARCO TEÓRICO.....	12
2.3 MARCO CONTEXTUAL	31
2.4 MARCO LEGAL	33
CAPÍTULO III	38
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	38
3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.4 POBLACIÓN.....	42
3.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	44
ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	44
3.7 Discusión de resultados	59
3.8 ENTREVISTAS.....	60
CAPÍTULO IV	68
PROPUESTA.....	68
4.1 INTRODUCCIÓN.....	68
4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	69
4.2.1 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	70
4.3. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	71
4.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	74
4.5 PRESUPUESTO.....	74
4.6. AUTOFINANCIAMIENTO.	76
4.7 CONCLUSIONES	76
4.8 RECOMENDACIONES.....	77
4.9 GLOSARIO	78
4.10 BIBLIOGRAFÍA.....	80
4.11 LINKOGRAFÍA.....	82
4.11 ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Usted ve series cómicas?	44
Tabla 2: ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere al momento de entretenerse?	45
Tabla 3: ¿Cuál de estas series cómicas que se transmiten por YouTube ve usted?	46
Tabla 4: ¿Con qué frecuencia ve estos programas?	47
Tabla 5: ¿Por qué ve esos programas?	48
Tabla 6: ¿Usted hace esas bromas en su vida social?	49
Tabla 7: ¿Le parece adecuado el lenguaje que se utiliza en estos programas cómicos?	50
Tabla 8: ¿Le parece que estos programas denigran a quienes imitan?	51
Tabla 9: ¿En qué medida cree que aporte en lo familiar estos programas cómicos?	52
Tabla 10: ¿Considera que los contenidos de la serie Mofle TV se relacionan con la realidad de la mujer ecuatoriana?	53
Tabla 11: ¿Cree que la serie cómica Mofle TV desvaloriza a la mujer hacia la sociedad?	54
Tabla 12: ¿Piensa que la serie Mofle TV emite contenido de su interés para el ámbito laboral o familiar?	55
Tabla 13: ¿Ha visto programas cómicos que entretienen y divierten sin la necesidad de aplicar humor negro o satírico?	56
Tabla 14: ¿Por qué la mujer es considerada como ícono sexual o de burla de la sociedad en general?	57
Tabla 15: ¿Le interesaría que se realice un reportaje en FACSO sobre tipos de humor y opiniones de expertos, para que conozca si merecen ser visto estas series cómicas?	58
Tabla 16: Descripción del vídeo.	74
Tabla 17: Presupuesto	75
Tabla 18: Presupuesto	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mapa de FACSO	7
Gráfico 2: Porcentaje de la pregunta #1.	44
Gráfico 3: Porcentaje de la pregunta #2.	45
Gráfico 4: Porcentaje de la pregunta #3.	46
Gráfico 5: Porcentaje de la pregunta #4.	47
Gráfico 6: Porcentaje de la pregunta #5.	48
Gráfico 7: Porcentaje de la pregunta #6.	49
Gráfico 8: Porcentaje de la pregunta #7.	50
Gráfico 9: Porcentaje de la pregunta #8.	51
Gráfico 10: Porcentaje de la pregunta #9.	52
Gráfico 11: Porcentaje de la pregunta #10.....	53
Gráfico 12: Porcentaje de la pregunta #11.....	54
Gráfico 13: Porcentaje de la pregunta #12.....	55
Gráfico 14: Porcentaje de la pregunta #13.....	56
Gráfico 15: Porcentaje de la pregunta #14.....	57
Gráfico 16: Porcentaje de la pregunta #15.....	58
Gráfico 17: Guión de la propuesta.	73

INTRODUCCIÓN

La Comunicación inicia su proceso con un emisor que transmite el mensaje y lo realiza por medio de un canal que será el medio de comunicación, tendrá posibles ruidos en las distintas circunstancias que se encuentre y finaliza con el receptor quien recibe el mensaje, eso por su parte se convierte en emisor al momento de verter su percepción; a esto se lo conoce como retroalimentación.

Dentro de la comunicación en masas se puede hacer referencia a toda vía de información que tiene acceso los ciudadanos. Estas vías son de libre dirección que fundamentan la opinión pública de uno u otro asunto a tratar, por ello se dice que los medios de comunicación, son considerados como el cuarto Poder del Estado.

Los sectores de pobreza son los más afectados en esta lucha de poderes, ya que poseen la fuerza mayoritaria; mantenerlos identificados, entretenidos y satisfechos con programaciones que no cumplen el propósito de informar, sino más bien de deformar su personalidad, carácter, léxico y creencias, siendo la manera más fácil de llegar a ellos, de esto se aprovechan las líneas publicitarias.

Al revisar el canal Mofle TV, a través de Youtube, la sociedad no solo está expuesta a su contenido, sino también a la publicidad que en ella se proyecta. Junto a esto el personaje dispone de un postura sarcástica, irónica y discriminativa a distintos temas, más aún cuando se trata de temas relacionados con la política.

Por ello, se determinó la necesidad de escoger esta serie cómica, Mofle TV, en donde su protagonista emite dichos contenidos. Personaje que se extrajo de la comedia “La Pareja Feliz” del programa Vivos que transmitía Teleamazonas. Después tuvo su propio espacio en un programa de entrevista llamado “No culpes a la Mofle”, y este año creó su canal Mofle TV en YouTube, después que se dejará de transmitir sus contenidos en dicha televisora, por varias denuncias, basadas en el Art 62 de la Ley de Comunicación, donde atropella lo estipulado en contenidos discriminatorios por razón de sexo y orientación sexual.

Sin apartar la realidad, los nuevos intereses del público, es poder estar informados y entretenidos en donde se encuentre, eso se realiza mediante dispositivos electrónicos; motivo por el cual, hay mayor frecuencia de esta emigración a la plataforma You Tube, porque no son limitados ni sancionados, tienen la libertad que los medios de comunicación no la poseen, por las regulaciones que el Estado ha interpuesto, no solo a través la Ley de Comunicación, sino que también se involucran otros parámetros donde se limita los contenidos como el Plan del Buen Vivir y el Código Penal.

Existen algunas repercusiones al momento de poner en función los artículos de estas leyes, sus consecuencias han alcanzado juicios de diferente índole, todo con el objetivo de mantener una regulación de medios y contenidos, para oxigenar con nuevas programaciones las parrillas televisivas, radiales e impresas, con esto las leyes exigen e incentivan las mejoras del aprendizaje y construcción intrapersonal.

El presente trabajo de titulación pretende analizar el contenido de la serie cómica Mofle TV, el desarrollo del estudio se basa en cuatro capítulos, siendo el primero, el planteamiento del problema; en este se detalla todo la estructura del proyecto, la

problemática en sí, se escogió esta temática porque actualmente se da poca información educativa hacia el televidente, en dichos espacios.

En el segundo capítulo, se investigará puntos como; antecedentes, marco teórico, contextual, conceptual y legal que fundamenten la temática desarrollada, porque parte de la historia hasta la actualidad, teniendo en cuenta, temáticas básica como son; la comunicación, los medios de masas y digitales, entre otros.

En el tercer capítulo, se dará toda la metodología y tipos de investigaciones aplicadas, que a través de este proceso meticulouso, se obtendrán resultados científicos y confiables, para ello será necesario escoger una población finita, desarrollar la fórmula y así lograr la muestra, para realizar la encuesta, de esta manera, es posible que se arrojen datos valederos, estos a su vez, se interpretarán y analizarán estadísticamente.

En el capítulo cuarto, se plantea la posible solución al problema, a través de una propuesta, dentro lo posible viable, en ella se plasmará todo desde la perspectiva comunicacional, teniendo en cuenta el presupuesto, basándose en la realidad y ejecución de la misma. Todo esto, finalizando con conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

CAPÍTULO I

El Problema

1. Planteamiento del problema.

En el desarrollo de la sociedad, la forma de comunicarse ha ido evolucionando con diferentes maneras de transmitir pensamientos, la comunicación cultural que se realiza del día a día va dejando sus huellas que se trascienden de generación en generación, convirtiéndose en muchas ocasiones un idioma singular que va a la par con el léxico normalmente usado, incluir la picardía, ser jocoso y en ocasiones rayar en lo descortés se ha convertido en nuestro diario vivir.

Hacer comparaciones de estratos sociales y usarlos como herramientas de ridiculización para acaparar espectadores, con la finalidad de lograr aceptación basándose en ofender, ningunear, siendo peyorativos con cierto sector de nuestra sociedad, para no sentirse rechazados ni desplazados, sino más bien identificados, son una de las muchas estrategias que han recurrido algunos personajes de la televisión ecuatoriana.

Debido a las nuevas formas de comunicación donde el campo digital está empoderándose de la vida de los jóvenes, se realiza este análisis con el propósito de plasmar una concienciación de los contenidos que están al alcance y que los adeptos al uso de estos canales, tengan la capacidad de distinguir que producto o producción visualizar para ganar conocimientos útiles en la evolución de su propio crecimiento personal y profesional.

Actualmente, el personaje Mofle tiene toda una campaña comunicacional, a través de su canal en YouTube, desde junio 2016, siendo dueña de su imagen, debido al éxito su intérprete (Flor María Palomeque) se encuentra en diferentes publicidades, además es invitada en distintos programas de la televisión ecuatoriana. Hace años atrás también se viene desarrollando en el teatro con los monólogos, donde también deja en evidencia aquella mujer que impacta con su peculiar apariencia, su vocabulario soez y su manera de pensar que propone a una mujer poco cuidada que vive con audacia.

Esta protagonista cómica rompe paradigmas intentando establecer un comportamiento basado en la autoestima de una mujer, donde no existe el respeto al momento de difundir una opinión, ya que ofende al propio espectador con frases como “parásitos” capítulo1 en el minuto 1:35, como apoyo existe la semiótica, siendo una herramienta que ayudará a comprender que muchos de los textos y gesticulaciones son expuestas en doble sentido, alimentando la jerga ecuatoriana.

Mofle TV es un canal de YouTube en el que se transmite un capítulo por semana de aproximadamente treinta minutos, su contenido es diverso pero no constructivo para los seguidores, ya que, como se detalló anteriormente, estereotipa a la mujer y enfatiza sobre los estratos sociales, lo preocupante es que podría influenciar en jóvenes, por ello, se escogió a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, para obtener una muestra y concienciar sobre esta problemática planteada.

1.2. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influyen los contenidos del canal Mofle TV en los estudiantes del Octavo Semestre de la carrera de Comunicación de FACSO, durante el periodo 2016-2017?

1.3 OBJETIVO GENERAL

Analizar el contenido de la serie cómica Mofle TV y su efecto en los estudiantes de Octavo Semestre de FACSO.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Investigar los contenidos del canal Mofle TV transmitidos a través de la plataforma YouTube.
2. Diagnosticar la influencia de Mofle TV en los estudiantes de FACSO.
3. Diseñar un reportaje para concienciar a los estudiantes de FACSO sobre los contenidos de Mofle TV que se proyecta por la plataforma de YouTube.

1.5 DELIMITACIÓN

Se trabajará con los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, específicamente con los cursantes del Octavo Semestre de la carrera de Comunicación Social del periodo 2006-2017, puesto que poseen mayor conocimiento sobre la materia y próximos a ejercerla.

Gráfico 1: Mapa de FACSO



Mapa de ubicación por GPS de la Facultad de Comunicación Social.

1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se establece debido a la gran acogida que tiene el canal de la Mofle TV, a través de la plataforma YouTube, se desea determinar el por qué una programación con términos soeces y de doble sentido dentro de sus contenidos, posee ese favoritismo en la sociedad, además como estudiantes de comunicación, se pretende diagnosticar los códigos semióticos y la influencia en sí que hay en este tipo de programaciones.

Para ello, se desarrollará una metodología cualitativa y cuantitativa, en donde se logrará obtener resultados fiables y científicos, la investigación es el único medio para llegar a una realidad.

1.7 HIPÓTESIS.

La poca identificación de mensajes implícitos los puede volver vulnerables a los estudiantes de FACSO ante el contenido La Mofle TV transmitido a través de la plataforma YouTube.

1.8. VARIABLES.

Dependientes.

Influencia de contenidos a estudiantes de FACSO.

Independientes

Serie cómica La Mofle TV en YouTube.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Los inicios de la comunicación están ligados con la ciencia de la semiótica por su forma y estructura, comenzando con signos y señales que no es más que la materialización del pensamiento o sentimiento mediante signos que fueran conocidos por los involucrados en la relación comunicacional. La capacidad del habla es un abre boca al lenguaje que se conforma por letras que a su vez estructuran palabras con un significado y en ello se produce un intercambio de información.

En la búsqueda de transmitir mensajes, surge la escritura que permite plasmar un pensamiento, posterior a estos avances, el mundo se industrializó y aparece la imprenta que hace evolucionar a la comunicación, convirtiéndose en un poder de masas con fácil acceso a la información y que llegue a otros continentes como por ejemplo la Biblia.

En 1844 Samuel Morse creó el Telégrafo; en 1871 Graham Bell crea el teléfono; en 1867 aparece la radio; en 1922 surge la televisión y en 1958 el circuito integrado que es la base de los dispositivos electrónicos como las computadoras y los celulares. Estos inventos constantemente se van perfeccionando y haciendo más sencillo su transportación.

La comunicación masiva se vale de todo recurso físico, mecánico, eléctrico, o electrónico que sirva al ser humano para emitir y dar a conocer una información. Entre los más utilizados: las revistas, libros, radio, televisión, cine y videos.

Con las distintas formas de comunicación se ha hecho posible la interacción comunicacional entre ciudades, países y continentes gracias al espacio cósmico y por medio de ondas electromagnéticas.

Ante el uso de medios digitales, se crea el internet en 1962, este se volvería más accesible en su reproducción y distribución mediante redes informáticas. En el viaje de estas redes se vio la facilidad de usar paquetes en vez de circuitos, teoría que se manejó por el año de 1964 donde ya creaban libros topando temas de una posible forma de acceder rápidamente a datos y programas desde cualquier lugar.

En el siglo XX se da el apogeo de las series cómicas de la radiodifusión muchas personas se reunían a una hora específica para engancharse a escuchar el relato de la trama que se estuviere contando que en su mayoría eran adaptaciones literarias, con el pasar de los años y la aparición de la televisión. Esto fue evolucionando y a este simple relato se le pudo añadir imagen para que resultara de mayor interés y entretenimiento como lo fue la famosa serie “*I love Lucy*”, en el desarrollo de la tecnología se logró incluir color a las imágenes con la aparición de televisor a color y así mismo con este concepto de mejora se ha podido visualizar imágenes digitales, en HD y hasta tridimensionales.

