



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:**

**ANÁLISIS COMUNICOLÓGICO DE LOS PROGRAMAS DE  
ENTRETENIMIENTO DE EN CONTACTO Y EL CLUB DE LA  
MAÑANA EN LAS AMAS DE CASAS EN EL CANTÓN DAULE**

**AUTORA:**

**SAYDA MERY NORIEGA CANDELARIO**

**TUTOR**

**MGS.VICTOR HUGO DEL POZO RAYMOND**

**GUAYAQUIL, AGOSTO 2017**



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y  
TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE  
GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Noriega Candelario Sayda Mery		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Mgs. Víctor Hugo del Pozo Raymond		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Comunicación Social		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Comunicación Social		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>			
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	85
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicacion, programas de entretenimiento		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Comunicación, televisión, programas de entretenimientos, comportamiento social, amas de casas.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT :</b>	<p>Uno de los principales medios masivos de comunicación es la televisión la misma que tiene una gran variedad de programación donde la sociedad en general puede escoger un sinnúmero de programas de cualquier índole.</p> <p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar como el contenido de los programas de entretenimientos de En contacto y El club de la mañana inciden en el comportamiento social de las amas de casas en el cantón Daule. Gracias a este estudio se puede conocer si los contenidos de estos programas de entretenimientos influyen en el comportamiento de estas.</p> <p>Es por ello se propone realizar una revista informativa dirigidas a las amas de casas en la cual se desarrollaran temas de interés con la finalidad mantener informadas de una forma más divertida y practica que ayuden a sus hogares y al aprendizaje de las mismas.</p> <p>Esta revista será distribuida todos los sábados cada quince días y será entregada a las amas de casas del cantón la cual tendrá una duración de seis meses.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0980606235	E-mail: saydamery@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Mgs. Víctor Hugo del Pozo Raymond		
	<b>Teléfono:</b> 0994054232		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:victor.delpozor@ug.edu.ec">victor.delpozor@ug.edu.ec</a>		



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

---

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 30 de Agosto de 2017

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR**

Habiendo sido nombrado **MSc. Pedro Alvarado Andino PhD**, tutor del trabajo de titulación **Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule**. certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Sayda Mery Noriega Candelario**, con C.I. No. **092905856-8**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**, en la Carrera de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

---

MSc. PEDRO ALVARADO ANDINO

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. No. 0915093629



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

---

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL  
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Sayda Mery Noriega Candelario con C.I. No. 092905856-8, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule, son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

---

**SAYDA MERY NORIEGA CANDELARIO**  
C.I. No. **0929058568**

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

---

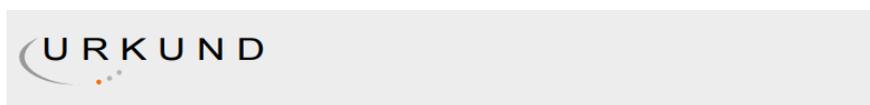
---

UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado VÍCTOR HUGO DEL POZO RAYMOND, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por SAYDA MERY NORIEGA CANDELARIO C.C.:092905856-8, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación: Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el **0%** de coincidencia.



Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ultimo Trabajo de titulación Facso UG SAYDA MERY NORIEGA CANDELARIO.pdf (D30248439)  
**Submitted:** 2017-08-25 19:12:00  
**Submitted By:** victor.delpozor@ug.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

---

NOMBRE DEL DOCENTE TUTOR

C.I. \_\_\_\_\_



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

---

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 28 de Agosto de 2017

Sr.

**Julio César Armanza**

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de **Titulación Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule** del (los) estudiante (s) **Sayda Mery Noriega Candelario**, indicando ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

---

**MGs. Victor Hugo Del Pozo Raymond**

**C.I. 0922884465**

## **Dedicatoria**

A Dios quien fortaleció mi espíritu y mis ganas de seguir adelante en todo momento.

A mis padres, que me han ayudado mucho, dándome su apoyo y siempre estar ahí y ayudarme en los momentos más difíciles.

A mi hijo Mathías, porque a pesar de no estar mucho tiempo con él ha sabido entender mi situación de seguir con mis estudios por el bienestar de ambos.

A mi esposo Juan por su apoyo incondicional y por confiar en mí.

A mi tía Bella, por ayudarme y aconsejarme mucho para poder llegar a obtener mi título.

A mis suegros, por apoyarme con los recursos económicos para poder culminar mis estudios y por confiar en mí siempre, ya que sin ellos no podría haber terminado esto.

A mis amigas, por siempre estar ahí compartiendo sus conocimientos y cada uno de los momentos de alegrías y tristezas.

## **Agradecimiento**

A dios por iniciar este camino y por permitirme culminar este ciclo de mi carrera profesional.

Quiero agradecer a mis padres por su apoyo incondicional durante todo el proceso de la carrera que ya que fueron el pilar fundamental para poder cumplir esta meta.

A mi hijo por ser el motivo principal para seguir adelante, a mi esposo que siempre me apoyo en cada una de mis decisiones. A mi suegro por su apoyo económico y confiar en mí.

A mis amigas, por siempre apoyarme para terminar mi trabajo de investigación.

Gracias a mi tutor Mgs. Victor Hugo Del Pozo Raymond, por la dedicación y tiempo por brindarme todos sus conocimientos y asesoría en la culminación de mi tesis.

## Tabla de Contenido

PORTADA	
Repositorio Nacional de Ciencias y Tecnologías.....	i
Certificado de aprobación de Tutor de Trabajo de Titulación.....	ii
Licencia Gratuita.....	iii
Certificación de Porcentaje de Similitud.....	iv
Certificado de Aprobación de Tutor de Trabajo de Titulación .....	v
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice de Contenido.....	viii
Índice de Tablas.....	xi
índice de Figuras.....	xii
Índice de Anexos.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	2
1.2 Formulación y sistematización del problema .....	2
1.2.1. Formulación del problema.....	2
1.2.2. Sistematización del Problema .....	3
1.3 Objetivos de la investigación .....	3
1.3.1 Objetivo General .....	3
1.3.2 Objetivos Específicos .....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5. Delimitación.....	4
1.6. Hipótesis .....	5
1.7 Operacionalización de las variables .....	5
1.7.1 Variable Dependiente.....	5
1.7.2 Variable Independiente: .....	5
1.8 Definición conceptual de las variables .....	6
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
2.2. Marco Teórico .....	9

2.3. MARCO CONTEXTUAL.....	18
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.5. MARCO LEGAL.....	23
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>28</b>
3.1. Diseño de la Investigación .....	28
3.2. Tipos de Investigación .....	28
3.2.1 Investigación Descriptiva .....	28
3.2.2. Investigación Explicativa .....	28
3.3. Metodología.....	28
3.3.1. Método Deductivo.....	29
3.3.2. Método Inductivo .....	29
3.3.3. Método Descriptivo .....	29
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	30
3.5.2. Entrevista .....	30
3.6. Población y muestra .....	31
3.6.1. Cálculo Muestral .....	31
3.6.2. Fórmula Cálculo Muestral .....	31
.....	32
3.6.2. Operacionalización de las variables.....	33
3.7. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.....	33
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>56</b>
PROPUESTA.....	56
4.1. Introducción .....	56
4.2. Descripción de la propuesta.....	56
4.3. Justificación.....	56
4.4. Datos informativos .....	57
4.5. Objetivos de la propuesta.....	57
4.5.1. Objetivo General .....	57
4.5.2. Objetivos Específicos .....	57
4.6. Responsables .....	58
4.7. Contenidos de la propuesta .....	58
4.8. Cronograma de actividades .....	59
4.9. Recursos.....	60
4.10. Responsable.....	60
4.11. Presupuesto .....	61
Referencias Bibliográficas .....	64

Anexos.....	65
-------------	----

## Índice de Tablas

<b>Tabla# 1</b>	Parrilla de programación de los programas .....	19
<b>Tabla #2</b>	Operacionalización de las variables.....	33
<b>Tabla #3</b>	Rango de edades de las amas de casas del cantón Daule .....	34
<b>Tabla #4</b>	1.-¿En qué horario sintoniza más la televisión?.....	35
<b>Tabla #5</b>	2. ¿Qué tipo de programas televisivos usted prefiere ver? .....	36
<b>Tabla #6</b>	3.-De las siguientes opciones de programas de entretenimiento ¿Qué programa matutino sintoniza? Puede escoger más de uno.....	37
<b>Tabla #7</b>	4.-¿Cuál es la razón por la cual sintonizaría el programa de entretenimiento televisivo de su elección? .....	38
<b>Tabla #8</b>	5.-¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de En Contacto? .....	39
<b>Tabla #9</b>	6.-¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de El Club de la Mañana? .....	40
<b>Tabla #10</b>	7.-¿Con qué frecuencia sintoniza el programa de En Contacto? ....	41
<b>Tabla #11</b>	8.-¿Con qué frecuencia sintoniza el programa El Club de la Mañana? .....	42
<b>Tabla #12</b>	9.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa de En Contacto afecta de alguna manera en su comportamiento social? .....	43
<b>Tabla #13</b>	10.-¿Cree usted que el contenido que transmite el programa El Club de la Mañana afecta de alguna manera en su comportamiento social?.....	44
<b>Tabla #14</b>	11.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa de En Contacto?.....	45
<b>Tabla #15</b>	12.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa El Club de la Mañana? .....	46
<b>Tabla #16</b>	13.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa de En Contacto? .....	47
<b>Tabla #17</b>	14.-De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa El Club de la Mañana? .....	48
<b>Tabla #18</b>	15.-¿Cuál de estas opciones considera usted que debería aplicarse para solucionar o disminuir los programas de En Contacto y El Club de la Mañana y como estos afecta a las amas de casas? .....	49
<b>Tabla #19</b>	Recursos de Talento Humano.....	58
<b>Tabla #20</b>	Cronograma de actividades .....	59
<b>Tabla #21</b>	Recursos de Materiales .....	60
<b>Tabla #22</b>	Presupuesto .....	61

## Índice de Figuras

<b>Figura #1:</b> Delimitación.....	5
<b>Figura #2:</b> Rango de Edades.....	34
<b>Figura #3:</b> Pregunta 1.- ¿En qué horario sintoniza más la televisión? .....	35
<b>Figura #4:</b> Pregunta 2¿Qué tipo de programas televisivos usted prefiere ver? .....	36
<b>Figura #5:</b> Pregunta 3.- De las siguientes opciones de programas de entretenimiento ¿Qué programa matutino sintoniza? Puede escoger más de uno .....	37
<b>Figura #6:</b> Pregunta 4.- ¿Cuál es la razón por la cual sintonizaría el programa de entretenimiento televisivo de su elección? .....	38
<b>Figura #7:</b> Pregunta 5.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de En Contacto? .....	39
<b>Figura #8:</b> Pregunta 6.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de El Club de la Mañana?.....	40
<b>Figura #9:</b> Pregunta 7.- ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa de En Contacto? .....	41
<b>Figura #10:</b> Pregunta 8.- ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa El Club de la Mañana?.....	42
<b>Figura #11:</b> Pregunta 9.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa de En Contacto afecta de alguna manera en su comportamiento social? .....	43
<b>Figura #12:</b> Pregunta 10.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa El Club de la Mañana afecta de alguna manera en su comportamiento social?.....	44
<b>Figura #13:</b> Pregunta 11.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa de En Contacto?.....	45
<b>Figura #14:</b> Pregunta 12.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa El Club de la Mañana? .....	46
<b>Figura #15:</b> Pregunta 13.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa de En Contacto? .....	47
<b>Figura #16:</b> Pregunta 14.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa El Club de la Mañana?.....	48
<b>Figura #17:</b> Pregunta 15.- ¿Cuál de estas opciones considera usted que debería aplicarse para solucionar o disminuir los programas de En Contacto y El Club de la Mañana y como estos afecta a las amas de casas? .....	49

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1:</b> Encuestas realizadas a las amas de casas del cantón Daule .....	65
<b>Anexo 2:</b> Entrevistas realizadas a expertos.....	67
<b>Anexo 3:</b> Tutorías .....	68
<b>Anexo 4:</b> Oficios .....	69
<b>Anexo 5:</b> Preguntas de la encuesta.....	71
<b>Anexo 6:</b> Preguntas para la entrevista.....	74
<b>Anexo 7:</b> Diagrama de la revista .....	75



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

---

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En  
Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón  
Daule.”**

**Autora: Sayda Mery Noriega Candelario**

**Tutor: MSG. Victor Hugo Del Pozo Raymond**

**Resumen**

Uno de los principales medios masivos de comunicación es la televisión, la misma que tiene una gran variedad de programación donde la sociedad en general puede escoger un sinnúmero de programas de cualquier índole. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar como el contenido de los programas de entretenimientos de En Contacto y El Club de la Mañana inciden en el comportamiento social de las amas de casas en el cantón Daule. Gracias a este estudio se puede conocer si los contenidos de estos programas de entretenimiento influyen en el comportamiento de estas. Es por ello que se propone realizar una revista informativa dirigidas a las amas de casas en la cual se desarrollarán temas de interés con la finalidad de mantenerlas informadas de una forma más divertida y práctica, que ayuden a sus hogares y al aprendizaje de las mismas. Esta revista será distribuida todos los sábados cada quince días y será entregada a las amas de casas del cantón, la cual tendrá una duración de seis meses.