Las publicidades se comenzaron a incluir debido al alto número de atrayentes que resultan ser posibles consumidores. Como lo fue con las primeras grandes fuentes televisivas la NBC, ABC, CBS, que la agregaban a sus parrillas en horarios de mayor rating con el fin del

financiamiento de las televisoras haciendo un análisis del tipo de target que se conectaba a la señal y en que horarios para poder atacar con su patrocinio.

La CBS fue una cadena pionera en la nueva estrategia de obtener el target que sus patrocinadores requerían pero a esta se le ponían en carrera también la ABC con la producción de ROOTS que trataba asuntos de esclavitud y con ocho capítulos fue catalogada como una de las mejores series a la altura de Hollywood, como también lo hizo la NBC con HILL STREET BLUES, serie que se estrenó en 1981 con un tinte policial.

La plataforma YouTube realmente fue una idea muy acertada, su accenso fue abismal y su estabilidad le permitió a sus creadores contar con un costo de infraestructura de dos millones de dólares con una aceptación de 100 millones de visitas mensuales. En esta corta historia el 10 de Octubre del 2006 Google (famosa página de búsqueda) compra YouTube por 1.650 millones de dólares, manteniendo de manera independiente su servicio de videos medio de Google. Otra de las facilidades de YouTube es que también permite ser referente ya que tiene la opción de compartir y se puede plasmar en otras páginas en donde se podrán visualizar el video como por ejemplo pegarlo en un blog, o en redes sociales.

2.2 MARCO TEÓRICO

Comunicación

Comunicación es un proceso que se constituye de un emisor que se encarga de transmitir el mensaje, este mensaje llega mediante un canal que será el medio de comunicación, con posibles ruidos que son las circunstancias en las que se emite el mensaje y finaliza con el receptor quién recibe el mensaje y también se convierte en emisor al momento de expresar su percepción; esto se lo conoce como retroalimentación.

“Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”. (Lomonosov, 2000)

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto. (Riviere, 1996)

La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones. (Rey, 1991)

El vocablo comunicación es latino, y proviene de “communicare” que significa compartir alguna cosa.

La comunicación y la sociedad

La comunicación es parte fundamental para el desarrollo de la sociedad, puede ser de manera interpersonal y masiva, donde unos toman el rol de emisor y otros de receptor como

se plasma en mensajes directos del Gobierno hacia la nación. Es imposible pensar en una sociedad sin poder comunicarse.

La respuesta de los ciudadanos para el gobierno recae en el filósofo y sociólogo alemán, Jurgen Habermas, nacido en 1929, quien propone una herramienta social como espacio público para poder expresar los pensamientos de manera ética y moral impactando a los mandatarios y que se abran puertas de diálogo entre personajes que cumplan distintos roles dentro de una misma sociedad democrática.

Este proceso de comunicación es importante que se realice en beneficio de la estructura social plasmando normativas de vivencia, de lenguaje, de actividades, de relaciones interpersonales de manera verbal y no verbal, como en otros ámbitos que se darán dentro de la colectividad.

La comunicación y la cultura

La comunicación dentro de la cultura se va transformando según la convivencia, dialectos y formas de vivir a lo largo de los años, ya que se transmite de generación en generación, para que exista una compensación de manera igualitaria queda claro que toda sociedad debe comprender y tener tolerancia con las diferentes formas de vida y costumbres por ser un país multicultural y plurinacional.

La comunicación y la opinión pública

Mediante la opinión pública se puede hacer estudios a los medios de comunicación que transmiten información que más tarde influirá en los televidentes, radioescuchas y lectores que tienen acceso a dichos contenidos. Al momento de emitir dichas percepciones tendrán como fin la aceptación o rechazo del tema a tratar, así mismo se utiliza a personajes que tienen la aceptación e identificación con el público para que sus comentarios tengan mayor peso y apreciación. Siendo considerado los medios de comunicación como el Cuarto poder del Estado, es muy importante saber escoger quién y qué es lo que se dice, como se lo dice, y quién lo dice.

Medios y la sociedad

En la sociedad, el consumo es una acción que se genera de manera inevitable basada en la necesidad, de tal forma se crea el comercio, el aporte a la medicina, sistemas jurídicos y también medios de comunicación, sin embargo el consumo que se manifiesta en este último ámbito es de manera explícita e implícita ¿qué significa esto? que las personas son objeto de recepción y percepción de información, hay ciertos contenidos que llegan como mensajes de manera directa, como lo son los noticieros y las crónicas, pero así mismo también existen contenidos que ingresan al subconsciente de manera inconsciente, así como son; las novelas, tramas, series y figuras que marcan estereotipos o modelos a seguir, donde se implantan ciertas formas de vestir, hablar, desenvolverse, tendencias que ponen en alerta al receptor y le manifiesta que debe ir actualizándose porque a su alrededor todo está en constante cambio y evolución, tanto así que no puede quedarse estancado en la producción pasada, sino que mantenerse en boga es lo óptimo. El gran problema que ocurre

en esta etapa es que esta información y contenido ataca directamente a la sociedad que es consumista por naturaleza, pues es fácil de influenciar, dañar, deformar, modificar conceptos que en teoría se encuentran establecidos desde los inicios de sociedad y que se mantienen con parámetros establecidos como por ejemplo el respeto.

“Hay que plantear claramente desde el comienzo que el consumo es un modo activo de relacionarse (no sólo con los objetos, sino con la comunidad y con el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural”. (Baudrillard, 2009)

Con esta teoría se ponen en mesa de comando una alerta a los contenidos que se expongan hacia el consumidor y como no se tiene control de quienes están o no aptos para recibirla y canalizarla de la mejor manera con un criterio formado y coherente a la realidad.

Hay inconvenientes con poder comprender o descifrar los contenido específicos que están dentro de una información y esto es aplicable para todo ámbito, al no poseer la capacidad de establecer aquello damos por cierto que el concepto que tenga la mayoría o que marque la tendencia deberá ser el mecanismo idóneo de proceder porque no se ha realizado un análisis de lo que se dice y de lo que significa.

La televisión causa efectos enmascarados con aceptación por la adherencia y entretenimiento que ésta brinda causando cambios en el comportamiento social, cultural y psicológico. La tecnología también ha tenido su parte de apoyo para que este tipo de textos lleguen con más facilidad que antes y abarque a más espectadores, brindar a la sociedad información veraz, concisa y precisa para el aporte a su crecimiento integral, conceptual, contextual para un buen desarrollo profesional se ha quedado en muchos de los casos en meramente una situación de teoría abstracta.

En la actualidad se vive síntomas de enfermedad superficial, inverosímil, antivalores, delincuenciales, entre otras que han atropellado y mutilado la parte de la percepción humana con certeza ya no se sabe si cierto programa es entretenido o es destructivo porque algunos podrán reír y comprender que esa programación es simplemente una diversión mientras que otros comprenderán que es posible llevar historias de la pantalla a la realidad y ser adaptables a las mismas.

Comunicación y humor

El humor se transmite a través de la comunicación verbal y no verbal, en el cual se representa metafóricamente, en donde sutilmente se hace burla de las hegemonías, opresiones, manifestaciones sociales y gobernantes que reprimen con la fuerza pública, en fin, se crea sonrisa de hechos reales, pero en el medio hispanohablante en general, siempre la colectividad tendrá una salida humorística, en donde se da también mediante frases, chistes, refranes o dichos son formas de defensa o muro de contención que sirve a ciertos grupos sociales.

"El humor es la esencia de la sensibilidad, y por ello la mejor arma, nunca destinada a hacer sangre, contra los insensibles". (Ussía, 2010)

Aristóteles dijo que el hombre es el único animal que ríe, relacionando que posee un alma racional y capaz de articular palabras junto a operaciones conceptuales y simbólicas, como el uso de sistemas lingüísticos sofisticados y de razonamientos abstractos.

Series cómicas

Las series cómicas son historias que se van contando consecutivamente, el concepto de serie radica en su continuidad, es aquella producción audiovisual que cuenta una historia o

da seguimiento a una programación que está dividida por capítulos. Esta puede gozar de diferentes contenidos y géneros.

"La historieta es un producto cultural, ordenado desde arriba, y funciona según toda mecánica de la persuasión oculta, presuponiendo en el receptor una postura de evasión que estimula de inmediato las veleidades paternalistas de los organizadores". (Eco, 1973)

Para dar mayor amplitud a lo manifestado se hará un breve repaso por las mejores series a nivel internacional; I Love Lucy fue la primera mejor serie cómica de los EEUU que se emitía por CBS desde 1951 a 1957 y la serie más visualizada a blanco y negro durante cuatro temporadas su estrella principal aún es recordada con mucho aprecio Lucille Ball, también estuvo Bonanza serie del viejo-oeste que se transmitió por el año 1959 a 1973 y lo hizo la televisora NBC donde se agregaron otros complementos como por ejemplo la duración de una hora sus capítulos, con imágenes a color y con la marca de vehículos Chevrolet como su patrocinador y The Twilight Zone emitida 1959 a 1964 siendo la primera serie de ciencia ficción

Para las décadas de los 80 a los 90 se crearon series de todo tipo y evolucionaron en su imagen llevándolo a la pantalla en el formato animado como lo ha sido Los Simpson manteniéndose hasta la actualidad en diferentes países y obteniendo fidelidad por sus fanáticos. De manera posterior también se incursionó en la televisión pagada y la cadena HBO es la victoriosa con el estreno de las primeras series y preservando su público con historias de gran escala como The soprano con seis temporadas, Sex and The City, Games of Thrones y muchas más.

En la actualidad existe un gran salto de la televisión al internet donde se encuentran páginas con series y de ellas también se crean foros o lista de comentarios de sus capítulos, una

forma de entretenimiento donde se cuentan historias que la sociedad pueda reflejarse en ellas.

Los personajes de estas series son talentos que a medida que pasa el tiempo van desarrollando la personalidad de estos papeles asignados y se convierten en artistas verdaderamente mediáticos debido al reconocimiento que llegan alcanzar con su actuación como el caso de la reconocida Mofle.

La comedia

La comedia es el acto de interpretar algún personaje donde se dice que es más fácil hacer llorar que hacer reír, hay que buscar el punto medio es decir que el público no se rían del actor ni del personaje sino con el personaje, es una combinación entre drama y alegría. Existen distintos tipos de comedia, entre ella, la alta donde se trata con sutileza las palabras y con simpatía se las expresa, por otro lado, la comedia antigua que se usaba en ritos de fertilidad y es grotesca, violenta y obscena, y la comedia baja que trata acerca de la farsa y lo cómico visual.

La comedia se la puede estudiar en distintos ángulos, como del lado antropológico, también se la puede usar como arma social y considerar como un género dramático. Además incentiva a jugar con nuestras ideas y plasmarlas, y en casos exponen ciertos elementos ridículos de la perspectiva física y social, también brinda el poder de expresarse detrás de un personaje dando una crítica hacia el entorno en el que se vive aunque también sirve para ponerle una cara alegre a una situación fuerte o triste.

El poeta y ensayista Charles Baudelaire; distingue lo cómico significativo de lo cómico absoluto, el primer tipo nos reímos de algo o de alguien; en el segundo nos reímos con alguien: La risa comprende todo el cuerpo, las funciones vitales y lo grotesco de la

existencia. Este tipo de comicidad arrasa con todo y no deja espacio a ningún valor político o moral. (Baudelaire, 2010).

Dentro de la comedia se tiene al humor que puede ser de tonalidad irónica es decir con frialdad e intelectualidad, también existe el humor de la sátira que es caluroso y puede burlarse de sí mismo y del espectador.

Se disponen distintas herramientas, como por ejemplo el de la situación que puede ser graciosa fuera de lo acostumbrado, puede ser por el monólogo o discurso y forma de comportarse del personaje. Se complementa con el uso de palabras de repetición, con doble sentido, con creación de palabras y juego o trabalenguas con las mismas.

Clasificación del humor:

Absurdo.- donde combina conceptos ambiguos con situaciones incoherentes.

Blanco.- consigue hacer reír sin afectar a su entorno o acogerse del mismo.

Crudo.- es un humor que suele ser grotesco, cruel y discriminatorio por cierta situación dolorosa o vergonzosa.

Negro.- abarca temas oscuros, polémicos y controversiales en contraste a la moral.

Seco.- es el que usa un tono informal y tiene un aire de insinceridad.

Verde.- este raya en lo obsceno de la sexualidad y no es apto para todo público.

Mensajes y contenidos

Dentro del análisis que se plantea en este trabajo una de sus partes fundamentales radica en el estudio de su contenido y los mensajes que emite el mismo de forma explícita e implícita, para poder realizar aquello, la semiótica será aliada primero se explica que la

semiótica es la ciencia que estudia los signos, señas y señales que se incluyen en todo tipo de comunicación que llega al hombre de manera verbal y no verbal, como por ejemplo: decir tenga cuidado zona de construcción, como a su vez decirlo con una señalética en color rojo o amarillo que sea llamativo indicando hombres trabajando.

Es la capacidad que da el lenguaje de poder manifestar ideas de distintas maneras y formas la semiótica, en donde ayuda a discernir el mensaje real que se quiere emitir, porque no solo entra en debate lo que se dice o lo que se lee, sino también en qué tiempo y espacio se lo realiza es decir su contexto ayudado por su concepto.

Las comunicaciones, son las herramientas que nosotros, como seres humanos usamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar el significado de las cosas. El ser humano implica, estar en comunicación dentro de una cultura humana, la comunicación, entonces, constituye la esencia de la cultura, de la empresa, de la vida misma. (Arrugo, diciembre 2001)

La semiótica se la utiliza como herramienta para tomar apunte del dicho análisis pero ¿cuál es la diferencia entre mensaje y contenido?, el mensaje como tal es la información que se traslada desde el emisor por un conducto que se llama canal pasando por posibles ruidos que serían interferencias a las que se ve expuesta su posible modificación hasta que llega al receptor y este le da una percepción y eventualmente puede quedarse con dicho mensaje o realizar una retroalimentación al dar su respuesta a este mensaje. Pero el contenido es la información y la intención con que llega el mensaje, no solo es lo que se dice o lo que se lee sino que desea ese mensaje que cause en la persona a lo mejor una respuesta positiva, negativa, cambiar un punto de vista, mejorar o aportar para alguna decisión que el individuo desea realizar y no se sienta preparado.

Los contenidos de los mensajes es el real propósito; por el que fue diseñado, por ejemplo si se desea impulsar la carrera de un artista, se necesita darlo a conocer y se realiza ruedas de prensa, como recorrido por los medios de comunicación indicando su talento y exaltando el mismo que esto sería el mensaje, pero el contenido o el propósito de aquello es que la imagen del personaje comience a circular para que se quede impregnado en la retina y en los oídos de las personas que perciban el mensaje, para que se sientan identificado con él, de esta manera no solo se da a conocer sino que también hacemos que el público lo sienta, lo acepte y lo reconozca en sus producciones siguientes.

Por ello es que el MENSAJE y el CONTENIDO van de la mano, sin embargo hay mensajes buenos con contenidos malos y hay mensajes malos con buenos contenidos, esto suena bastante confuso, pero no todo mensaje es bueno ni todo contenido es malo, si se encuentra en una campaña de ALTO al EMBARAZO en adolescente el mensaje es correcto, pero si su contenido no tiene la metodología apoyada en la psicología no será bien recibida y quedará como una charla más de las que se escucha a diario, para llegar a los jóvenes hay que trasladarse a su entorno, a sus modismos, a su forma de expresarse para que sea clara y entretenida sin dejar de lado el profesionalismo. Así mismo si se habla del NO consumo de DROGAS el mensaje está mal porque se sabe que dicha sustancia es aprobada por expertos en la medicina como una ayuda para ciertas enfermedades, su contenido debe especificar que no es malo el consumo de drogas, pero debe ser apoyado por un análisis médico y solo para personas que lo requieran.

Mediante este ejemplo, queda en evidencia que el lenguaje, el mensaje y el contenido son una cadena que utiliza mecanismos que han sido estudiados y expuestos como la correcta forma de llegar la información hasta el cerebro para que el mismo realice en corto o largo

tiempo un análisis para aceptarla y adaptarla o rechazarla como también tener la libertad de modificarla.

Lo importante y preocupante es que en su mayoría no hacen el uso de la semiótica para cada contenido ni mensaje que llega, tampoco seleccionan el tipo de lenguaje que se utiliza. En esta fase también es importante resaltar que no es necesario ser un expedito en las ciencias para entender un mensaje bueno, con un contenido fundamentado y con un correcto lenguaje. En muchas ocasiones a las personas que no cuentan o que no han completado con los estudios básicos, secundarios y superiores se los idealizan como presas fáciles, porque resulta fácil que una persona baje a la jerga popular, a que esa misma persona promueva que ese sector se cultive, se auto-eduque y suba al léxico y entendimiento que se ejecuta en otros estatus sociales.

YouTube y su influencia

Este medio, se presenta ante la sociedad como una nueva experiencia y posibilidad de conectarse, de interactuar con las personas de todo el mundo así también de una ventana abierta a expresar mediante videos subidos a la web los pensamientos, acciones y hechos curiosos del diario vivir. Sin embargo como todo se evoluciona y cambia, lo que inició como una forma distinta de mostrarse a un mundo, también ganó popularidad dentro del área comercial que vieron en el mismo la posibilidad de poder conseguir una fuente de empleo, trasladando sus programas que en primeras instancias eran televisivos y que por inconvenientes se han retirado del medio, emigrar a esta nueva plataforma digital es el boom de la mayoría de artistas y talentos de pantalla, otras personas lo han utilizado como una escapatoria a las sanciones que se producen a personajes por sus apreciaciones,

caracterizaciones y contenidos de su programación, EL YOU TUBE COMERCIAL es una respuesta al NO HAY TRABAJO en empresas televisivas, las oportunidades de desarrollar proyectos son escasas.

En esta página web se encuentra un sinfín de contenidos y mensajes explícitos e implícitos, con distintos caracteres humorísticos, informativos, entretenimiento, educativos, demostrativos, pero también nos evidencia que resulta eficiente en cuestiones económicas cuanto se presupuestaría en un programa grabado dentro un estudio, con escenografía y auspiciantes, con el medio digital se abaratan sus costos, es por ello que se está viviendo una constante ampliación y utilización a esta herramienta no solo como fuente de mensajes sino también como emisión del mismo.

Su influencia es realmente una cadena viral como la página es de acceso mundial millones y millones de personas están conectadas al internet y en especial a los contenidos de esta, se le dedica mucho tiempo al día para estar siempre enterados que es lo que está moda o cuantas reproducciones tiene este o aquel video. Con respecto a la respuesta que se obtiene de la sociedad es la total aceptación a esta nueva forma de audio-visualizar la información emitida en mensajes con diversos contenidos.

Lo importante y recomendable es que de igual forma no todo lo expuesto en estas páginas es asertivo. Al momento de que se sube un video a los pocos minutos ya existe una respuesta y varias reproducciones, lo cual se convierte en un lazo que une a personas de distintos países, lenguajes, etnias, pensamientos y tendencias que están dispuestas a continuar percibiendo el contenido que encontraron en esa fuente.

Dentro de esta globalización digital que existe hay una serie de usuarios llamados FAKES ¿qué son ellos? Estos usuarios son los que crean páginas a su nombre o uno distinto y utilizan su canal para colgar videos con carácter ofensivo, racista, discriminativo y algunos con tintes terroristas. De esta forma se demuestra que hay que tener cuidado con lo que se ve en este portal, hay que poseer el criterio de decidir que permito que entre a mi cerebro, que información me sirve y que información solo está restando tiempo y burlándose de la capacidad de entendimiento del perceptor.

YouTube definitivamente inició como un juego entre amigos y ahora se ha vuelto un gigante referente de muchas empresas en el área de ventas de publicidad como también artística e informativa. Este portal es como un reportero mundial que sirve para distintas cadenas televisivas, escritas que rescatan de los videos su aval para mostrar el hecho noticioso.

A la sociedad de jóvenes se la ha seccionado con un nuevo nombre se llama “millennials”, aquellas personas que son enteramente digitales, que hacen uso de las mismas posibilidades pero sustituyéndolas por elementos electrónicos, para ellos la tecnología son su clave y están a la vanguardia de que es lo último que se ha colgado en estas páginas y aunque no parece real este tipo de personas también están siendo codiciadas en la actualidad por las empresas que desean promoverse en la web y no saben cómo acaparar el mercado digital cuando los medios tradicionales no abastecen o no arrojan los resultados deseados en cuestión de atraer mercado esta tendencia se analizó en España la misma que ya se encuentra en el país.

De esta manera se expone la necesidad de hacer hincapié a los contenidos en especial al estudio del presente trabajo, que es del canal Mofle TV debido a su programación con poco contenido, no se discrimina al personaje pintoresco ni tampoco a la proyección es decir al mensaje de tener un noticiero web entrelazado con una web novela y programa de variedades que es un poco de lo que se puede visualizar, sino a la intención el propósito de su contenido ¿Qué aporta a la sociedad Mofle TV? Sus modismos no van acorde a la mejora de la sociedad de manera cultural, muestra un talento por la transformación evidentemente pero no constituye en un avance, no construye un criterio, destruye el léxico o dialecto, normas de éticas, moralidad y muestra la imagen de la mujer como una persona chabacana por el simple hecho de ser un ente de referencia al estrato social bajo.

La cultura y sociedad

Toda sociedad desarrolla su propia cultura al transcurrir el tiempo, con elementos establecidos y otros que se adaptan del diario vivir. Las costumbres, los modismos, lenguajes y actividades que están inmersas en la sociedad son resultado de un legado de generaciones y se han transmitido desde los abuelos a los padres y estos a sus hijos, no solo entre líneas consanguíneas sino también en grupos igualitarios o cercanos.

Para ser exacto de lo que se habla; está la celebración de fiestas que no pertenecen a nuestro país, que no son nativas y carecen de identidad patriótica o cívica, como ejemplo el Halloween es una festividad del Estado norteamericano que tiene un significado de recordar a los fallecidos y que lo han comparado o le han dado un tinte terrorífico. Esta fiesta es celebrada a nivel mundial pero sin tener una importancia para los distintos países sino para los Estados Unidos.

De esta manera se explica que la sociedad adapta culturas o costumbres de otras naciones y va formando su propia manera de desenvolverse, en cuestión de grupo social es importante que tengan definida su cultura porque es la que caracteriza, provee identidad e individualidad de los miembros que pertenecen.

En perspectiva la cultura se ha visto como actos folklóricos o líricos, incluso teatrales, etc, pero es más que eso, es hablar de formas de pensamiento que se repiten, llevan un hilo conductor que los asemeja, formas de proceder donde se pueden agrupar para reclamar algo que para ellos como comunidad o grupo consideran que es correcto o incorrecto, formas de expresarse que tienden a manejar un mismo léxico o crear un tipo de lenguaje que le dé similitud o significado a sus creencias, percepciones e idealismos.

El desarrollar jergas también es común dentro de las sociedades no debería establecerse como parte de una cultura, sino más bien una modificación, alteración o deformación el crear palabras que no están establecidas en los parámetros lingüísticos.

Sin embargo ejemplo de esto es el nombre que se da a los billetes de diferentes denominaciones, un papel moneda que equivale a 5 dólares, 10 dólares, 20 dólares, 100 dólares y 1000 dólares, también puede ser llamado como; una quina, sota, ventana, gamba y luca, respectivamente.

Pero con este tipo de dialecto se promueve o se recibe solo la desvalorización de nuestro idioma. También a esto se une dialectos con doble sentido si se desea hablar de un homosexual se lo puede también llamar como “badea”, y un sinfín de palabras peyorativas.

La situación se empeora, cuando existen personajes humorísticos representativos que se dedican a contribuir con la desviación del significado de las palabras; ejemplo de esto es el

programa la Mofle TV en dicha programación hace similitud de una banana con la parte viril del hombre, sus gestos en su mayoría tienen una connotación sexual e irreverente, bajo un escudo de sinceridad, de ironía, sátira y burla de distintos temas sociales.

Inyecta a la sociedad una imagen equivocada de lo que es una mujer, independientemente de la calidad moral y económica, se salta la línea invisible entre lo cómico y vulgar aunque dentro de los tipos de humor se vea inmerso el carácter crudo, inverosímil y grotesco, ella de esto alimenta la jerga y el morbo no por su imagen que proyecta, sino por su forma controversial de ser.

Puig dice que para lograr la animación y gestión cultural se debe trabajar con proyectos participativos que se propongan:

- La comunicación interindividual, intergrupal e intersocial.
- La elaboración de una identidad propia y abierta y una conciencia progresista de los individuos y colectivos- La interpretación del sentido de la experiencia de cada persona, grupo y sociedad.
- La formalización de proyectos que mantengan y aviven la dinámica desde las estructuras sociales y las adecuen a las nuevas necesidades. (Puig, 1992)

Proyectos que no se toman a título personal y se plantean mediante el portal web. Talentos observan que tienen miles de seguidores a los cuales puede contribuir de manera significativa con BUENOS contenidos, Por qué insistir en la denigración, en el ataque mediático, en el interés de llenar páginas de comentarios, de likes, o de público en las continuas presentaciones artísticas. Lanzar propuestas de mujeres activas, impulsar el ejercicio, la vida sana, el amor al individuo, las buenas costumbres, buenos tratos, y un sin número de temas que la sociedad está perdiendo en la actualidad por el avance y el día tan acelerado que se vive con las múltiples ocupaciones que no permite ver que se va dejando de lado en el camino.

Esteretipos

El estereotipo es la simplificación de la imagen de un grupo de personas que influyen en otro dentro de una misma sociedad, es la manera de mostrar a la persona para que sea ejemplo y se adopten modismos y mecanismos de la misma. Cuando se habla de estereotipos se puede también tratar de modelos a seguir o paradigmas que la sociedad implanta para ser referencia y causar un efecto en la misma la que puede ser acaparar mayor atención, público, fanaticada como también cambiar y modificar lo que significa correcto o incorrecto.

El concepto de estereotipo nace en 1922 de la mano del periodista norteamericano **Walter Lippman**. Se utiliza cuando nos referimos a las creencias socialmente compartidas acerca de qué características o atributos posee un sujeto por el mero hecho de pertenecer a un grupo o una clase social determinada.

Como ejemplo se puede citar el estereotipo que presenta ante la sociedad el grupo musical RBD que muestran jóvenes irreverentes, que se enfrentan ante una sociedad con el estandarte de la libertad, de hacer lo que desean y cuándo lo desean, esta imagen que se vende impacta y produce el efecto de idealización y de continuar con esa conducta.

De la misma manera es importante saber qué se expone a la sociedad, no se puede vender un estereotipo de persona erróneo que altere la personalidad o la manera física de vestirse, caminar, socializar por el simple hecho de sentir simpatía por dicho talento. La risa es un

arma muy sutil, porque la acción de producir felicidad se concatena al subconsciente como aceptable independientemente si esa supuesta alegría proviene por los momentos o significados correctos.

No todo lo que produce éxtasis, felicidad, alegría es correcto, no todo lo que hace sonreír realmente merece dicha postura. Es por ello que este trabajo habla acerca de los contenidos (recordando que se habla de un propósito inmerso) y un estereotipo también tiene su contenido, es decir que ese modelo a seguir también es implantado o se proyecta bajo un propósito una finalidad.

Las imágenes que el cerebro recopila, las compara con la imagen que se posee y comienza a buscar similitudes, mucho más cuando esa imagen se vende bajo un esquema cómico, no se está indicando que es incorrecto reír de las ocurrencias de talentos pintorescos, pero sacar un personaje fantasioso y llevar a la realidad no es correcto.

Entiéndase que parte del trabajo del elemento humorístico es hacer reír a un público y para ello se utiliza muchas herramientas, recursos y modismos que no se exponen en el diario vivir, sin embargo, se evidencia que estas cualidades buscan la identificación, aceptación y adaptación con el fin de obtener adeptos constantes.

Los medios de comunicación también llevan su papel protagónico, porque mediante ellos se llega al público y no se habla de un solo sector o estatus social, sino a una sociedad nacional o mundial, entonces esta influencia pasa hacer temas de masas y en su posterior de estudio bajo el cambio de comportamiento.

La psicología también comparte su opinión y habla que el estereotipo afecta al individuo por la búsqueda constante de la unión a los semejantes, el querer estar en sintonía con el

mundo y permitir entablar conversaciones de un mismo tema causa su efecto inverso donde se pierde su personalidad e individualidad.

Estos estereotipos también cuentan con su clasificación existen los religiosos que marcan un tema con la divinidad tan certera, que llega al convencimiento y convicción que proyecte lo cual resulta indiscutible.

Existe el estereotipo político que manifiesta su idealismo en conjunto con un ferviente patriotismo que pretende la aceptación por las masas y el continuo apoyo de sus seguidores.

Estereotipos raciales son el tipo de imágenes prejuiciosas que secciona, selecciona, separa y distancia a la sociedad basado por su color o etnia sin tener en consideración personalidad y cualidad de este grupo a tratar.