**Palabras Claves:** Comunicación, televisión, programas de entretenimientos, comportamiento social, amas de casas.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

---

**UNIDAD DE TITULACIÓN  
"COMMUNICOLOGICAL ANALYSIS OF THE PROGRAMS OF  
ENTERTAINMENT OF "En Contacto" AND "El Club de la Mañana" IN THE  
HOUSEWIVES IN THE CORNER DAULE."**

**Author: Sayda Mery Noriega Candelario**

**Advisor: MSG. Victor Hugo Del Pozo Raymond**

**Abstract**

One of the main mass media of communication is the television the same that has a great variety of programming where the society in general can choose an innumerable of programs of any nature. The present research work has as main objective to analyze how the content of the entertainment programs of "En Contacto" and "El Club de la Mañana" affect the social behavior of housewives in the Daule. Thanks to this study it is possible to know if the contents of these entertainment programs influence their behavior. That is why it is proposed to carry out an informative magazine aimed at housewives in which topics of interest will be developed with the purpose of keeping them informed in a more fun and practical, that help their homes and learning them. This magazine will be distributed every Saturday every fifteen days and will be delivered to the housewives of the canton, which will last six months.

**Keywords:** Communication, television, entertainment programs, social behavior, housewives.

## INTRODUCCIÓN

La industria de los medios de comunicación de masas, en especial la televisión forma parte de la vida cotidiana de la sociedad en general, y sus aplicaciones que hoy en día tiene, ya sea para entretenimiento o información. Desde el punto de vista del televidente, la búsqueda principal es la diversión y la variedad del espectáculo que presenta dichos programas que son transmitidos en el horario matutino.

Hoy en día este tipo de programas de entretenimiento tienen una gran acogida en la televisión ecuatoriana y es importante saber la información que estos emiten a los hogares ecuatorianos, ya que presentan varios de sus segmentos de farándula, consejos para el hogar, salud, belleza entre otros.

Generalmente, este tipo de programas televisivos se generan por el carisma de sus presentadores y en la innovación de ciertos segmentos del programa que de una u otra manera buscan enganchar al público televidente.

La presente investigación tiene como título Análisis Comunicológico de los Programas de Entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana, desarrollada en el cantón Daule. Es decir, se reflejará como el contenido de los programas influyen en el comportamiento social de las amas de casas.

Es la razón por la cual este proyecto servirá para dar a conocer como los contenidos de los programas de entretenimiento son imprescindibles en la audiencia y sobre todo saber la incidencia que tienen los medios de comunicación en las amas de casas.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1. Planteamiento del problema.**

El contenido de los programas de entretenimiento que se transmiten en la televisión ecuatoriana puede incidir en el conocimiento de la sociedad y especialmente en las amas de casas, ya que ellas pasan la mayor parte de la mañana en sus hogares y sintonizan dichos programas matutinos.

Este puede incidir positivamente o negativamente en el comportamiento y desarrollo cultural y el estado de ánimo ya que estos programas tienen una forma distinta de enganchar al espectador.

De esta manera, los programas de entretenimiento buscan una representación de la mujer en sus diferentes ámbitos y además la muestran en sus labores domésticas sobresaltándolas en este sentido. Ello ha provocado que estas féminas se sientan aún más identificadas con este tipo de espacios, los cuales buscan entretener e instruir a aquellas mujeres que constituyen público potencial por permanecer gran parte del día en la casa.

Todo esto da como resultado que el televidente crea que esto es lo que debe ver y que es importante e interesante lo que consume. La concepción de la programación de un canal televisivo debe tener en cuenta varios estratos de la sociedad, para lo cual se conciben: la edad, el poder adquisitivo, el nivel cultural y la ocupación de las personas.

### **1.2 Formulación y sistematización del problema**

#### **1.2.1. Formulación del problema**

¿Cómo influyen los contenidos de los programas de entretenimiento de “En Contacto” y El Club de la Mañana en las amas de casas del cantón Daule?

El objetivo de este trabajo es determinar cómo los programas de En Contacto y El Club de la Mañana podrían incidir en el comportamiento social de una determinada sociedad. En este caso las amas de casas del cantón Daule.

### **1.2.2. Sistematización del Problema**

¿Cuáles son las principales fuentes bibliográficas que sustentan la presente investigación?

¿Qué instrumentos técnicas y métodos se deben de aplicar para obtener resultados confiables en este estudio?

¿De qué manera los programas de entretenimientos pueden incidir en las amas de casas?

¿Cuál son las alternativas para solucionar los problemas que se encuentra dentro del sujeto estudio?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar los contenidos de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas del cantón Daule.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Estudiar los efectos que genera los contenidos de estos programas de entretenimientos de En Contacto y El Club de la Mañana para las amas de casas.
- Determinar el aporte social de los programas entretenimiento de “En Contacto” y “El Club de la Mañana”.
- Diseñar una revista informativa donde se redacten temas de interés y así mantenerlas informada de una manera más práctica y divertida a las amas de casas.

## **1.4 Justificación**

La presente investigación tiene como objeto de estudio los contenidos de los programas de entretenimientos “En Contacto” y “El Club de la Mañana” identificar como estos programas influyen en las amas de casa del cantón Daule.

El objetivo dentro de esta investigación es analizar los contenidos de los programas de entretenimiento y su influencia en las amas de casas y si estos aportan en el conocimiento de ellas. Hoy en día la televisión ecuatoriana ha hechos cambios en el contenido de sus programas, o los programas que se transmiten por las mañanas están diseñados especialmente para las amas de casas, ya que tratan ciertos temas tales como: Consejos de salud, belleza, recetas de cocina, tips de belleza entre otros.

Es importante conocer la información que este tipo de programas da a las televidentes y si estos temas inciden de manera positiva al conocimiento de las amas de casas. Ya que son los principales medios de transmitir una información que entretiene a la audiencia.

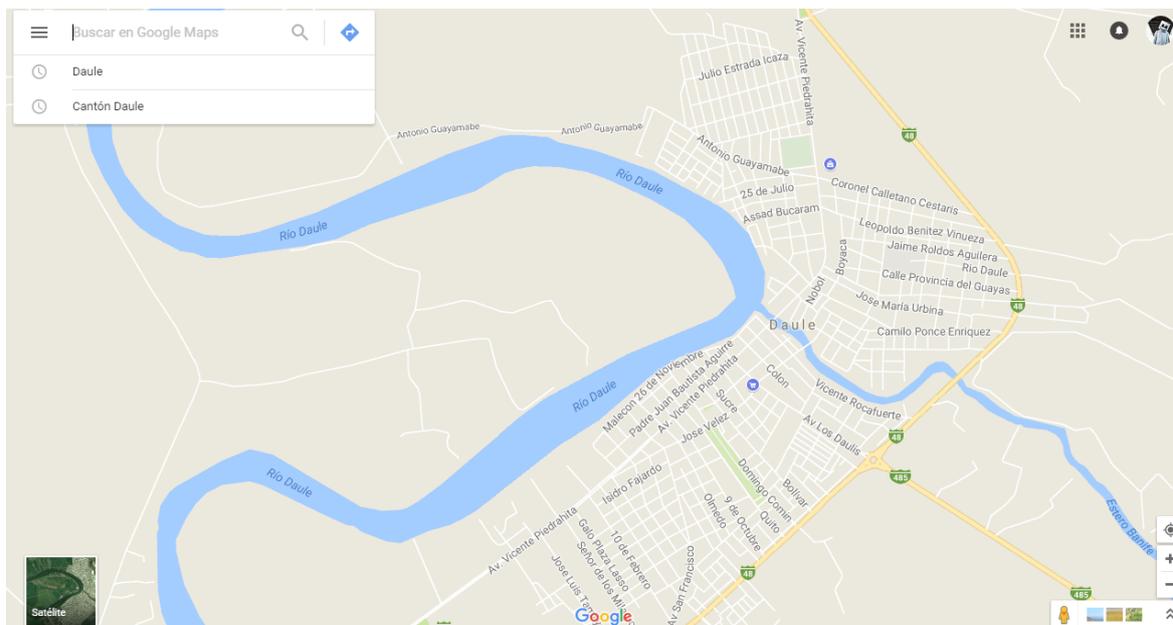
A través de esta investigación, se realizará una revista informativa desarrollando un buen contenido de interés para que las amas de casas tengan nuevos conocimientos y aprendizajes que contribuyan en sus hogares. Y de esta manera, mejorar su calidad de vida. Compartir temas positivos y promover el bienestar emocional en ellas.

## **1.5. Delimitación**

El tema de esta investigación Análisis Comunicológico de los programas de entretenimiento de en “En Contacto” y El Club de la Mañana en las amas de

casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco que comprende entre las edades de 18 a 64 años del cantón Daule. Se desarrollará en el periodo 2016-2017.

**Figura1: Delimitación**



Fuente: [www.google.maps](http://www.google.maps)

## 1.6. Hipótesis

Los programas de entretenimiento de “En Contacto” y “El Club de la Mañana” cómo inciden en el comportamiento social y cultural en las amas de casas del cantón Daule.

## 1.7 Operacionalización de las variables

### 1.7.1 Variable Dependiente

El Comportamiento Social

### 1.7.2 Variable Independiente:

Los Contenidos de Programas de Entretenimiento

## **1.8 Definición conceptual de las variables**

### **Comportamiento Social**

Es como nos relacionamos y comportamos dentro de una sociedad cada persona tiene un comportamiento, personalidades y costumbres distintas y de esta forma transmiten valores, tradiciones, y es muy importante su educación para poder interactuar y mantener una buena comunicación dentro y fuera de la sociedad.

### **Contenido de Programas de Entretenimiento**

El contenido de los programas de entretenimiento es muy diverso, tiene humor, noticias acerca del espectáculo, resumen de series, segmentos de moda, cocina, y temas sociales donde los presentadores tienen diversas facetas dentro de estos y de cierta forma entretienen a la audiencia.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

La comunicación se inició desde los antepasados, quienes empezaron a relacionarse a través de gestos, señas y sonidos producidos por su garganta, para poder comunicarse o transmitir sus emociones. De esta manera nacen las tribus formadas, por personas conocidas porque pintaban las paredes de las cuevas con símbolos y dibujos tallados en piedra que eran usados para dejar mensajes o marcar su territorio.

Por otro lado, los egipcios fueron los primeros que plasmaban sobre piedra o pared mediante unas figuras llamadas jeroglíficos las actividades que realizaban para evitar que se les olvidara. Ellos fueron los primeros en introducir la escritura.

Los romanos en su caso utilizaban a personas para que llevaran una noticia de un lugar a otro conocido como postas, mientras que los indios americanos se bastaban de fogatas para identificar donde se encontraban o para comunicarse con otra aldea.

En el siglo XII los árabes introdujeron el papel, el cual fue diseñado por los chinos. El papel se extraía a partir de trapos macerados y posteriormente se empezó a confeccionar con fibras vegetales, En 1450, llega la imprenta la cual fue inventada por Guttember, llegó con un nuevo sistema más fácil para la elaboración de libros, medios escritos, entre otros. El primer libro impreso por este medio fue la biblia.

A partir del año 1857 apareció el teléfono, instrumento que sirvió para comunicarse a larga distancia. Luego llegó la radio creada por ondas electromagnéticas con una gran velocidad.

La televisión fue otro de los grandes inventos muy relevante para la humanidad, la cual está diseñada por medios electrónicos a través de líneas electromagnéticas que permiten la transmisión de imágenes en movimiento.

Las primeras emisiones de televisión fueron realizadas por la cadena televisiva BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en estados Unidos en 1930.

Este trabajo de titulación trata de establecer como fueron los inicios de la comunicación y como ha sido su evolución.

El primer canal que se le otorgó el permiso de operación con sede en Guayaquil fue Teletortuga. Su primera emisión salió al aire el 12 de diciembre de 1960 con dibujos animados y musicales.

Por otro lado canal 2 Ecuavisa comenzó sus transmisiones el 1 de marzo de 1967 se le otorgó el primer puesto de los 15 canales más representativos de Ecuador.

La programación que tienen estos dos medios de comunicación es muy diferente debido a sus programas de entretenimiento, en este caso RTS con su programa matinal El Club de la Mañana en el cual trata temas dirigidos a las amas de casas y de interés general. Por otro lado canal 2 Ecuavisa con su programa matutino de En Contacto el cual trata de noticias de actualidad sobre entretenimiento, farándula y entrevistas a especialistas de temas en general.

Distintos medios tienen una forma diferente de entretener a la audiencia a través de sus programas matutinos y es por eso se compara como su contenido puede influir en las personas que observa estos programas.

Dentro del marco teórico se encuentran las teorías relacionadas al tema del estudio investigativo, los cuales tienen fundamentos teóricos, históricos, epistemológicos y legales, estos sirven para reforzar el campo investigativo.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2 Comunicación**

La comunicación es una ciencia multidisciplinaria ya que la podemos utilizar en cualquier ámbito, de una manera adecuada para poder transmitir nuestro punto de vista y poder intercambiar pensamientos, emociones en el transcurso del tiempo. Es un proceso por el cual se intercambia no solo información sino también ideas, y sentimientos que hacen posible el funcionamiento de la sociedad.

De esta manera el proceso de interacción social de la comunicación influye en la conducta de un ser humano que actúa como estímulo de otro, para así expresar criterios, necesidades y aspiraciones.