El estereotipo de clase social llama a la deserción de la clase social baja en relación a la alta, el abandono a los más necesitados, la tolerancia a los de clase media y la posesión de los recursos de la clase social de opulencia con un aval de mayor interés, entendimiento y cualidades intelectuales para desarrollar ese cargo dentro de la sociedad.

Estereotipos de país este se asemeja al racial pero se habla de ligas mayores existe un pensamiento que los países en vías de desarrollo tienen mayor proyección al crecimiento que los sub-desarrollados y de esta manera encapsulando no solo al territorio sino también a sus habitantes desmereciendo sus capacidades intelectuales, físicas y cualitativas.

Uno de los más polémicos es el estereotipo del género o sexual debido a que dentro de este milenio se evidenció, proyectó y buscó una denominación para los nuevos géneros que en la antigüedad eran clasificados como herejías, es decir lo prohibido, y que en siglo XXI no

puede seguir oculto. Los géneros tradicionales son masculino y femenino, sin embargo existe el grupo GLBTI que agrupa a Gays, Lesbianas, Bisexuales, Transgénero e Intersexuales. Este grupo ha luchado por varios años para buscar la tolerancia dentro de una sociedad en su mayoría posesionada, por el llamado género fuerte que hace distinción al masculino, con el apoyo de las leyes ha sido posible que se logre este avance.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

La televisión ecuatoriana

La programación de la televisión ecuatoriana

La variedad de programación en la parrilla ecuatoriana ha hecho que grandes y pequeños enciendan los televisores, porque gran parte de contenido es de entretenimiento, cabe recalcar, que los telespectadores, no siempre ven con el fin de informarse, sino de olvidar sus problemas momentáneamente.

Es importante resaltar que este medio de masas es que más consumen los ecuatorianos, seguido de la radio e internet, lo que confirma, que la televisión es buena ventana publicitaria, tanto así, que grupos económicos ocupan espacios estelares, estos oligopolios, son quiénes al final financian al trabajo comunicacional.

Series cómicas

Dentro de las producciones ecuatorianas más recordadas tenemos algunas series como por ejemplo: **Dejémonos de vainas**; serie que reflejaba el humor, costumbres y situaciones ecuatorianas que rápidamente se llevó el cariño de sus espectadores en sus inicios en los

90s. A pesar de que el show era un remake de un programa colombiano del mismo nombre, la serie fue muy popular y en la actualidad todavía se lo recuerda con mucho cariño por muchas de las personas que lo vieron en su infancia y la otra **Mis adorables entenados**; empezando como una obra de teatro, la cual se basó en un comercial de lotería y poco a poco se convirtió en uno de los programas más populares de la televisión ecuatoriana de todos los tiempos. “Mis adorables entenados” era una serie costumbrista y llena de situaciones cómicas ecuatorianas por lo que es fácil entender por qué encantó a tantos televidentes.

Mofle TV

Este personaje caracterizado por la actriz Flor María Palomeque, inició en la serie cómica Vivos, protagonizando en diferentes programas, entre ellos; La Pareja Feliz junto a David Reinoso, No culpes a la Mofle, y actualmente Mofle TV.

Es una mujer de vestidos con tonos psicodélicos, rulos en su cabello, bigotes, medias de nailon, zapatillas, en donde se la conoce como La Mofle, en donde tiene más de quince años en la televisión y ahora se proyecta en la plataforma Youtube, a través del canal Mofle TV.

En junio del presente año se estrenó Canal oficial Mofle TV, hasta la actualidad ha logrado obtener 70.000 suscriptores. En dicho espacio se proyecta; noticiero, tips y novela, todo desde el toque cómico, en donde se transmite semanalmente cada capítulo los jueves a las 21:00.

2.4 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN 2008

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.

No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Estos Derechos irrenunciables al acceso de la información están plasmados en la Constitución de la República de Ecuador, por ende, se debe esa regularidad de medios, para así el perceptor de medios reciba información veraz y oportuna.

Otros artículos que respaldan o exigen una comunicación oportuna y equitativa son los siguientes: La comunicación como un servicio público.

Art. 81. El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIONES

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. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

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. 6.- Medios de comunicación social de carácter nacional.- Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

DERECHOS A LA COMUNICACIÓN

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

Art. 18.- Prohibición de censura previa.- Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona

que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desapruebe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.

DERECHOS DE LOS COMUNICADORES

Art. 39.- Derecho a la cláusula de conciencia.- La cláusula de conciencia es un derecho de los comunicadores sociales y las comunicadoras sociales, que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de sus funciones.

Las y los comunicadores sociales podrán aplicar la cláusula de conciencia, sin que este hecho pueda suponer sanción o perjuicio, para negarse de manera motivada ha:

1. Realizar una orden de trabajo o desarrollar contenidos, programas y mensajes contrarios al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación;
2. Suscribir un texto del que son autores, cuando éste haya sido modificado por un superior en contravención al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

El ejercicio de la cláusula de conciencia no puede ser considerado bajo ninguna circunstancia como causal legal de despido de la comunicadora o del comunicador social.

Plan del Buen Vivir

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, y el **Art. 20.-**

El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

CÓDIGO INTEGRAL PENAL

Artículo 176.- Discriminación.-La persona que salvo los casos previstos como políticas de acción afirmativa propague practique o incite a toda distinción, restricción, exclusión o preferencia en razón de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género u orientación sexual, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, condición socioeconómica, condición migratoria, discapacidad o estado de salud con el objetivo de anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de derechos en condiciones de igualdad, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. Si la infracción puntualizada en este artículo es ordenada o ejecutada por las o los servidores públicos, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años.

CAPÍTULO III

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Es el paso a paso que se realiza de manera fáctica para obtener los resultados según la problemática que se encuentra en estudio, este diseño fundamenta la calidad de la investigación. Los diseños se dividen en experimentales y de observación, la primera tiene la oportunidad de manipular la variable independiente y la segunda solo observar su comportamiento de manera voluntaria. También cuentan con la característica de ser transversales y longitudinales, en el caso del presente trabajo de titulación el diseño es de observación y transversal por motivo que solo se medirá una vez a la masa de estudio y será de manera voluntaria.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Esta búsqueda será de campo y de manera descriptiva, se implementarán técnicas enfocándose como objeto de estudio el octavo semestre de la carrera de Comunicación Social en la jornada matutina, de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Con técnicas como entrevistas, encuestas, etc y es descriptiva porque mediante esta investigación se va a analizar de manera concreta características, rasgos y tendencias

del grupo a indagar, así mismo también será cuantitativa y cualitativa porque busca recolectar datos para probar una hipótesis y patrones de comportamiento.

Investigación aplicada

En el proceso investigativo mediante esta técnica se va a analizar los problemas, para obtener el conocimiento necesario con la finalidad de una mejor apreciación y conformar estrategias para su solución.

Investigación descriptiva

Como su palabra lo menciona es la que describe todos los hechos y saberes que se manifiestan con importancia sobre las personas, sociedades, o cualquier otro objeto de estudio en sus diferentes circunstancias y aspectos.

Investigación explicativa

En la investigación explicativa se logra un mayor entendimiento del fenómeno de estudio, ligado a una comprobación de hipótesis, utilizando variables dependientes e independientes y como finiquito la conclusión de un suceso o problemática.

3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

✓ Método científico

Es una consecución de pasos para obtener resultados de confiabilidad. Esto provee mayor conocimiento a la investigación mediante la aplicación de métodos y técnicas que se rigen por un protocolo y que da sostenibilidad a la indagación.

✓ **Método analítico**

Es el que se encarga del estudio de las partes de un holístico para poder alcanzar un estudio global, como por ejemplo el estudio de cada planeta para entender el sistema solar dentro de su forma y comportamiento.

✓ **Método estadístico**

En este método se aplica todo lo fáctico como valores numéricos, demostración de características, procesos de elaboración, representación, descomposición, análisis, interpretación y proyección de la investigación utilizando:

- a) Los datos correctos de la muestra con lo cual se podrá tener una mejor observación de la problemática
- b) Provee conocimientos deductivos como inductivo.
- c) Técnicas e instrumentos de la investigación

✓ **Encuesta**

Se establece un talonario de preguntas abiertas o cerradas con el fin de obtener una óptica sobre el tema a tratar.

✓ **Entrevista**

Con esta herramienta se puede tomar apunte del conocimiento del especialista en cuestión al tema planteado para disipar dudas o concretar una opinión certera.

✓ **Cuestionario**

Son interrogantes claras, exactas y fáciles de resolver para optimizar el tiempo por motivos de predisposición del encuestado.

✓ **Guión de la entrevista**

Es una base de preguntas que ayuda a establecer un hilo conductor para que mediante interrogantes se obtenga respuestas necesarias para la correcta aplicación en la investigación.

✓ **Cámara fotográfica**

Permite capturar mediante imágenes la constancia de la participación del protagonista en la realización del trabajo en acción.

✓ **Grabadora de audio**

Es de prioridad contar con este elemento para guardar todo el audio que se genere en el trabajo con el fin de fundamentar y no perder ningún dato de importancia.

✓ **Laptop**

Herramienta que permite digitar y narrar todo el desarrollo del trabajo a realizar.

✓ **Sistema de software que se utilizará**

Utilitarios de Microsoft

• **World**

Se aplica normas APA, para la correcta construcción y presentación del contenido en el proyecto.

- **Excel**

Sirve para exponer los resultados estadísticos con la finalidad de una mejor comprensión visual del mismo.

- **Adobe Photoshop**

Herramienta que sirve para retocar o pulir alguna imagen que este inmersa dentro del proyecto como adjunto y en su sustentación.

- **Power Point**

Indispensable para plasmar los puntos a tratar y proyectar con la intención de sustentar el proyecto.

3.4 POBLACIÓN

Se trabajará con los estudiantes del Octavo Semestre, Jornada Matutina de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, año lectivo 2016-2017, según el departamento de Secretaría de la Facultad, existen **180** estudiantes matriculados legalmente de ese periodo, para lo cual es necesario desarrollar la fórmula del cálculo muestral.

Se tomó en cuenta la fórmula correspondiente al **Cálculo muestra simple**.

n:	TAMAÑO DE LA MUESTRA	?
N:	POBLACIÓN	180
pq:	VARIANZA POBLACIONAL	0,25
E:	ERROR MÁXIMO ADMISIBLE	0,05
K:	CONSTANTE DE CORRECCIÓN DE ERROR	2

$$n = \frac{N(pq)}{(N-1)(E/K)^2 + pq}$$

$$n = \frac{180(0,25)}{(180-1)(0,05/2)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{(179)(0,025)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{(179)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{0,111875 + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{0,361875}$$

$$n = 124,35.$$

$$n = 124 //$$

3.5 MUESTRA: 124 personas.

3.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

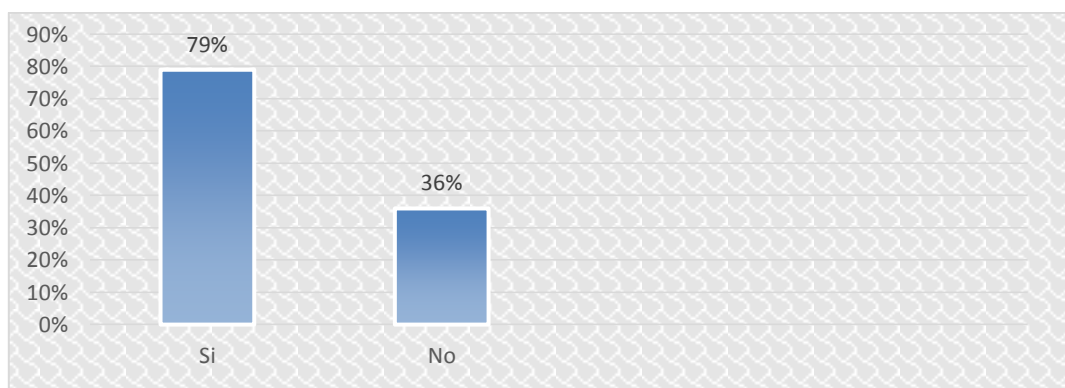
Tabla 1: ¿Usted ve series cómicas?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
SÍ	98	79%
NO	26	21%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 2: Porcentaje de la pregunta #1.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza.

Análisis e interpretación:

Como se puede observar, el **79 %** de los encuestados dijeron que **Sí** ven series cómicas; mientras el **36%** manifestó que **No**. De las 124 encuestas, la mayoría de la población está en contacto con los contenidos tratados en este trabajo, se puede deducir que no conocen del problema que están inmersos, como es la influencia de lo que proyectan ese tipo de programas.

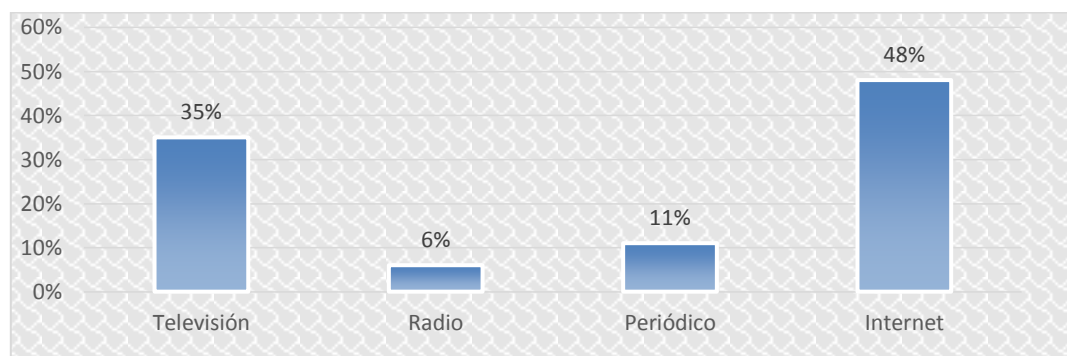
Tabla 2: ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere al momento de entretenerse?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Televisión	44	35%
Radio	8	6%
Periódico	12	11%
Internet	60	48%
Total	124	100 %

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza.

Gráfico 3: Porcentaje de la pregunta #2.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza.

Análisis e interpretación:

Con respecto a esta pregunta, el **48%** elige el internet, demostrado que ha cambiado la forma de informarse ante los medios convencionales, por otro lado el **35%** escogieron la

televisión, manteniéndose como medio de masa pero no en su totalidad; cabe recalcar que el **11%** que optan el periódico, es bajo y preocupante ya que este medio permite al lector tener las noticias directa y en último lugar la radio con el **6%** siendo de fácil acceso pero no de preferencia para los encuestados.

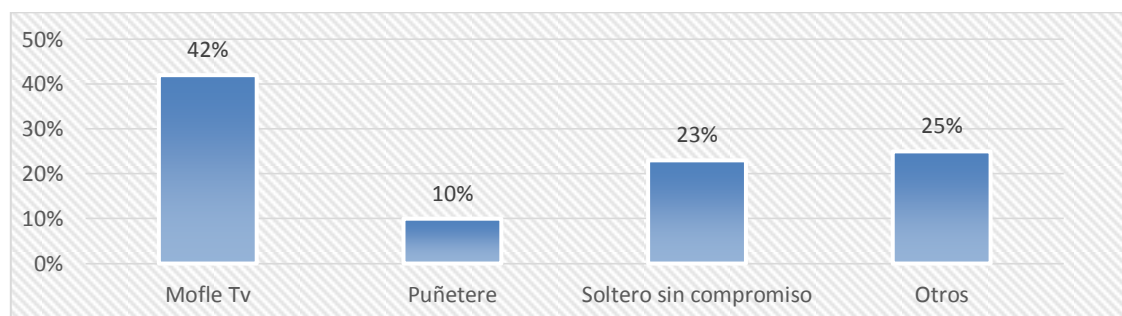
Tabla 3: ¿Cuál de estas series cómicas que se transmiten por YouTube ve usted?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Mofle TV	52	42%
Puñetere	12	10%
Soltero sin compromiso	28	23%
Otros	32	25%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 4: Porcentaje de la pregunta #3.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Se evidencia la gran acogida por parte de la serie cómica Mofle TV proporcionándose el **42%**; seguido del **25%** prefieren la opción Otro, aquí se puede observar que existen

diversos programas que entretienen al público, por otra parte el **23%** Soltero sin compromiso, serie reconocida que actualmente se transmite por YouTube y el **10%** prefiere puñetere donde tratan polémicas desde el punto de vista humorístico.

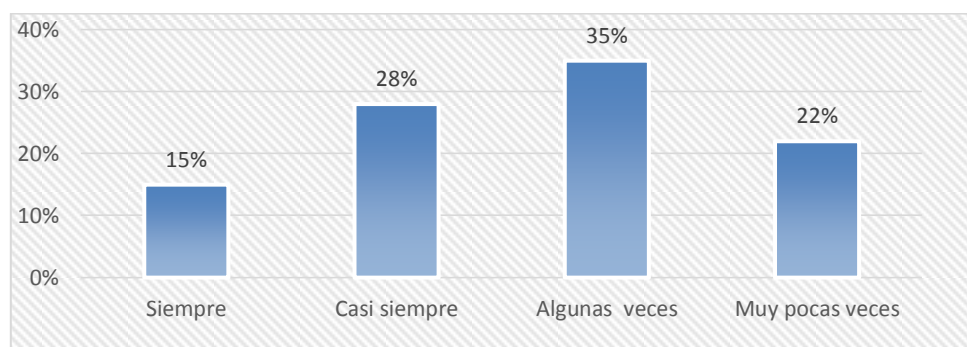
Tabla 4: ¿Con qué frecuencia ve estos programas?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	18	15%
Casi Siempre	35	28%
Algunas Veces	43	35%
Muy pocas veces	28	22%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 5: Porcentaje de la pregunta #4.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

La población tiende a sintonizar Algunas veces, arrojando el **35%**; seguido del **28%** con la opción Casi siempre; por otra parte el **22%** Muy pocas veces y Siempre el **15%**. Se observa que se da bastante preferencia por este tipo de programas, como lo son series cómicas, cayendo en el entretenimiento de doble sentido y con poco aporte para el espectador.

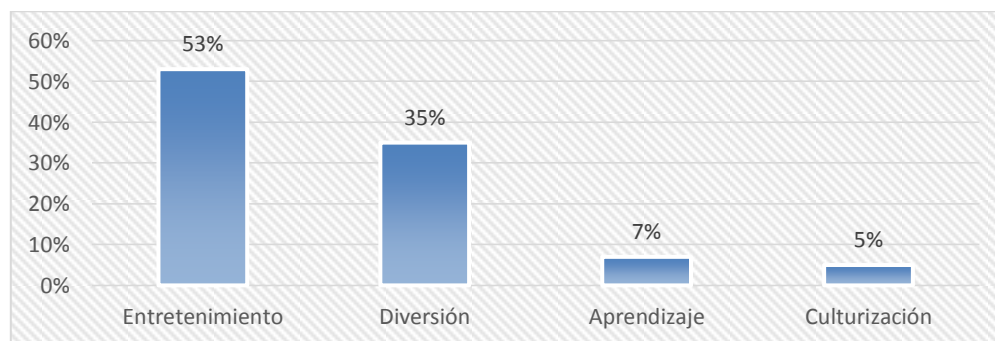
Tabla 5: ¿Por qué ve esos programas?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Entretenimiento	66	53%
Diversión	43	35 %
Aprendizaje	9	7%
Culturización	6	5%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 6: Porcentaje de la pregunta #5.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Al respecto de esta pregunta, sobre el por qué ven series cómicas el **53%** contestaron por Entretenimiento; el **35%** aseguró que por Diversión; mientras que el **7%** escogió la opción Aprendizaje y el **5%** Culturización.

Se interpreta que la población mayormente es consciente que solo entretienen estos tipos de programas, lo destacable es que poquísimos piensan que aportan en enseñanza y cultura los programas cómicos.

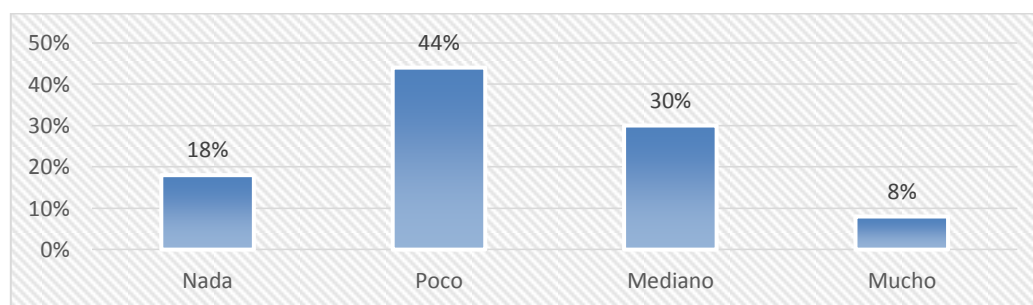
Tabla 6: ¿Usted hace esas bromas en su vida social?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Nada	23	18 %
Poco	54	44%
Mediano	37	30%
Mucho	10	8 %
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza.

Gráfico 7: Porcentaje de la pregunta #6.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Los resultados proporcionados en esta pregunta son los siguientes, la opción **Poco** el **44%** hacen bromas relacionadas a las series, el **30%** de manera **Mediana**, mientras que el **18%** **Nada** y apenas un **8%** **Mucho**.

Se observa que no existe un porcentaje mayoritario en relación bromas realizadas dentro de la vida cotidiana, pero cabe recalcar la opción Mediano que el 30% lo hace y Mucho apenas el 8%.

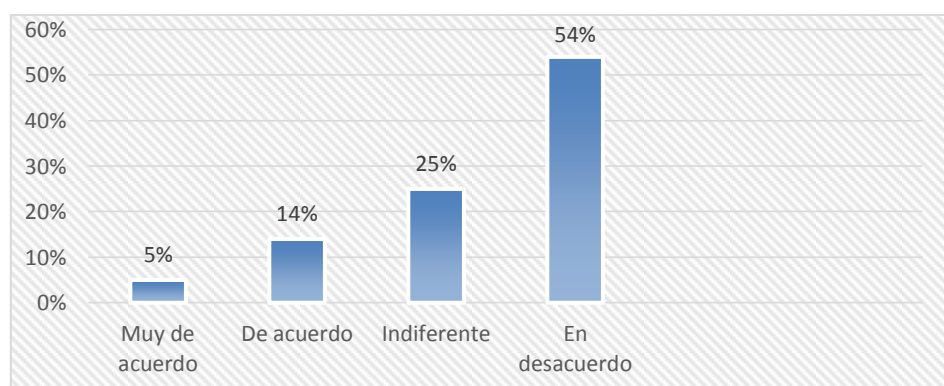
Tabla 7: ¿Le parece adecuado el lenguaje que se utiliza en estos programas cómicos?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	7	5%
De acuerdo	18	14%
Indiferente	32	25%
En desacuerdo	67	54%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 8: Porcentaje de la pregunta #7.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Se obtuvieron los siguientes resultados, el **54%** está En **desacuerdo** del lenguaje utilizado en las series cómicas al **25%** le parece **Indiferente**, otros está De acuerdo **14%** y por último **Muy de acuerdo** el **5%**.

Entre lo destacable de esta pregunta, es que el 54% no le parece el lenguaje utilizado es las series cómicas, demostrando inconformidad, además es preocupante que en YouTube hasta la actualidad no existen leyes para controlar estos tipos de contenidos.

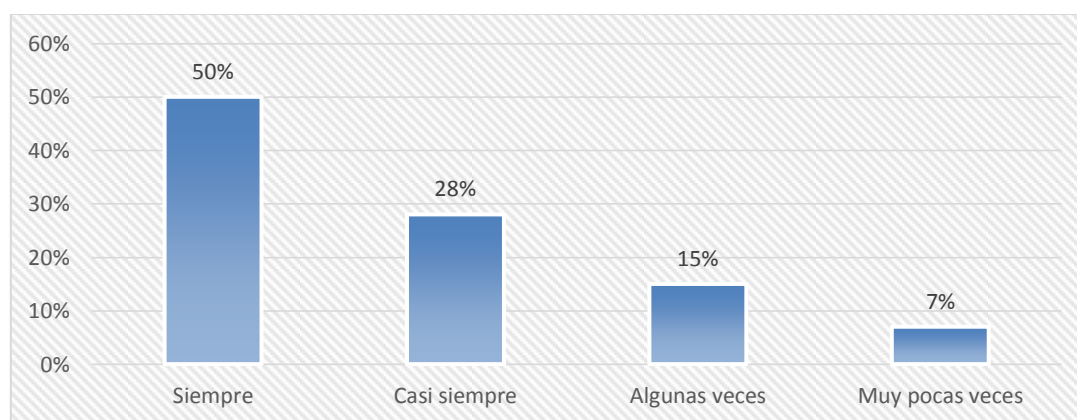
Tabla 8: ¿Le parece que estos programas denigran a quienes imitan?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	62	50%
Casi siempre	35	28 %
Algunas veces	18	15%
Muy pocas veces	9	7%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 9: Porcentaje de la pregunta #8.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

El **50%** expresaron que **Siempre** denigran los programas cómicos. El **28%** le parece **Casi siempre**, mientras que el **15%** opina que **Algunas veces** y el **7%** **Muy pocas veces**.

Se observa que el 50% le parece que en las series cómicas Siempre denigran a quienes imitan, porcentaje considerable, en donde se denota el descontento de la población, pero sin embargo sintonizan este tipo de programas.

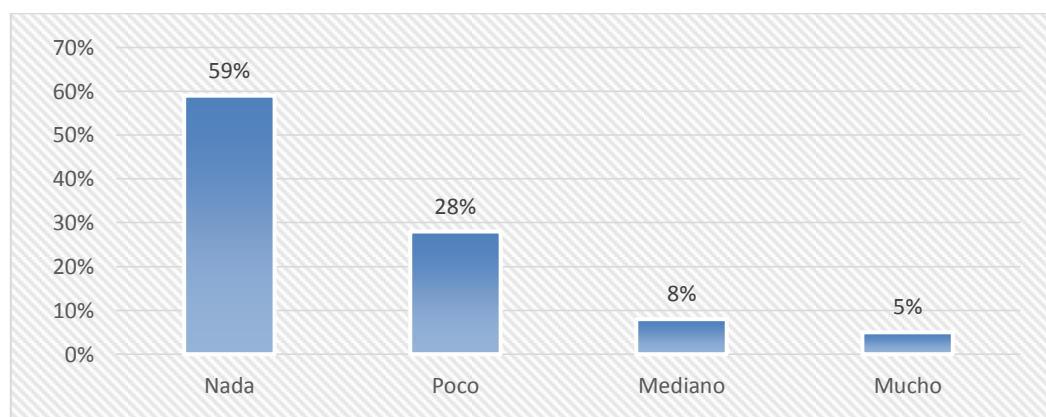
Tabla 9: ¿En qué medida cree que aporte en lo familiar estos programas cómicos?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Nada	73	59%
Poco	35	28%
Mediano	10	8%
Mucho	6	5%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza.

Gráfico 10: Porcentaje de la pregunta #9.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

El **59%** cree que aportan en **Nada** los programas cómicos, **28%** manifiesta que **Poco**, al **8%** de manera **Mediano** y el **5%** piensa que **Mucho**.

Con respecto a esta pregunta, el 59% indicó que no aportan a las familias los programas cómicos, se observa que la población tiene la perspectiva clara sobre los contenidos de esas series y apenas el 5% cree que Mucho, cayendo en un problema de concepción o interpretación este grupo de encuestados.

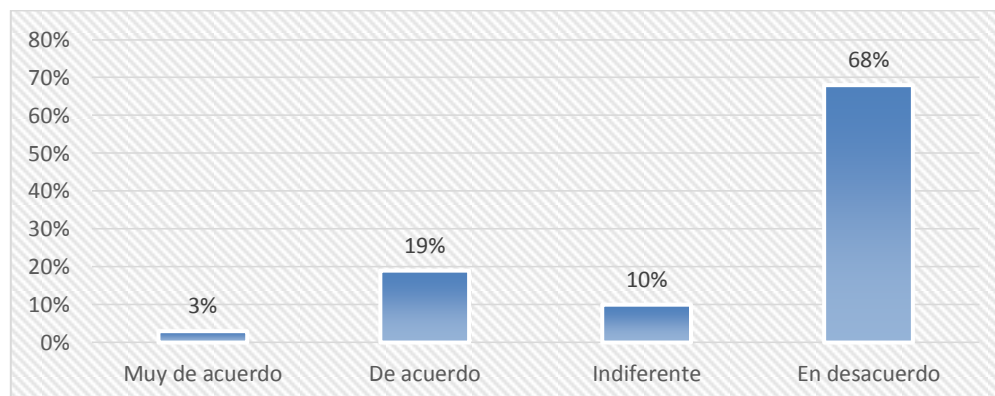
Tabla 10: ¿Considera que los contenidos de la serie Mofle TV se relacionan con la realidad de la mujer ecuatoriana?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	4	3%
De acuerdo	23	19 %
Indiferente	13	10 %
En desacuerdo	84	68 %
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 11: Porcentaje de la pregunta #10.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Elaborada por: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

En esta pregunta se dieron los siguientes resultados, siendo el **68%** de encuestados que manifestaron **En desacuerdo** en que se relaciona a la mujer ecuatoriana con el personaje Mofle, mientras que el **19%** está **De acuerdo**, al **10%** le parece **Indiferente** y por último el

3% opina **Muy de acuerdo**. Los resultados de esta pregunta el total rechazo por parte de la ciudadanía encuestado con la interpretación de la mujer en el personaje Mofle TV, arrojando el 68% con la opción En desacuerdo, mientras que el 3% le parece Muy de acuerdo, poco en relación a lo contrario.