La comunicación se despliega en el universo de lo social, se realiza fundamentalmente en la relación intersubjetiva y mediática. De ahí que, si la comunicación tiene algo que decir, lo hace dando cuenta de las actividades (interrelación, expresión, significación) que permiten, a distintos niveles, tanto en una relación intersubjetiva como en los procesos mediatizados o mediáticos, estar en relación con el otro.  
(Pereira, 2005)

Una forma de comunicarse a través de la relación entre dos o más personas de una manera subjetiva que gracias a ella se conoce y define el mundo que nos rodea. Si la gente no se pudiese comunicar, sería imposible desarrollar afectos, ideas, proyectos, etc.

La comunicación es un proceso inherente al hombre en la necesidad de mantener contacto con los demás en un entorno social. De ahí la necesidad de vincular la naturaleza humana con los usos técnicos de los medios y el grado de adaptación de las personas a esos medios. (Giraldo & Maya, 2016)

La comunicación nos permite vincularnos de una manera fundamental con la naturaleza y con el entorno social y de estar al contacto con las demás personas para poder compartir ideas, pensamientos, etc.

La comunicación, en tanto que procesos de mediación, alude a la interposición entre sujetos emisores y receptores, para facilitar la transmisión y recuperación de la información por parte de los receptores. (Morillo, 2006)

El proceso de comunicación entre un emisor y receptor de poder transmitir un mensaje y que este se dé en manera adecuada el cual tenga retroalimentación y así se puedan dar una buena información.

### **2.3 Comunicación Verbal**

La comunicación verbal es la información que se da a través de un diálogo entre dos o más personas expresado de manera hablada o escrita donde intervienen los factores de la comunicación en este caso el emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto lo cual sirve como medio para dar de esta manera una interacción entre personas para dar su criterio.

La comunicación verbal se refiere a esta como un proceso sencillo en que intervienen un hablante y un oyente, quienes se comunican a través de un mensaje. Este mensaje debe construirse a partir de un contexto, estar cifrado en un código, referirse a algo y transmitirse a través de un canal. (Uribe, 2009)

En este caso, el emisor debe de tener un lenguaje claro y sencillo para poder transmitir un mensaje ya sea por cualquier canal y no existen las barreras comunicacionales para que de esta manera llegue al receptor y pueda haber una retroalimentación.

## **2.4 Comunicación Visual**

Es un proceso de producción, difusión y recepción de mensajes visuales en la comunicación, es decir la correlación que existe entre la imagen y el significado.

Para de esta manera tener un significado fácil de comprender; la comunicación visual es directa, penetrable y sobre todo universal. Es la manera de cómo se puede interpretar una imagen, sin poder existir el diálogo que está presente en cada aspecto de la vida cotidiana; la imagen y el sonido son los vehículos a través de los cuales se recrea una realidad o una ficción.

La Comunicación visual es una disciplina sustentada en las teorías de comunicación, instrumentalmente proyectual y productiva, que puede resolver Problemáticas y necesidades comunicacionales de la sociedad. (Branda & Cuenya, 2014)

La comunicación visual es una norma sostenida por diversas teorías de la comunicación, que de cierta manera trata de resolver una necesidad que tiene los individuos de comunicarse a través de imágenes y que trata de persuadir a los televidentes.

La comunicación visual ha comprobado que las imágenes hacen que el mensaje informativo sea visualmente más agradable, más accesible y su contenido mejor recordado por el público. (Muñiz, Igartua, Fuente, & Otero, 2008)

Las imágenes que se expresan a través de los medios de comunicación y la forma de entender y analizar a través de la observación lo que quiere transmitir una imagen y la forma de interpretar el mensaje que llega a los espectadores. El público televidente se siente más atraído por la comunicación visual ya que a través de las imágenes se entiende el mensaje que desea transmitir el medio de comunicación.

## **2.5. Televisión**

La televisión es un medio de comunicación que se ha caracterizado por influir en la sociedad, capaz de modificar ciertos pensamientos y creencias en el receptor, lo cual es el medio más importante debido a su diversa programación que transmite y de esta manera, el televidente está informado de los acontecimientos y sucesos que pasan a nivel nacional e internacional.

La televisión crea y refleja imágenes, opiniones y creencias; busca sostener las necesidades, ideologías y valores existentes en los públicos masivos, adquiriendo así el receptor su identidad gracias a la exposición a estos mensajes. (Lazcano & Muñiz, 2012)

Un medio que refleja imágenes y sonidos y que busca de cierta manera cambiar la opinión de la audiencia en cierta parte de los mensajes que son transmitidos por este medio adquiriendo de esta manera que el receptor capte ciertas costumbres y estereotipos.

La televisión supone una herramienta mediática capaz de comunicar y de entretener. Asimismo, podemos destacar los postulados básicos de la educomunicación audiovisual (en este caso, insistimos, a través de la televisión). (Marín, Curiel, & Zambrano, 2014)

Es el medio de comunicación más utilizado por la audiencia ya que es capaz de informar y a la vez de entretener a los receptores para de esta manera poder estar informado y así tener un punto de vista diferente.

La televisión se ha convertido en una de las fuentes de información más importantes de la actualidad y en uno de los medios más eficaces para dar a conocer el entorno. (Fajardo, 2006)

Hoy en día, el público en general se encuentra informado de los hechos y acontecimientos que se dan a nivel nacional e internacional debido a los corresponsales que hay que cada país y así mantener a la audiencia informado de lo que sucede en otros países.

## **2.6 Estereotipos**

Se conocen a los estereotipos como una percepción exagerada y simplificada que se tiene sobre una persona o grupos de personas que comparten ciertas cualidades, y de están manera son basados en prejuicios que la sociedad en general establece como modelos a seguir debido a la conducta o características físicas generadas por los medios de comunicación, en especial la televisión debido a los contenidos que se transmiten, y muchas personas tratan de imitar a ciertos personajes.

Los estereotipos no se adecuan a lo real, sencillamente porque no hay un conocimiento real previo. En este caso los medios son los mediadores absolutos y las fuentes esenciales de información para el conocimiento de los otros o de lo otro. (Gamarnik & Edith, 2009)

La necesidad de tener un sentido de pertenencia, de estar inmerso y participar en algo, de ocupar un lugar establecido en la sociedad. De tener derechos y obligaciones conlleva a la utilización de los estereotipos para hacer concreta esta identidad social, al cual se obedece en parámetros establecidos como conducta, moral, estos lineamientos deben ser cumplidos para ser miembro de grupos, estos van moldeando la personalidad social del individuo en base a lo que ve, percibe y en lo que desea llegar a convertirse.

El desarrollo de la sociedad, produce diversos intercambios de información, vivimos en una era donde la comunicación es primordial y donde están inmersos los medios de comunicación, lo cual juegan un papel importante y sobre todo enriqueciendo el desarrollo social de los seres humanos. Algunas personas deben establecer un límite de lo que queremos ver y no dejarnos engañar por lo que los medios dictan. Es aquí donde se forman los estereotipos como modelos y conducta que se adquieren de estos.

La televisión, crea estereotipos, manejando un discurso dominante. La televisión como un medio de comunicación masiva socializa y recibe información. Pero a decir de “esta socialización no siempre conlleva un crecimiento en valores y tolerancia hacia la diversidad social y cultural que existe en la sociedad”. Es decir, la televisión muchas veces no tiene la visión positiva o constructora, no permite reconocer a la diferencia; excluye a la diferencia del ámbito público. (Ruiz, 2014)

El comportamiento y cambios de la audiencia se deben a los efectos provocados por la televisión, ya que reflejan las perspectivas que se dan acerca de la vida. El público en general recibe constantemente estereotipos de los diferentes medios percibiéndoles de una manera natural, que de cierta manera forma parte del mensaje y de crear conciencia del poder que tiene el medio.

Un medio de comunicación transmite mensajes que de cierta manera constituye a las vivencias personales de sus presentadores del día a día que viven dentro de este medio y del poder que dentro de la sociedad tienen los medios de comunicación tradicionales y digitales.

En la actualidad los medios de comunicación forman parte de nuestras vidas cotidianas, ya que todas las personas están expuestas a la información que se da a través de estos medios y su gran influencia que tienen dentro de la sociedad.

El espectador recibe los estereotipos de género como parte de la totalidad de un mensaje que percibe como algo natural y no como parte de una poderosa transmisión de ciertos mecanismos de poder. Incluso aunque el espectador o espectadora sea capaz de construir su propia respuesta al producto mediático articulando un mensaje nuevo. (Puente, 2005)

Ciertos espectadores toman a los estereotipos como algo natural ya que muchas veces es capaz de construir su propio criterio y decidir si este le conviene o no, de esta manera tener un criterio acerca de los comentarios que se dan a través de los medios de comunicación.

## **2.7. Géneros Televisivos**

Son un conjunto de programas temático y expresivo, cultural y comunicacional; de esta manera los géneros televisivos se explican en relación al nacimiento y la difusión de la misma televisión y constituyen programas de acuerdo con su temática a ciertos públicos dirigido entre ellos están el informativo, ficción y entretenimiento.

El género televisivo es un medio de socialización, caracterizado en relación en la comunidad y de ciertos valores éticos, ideológicos y morales dentro de nuestra cultura que ayuda al televidente.

El género deja de ser así una cualidad de lo textual literario, para pasar a ser una estrategia de comunicabilidad, y un modo de hacer reconocible la competencia comunicativa tanto del destinador como del destinatario. Así, la competencia textual-narrativa del género deja de ser sólo una condición de la emisión, para pasar a serlo también de la recepción. (Renero, 2015)

La producción televisiva se vuelve menos geográfica y atraviesa los límites, lo que obliga a tomar riesgo de la cultura, pero también ayuda a que la audiencia sepa lo que sucede en otras partes del mundo ya que tratan de informar, entretener y educar a la sociedad en general.

El fenómeno de la televisión en los últimos años ha tenido una gran ventaja ya, que ahora trata de innovar dentro de su parrilla de programación presentando nuevos programas de ficción, series, drama, etc. enfocados al público en general. De esta manera, permite a la audiencia interpretar dentro de estos y elegir para su consumo.

### **2.7.1. Informativo**

Género que abarcan a todos los programas de carácter informativo, y de la actualidad política y social en cualquiera de sus ámbitos, entre ellos la noticia, reportaje, documental y entrevista independientemente de que la información conlleve o no a la opinión e interpretación.

La función principal de los géneros informativos es recoger o presentar lo que acontece en la comunidad. La información siempre está ahí y los géneros, como instrumento comunicacional, permiten que esa información sea tratada o producida de una forma atractiva para luego exponerla al televidente. (González, 2012 )

La función que debe darse a una información que tiene que ser breve y de un acontecimiento actual y sobre todo tener un lenguaje claro para que así el emisor pueda llegar al público televidente de una manera precisa.

### **2.7.2 Entretenimiento**

El entretenimiento está relacionado con el mundo del espectáculo, en este caso la televisión ya que los programas de entretenimientos captan la atención del televidente para mantenerlo entretenido y de esta manera busca complacer, divertir y acceder al ocio.

El entretenimiento traza pues una doble línea de relación con la información, ya que no sólo incluye temáticas propias del mundo del periodismo dentro de sus contenidos, sino que incluso genera noticias, temas y polémicas que serán recogidos por programas o medios de comunicación del ámbito informativo. (Gordillo, Guarinos, & Antonio Checa, 2011)

En ciertos casos, los programas de entretenimiento de cierta manera tienen un doble sentido ya que de esta manera tratan de informar y a la vez entretener al público ya que los contenidos de sus programas muchas veces generan temas de cualquier índole.

Formatos de entretenimiento televisivos se han convertido en cauces preferentes para la creación y difusión de estereotipos, entre otras razones, debido a que estas figuras resultan muy fácilmente

reconocibles por el espectador y, por lo tanto, propician que éste las identifique rápidamente. (Muñoz, 2010)

La parrilla de programación de la televisión ha cambiado en los últimos años en especial con los programas de entretenimiento; los contenidos de estos se basan en cuatro grandes conceptos: la sorpresa, el humor, el sentimiento y la emoción. Lo cual muchos de estos han creado que los receptores creen estereotipos y muchos de ellos se sientan identificados con los presentadores.

### **2.3. MARCO CONTEXTUAL.**

La sociedad en general es muy importante para saber que ven y escuchan a través de los medios de comunicación, en este caso la televisión y realizar un análisis de cómo estos programas puede influir en el comportamiento social de las amas de casas.

Es por esta razón que se ha elegido a estos dos programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana para poder medir el nivel de influencia que tienen en las amas de casas en el cantón Daule.

#### **2.3.1. En Contacto**

Programa de entretenimiento con notas de espectáculo, baile, belleza y humor. Revista matinal transmitida por Ecuavisa (canal 2) con formato informativo y de entretenimiento dirigido a las amas de casa.

#### **2.3.2 El Club de la Mañana.**

Revista familiar, transmitido por RTS (canal 4) el medio televisivo detalla a este programa como un programa de entretenimiento con enfoque educativo en aspectos varios.

El problema surge porque el contenido de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana incide de una manera positiva en las amas de casas, ya que muchas de ellas ven estos programas como una compañía y a la vez pueden realizar los quehaceres domésticos. A medida que pasan las horas de la mañana.

Pero también en otras ocasiones pueden influenciar negativamente ya que pueden incidir en el comportamiento social de ellas a manera de ocio.