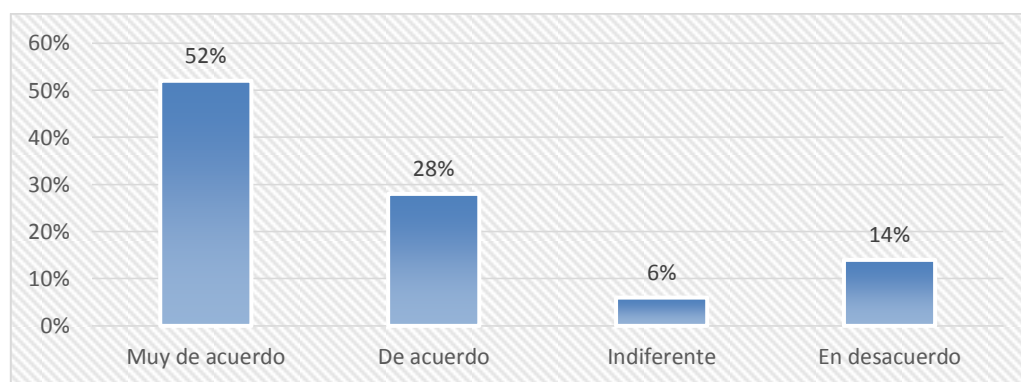
Tabla 11: ¿Cree que la serie cómica Mofle TV desvaloriza a la mujer hacia la sociedad?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	64	52 %
De acuerdo	35	28%
Indiferente	7	6%
En desacuerdo	18	14 %
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 12: Porcentaje de la pregunta #11.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Se arrojó que el 52% opina **Muy de acuerdo** que se desvaloriza a la mujer en la serie Mofle TV, el 28% le parece **De acuerdo**, por otra parte el 14% está **En desacuerdo** y el 6% le es **Indiferente**.

En esta pregunta, los encuestados mayormente opinaron que Mofle TV desvalora a la mujer en su serie, demostrando el descontento con lo que representa este personaje en su programa, proporcionándose el 52%, por otra parte al 6% le es indiferente.

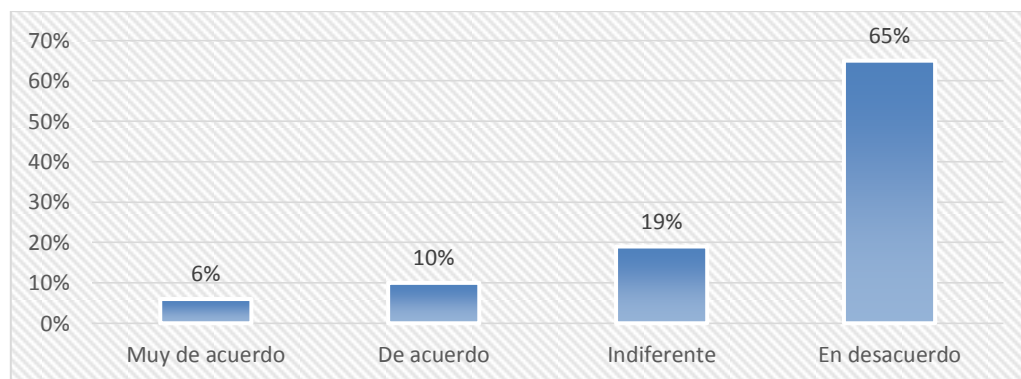
Tabla 12: ¿Piensa que la serie Mofle TV emite contenido de su interés para el ámbito laboral o familiar?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	7	6%
De acuerdo	12	10%
Indiferente	24	19%
En desacuerdo	81	65%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 13: Porcentaje de la pregunta #12.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Elaborada por: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

El **65%** de los encuestados están **En desacuerdo** que Mofle TV emite contenidos de interés en lo laboral o familiar, a su vez el **19%** le es **Indiferente**, mientras que el **10% De acuerdo** y el **6% Muy de acuerdo**

El alto porcentaje demuestra el desacuerdo con el 65% del contenido de Mofle TV para el ámbito laboral y familiar, confirmando que este tipo de series solo entretienen, pero deberían aprovechar su gran acogida para aportar positivamente a la sociedad.

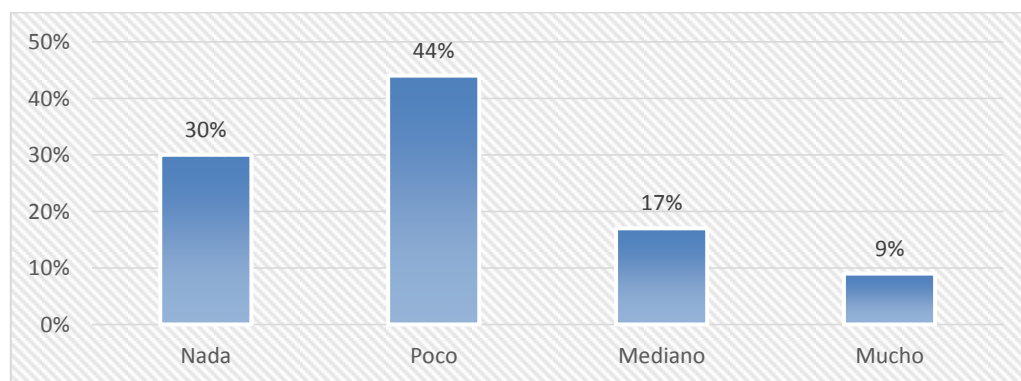
Tabla 13: ¿Ha visto programas cómicos que entretienen y divierten sin la necesidad de aplicar humor negro o satírico?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Nada	37	30%
Poco	55	44%
Mediano	21	17%
Mucho	11	9%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 14: Porcentaje de la pregunta #13.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

En relación al tipo de humor en series cómicas, el **44%** de los encuestados aseguraron que **Poco** se da un humor sin ser satírico o negro, el **30%** expresó que **Nada**, por otra parte el **17%** **Mediano** y el **9%** opinó que **Mucho**.

Es preocupante observar este alto porcentaje, el 44% indicó que Pocos han visto series sin humor negro o doble sentido, esto avala la temática tratada como trabajo de titulación, por otra parte, apenas el 9% aseguró que mucho. Lo que demuestra la falta de producción y creatividad sin la necesidad de denigrar o incitar a malos pensamientos dentro de los contenidos.

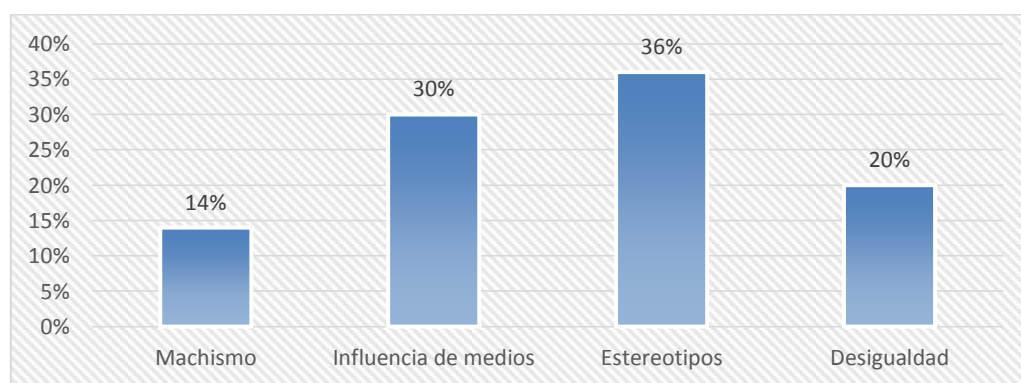
Tabla 14: ¿Por qué la mujer es considerada como ícono sexual o de burla de la sociedad en general?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Machismo	18	14%
Influencia de medios	37	30%
Estereotipos	44	36%
Desigualdad	25	20 %
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 15: Porcentaje de la pregunta #14.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

El **36%** cree que la mujer es considerada ícono sexual o de burla por **Estereotipos**, mientras que el **30%** manifestó que aquello se da tras la **Influencia de medios**, así como el **20%** opinó que es **Desigualdad** y el **14%** piensa que es por **Machismo**.

Se observa que no hay porcentajes rotundos sobre las opciones planteadas, pero cabe destacar que el 36% aseguró que a la mujer se la crea como ícono sexual por estereotipos, ya que siempre se ha marketeado la imagen femenina, además los medios influyen bastantes en el trato de la mujer por parte de la sociedad, puesto que la población tiende a seguir modelos.

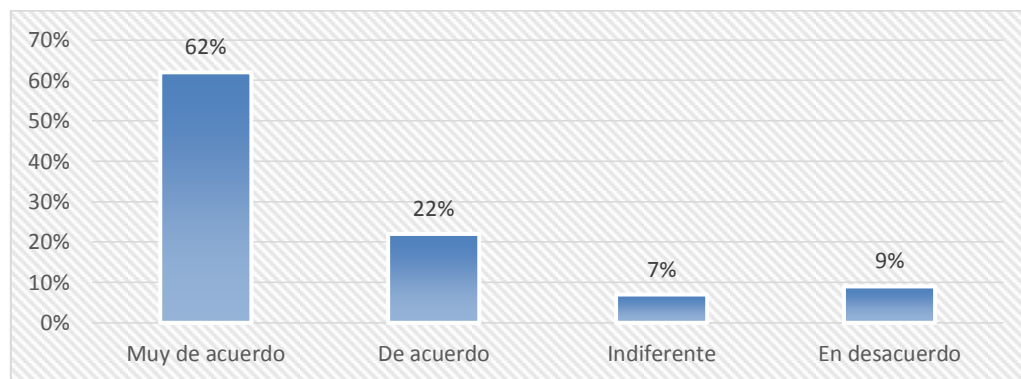
Tabla 15: ¿Le interesaría que se realice un reportaje en FACSO sobre tipos de humor y opiniones de expertos, para que conozca si merecen ser visto estas series cómicas?

ALTERNATIVA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	78	62%
De acuerdo	27	22%
Indiferente	7	7%
En desacuerdo	12	9%
Total	124	100%

Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Gráfico 16: Porcentaje de la pregunta #15.



Fuente: Estudiantes de Octavo Semestre-FACSO.

Autor: Kiara Aragundi Espinoza

Análisis e interpretación:

Esta pregunta relacionada a la propuesta los encuestados están interesados sobre el reportaje de series cómicas, proporcionando el **62% Muy de acuerdo**, seguido del **22% con De acuerdo**, mientras que el **9% está En desacuerdo** y el **7%** le es **Indiferente**.

En cuanto a la implementación de la propuesta, en esta pregunta se evidencia que el 62% está Muy de acuerdo, por ende, si la mayoría manifestó aquello, evidencia la viabilidad de la misma, apenas el 7% le es indiferente.

3.7 Discusión de resultados

Después de un trabajo de investigación, el mismo se convierte en una declaración base que servirá para confirmar o no un problema de investigación.

De esta manera se comprueba la siguiente hipótesis: La poca identificación de mensajes implícitos los puede volver vulnerables a los estudiantes de FACSO ante el contenido La Mofle TV transmitido a través de la plataforma YouTube.

Como se puede apreciar después de haberle hecho un seguimiento, es muy importante que la hipótesis planteada esté bien definida, para comprobar su validez. Esta debe caracterizarse siempre por dos formas: a) Ser verdadera o b) Falsa.

Los participantes en la investigación, en este caso estudiantes de Octavo Semestre, Jornada matutina de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, como público escogido para realizar la investigación.

Como se observan en los resultados, la gran mayoría categóricamente afirmaron que conocen lo malo y denigrante el contenido de la serie cómica Mofle Tv para la sociedad, otros a término medio prefirieron no profundizar sobre el tema.

La poca consciencia e importancia de los productores de programas cómicos en elaborar contenidos no solo de entretenimiento, sino de educar y orientar a la ciudadanía a través de estos espacios.

En base a lo expuesto, podemos decir que entonces que se ha probado la hipótesis, en la cual señala que finalmente es necesario que se mejoren los contenidos cómicos, información y campañas de más alcance e intensidad que contribuya a reducir el nivel de producción, para mejorar la calidad y así no haya un efecto popular, sino productivo en la sociedad.

3.8 ENTREVISTAS

Entrevista a Sra. Flor María Palomeque.

Actriz e intérprete del personaje Mofle TV.

1.- ¿Qué son series cómicas desde su perspectiva?

Para mí como actriz es disfrutar con responsabilidad porque la verdad es un trabajo que hago con mucho cariño para los YouTubers- videntes en este caso, me encanta y apasiona lo que hago, en este momento mi programa es mi trabajo, mi nido lo cuido. Esta idea nació hace 16 años, fue un personaje que se dio de lo cotidiano, la idea original no es mía, pero sí el personaje y surgió cuando entramos a Ecuavisa en el 2001, una ardua carrera donde el personaje ha tenido mejoras, ha evolucionado y cada vez trato de hacerlo mejor, más humano.

2.- ¿Afectó la aplicación del artículo 62 de la Ley Orgánica de Comunicación a series cómicas ecuatorianas?

Sí, fueron afectadas muchas series cómicas pero creo que esa parte en la Ley de Comunicación se satanizó bastante, es verdad que nuestros programas contaban la realidad de nuestro pueblo, pero lamentablemente se cogieron de esa Ley al pie de la letra y todo el mundo empezó a sentirse aludido, entonces sinceramente siento que cuartaron un poco la creatividad, la comedia, porque al hacerlo así tan tajantemente una mujer con rulos te discrimina a ti y si tú te sientes discriminada, tú me puedes demandar a mí, una sola persona y por eso el personaje y el programa salieron del aire.

3.- ¿Se puede crear humor sin llegar a herir la susceptibilidad de las personas?

No, porque ahorita todo el mundo es susceptible, es lamentable, pero si yo mañana me siento afectada por algo que salió en la televisión voy y pongo una demanda y así de sencillo gané. Es la parte en donde creo que la Ley de Comunicación ayudó mucho para ciertos artistas, pero también se hizo demasiado a rajatabla que a nosotros nos afectó bastante.

4.- ¿Para usted qué es Mofle TV?