### 2.3.3. Parrilla de Programación de los programas de En Contacto y El Club de Mañana.

Tabla# 1

En contacto	El Club de la mañana	
Farándula Entérate	Farándula en la mira	
Consejos para el hogar	Tips de belleza	
Juégatela con Gaby	Consejo de Salud	
En contacto Fit	Chefs a la carta	
Cachi Noticias	El amo de casa	
Destapate con la Coqueta	Manualidades	
Zayda Responde	Lentino`s Show	

**Fuente:** Pagina web Ecuavisa y RTS

**Elaborado por:** Sayda Noriega Candelario

### 2.3.4. Programas y contenidos “En Contacto” y “El Club de la Mañana”

Entre los programas matutinos que se transmiten en Ecuador, esta investigación se centrará en “El Club de la Mañana”, y “En Contacto”, los cuales constituyen un ejemplo de entretenimiento y de instrucción en cuanto a

los temas relacionado con la familia y resultan de interés para la propia familia y específicamente para las amas de casa.

### **2.3.5. Análisis del contenido de la programación**

Programas de “En Contacto” y “Club de la Mañana”

#### **2.3.6. En Contacto**

En el caso de la revista “En Contacto”, transmitida por Ecuavisa cada mañana, se muestra un programa donde la alegría de sus presentadores resulta ser especial para las amas de casa, además de entretener y de informar a partir de los segmentos y reportajes, que ellos transmiten de una forma de enganchar al espectador.

#### **2.3.7. Redacción**

El contenido de sus programas es manejado con formalidad donde se nota el manejo de un lenguaje técnico en la mayoría de sus reportajes informando a la ciudadanía en general sin límites de estatus social.

#### **2.3.8. Lenguaje**

El lenguaje de los presentadores es formal y muy técnico con un léxico entendible a la hora de presentar.

#### **2.3.9. Presentadores**

Los presentadores de planta son 5 con reporteros de segmentos y los presentadores cumplen con el lado de sus investigaciones y se relacionan con el departamento para la exposición de varios reportajes.

### **2.3.10. Interés**

Manejan seis segmentos a lo largo de su programación entre los cuales está conducidos por: Úrsula Strenge, Gabriela Pazmiño, Henry Bustamante y Efraín Rúaless comprometidos con impartir diversión a lo largo de dos horas y media al público con interesantes reportajes, noticias del espectáculo, tips de belleza, consejos para el hogar, y humor.

### **2.3.11. El Club de la Mañana**

En cuanto El Club de la Mañana se trata de una revista mañanera, transmitida por RTS de lunes a viernes en horario de 9:40 a 11:00 con segmentos variados que incluye reportajes, tips entre otros. Se presenta como un espacio útil para las amas de casa.

La presentación de su programa se da a la medida de sus contenidos Queremos compartir contigo temas de interés para toda la familia: turismo, belleza, moda, cocina, cultura popular, historias de personajes realmente excepcionales, información de farándula y mucho más. ¿Estás buscando mejorar tus mañanas? ¡No esperes más y únete ya a la mejor terapia mañanera!

### **2.3.12. Redacción**

El departamento donde el redactor maneja los textos y el contenido utilizando palabras fáciles de manera que el público comprenda el contenido de su programación.

### **2.3.13. Lenguaje**

El lenguaje de sus presentadores está distinguido por el aspecto de conversar de una manera no formal.

#### **2.3.14. Presentadores**

El programa cuenta con cuatro presentadores que manejan los temas completos a lo largo del programa. María Gracia Manzano, Pilar Vera, Maricela Gómez, Marcelo Cornejo, Sandra Pareja (como Sarita Piedad), Mauricio Altamirano.

El contenido del programa se da por reportajes investigativos, personajes de la farándula, que aportan al entretenimiento y diversión en diferentes segmentos. La mayoría de sus reportajes son: salud, belleza, familiar, personajes, turismo, modas y tendencias etc.

#### **2.4. MARCO CONCEPTUAL**

**Comunicación:** Es la manera de expresar nuestras ideas, pensamientos y emociones ya sea verbal, escrita, o través de mímicas.

**Televisión:** Medio de comunicación que transmite imágenes y sonidos la cual trata de mantener informado a la audiencia en general.

**Estereotipo:** Es la percepción exagerada que se tiene sobre una persona o grupos de personas que comparten ciertas características físicas.

**Género:** Grupo de individuos que tienen cualidades en comunes

**Informativo:** Sirve para informar de manera inmediata ya sea por radio o televisión sobre hechos de actualidad.

**Entretenimiento:** Una forma de entretenerse de algo que llame la atención de forma visual y auditiva.

**Análisis:** Se trata de conocer las características de ciertos elementos de un todo, y así se pueden diferenciar de los demás.

**Lenguaje:** Capacidad que tienen los individuos para poder expresarse y compartir sentimientos y emociones.

**Redacción:** Consiste en escribir un texto y de esta forma narrar hechos o acontecimientos que suceden al público.

## **2.5. MARCO LEGAL**

En el marco legal se detallarán los siguientes artículos de la Constitución, Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, los mismos que respaldan la aprobación legal de este trabajo de titulación.

La constitución del Ecuador es la fuente que sustenta la existencia de las leyes y derechos establecida dentro de nuestro país y que como ciudadanos tenemos que cumplir.

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**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.

La Ley Orgánica de Comunicación aborda ciertos artículos que los medios de comunicación deben cumplir para poder dar un contenido que no discrimine a los ciudadanos.

Mediante la Ley Orgánica de Comunicación, los artículos que respaldan a este trabajo de titulación son los siguientes:

**Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.** - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de

información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

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

Referidos a la dignidad humana:

- a) Respetar la honra y la reputación de las personas.
- b) Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios.
- c) Respetar la intimidad personal y familiar.

Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- d) No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud.

Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades.

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

Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso

que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente.

Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia.

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

**Art. 60.-Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.-**Para efectos de esta Ley, los contenidos de 12 radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si

son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir infamadamente sobre la programación de su preferencia.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO.**

#### **3.1. Diseño de la Investigación**

Este proyecto tiene como diseño de investigación la fenomenología, porque se trata de manera explicativa y descriptiva y por este motivo se entienden las vivencias del sujeto en relación a una problemática.

#### **3.2. Tipos de Investigación**

Este proyecto de investigación contiene dos tipos de investigación que son: la descriptiva y explicativa. La primera se enfoca en describir todos los eventos que se manifiestan dentro de esta; mientras que, la segunda se encarga de explicar el proceso de sus fenómenos.

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

Se escoge la investigación descriptiva ya que se va a analizar y describir todo lo observado en el campo de estudio, y conocer las características de las amas de casa.

##### **3.2.2. Investigación Explicativa**

La investigación explicativa es empleada para diferentes tipologías de técnicas que permitan llegar al encuestado y evidenciar las fichas. Entre los tipos de técnicas a ejecutar están encuesta y entrevista para posteriormente ser analizadas.

#### **3.3. Metodología**

##### **Métodos**

- Deductivo
- Inductivo
- Descriptivo

### **3.3.1. Método Deductivo**

Este método científico se basa en las conclusiones que se hallan en las premisas encontradas después de la aplicación de este método.

Este método reconoce el obtener una finalización científica, bien específica sobre el análisis comunicológico de los programas de entretenimiento En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule.

### **3.3.2. Método Inductivo**

Este método radica en investigar los argumentos que se han adquirido en el estudio investigativo sobre el análisis comunicológicos de los programas de entretenimiento de En Contacto y Club de la Mañana en las amas de casa en el cantón Daule.

Principalmente se escogió este método por el proceso que tiene para calcular la posibilidad inductiva de los elementos y la evidencia que sostiene a entender las amas de casas y lo que conlleva que tengan un comportamiento social y cultural diferente.

### **3.3. 3. Método Descriptivo**

Este se encarga de la descripción de los datos y características que hacen referencia a la investigación y que pueden determinar situaciones y procesos sociales. El objetivo de este método es vincular hechos y características de forma objetiva y comprobada en el campo de investigación donde se va a realizar este estudio, y así se verificará el nivel de influencia que tienen los contenidos de los dos programas de entretenimientos.

### **3.4. Software que se utilizará**

Para la realización de este estudio de investigación se empleará:

- Microsoft Word 2016

- Microsoft Excel 2016
- Microsoft Power Point 2016
  
- **Microsoft Word 2016**

Sirve para realizar la redacción de la investigación

- **Microsoft Excel 2016**

Utilizado para realizar las fórmulas

- **Microsoft Power Point 2016**

Es utilizado para realizar las dispositivas que serán expuestas a los miembros del jurado para la sustentación de dicha investigación.

### **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.5.1. Encuesta**

Para la obtención de más información utilizaremos las siguientes técnicas:

Es una técnica donde el investigador busca recopilar datos mediante un cuestionario. Con la finalidad de recoger datos para conocer opiniones, actitudes y comportamientos de los individuos. Las preguntas serán realizadas a las amas de casas de Daule.

#### **3.5.2. Entrevista**

Técnica que ayuda a conocer sobre un tema determinado y a su vez recopilar datos mediante la opinión de expertos relacionado con el tema y de esta manera obtener información necesaria para desarrollar una correcta investigación.

### **3.6. Población y muestra**

Población: Es un conjunto total de individuos que viven en un área y poseen características diferentes.

Muestra: En este estudio investigativo como población se ha seleccionado a las mujeres de 18 a 64 años habitantes de los sectores José Félix Heredia y San Francisco ubicados en el cantón Daule.

Se tomó en cuenta la numeración de la población por los datos extraídos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y así conseguir la cifra del número de personas a encuestar.

#### **3.6. 1. Cálculo Muestral**

A partir de esta población se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple para efectuar este trabajo de investigación. Con este cálculo se permite obtener la muestra exacta del número de encuestados y así obtener un excelente resultado para este trabajo de investigación.

#### **3.6.2. Fórmula Cálculo Muestral**

**N=** Población

**n=** muestra

**Z=** Nivel de confianza

**P=**Probabilidad

**q=**No probabilidad

**e=**Error

**n=?**

**n=** 952

**N=**

$$Z = 1.96^2$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 0.05^2$$

$$n = \frac{Z^2 p q N}{2 (N-1) E^2 + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{196^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 952}{(952-1) 0.05^2 + 196^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{38416 \times 0.5 \times 0.5 \times 304}{(951) 0.25 + 38416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{9143.008}{33,379}$$

$$n = \boxed{273}$$

### 3.6.2. Operacionalización de las variables

Tabla #2

Variable	Dimensión	Indicador
Contenidos de los programas	Captación de audiencia	Fidelidad del televidente
		Frecuencia de sintonización
Comportamiento Social	Cambios en el comportamiento	Comportamiento del televidente
	Cambios de conducta	Tipos de conducta

Elaborado por: Sayda Mery Noriega Candelario

### 3.7. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.

En el presente trabajo de investigación, se entrevistaron a personas que laboran en los medios de comunicación y para obtener toda esta información se utilizaron técnicas e instrumentos para los resultados del estudio, realizando encuestas y entrevistas. Luego de haber culminado el trabajo de las encuestas y entrevistas a expertos se explica cada resultado de los trabajos de investigación.

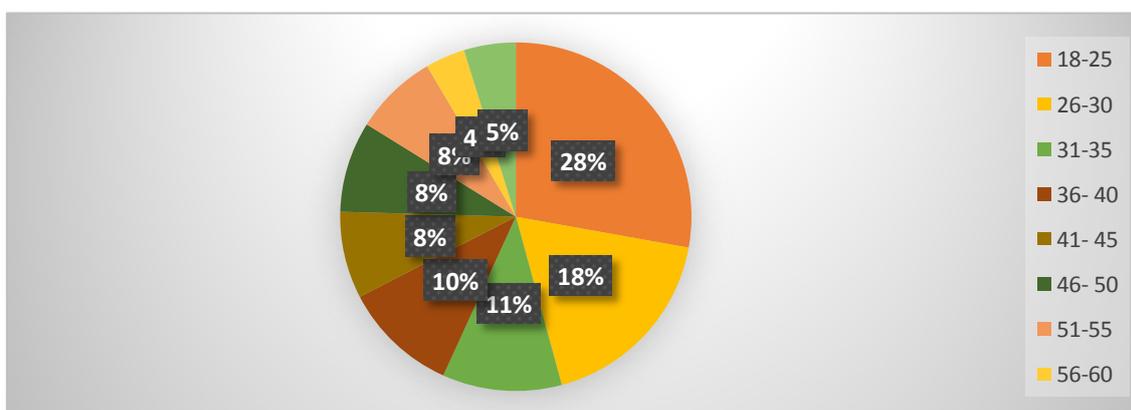
### 3.7.1. Datos Sociodemográficos

#### Rango de edades de las amas de casas del cantón Daule

Tabla #3

Edad	Cantidad
18-25	76
26-30	49
31-35	30
36- 40	29
41-45	22
46-50	23
51-55	21
56-60	10
61-64	13
<b>Total</b>	<b>273</b>

Figura #2



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** El 28% de las amas de casa van de los 18 a 25 años de edad, el 18% de 26 a 30 años, el 11% de 31 a 45 años, el 10% es de 36 a 40 años, el 8% de 41 a 45, el 8% de 46 a 50 años, el 8% de 51 a 55, el 4% de 56 a 60 años, el 5% de 60 a 64 años.

## Preguntas de las encuestas

### 1.- ¿En qué horario sintoniza más la televisión?

Tabla #4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mañana</b>	150	55%
<b>Tarde</b>	14	5%
<b>Noche</b>	12	4%
<b>Todo el día</b>	97	36%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

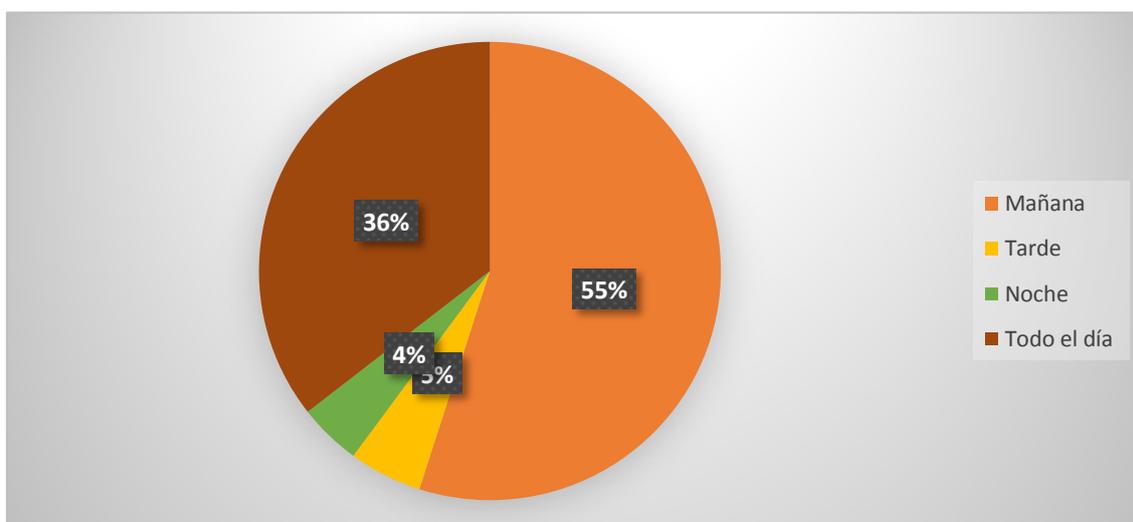


Figura #3

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** El 55% sintoniza la televisión en la Mañana, el 36%, ve televisión todo el día, el 5% en la tarde y el 4% en la Noche.

## 2. ¿Qué tipo de programas televisivos usted prefiere ver?

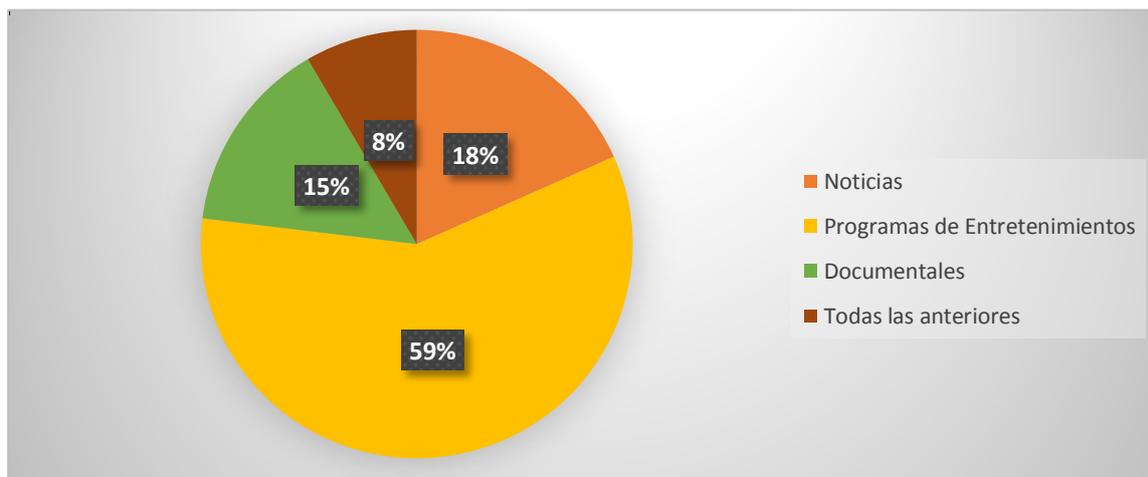
Tabla #5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Noticias</b>	50	18%
<b>Programas de entretenimientos</b>	160	59%
<b>Documentales</b>	40	15%
<b>Todo las anteriores</b>	23	8%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

Figura #4



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** El 59% ve Programas de entretenimientos, el 18% ve los noticieros, el 15% sintoniza documentales, el 8% prefiere todas las anteriores.

**3.- De las siguientes opciones de programas de entretenimiento ¿Qué programa matutino sintoniza? Puede escoger más de uno**

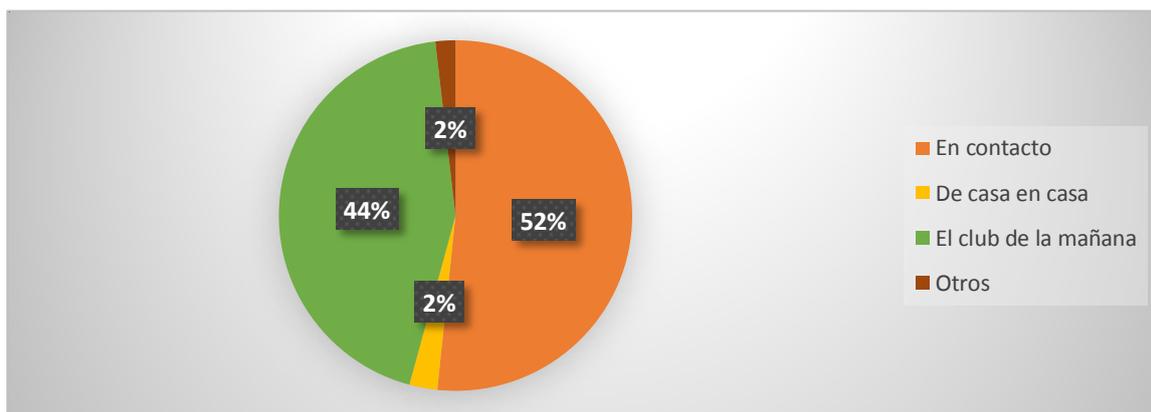
**Tabla #6**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>En Contacto</b>	141	52%
<b>De Casa en Casa</b>	7	2%
<b>El Club de la Mañana</b>	120	44%
<b>Otros</b>	5	2%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #4**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** Para las amas de casas del cantón Daule el programa de entretenimiento que más sintoniza es En Contacto con el 52% seguido El Club de la Mañana con el 44%, también De Casa en Casa con el 2% y la opción otros 2%.

**4.- ¿Cuál es la razón por la cual sintonizaría el programa de entretenimiento televisivo de su elección?**

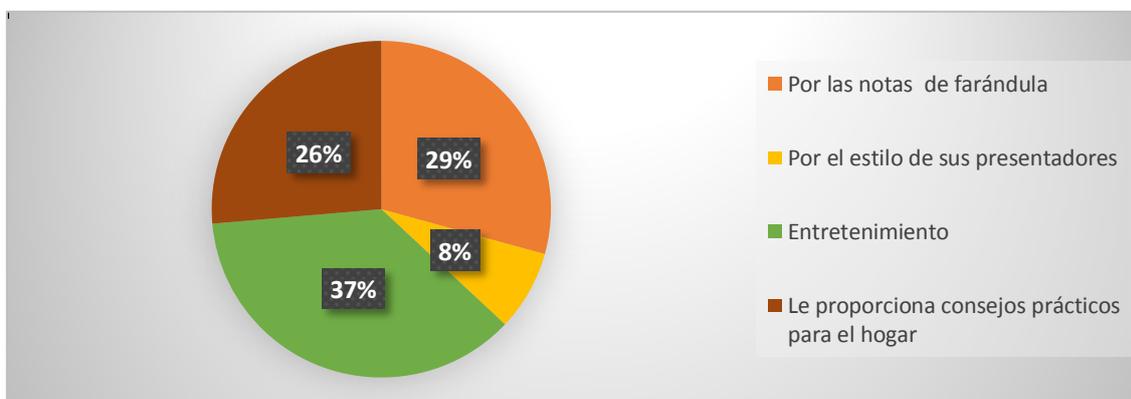
**Tabla #7**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Por las notas de farándula	150	29%
Por el estilo de sus presentadores	14	8%
Entretenimiento	12	37%
Le proporciona consejos prácticos	97	26%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #5**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** La razón por la cual las mujeres sintoniza más el programa es porque le brinda entretenimiento; de acuerdo al gráfico el 33% lo ve por entretenimiento, el 26 % porque le proporciona consejos para el hogar, el 29% porque le gusta saber los últimos acontecimientos de la farándula, y el 8% por el estilo y la forma de sus presentadores.

## 5.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de En Contacto?

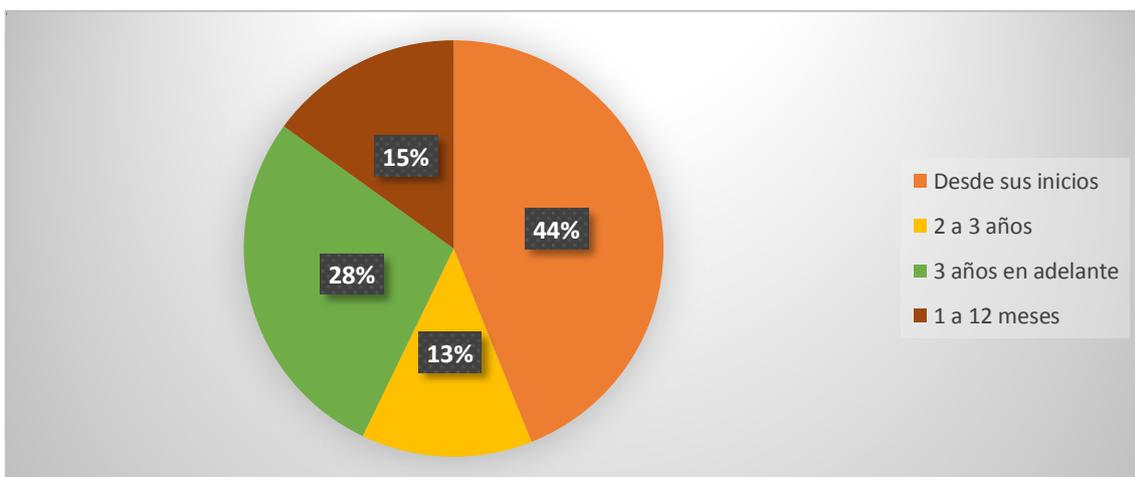
Tabla #8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Desde sus inicios	120	44%
2 a 3 años	36	13%
3 años en adelante	76	28%
1 a 12 meses	41	15%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

Figura #6



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** Como se observa en este gráfico, la mayoría de las amas de casas sintoniza el programa de entretenimiento de En Contacto desde que se inició el 44% ve el programa desde sus inicios, el 28% de 3 años en adelante, el 15% de 1 a 12 meses y con el 13% de 2 a 3 años.

## 6.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de El Club de la Mañana?

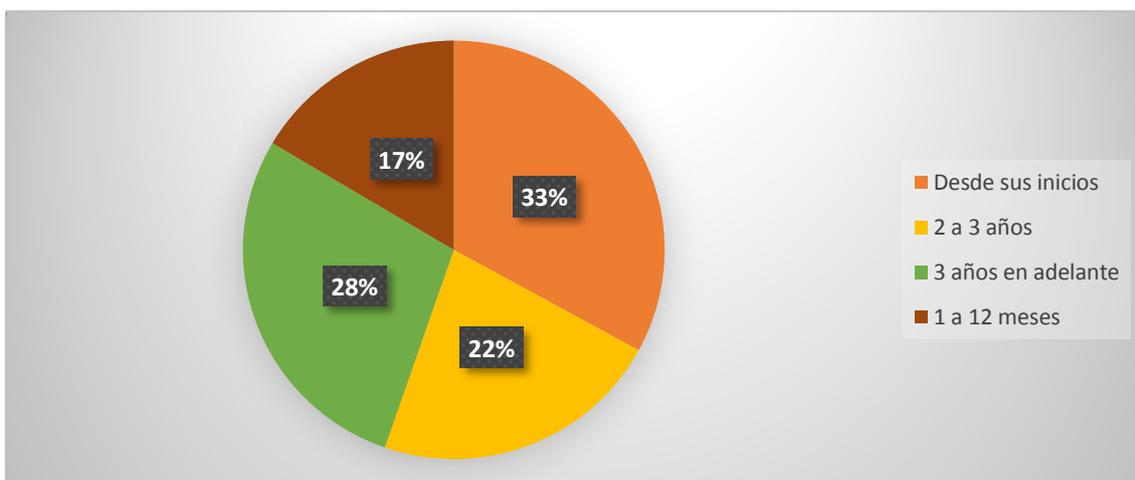
Tabla #9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Desde sus inicios	90	33%
2 a 3 años	61	22%
3 años en adelante	77	28%
1 a 12 meses	45	17%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

Figura #7



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

**Análisis:** Como se observa en este gráfico, la mayoría de las amas de casas sintoniza el programa de entretenimiento El Club de la Mañana desde que se inició el 33% ve el programa desde sus inicios, el 28% de 3 años en adelante, el 22% de 2 a 3 años y con el 17% de 1 a 12 meses.