La Mofle es la realidad del pueblo ecuatoriano, ella dice lo que está pasando y si eso te hace sentir aludida me da mucha pena, por eso me fui a YouTube, porque es la forma de poder expresarme sin tener que estar rindiendo cuentas, pero con responsabilidad porque yo siempre pienso que los niños me ven y sí hay un doble sentido, pero el niño tienen que estar muy avisado para entenderlo, hay un doble sentido en la parte política pero es como un tinte para darle sazón pero no con el ánimo de ofender.

5.- ¿Cree que Mofle denigra a la mujer ecuatoriana?

La Mofle es la mujer que tiene la mayor autoestima en este planeta, es la parte que no queda claro, solo ven el físico, más no la parte constructiva del personaje. La Mofle es una mujer que tiene personalidad, es una mujer que no se deja, es trabajadora, es verdad que al inicio era ama de casa y solamente quería que el marido la mantenga, pero el personaje evolucionó y para hacer una crítica tienes que haberme seguido y si no me has seguido, te quedaste con la primera idea que fue hace 16 años que viste el programa no han sido justos y eso es lo que creo que pasó con La Pareja Feliz. Mofle no te vende un cuerpo sino una personalidad, su interior.

6.- ¿Qué consejo le daría Flor María Palomeque a la mujer ecuatoriana que se siente estereotipada por la sociedad?

Debe trabajar mucho en su interior, si tú te sientes feliz contigo tú puedes ver mil cosas y a ti no te va afectar, al menos yo no dejo que nadie me haga daño, no me dejo afectar de nadie entonces de pronto ese el mensaje subliminal que mando con la Mofle, ella tiene mucho de mí, yo soy súper sincera, franca y directa, me gusta cultivar la parte emocional, entonces yo creo que las mujeres ahora debemos de salir de donde nos tienen estereotipadas, sacar ese liderazgo y empezar a llevar la batuta en el hogar, en la sociedad y en todo.

Entrevista al Lcdo. Vicente Tagle.

Director de la segunda edición sección nocturna del diario Expreso.

1.- ¿En cuánto series cómicas, cree que el contenido de estas incide en la sociedad?

Definitivamente que sí, series cómicas, culturales, educativas todas tienen su incidencia en la sociedad, absolutamente todo y más aún en la forma que se llegue y si es en la televisión mucho más, nosotros sabemos que la sociedad está acostumbrada a ver mucha televisión más que leer, escuchar noticias entonces definitivamente que el peso la incidencia de una serie cómica en la sociedad, sobre todo en la juventud es altísima

2.- ¿Qué piensa sobre la Ley Orgánica de Comunicación y las series cómicas en YouTube?

Nuestra Ley Orgánica de Comunicación intentó o hace el mayor esfuerzo por controlar todo lo que es la comunicación en sí, pero el internet se le va de las manos es un canal abierto lastimosamente al que tienen acceso nuestros jóvenes, los niños ¿Qué niño no hace uso de un celular? El acceso es ilimitado, fácil, sin mayor control de los padres y con la venia de los amigos y de los familiares, ven programas de chismes, la vecina con toda su patanería o la Mofle TV con todas sus excentricidades.

3.- ¿Justifica la forma de hacer humor por parte de Mofle TV para entretener al espectador?

No se justifica, pero es el medio más fácil para hacerlo, si han ido a la calle, a los parques, el teatro callejero, por ejemplo: ¿Cuál es la expresión más fácil del teatro callejero? El insulto, la agresión verbal, la burla hacia los demás, cuando se le burlan a uno todos gozan, TODOS pegan una carcajada es lo más fácil de hacer.

4.- ¿Considera que el personaje Mofle TV que denigra o estereotipa a la mujer

Sí la estereotipa y lastimosamente la mujer también se ha dejado estereotipar mucho, la pobreza, la presencia de la mujer, como que, si todas las mujeres ecuatorianas fuesen bueno más allá de ser un poco esbeltas delgadas o no, el descuido de la mujer como tal muestra a una mujer descuidada totalmente con un desgarbo total que ubica a una mujer ecuatoriana de la clase media baja he intenta identificar como que si así actuaran las mujeres ecuatorianas cuando no es así.

5.- ¿Qué sugeriría al personaje Mofle TV?

Le diría que no estereotipe a los pobres ni a la mujer, la pobreza es una condición social que no la elegimos más bien ayúdenos con el personal potencial de educar de transformar a una sociedad de incidir positivamente en los niños con el apoyo de instituciones públicas

sin dejar de lado su condición de generar gracia de hacer chiste, el problema básicamente está en la burla y en esta encasillar a la mujer.

Entrevista a Dra. Sada Fatuly.

Psicóloga y docente de FACSO.

1.- ¿En cuánto series cómicas, cree que el contenido de estas incide en la sociedad?

A lo que se refiere en series cómicas o culturales van a tener la llegada dependiendo de ese público que recibe este tipo de series, sí a mí me gustan las series cómicas las voy a recibir y definitivamente determino si me afecta o no, indiscutiblemente tiene que ver mucho con los aspectos de educación, condiciones culturales, procesos de vida para saber si tienen incidencia o no, si alguna serie tiene elementos ofensivos son grotescos en su exposición eso realmente desdice mucho de lo chistoso o gracioso, entonces lo van a seguir observando el punto es que va incidir desde la perspectiva que tenga la persona de ver o no ese programa.

2.- ¿Justifica la forma de hacer humor por parte de Mofle TV para entretener al espectador?

Creo que la relación que tienen las series cómicas está en función de quienes son los protagonistas de estas exposiciones, si la Mofle, las características de esta presentación son lo que ella ha de haber estudiado el mercado para creer que puede de alguna manera

producir entretenimiento en el espectador, creo que de alguna manera sí produce entretenimiento

3.- ¿El personaje de Mofle usted considera que denigra a la mujer?

No creo que la palabra adecuada sea denigrar, más pienso que la postura de este personaje hace como una relevancia de la mujer para que tenga respeto por sí misma, una autoestima elevada independientemente de sus propias características, indiscutiblemente que desde mi propia visión no me gustaría tener el aspecto de la Mofle, a nadie creo que le gustaría tenerlo, pero sin embargo hay personas que con características parecidas por descuido o por el proceso de la vida se pueden sentir mal y yo más bien diría que la Mofle desea decir “miren yo soy así, así me siento bien no tengo porque dejarme someter no tengo porque sentirme menos ”, pero también está la otra parte ella puede agredir o atacar para que no la hagan sentir mal a ella, pero yo más bien diría que es una forma de defenderse de las posibilidades que la ataquen por ser como es, independientemente de su apariencia física.

4.- ¿Por qué tienen más acogida las series cómicas que los programas culturales?

Lamentablemente son procesos del sistema, no hay tanta cultura para ver programas culturales, obviamente que existimos personas que nos gustan los programas culturales, pero también programas de chiste por ejemplo; me gusta las películas de Cantinflas y está hecho en un formato que lo puede ver cualquier persona y de diferentes edades, está hecho

hace 40 o 50 años aún conserva su significado, entonces creo que esto tiene que ver con el sistema, con sectores, con la educación, con la población.

5.- ¿Considera que los contenidos de este tipo de series se relacionen con la cotidianidad?

Me atrevería a decir que es a la inversa, esta realidad ha llevado que se haga forma de teatro o de chiste, pienso que la gente suele hacer esto, lo toman de esta manera natural o cotidiana, entonces como es una expresión que se observa en el día a día, estos artistas lo han plasmado en el escenario, ahora si se recomienda que esta actitud o conducta se la promueva para que sea una forma de dinamizar o de interactuar en las personas, no lo recomendaría pero si hay personas que se sienten bien imitándola, eso es otra cosa.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Producir un reportaje y proyectarlo en los medios audiovisuales para concienciar a estudiantes de FACSO sobre la influencia del contenido de Mofle TV.

4.1 INTRODUCCIÓN

Posterior al proceso de investigación del problema establecido en este trabajo de titulación, se plantea como solución, el desarrollo de un reportaje que disponga de los elementos necesarios para llegar al estudiante de FACSO, con la finalidad de crear conciencia de una manera diferente, dicho proyecto audiovisual también pretende ser ejemplo de un diseño distinto que llame la atención a los alumnos e incentive a elaborar mediante géneros periodísticos, temas de interés social que aporten a la formación de la crítica constructiva.

Este estudio, inicia con el deseo de evidenciar un problema que aqueja a nuestra sociedad estudiantil, a través de las encuestas realizadas se demuestra el índice de personas tanto

hombres como mujeres que se ven influenciadas por tipos de contenidos humorísticos que causa una deformación y atropello a los actos morales y del Buen Vivir.

El reportaje que será proyectado en los medios audiovisuales en FACSO, servirá de apoyo a los estudiantes de la Facultad, consta de características como igualdad de género, creatividad y opinión de expertos, estableciendo vínculos con el espectador de manera simultánea a medida de la reproducción del mismo.

La importancia de una sociedad que entienda lo que ve, lo que escucha y lo que habla es primordial para obtener un grupo social culto, se necesita comunicadores que estén preparados para enfrentar retos con una conciencia basada en la deontología, axiología y epistemología partes importantes dentro de la filosofía humana.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

La educación y el respeto por las personas que están dentro de una sociedad son la base de toda comunión pacífica y de un óptimo desenvolvimiento, el derecho de una persona termina cuando inicia el derecho de otra y de igual forma con la libertad, de manera continua la libertad no significa libertinaje, para actuar o emitir información sin ningún parámetro o normativa que la limite, en otras palabras el hecho de variar el medio no significa que debo seguir en lo absurdo y equívoco.

Al realizar este reportaje para presentarlo a la comunidad universitaria, se fundamenta el interés de una reforma en los contenidos de dicho espacio analizado con audiencia masiva, ya que mediante esta se retrocede y denigra el aspecto y figura representativa de la mujer en

la sociedad, además que también del tipo de información que se permite ingresar al subconsciente al momento de dicha apreciación no solo con las expresiones verbales, visuales y semióticas.

La capacidad de ser críticos entre los nuevos comunicadores es importante porque mediante ellos, usando sus ideas, pensamientos, juicios, ética y aprendizaje está la garantía de lo aprendido y lo que positivamente va a contribuir al grupo social en que se habite respetando todo tipo de creencia, cultura y sobre todo infundir tolerancia sin dejar atrás la creación de contenidos diversos que complementan a los hechos que se viven diariamente.

Un comunicador debe ser capaz de crear buena información, veraz y objetiva para los distintos géneros periodísticos con perfiles diferentes desde los más serios como los noticieros hasta los jocosos, graciosos y humorísticos como los de entretenimiento.

4.2.1 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.

- Producir un reportaje dinámico e informativo para concienciar a estudiantes de FACSO sobre los contenidos de la serie cómica Mofle TV.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA.

- Obtener opiniones de especialistas basados en los contenidos de Mofle TV.
- Delinear los parámetros técnicos y humanos para producir el reportaje.
- Establecer un compromiso con las autoridades de FACSO para la socialización y proyección del reportaje en beneficio de sus estudiantes.

4.3. DISEÑO DE LA PROPUESTA.

El nombre del reportaje es la interrogante ¿Tienes humor para saber de humor?, se plantea con el fin de captar el interés del público desde el inicio, y mantener la atención del espectador hasta el final, con este contenido audiovisual se va a llegar al consciente y subconsciente, demostrando en vivo como de manera mecánica y automática tenemos una reacción a cierta información o acción.

Basada en los estudios obtenidos en sociología, psicología, semiótica y comunicación visual todos planteados, dentro de la malla curricular de la carrera de Comunicación social y aplicada en el material se desea alcanzar los propósitos en detalle:

- Interés por temas sociales
- Innovación en diseño y planteamiento de problemáticas
- Incentivar a la crítica constructiva de contenidos
- Realizar una visión objetiva en función de mejoras para la sociedad
- Contrastar programaciones para crear o reformar de forma positiva

Gráfico 17: Guión de la propuesta.

¿Tienes humor para saber de humor?		AUDIO
VISUAL		música característica
Pantalla negra con (título del reportaje)		Insertar pequeña reseña de lo q es humor
Baile de Charles Chaplin		Las series cómicas se han ganado la aceptación del público a lo largo del tiempo, con la evolución de la tecnología muchas son virales en las redes sociales y en distintas plataformas como Youtube.
1er pantallazo		Off
Intro Mofle TV/ reseña de su llegada a la ciudad de Guayaquil capítulo 11		min 1:08 a 1:55
Extracto de la entrevista de Flor Maria Palomeque / imágenes de relleno del canal Mofle TV		audio de la entrevista 01:47 hasta 02:20
2do pantallazo		Ese es el caso de Mofle Tv, recordemos que esta transición tiene un antecedente donde el personaje de la Mofle emitía cierto contenido que fue sancionado con la ley de Comunicación en su art 62.
Pantalla negra (recordemos)		Off
Sketch Pareja Feliz que fue sancionado por discriminación a GLBTI Ecuador / https://www.youtube.com/watch?v=fa4A-EebvYtI badea mecánica		Desde el minuto 0:30 hasta 0:58 de este video
Imagen del art 62 de la ley de comunicación e ir deslizando lentamente		Leer el art 62. / efecto de teclado
Capítulo 25 como imagen de relleno		Dentro de su programación tiene un noticiero, el estado del tiempo, los tips y una parodia de telenovela adaptada a su personaje como protagonista, donde se acompaña muy bien mediante la actuación Flor Maria Palomeque y la Mofle
Extracto de la entrevista de Flor Maria Palomeque https://www.youtube.com/watch?v=2JWHys3b5ps		audio de la entrevista 05:41 hasta 06:06
https://www.youtube.com/watch?v=WFTu2sgTX2c&index=7&list=PLmbCry9RTMChd9HgQl5fGmJnNTPG1nTJ4		Introducir desde el 0:42 hasta 2:11/ desde 0:17 hasta 0:39 poner la entrada de mofle tv (respectivamente)
Extracto de la entrevista de la docente Saadia Fatuly		audio de la entrevista 01:05 hasta 01:30
Extracto de la entrevista del director de la 2da edición de Diario Expreso		audio de la entrevista 6:04 hasta 6:20
Extracto de la entrevista de Flor Maria Palomeque		audio de la entrevista 04:30 hasta 04:44
Extracto de la entrevista del director de la 2da edición de Diario Expreso		audio de la entrevista 9:42 hasta 10:08
Extracto de la entrevista del director de la 2da edición de Diario Expreso/ Mensaje hacia los estudiantes...		audio de la entrevista 15:30 hasta 15:57
canción de registre https://www.youtube.com/watch?v=AtbXvbwgc0		Completo

72

4.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Reportaje: ¿Tienes humor para saber de humor?