## 7.- ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa de En Contacto?

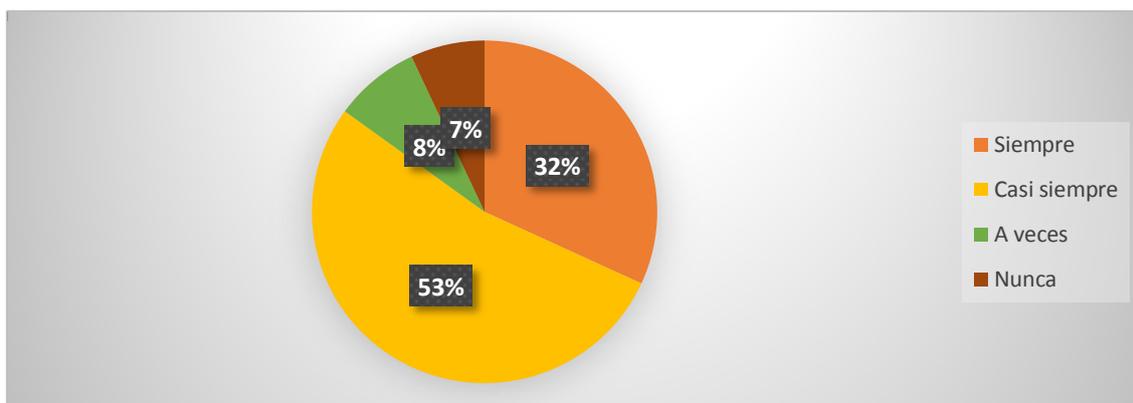
**Tabla #10**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Siempre</b>	87	32%
<b>Casi siempre</b>	145	53%
<b>A veces</b>	22	8%
<b>Nunca</b>	19	7%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #8**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** La mayoría de las amas de casas encuestadas sintoniza el programa de entretenimiento de En Contacto con el 53% casi siempre, el 32% lo ve siempre, el 8% a veces y el 7% nunca.

## 8.- ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa El Club de la Mañana?

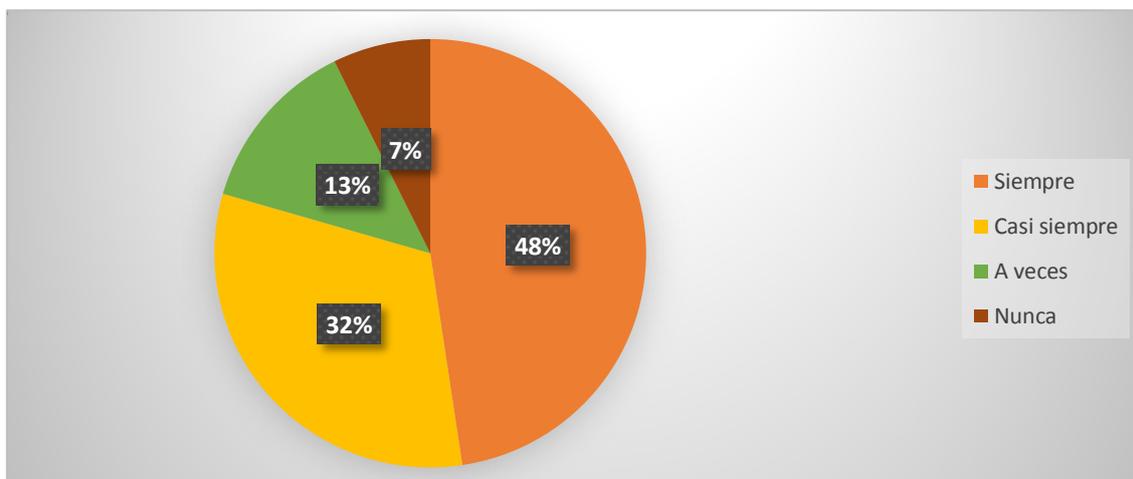
Tabla #11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Siempre</b>	130	48%
<b>Casi siempre</b>	87	32%
<b>A veces</b>	36	13%
<b>Nunca</b>	20	7%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

Figura #9



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

**Análisis:** La mayoría de las amas de casas encuestadas sintoniza el programa de entretenimiento El Club de la Mañana el 48% siempre, el 32 % casi siempre, el 13% a veces y con el 7% nunca.

9.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa de En Contacto afecta de alguna manera en su comportamiento social?

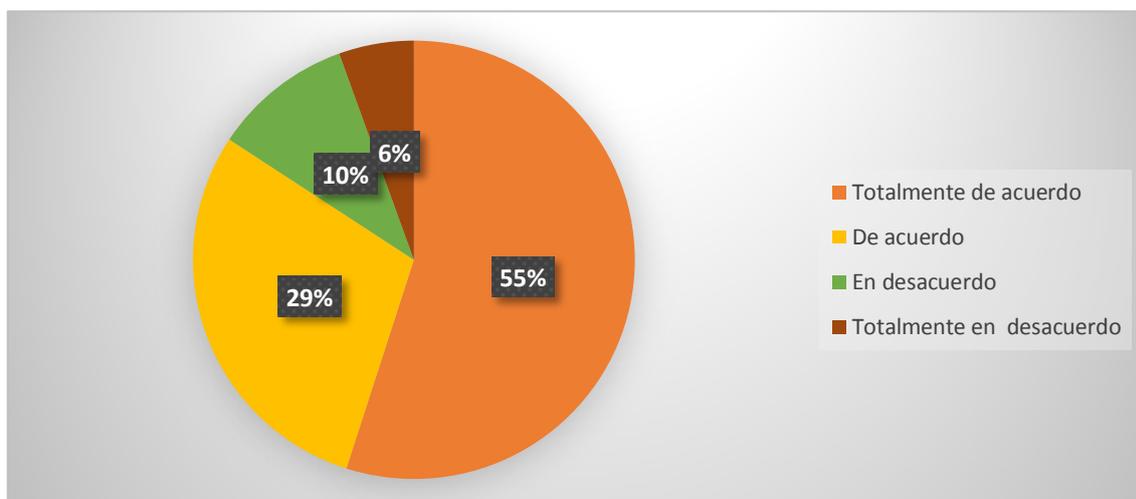
Tabla #12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Totalmente de acuerdo</b>	150	55%
<b>De acuerdo</b>	80	29%
<b>En desacuerdo</b>	28	10%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	15	6%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

Figura #10



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** - Según los resultados de las encuestas, el público encuestado dijo que el contenido del programa de su preferencia si influye en su comportamiento social el 55% totalmente de acuerdo, el 29% de acuerdo, el 10% en desacuerdo, y con el 6% totalmente en desacuerdo.

**10.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa El Club de la Mañana afecta de alguna manera en su comportamiento social?**

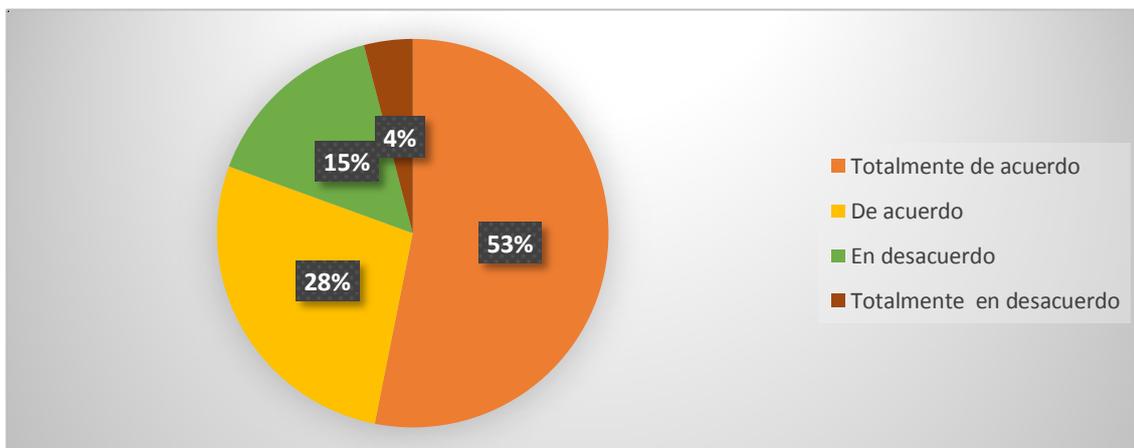
**Tabla #13**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Totalmente de acuerdo</b>	145	53%
<b>De acuerdo</b>	75	28%
<b>En desacuerdo</b>	42	15%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	11	4%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #11**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

**Análisis:** Según los resultados de las encuestas, el público encuestado dijo que el contenido del programa de su preferencia si influye en su comportamiento social el 53% totalmente de acuerdo, el 28% de acuerdo, el 15% en desacuerdo, y con el 4% totalmente en desacuerdo.

**11.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa de En Contacto?**

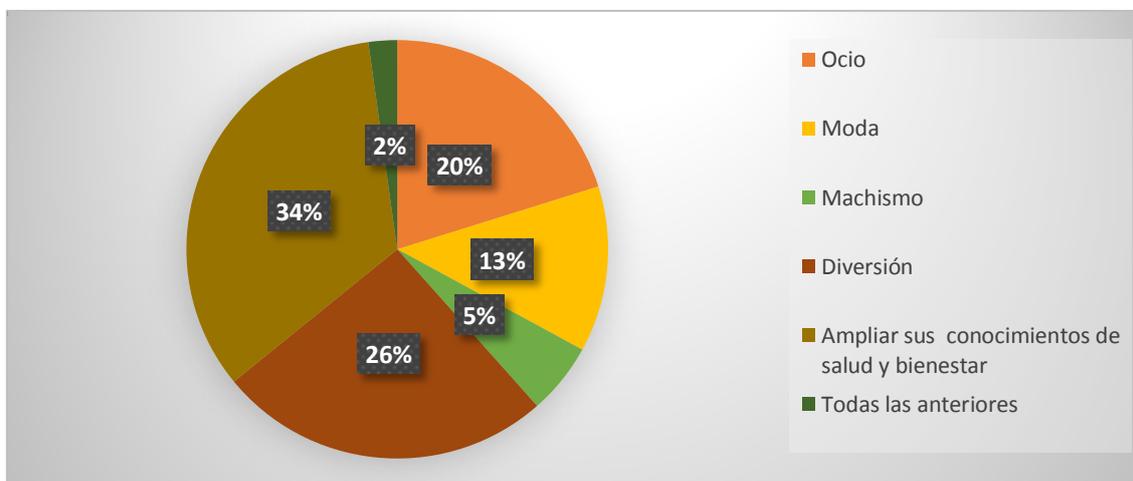
**Tabla #14**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ocio	55	20%
Moda	35	13%
Machismo	15	5%
Diversión	70	26%
Ampliar sus conocimientos de salud y bienestar	92	34%
Todas las anteriores	6	2%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #12**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** Para saber qué efecto pueden generar en las amas de casas los programas de entretenimiento antes mencionados, el 34% les ayuda a ampliar sus conocimientos de salud y bienestar, el 26% diversión, el 20% ocio, el 13% moda, el 5% machismo y con el 2% todas las anteriores.

**12.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa El Club de la Mañana?**

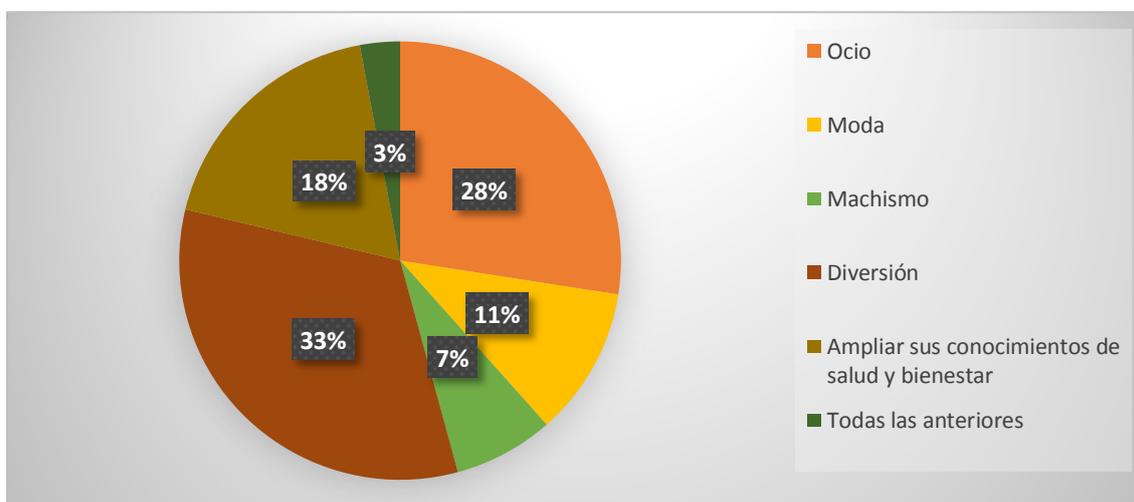
**Tabla # 15**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ocio	75	18%
Moda	30	11%
Machismo	20	7%
Diversión	90	33%
Ampliar sus conocimientos de salud y bienestar	50	18%
Todas las anteriores	8	3%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #13**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** Para saber qué efecto pueden generar en las amas de casas los programas de entretenimiento antes mencionados, el 33% diversión, el 28% ocio, el 18% ampliar sus conocimientos de salud y bienestar, el 11% moda, el 7% machismo y con el 3% todas las anteriores.