Tipo: Apto para todo de público.

Idioma: Castellano

Emisión: 01

Tiempo: 5 minutos.

Sede: Guayaquil

País: Ecuador.

Tabla 16: Descripción del vídeo.

Programa	Actividades	Duración	Observaciones
REPORTAJE ¿Tienes humor para saber de humor?	Entrevistas Notas periodísticas Buscar fuentes	Duración del espacio de 5 minutos.	Transmisión de lunes a viernes en medios audiovisuales en FACSO.

4.5 PRESUPUESTO.

Presupuesto de Recurso Humano:

Tabla 17: Presupuesto

Nombre	Actividad	Ingreso Mensual
Comunicador Social	Presentar los contenidos	\$ 700
Reportero y Editor	Coberturas de notas	\$ 550
Camarógrafo	Realización de tomas	\$ 400
Total		\$ 1.650

Presupuesto de Equipos:

Tabla 18: Presupuesto

Nombre	Detalle	Valor
Cámaras filmadoras	2	\$ 1.000
Computadoras	2	\$ 1,000
Trípode	1	\$ 50
Micrófonos	2	\$ 100
Total		\$ 2,150

PRESUPUESTO GENERAL: \$ 3,800.00

4.6. AUTOFINANCIAMIENTO.

Para llevar a cabo esta propuesta se utilizarán recursos independientes, debido a que se cuenta con los equipos necesarios para la elaboración de dicho reportaje y el valor económico para cubrir los honorarios correspondientes de los profesionales que intervienen en la realización de este proyecto.

4.7 CONCLUSIONES

1.- En las investigaciones bibliográficas se citaron varios autores, como por ejemplo; **Puig y Lippman**, ellos habla acerca de las sociedades, tomando en cuenta que al humano se lo divide en grupos para crear necesidades, cayendo en personas sin cultura ni desarrollo, esto se relaciona al poco aporte de los medios de comunicación hacia el espectador.

2.- Los estudiantes de Octavo Semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad de Guayaquil del presente año lectivo prefieren la televisión e internet como medios de entretenimiento, siendo la serie Mofle TV una de las más sintonizadas, lo que demuestra la realidad en cuanto a lo que ven los futuros comunicadores sociales.

3.- En cuanto a las entrevistas realizadas; Flor María Palomeque, intérprete de Mofle TV expresó que su personaje en defensa de la mujer, asegurando que emana seguridad y autoestima para las que se sientan identificadas, mientras que para el periodista Vicente Tagle, manifestó que se debe aprovechar la popularidad y el medio para educar a la sociedad.

4.- Los estudiantes están prestos a recibir el material como propuesta a la posible solución del problema planteado, es así que un reportaje servirá para orientarlos y enfatizarles la responsabilidad de ver y escuchar contenidos con criterio como futuros comunicadores sociales.

4.8 RECOMENDACIONES.

1.- Los artistas que entretienen a través del teatro deben tener en cuenta que son seguidos por pequeños y grandes, por ende, deben cuidar los contenidos lingüísticos y cinéticos.

2.- Establecer leyes de contenidos por las redes y plataformas como YouTube para de esta manera controlar sus contenidos hacia los usuarios, porque actualmente el internet es uno de los medios más utilizados por la sociedad.

3.- Los personajes o gente de los medios de comunicación deberían transmitir contenidos de calidad, dentro de ello, valores y principios como verdaderos profesionales.

4.- Fomentar proyectos de pensamiento crítico en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil para formar a futuros profesionales capaces de preocuparse por problemáticas como la tratada y asistan las necesidades de la sociedad.

4.9 GLOSARIO

Televisión:

1. f. Sistema de transmisión de imágenes a distancia, que en la emisora se transforman en ondas electromagnéticas y se recuperan en el aparato receptor.

Cómico:

1. adj. Que divierte y hace reír. Situación cómica. Perteneciente o relativo a la comedia.

Comunicación

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.

Estereotipo:

1. m. Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad.

Serie:

1. f. Conjunto de cosas que se suceden unas a otras y que están relacionadas entre sí.

Sociedad:

1. f. Conjunto de personas, pueblos o naciones que conviven bajo normas comunes. *Viven marginados de la sociedad.*

Género:

1. m. Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes.
2. m. Clase o tipo a que pertenecen personas o cosas. *Ese género de bromas no me gusta*

Influencia:

1. f. Acción y efecto de influir.
2. f. Poder, valimiento, autoridad de alguien para con otra u otras personas o para intervenir en un negocio.

Mensaje:

1. m. Recado que envía alguien a otra persona.

2. m. Aportación religiosa, moral, intelectual o estética de una persona, doctrina u obra.

Internet:

1.m.f. Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Dialecto:

1. m. Variedad de un idioma que no alcanza la categoría social de lengua.

2. m. Ling. Sistema lingüístico considerado con relación al grupo de los varios derivados de un tronco común.

Cultura:

2. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.

3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Información:

1. f. Acción y efecto de informar.

2. f. Oficina donde se informa sobre algo.

Peyorativo, va:

1. adj. Dicho de una palabra o de un modo de expresión: Que indica una idea desfavorable.

4.10 BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, J (2009) Sociedad de consumo, Siglo XXI, Madrid-España. Recuperado en: <https://ganexa.edu.pa/wp-content/uploads/2014/11/ARTGBaudrillardJeanLaSociedadDeConsumoSusMitosSusEstructuras.pdf>

Constitución de la República de Ecuador (2008). Artículos 18-19-81. Publicado en Registro Oficial 449 de 20-oct-2008. Recuperado en: http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf

Hernández, R (2014). Metodología de la investigación, Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

Internet Society (2016). Historia de internet. Publicado en Geneva, Switzerland.

Ley Orgánica de Comunicación (2013). Artículos 3-4-5-6-8-16-17-18-39. Publicado en el Registro Oficial 22. Recuperado en: http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

López, D (2016). Familiar y Valores, Un Estudio Transcultural con Adolescentes. Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco, España.

Mateos de Cabo, R (2007). La presencia de estereotipos en los Medios de comunicación: análisis de la Prensa digital española. Universidad CEU San Pablo, Madrid.

Régimen del Buen Vivir (2008). Artículo 97-106. Publicado en Registro Oficial 449 de 20-oct-2008. Recuperado en: <http://www.buenvivir.gob.ec/>

4.11 LINKOGRAFÍA

Barrera L, Luis (2009) El humor en la comunicación cotidiana o cómo defendernos de la adversidad. Publicado en Caracas. Recuperado en http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0459-12832009000100002

Enciclopedia de Clasificaciones (2016). Tipos de estereotipos. Recuperado de: <http://www.tiposde.org/sociedad/835-tipos-de-estereotipos/>

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. (2010). Comunicación de masas. Recuperado en: http://www.periodismoonline.de/comunicacion/Comunicacion_de_masas.pdf

Pellini Claudio (2010) Historia de la comunicación. Recuperado en: <http://historiaybiografias.com/comunicacion/>

Ramírez, S. Bartolomé, De Simone S. Garibotti, C. Saldoval, M. Suenzo, M (2010).

Identidad, estereotipos y representaciones sociales: del discurso de los personajes femeninos en Sin tetas no hay paraíso, Extraído: 08 de septiembre 2016, Recuperado: <http://live.v1.udesa.edu.ar/files/UAHUMANIDADES/EVENTOS/PAPERRGELBES181012.PDF>

Raymond, W (2010). “La tecnología y la sociedad”, Extraído: 25 de agosto de 2016, Recuperado: <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD6-Williams-Tecnologiaysociedad.pdf>

Real Academia de la Lengua Español (2016) Diccionario de la RAE, Extraído: 16 de octubre 2016, Recuperado: <http://dle.rae.es/?id=VPXyHQm>

4.11 ANEXOS

Esta
de



encuesta es realizada con el
lograr importante información
desarrollo del proyecto de



propósito
durante el
titulación:

“Análisis del contenido de la serie cómica Mofle TV y su efecto en los estudiantes de Octavo Semestre FACSO, año lectivo 2016-2017”, previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

1.- ¿Usted ve series cómicas?

SÍ () NO ()

2.- ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere al momento de entretenerse?

Televisión () Radio () Periódico () Internet ()

3.- ¿Cuál de estas series cómicas que se transmiten por YouTube ve usted?

Mofle TV () Puñetere () Soltero sin compromiso () Otros ()

4.- ¿Con qué frecuencia ve estos programas?

Siempre () Casi Siempre () Algunas veces () Muy pocas veces ()

5.- ¿Por qué ve esos programas?

Entretenimiento () Diversión () Aprendizaje () Culturización ()

6.- ¿Usted hace esas bromas en su vida social?

Nada () Poco () Mediano () Mucho ()

7.- ¿Se siente identificado con el lenguaje que se utilizan en estos programas cómicos?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

8.- ¿Le parece que estos programas denigran a quienes imitan y visualizan?

Siempre () Casi siempre () Algunas veces () Muy pocas veces ()

9.- ¿En qué medida cree que aporte en lo familiar estos programas cómicos?

Nada () Poco () Mediano () Mucho ()

10.- ¿Considera que los contenidos de la serie Mofle TV se relacionan con la realidad de la mujer ecuatoriana?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

11.- ¿Cree que la serie cómica Mofle TV desvaloriza a la mujer hacia la sociedad?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

12.- ¿Piensa que la serie Mofle TV emite contenido de su interés para el ámbito laboral o familiar?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

13.- ¿Ha visto programas cómicos que entretienen y divierten sin la necesidad de aplicar humor negro o satírico?

Nada () Poco () Mediano () Mucho ()

14.- ¿Por qué la mujer es considerada como ícono sexual o de burla de la sociedad en general?

Machismo () Influencia de los medios de Comunicación ()

Estereotipos () Desigualdad ()

15.- ¿Le interesaría ver un reportaje sobre tipos de humor y opiniones de expertos, para que conozca si merecen ser visto estas series cómicas?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

Guayaquil, 05 de diciembre del 2016.

Lcdo. Vicente Tagle.

Director de Segunda Edición de Diario Expreso.

Reciba un cordial saludo, el presente escrito es para solicitarle a Ud. muy respetuosamente facilite **una entrevista de aproximadamente 30 minutos**, puesto que estoy desarrollando un tema de proyecto relacionado a la serie cómica Mofle TV, transmitida en You Tube. Servirá de mucho su ayuda para **lograr un buen trabajo de titulación** en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Esperando una pronta respuesta. Suscribo.

Adjunto las preguntas de la entrevista.

Att.

Kiara Aragundi

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS:

- 1.- ¿En cuanto a series cómicas, cree que el contenido de estas incidan en la sociedad?**
- 2.- ¿Justifican la manera de hacer humor por parte de Mofle TV para mantener entretenido al espectador?**
- 3.- ¿Cree que el personaje Mofle TV denigra a la mujer ecuatoriana?**
- 4.- ¿Qué piensa de la Ley Orgánica de Comunicación y las series cómicas transmitidas a través de YouTube?**
- 5.- ¿Por qué una serie cómica tiene más acogida que un programa cultural?**



Entrevista con; Flor María Palomeque, interprete del personaje Mofle TV.



Entrevista con la Dra. Sada Fatuly, docente de FACSO.



Entrevista a Vicente Tagle; Director de la segunda edición de diario Expreso.

Encuesta a estudiantes de Octavo semestre de la carrera Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.









Lunes, 8 de febrero del 2017.

Lcdo. Kléber Loo MSc.

Decano de FACSO.

Presente.-

Yo, **Kiara Thalía Aragundi Espinoza**, con **C. C. 0919361691**, egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, me dirijo a Ud. Muy respetuosamente, para solicitarle de favor **autorice la reproducción en los medios audiovisuales de la Facultad de un reportaje sobre la influencia de contenidos de series cómicas**, puesto que ya finalicé mi proyecto de titulación: **"Análisis del contenido de la serie cómica Mofle TV y su efecto en los estudiantes de Octavo Semestre FACSO, año lectivo 2016-2017"**, por lo cual necesito esa área **para la ejecución de la propuesta planteada como solución comunicacional**, la misma que también serviría como mejora para la Facultad.

Me despido, de antemano quedo muy agradecida.

ATT.

Kiara Thalía Aragundi Espinoza

C. C. 0919361691

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DECANATO

10 FEB 2017

FLOR VALDECRANA,
10:00

Implementación de la propuesta en los estudiantes de Octavo Semestre de FACSO.



Presentación del vídeo Mofle TV en los laboratorios de FACSO.



Exposición de la temática sobre los contenidos de la serie cómica Mofle TV.



Estudiantes manifestando sus inquietudes a la expositora.

Certificado de porcentaje de plagio (Urkund).

17 D25604493 - ANÁLISIS DE CONTENIDO DE MOFLETV.docx - Urkund

Lista de fuentes Bloques

Documento	ANÁLISIS DE CONTENIDO DE MOFLETV.docx (D25604493)	
Presentado	2017-02-09 14:01 (-05:00)	
Presentado por	klara_thalia_92@hotmail.com	
Recibido	carvajalmr.ug@analysis.orkund.com	
Mensaje	TESIS POR EL PROGRAMA ANTIPLAGIO URKUND. Mostrar el mensaje completo 3% de esta aprox. 23 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.	

Exportar Compartir

84%

0 Advertencia Activo Reiniciar

Cuando se trata de temas relacionados con la política. Por ello, se determinó la necesidad de escoger esta serie cómica, Mofle Tv, en donde su protagonista, emite dichos contenidos. Personaje que se extrajo de la comedia "La Pareja Feliz" del programa vivos en el canal Teleamazonas, después tuvo su propio espacio en un programa de entrevista llamado "No culpes a la Mofle", y este año creó su canal Mofle Tv en You Tube, después que se dejara de transmitir sus contenidos en dicha televisora, por varias denuncias,

basadas en el Art 62 de la Ley de Comunicación, donde atropella lo estipulado en contenidos discriminatorios por razón de sexo y orientación sexual. Sin apartar la realidad, los nuevos intereses del público, es poder estar informados y entretenidos en donde se encuentre, eso se realiza mediante dispositivos electrónicos; motivo por el cual, hay mayor frecuencia de esta emigración a la plataforma You Tube, porque no son limitados ni sancionados, tienen la libertad que los medios de comunicación no la

se basa en cuatro capítulos: el primero, planteamiento del problema en este se detalla todo la estructura del proyecto, la problemática en sí, análisis de programas de variedades "De Casa En Casa" y "En contacto". Se escogió esta temática porque actualmente se da poca información educativa

www.orkund.com/View/25379052-210846-3232088c11b3VeyibQMdQxNNcahNAxGHWMdEidvRkxMzBMvdxQzECQVaxDMwMMuNY3Ni