**13.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa de En Contacto?**

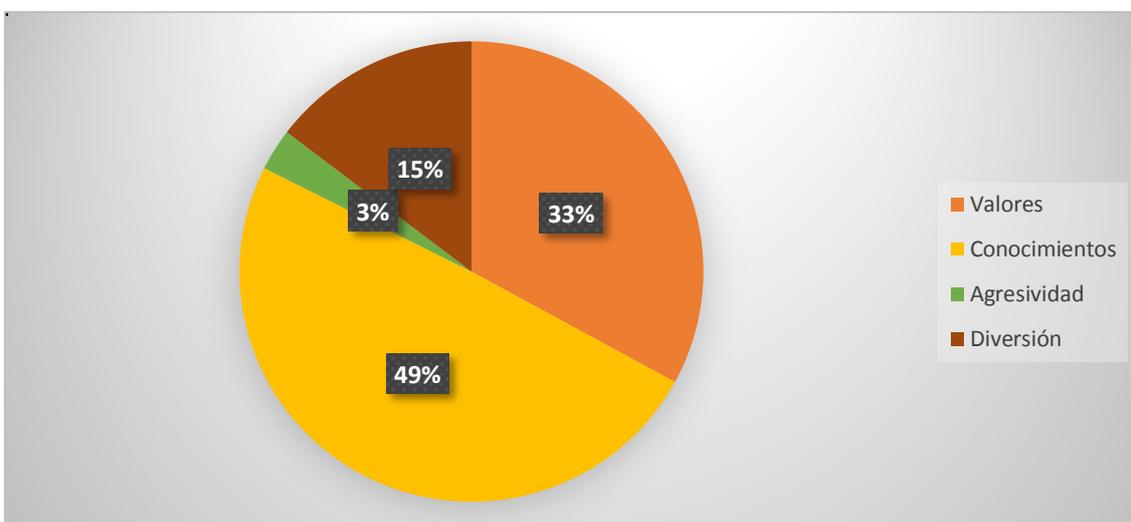
**Tabla #16**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Valores</b>	90	33%
<b>Conocimientos</b>	135	49%
<b>Agresividad</b>	8	3%
<b>Diversión</b>	40	15%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #14**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** El contenido del programa de entretenimiento de En Contacto es muy variado, para esto es necesario saber que genera en ellas. El 49% conocimientos, el 33% valores, el 15% diversión, y con el 3% agresividad.

**14.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa El Club de la Mañana?**

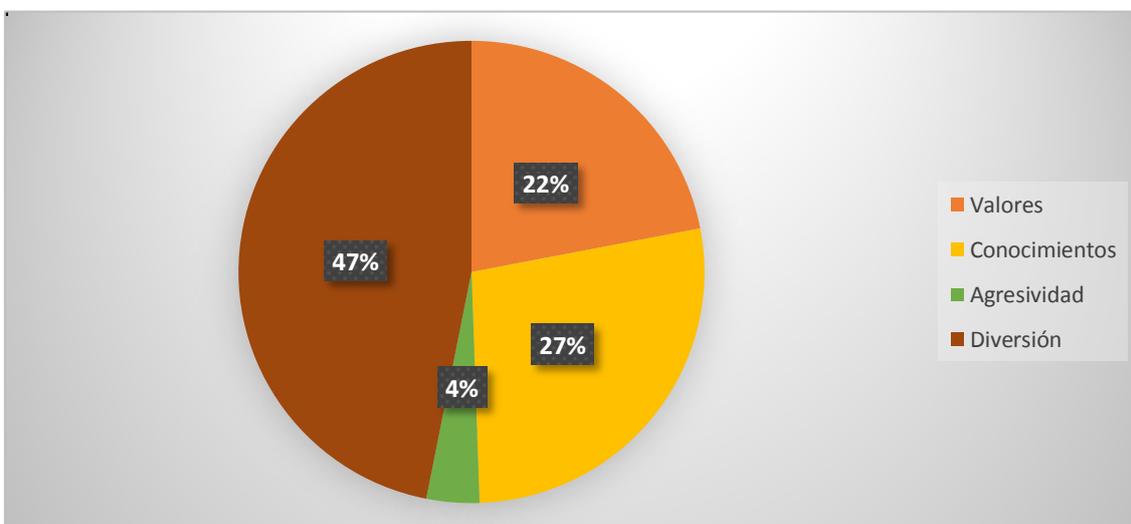
**Tabla #17**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Valores	60	22%
Conocimientos	75	27%
Agresividad	10	4%
Diversión	128	47%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Figura #15**



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** El programa de entretenimiento El Club de la Mañana genera en las amas de casas. El 47% diversión, el 27% conocimientos, el 22% valores y con el 4% agresividad.

15.- ¿Cuál de estas opciones considera usted que debería aplicarse para solucionar o disminuir los programas de En Contacto y El Club de la Mañana y como estos afecta a las amas de casas?

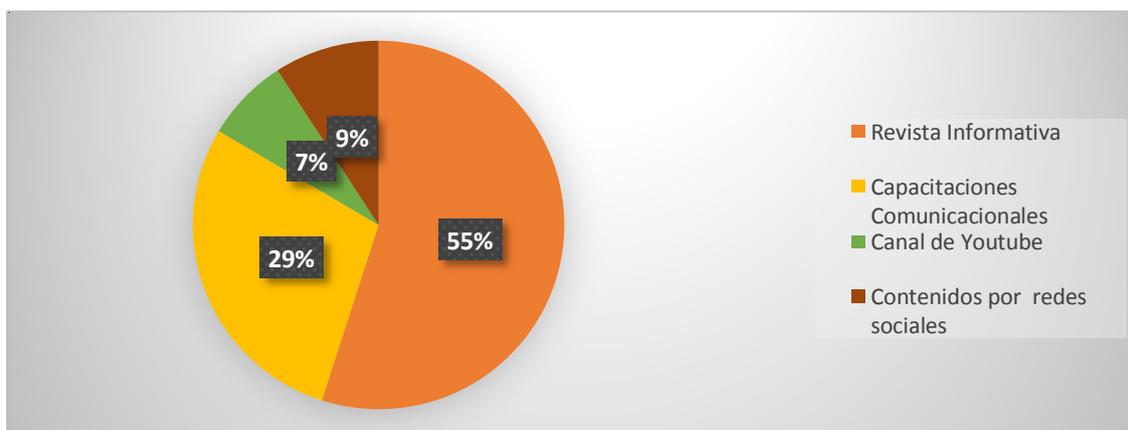
Tabla# 18

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Revistas Informativa</b>	150	55%
<b>Capacitaciones Comunicacionales</b>	78	29%
<b>Canal de Youtube</b>	20	7%
<b>Contenidos por redes sociales</b>	25	5%
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

Figura #17



**Fuente:** Encuestas realizadas a las amas de casas de los sectores José Félix Heredia y San Francisco.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario.

**Análisis:** Para saber cómo podemos disminuir este tipo de programas de entretenimiento que de alguna manera afecta en su comportamiento social y ellas respondieron que prefieren el 55% revista informativa, el 29% capacitaciones comunicacionales, el 9% contenidos por redes sociales, y con el 7% canal de youtube.

## **Entrevistas a expertos**

**Nombre:** Lcda. Úrsula Strenge Chávez

**Edad:** 43 años

**Experiencia:** 25 años en la televisión

**Cargo:** Presentadora de Televisión.

### **1.- ¿Cuál es su opinión acerca de los programas de entretenimiento a nivel nacional?**

R: La tendencia de la televisión actual es que los programas además de ser informativos sobre todo tienen que tener mucho entretenimiento vivimos tiempos tan convulsionados y las malas noticias están como a flor del día que estos programas han tenido un apogeo tremendo y que muchos programas de variedades como el nuestro han tenido que volcar muchos de sus contenidos hacia la parte del entretenimiento.

### **2.- ¿Cree usted que los programas de entretenimiento de alguna forma inciden en el comportamiento social del público que lo ve?**

R: Pienso que es recíproco ahí la necesidad de la gente de buscar un espacio donde poder deshacerse de estas malas de noticias o de tener un espacio donde poder disfrutar de otro tipo de contenidos de mayor entretenimiento y por otro lado por supuesto las propuestas que tienen los diferentes canales, medios, o programas como tal, inciden en lo que se brinda a la gente y causan también las tendencias.

### **3.- ¿Cree usted que los contenidos de los programas de entretenimiento influyen en las amas de casas o si estos aportan en el conocimiento de ellas.**

R: Hay contenidos y contenidos no porque sea contenidos de entretenimiento tiene que ser necesariamente fofo, hay cosas que entretienen y que son positivas y que también pueden aportar o ayudar a las amas de casas o las personas que ven el programa.

Como noticias positivas, cosas que nos inspiran, que pasan en el mundo, ejemplos a seguir de personas que viven su vida de una forma en particular o tienen estilo de vida saludable, alegre, positivos y son personas que motivan a la audiencia en este caso las amas de casas.

Hay otros contenidos que son básicamente bromas, chismes, o información bastante ligera o de farándula de todo tipo que a lo mejor no te aporta cosas importantes a tu vida cotidiana.

**4. ¿Considera usted que los temas tratados en el programa están bien equilibrados y son de interés para el público que lo ve, en este caso las amas de casa, y que estos aportan al desarrollo formal de las mismas?**

R: Si considero que los temas son equilibrados y que sirven a la sociedad en general ya que son tratados con personas especializadas en los distintos temas que se dan en los diferentes segmentos del programa.

Siempre nuestros contenidos en particular es un poco a la tendencia actual entonces es de interés para las amas de casas y de esta manera aportan al desarrollo y aprendizaje de ellas.

**5.- ¿Cómo se obtiene la información de los contenidos que se dan a conocer en los distintos segmentos de los programas de entretenimiento.**

R: Nosotros tratamos de tener un programa variado si bien somos una revista matinal destinada a amas de casas tratamos que dentro de este contenidos aportan con cosas informativas con temas sociales, temas médicos, pero también esta esa parte de entretenimiento de concursos, farandula, show artísticos, de retos que hacemos durante del programa.

Podemos a lo mejor guiarnos por lo que nos dice la audiencia nosotros tenemos esto del rating minuto a minuto que nos van diciendo por donde va la preferencia del público en esos días que funcionan ciertos contenidos mejores que otros podemos un poco guiar de alguna forma lo contenidos en base a lo que la audiencia quiere, espera, necesita sin perder en este caso la calidad del programa y la responsabilidad de un medio requiere.

**6.- Cree usted que el contenido que se da a través de los programas de entretenimiento cumple con la Ley Orgánica de Comunicación?**

R: Muchos de los contenidos tienen que ser guiados por la ley de comunicación pienso que estamos en aprendizaje y reajuste sobre todo quienes tenemos programas diarios y que queremos tener una propuesta variada y diversa tenemos por ahí que ir en ciertos momentos limitándonos y reajustándonos.

De esta manera se van transformando ciertos contenidos lo importante en todo este proceso es que no perdamos la autenticidad y que tampoco nos limitemos en el sentido de brindar a la audiencia lo que le gusta, espera pero también lo que a la audiencia le sirve para crecer íntegramente por eso un medio de comunicación tienen la responsabilidad de brindar contenidos que puedan aportar a la audiencia.

**7.- Desde su punto de vista ¿Cree usted que los programas de entretenimiento juega un papel importante en la sociedad?**

R: Sin duda alguna hay programas y programas sin necesidad de juzgar más bien el que tiene que juzgar es el televidente él que tiene el control remoto en

su mano y va a decidir que ver y que es lo que realmente está aportando a mi vida.

Hay momentos que me provoca solo reír y pongo una comedia y hay momentos que me provoca informarme y pongo los noticieros pero tratemos de tener la suficiente responsabilidad en nosotros mismos y para nuestras familias de elegir programas que aportan en diferentes sentidos a nosotros como seres humanos pero también saber de qué forma lo hacemos y a través de que contenidos.

**Nombre:** Lcdo. Marcelo Cornejo

**Edad:** 51 años

**Experiencia:** 14 años en televisión

**Cargo:** Presentador de Televisión.

**1.- ¿Cuál es su opinión acerca de los programas de entretenimiento a nivel nacional?**

R: Si un programa de entretenimiento cumple su función que es llamar la atención, distraer al televidente, llevar un buen mensaje, llevar una buena vibra al televidente y hacer olvidar de los problemas cotidianos cumplen su misión y son importantes.

**2.- ¿Cree usted que los programas de entretenimiento de alguna forma inciden en el comportamiento social del público que lo ve?**

R: Muchas veces si los programas de entretenimiento pueden llegar a influenciar un poco al televidente depende del televidente, y del target del televidente si es un niño, un adolescente o amas de casas, porque hay muchos programas de entretenimiento que son dirigidos a diferentes edades, a amas de casas, adolescentes, y público en general y depende de la edad del televidente si es maduro o inmaduro para dejarse influenciar.

**3.- ¿Cree usted que los contenidos de los programas de entretenimiento influyen en las amas de casas o si estos aportan en el conocimiento de ellas.**

R: En el caso de los programas que son tipos matinales, revistas familiares, el club de la mañana y otros programas más todos tratamos que el mensaje de alguna nota o un reportaje o de algún profesional que estemos entrevistando en ese momento lleve algo de enseñanza y provecho para las amas de casas o las personas que esté viendo porque hay muchos temas que si se toca y en algunas familias alguien lo está necesitando.

**4. ¿Considera usted que los temas tratados en el programa están bien**

**equilibrados y son de interés para el público que lo ve, en este caso las amas de casa, y que estos aportan al desarrollo formal de las mismas?**

**R:** Todos los programas tienen un productor general o directivo en este caso es directora ella es una profesional y siempre está buscando un tema ideal, importante o necesario y actualizado que es de interés para las amas de casas y sobre todo siempre buscando, investigando y teniendo un nivel de contenido importante e interesante para las amas de casas.

**5.- ¿Cómo se obtiene la información de los contenidos que se dan a conocer en los distintos segmentos de los programas de entretenimiento.**

**R:** Los contenidos los manejan la directora y con su grupo investigan en revistas, entrevistas, en periódico o lo que se ve en televisión se traen en esas ideas que pueden salir de la misma prensa escrita o televisiva para poder realizar los diferentes reportajes que se dan a conocer en los distintos segmentos del programa para de esta manera informar, entretener a las amas de casas o al público en general.

**6.- Cree usted que el contenido que se da a través de los programas de entretenimiento cumple con la Ley Orgánica de Comunicación?**

**R:** Yo creo que si cumplen al menos en nuestro caso si porque siempre vamos a estar en la mira de la autoridad de gobierno entonces tenemos que cumplir la ley y siempre estar dentro de los márgenes que nos permiten la ley de comunicación.

**7.- Desde su punto de vista ¿Cree usted que los programas de entretenimiento juega un papel importante en la sociedad?**

**R:** Si son importante ya que los programas de entretenimiento distrae un poco de la rutina diaria y de los problemas cotidianos pero sobre todo hay que gente que dicen de televisión basura y enseñarle a nuestro hijos que es televisión basura y que no, pero también hay programas de enseñanza, deportes, competencia, y farándula, que hacen esa función de entretener al televidente y eso depende de la persona si lo utilizan para bien o no.

**Nombre:** Lcda. Pilar Vera Gómez

**Edad:** 30 años

**Experiencia:** 8 años en televisión

**Cargo:** Reportera y Presentadora de Televisión.

**1.- ¿Cuál es su opinión acerca de los programas de entretenimiento a nivel nacional?**

R: Llevamos una línea de darle consejos a las amas de casas de una manera divertida este poco a poco estamos creciendo apoyando a talentos y artistas además hay cuatro revista familiares a nivel nacional y creo que es un buen numero para la mañana. Y de esta manera el público tiene selectividad de que desea ver.

**2.- ¿Cree usted que los programas de entretenimiento de alguna forma inciden en el comportamiento social del público que lo ve?**

R: Por supuesto la revista familiar el grupo objetivo es directamente son las amas de casas y en muchas ocasiones los niños cuando estamos en vacaciones y por ende somos ejemplos para ellos.

**3.- ¿Cree usted que los contenidos de los programas de entretenimiento influyen en las amas de casas o si estos aportan en el conocimiento de ellas.**

R: Si aportan al conocimiento de las amas de casas es por eso importante que cada reportaje o cada invitado que tenga esta revista familiar sea con un buen contenido para que de esa manera ayuda a esa ama de casa a salir adelante por ejemplo algún emprendimiento, temas de salud, sin duda alguna el contenido en la revista familiar es importante ya que la amas de casas aprende de ese programa.

**4. ¿Considera usted que los temas tratados en el programa están bien equilibrados y son de interés para el público que lo ve, en este caso las amas de casa, y que estos aportan al desarrollo formal de las mismas?**

R: En el programa que trabajo si porque mantiene ese equilibrio de enseñar pero de una manera divertida tenemos el personaje de Doña Sarita Piedad que es interpretado por Sandra Pareja y ella al mismo tiempo de tener ese humor y esa chispa enseña a la ama de casa de una manera práctica y sencilla, yo realizo reportaje turísticos y enseñó la historia tradiciones gastronómicas, temas de salud entonces equilibramos entretenimiento, la chispa y siempre han contenido para que las amas de casas aprenda algo nuevo.

**5.- ¿Cómo se obtiene la información de los contenidos que se dan a conocer en los distintos segmentos de los programas de entretenimiento.**

R: Tenemos una reunión una vez a la semana y se hablan de los temas se busca especialistas, se coordina, y de esa manera se va obteniendo información mi jefa que es la directora me dan los temas y yo también le tengo sugerir temas y de ahí se hace una selección este si este no y luego se busca a los especialistas.

**6.- Cree usted que el contenido que se da a través de los programas de entretenimiento cumple con la Ley Orgánica de Comunicación?**

R: Actualmente si por el horario familiar no pueden salir ciertas escenas porque incita a la violencia ya no se puede hablar de bebidas alcohólicas pienso que si se cumplen con la ley de comunicación.

**7.- Desde su punto de vista ¿Cree usted que los programas de entretenimiento juega un papel importante en la sociedad?**

R: Por supuesto los programas de entretenimiento y este caso una revista familiar, creó que si por eso llevan tantos años por ende son de gran importancia en la sociedad y se convierte como en la familia de esa socia o de ese televidente que está en casas día a día sintonizando dichos programas.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

Revista Informativa tratará temas sobre entretenimiento, salud, consejos para el hogar, la misma que será entregada de forma física a las amas de casas del cantón Daule.

#### **4.1. Introducción**

La propuesta se basa en la elaboración de una revista informativa, la cual será distribuida a las amas de casas del cantón Daule. Para informar acerca de los contenidos de programas de entretenimiento que aporte al beneficio de ellas mediante la elaboración de esta revista es mantener informada a las amas de casas.

#### **4.2. Descripción de la propuesta**

En la revista se difundirán contenidos de cuidados para el hogar, consejos de salud, tips de belleza, farándula, entretenimiento, recetas de cocina entre otros

De esta manera las amas de casas estarán informadas y la revista saldrá quincenalmente y será entregada a las amas de casas.

#### **4.3. Justificación**

La propuesta se basa en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las amas de casas del cantón Daule ya que los contenidos que son transmitidos por los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana pueden incidir en el comportamiento social de estas.

A pesar que estos programas son transmitidos por medios audiovisuales, se desarrollará una revista impresa, por lo que algunas amas de casas no cuentan con una red de internet o no tienen tiempo al momento de ver esta programación de los distintos segmentos transmitidos por estos.

Ya que en ocasiones estos programas transmiten un contenido que desfavorecen a las televidentes, los mismos que en ocasiones provocan conflictos que no aportan al beneficio de ellas.

#### **4.4. Datos informativos**

Nombre de la revista informativa “**Cosas de Mujeres**” tiene como objetivo informar a las amas de casas de una manera responsable sobre los contenidos de los programas de entretenimientos.

**Slogan:** Un gusto, una pasión

**Tamaño:** Estándar

**Páginas:** 27

**Distribución de la revista:** Todos los sábados (cada quince días)

**Duración:** 6 meses.

#### **4.5. Objetivos de la propuesta**

##### **4.5.1. Objetivo General**

Diseñar una revista informativa donde se redacten temas de interés y así mantenerlas informadas de una manera más divertida y prácticas a las amas de casas.

##### **4.5.2. Objetivos Específicos**

- Establecer temas de interés acerca de los contenidos de los programas de entretenimiento y reforzar una buena comunicación con las televidentes.
- Promover que las amas de casas lean contenidos que les ayuden de cierta manera a enriquecer sus conocimientos y habilidades que aporten a su hogar.
- Facilitar a que las amas de casas tenga una influencia positiva acerca de los programas de entretenimiento a través de una revista informativa y de esta manera erradicar los efectos negativos que genera en el comportamiento social de ellas.

## 4.6. Responsables

**Tabla #19**

<b>Recursos de Talento Humano</b>	<b>Editor General</b>	<b>1</b>
	Editores de secciones	1
	<b>Reporteros</b>	3
	Diseñadores gráficos	1
	Fotógrafos	2

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

## 4.7. Contenidos de la propuesta

### Secciones

- Cuidados para el hogar & Decoración
- Salud y bienestar
- Belleza
- Recetas de Cocina

#### 4.8. Cronograma de actividades

**Tabla# 20 Cronograma de actividades**

<b>Cronograma de actividades</b>				
<b>Duración: 6 meses</b>				
<b>Distribución de la revista: Todos los sábados (quincenal)</b>				
<b>Meses</b>	<b>Actividades</b>			
	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>		
<b>Agosto</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres.	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule.
<b>Septiembre</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres.	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule.
<b>Octubre</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule.
<b>Noviembre</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres.	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule.
<b>Diciembre</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule
<b>Enero</b>	Reunión Editorial (Temas a desarrollarse por cada sección)	Redacción de los temas escogidos para cada sección. Diseño, Diagramación y Fotografías.	Impresión final de la Revista Cosas de Mujeres.	Distribución de la Revista Cosas de Mujeres a las amas de casas del cantón Daule.

**Elaborado por:** Sayda Mery Noriega Candelario

#### 4.9. Recursos

Tabla #21

Recursos de Materiales	Computadoras	6
	Software	1
	Cámaras	4
	Grabadoras digitales	3
	Pizarra	2
	Caja de marcadores	1
	Caja de lápices	1
	Agendas	5
	Servicio de internet	1

Elaborado por: Sayda Mery Noriega Candelario

#### 4.10. Responsable

Comunicadora Social: Sayda Noriega Candelario

#### 4.11. Presupuesto

Tabla #22

Cantidad	Descripción	Valor mensual	Valor semestral	Valor Total
<b>Recursos de Talento humano</b>				
1	Editor General	\$854,26	5,125.56	5,125.56
1	Editores de secciones	\$709,16	4,254.96	4,254.96
3	Reporteros	\$570,79	3,424.74	\$10,274.22
1	Diseñadores gráficos	\$370,78	\$2,224.68	\$2,224.68
2	Fotógrafos	\$477,06	2,862.36	5,724.72
	<b>Total</b>			<b>\$27,604.14</b>
<b>Recursos de materiales</b>				
6	Computadoras	\$300		\$1,800
5	Servicio de Internet	\$35		\$35
1	Software	\$400		\$400
4	Cámaras	\$900		\$3,600
5	Grabadoras	\$90		\$450
2	Pizarra	\$25		\$50
7	Agendas	\$4		\$28
2	Cajas de marcadores	\$5		\$5
	Caja de lápices	\$5		\$5
				<b>\$6.373</b>
<b>Total del presupuesto a gastar</b>		<b>Talento Humano</b>		<b>\$27,604.14</b>
		<b>Materiales</b>		<b>\$6.373</b>
		<b>Total</b>		<b>\$33,977.14</b>

#### **4.12. Financiamiento**

El financiamiento para realizar la revista informativa será por parte del Instituto Rey David y el periódico Hola Daule.

#### **Conclusiones**

- Mediante esta investigación se puede constatar que los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana tienen una gran acogida en las amas de casas del cantón Daule por lo que de cierta manera inciden en el comportamiento social de estas.
- Una cantidad destacada y considerable de las amas de casas desconocen de los diferentes segmentos que presenta los programas de entretenimiento y que de cierta manera aportan en beneficio de sus capacidades y habilidades sociales para sus hogares.
- Los programas de entretenimiento están en constante aprendizaje y reajustes para dar un contenido que cumplan con los parámetros establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación.
- El programa de En Contacto tiene una manera responsable para dar sus contenidos que aporten al desarrollo y aprendizaje de la mujer en el hogar, por otro lado el programa El Club de la Mañana trata de dar ciertos consejos que beneficie al emprendimiento de las amas de casas.
- Al finalizar este trabajo se podría decir que los programas de entretenimiento tienen un papel fundamental dentro de la sociedad ecuatoriana ya que de esta manera tratan de ayudar a la ama de casa en el hogar dando ciertos consejos y nuevas alternativas de emprendimiento para ellas.

#### **Recomendaciones**

- Se recomienda a los productores y personal encargado del manejo de contenidos televisivos que son tratados en los diferentes segmentos de los programas de entretenimientos sea de interés social y cumplan con todas las normativas correspondientes para el público que lo ve.

- Se sugiere a las amas de casa a tomar mucha precaución de los contenidos de un programa de entretenimiento y que este cumplan con las expectativas de aprendizajes y emprendimiento para sus hogares.
- Al área de producción de los programas de entretenimientos deben de tener un mayor control en los contenidos que se van a dar en cada uno de los segmentos de dicho programa.
- A los presentadores de los programas entretenimiento sea responsables a la hora de informar, entretener, y de esta manera no desinformar al público televidente.
- El papel de los programas de entretenimiento en la sociedad es muy importante porque deben ser creado con el propósito de informar, educar, entretener y aportar al beneficio del espectador.

## Referencias Bibliográficas

- Branda, M., & Cuenya, A. (2014). *COMUNICACIÓN VISUAL*. Buenos Aires, Argentina: Universitarias Nacionales (REUN).
- Fajardo, E. G. (Julio de 2006). análisis de la televisión. *ECO-PÓS*, v.9, n. 1, pp.58-81.
- Gamarnik, & Edith, C. (septiembre de 2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Questión*; vol. 1, no. 23.
- Giraldo, A., & Maya, C. (2016). *Modelos de ecología de la comunicación*, 746-768.
- González, K. O. (Diciembre de 2012 ). Los géneros informativos en la televisión. *ComHumanitas*, Vol. 4. No. 4 , pp- 49-58.
- Gordillo, I., Guarinos, V., & Antonio Checa. (2011). *Revista Comunicación*, N°9, Vol.1, PP.93-106.
- Lazcano, F. M., & Muñiz, C. (Agosto; Octubre de 2012). *Iberoamérica Especializada en Comunicación*, pp.495-516.
- Marín, G. J., Curiel, C. P., & Zambrano, R. E. (2014). los medios de comunicación. *ambitos comunicacion*.
- Morillo, J. P. (2006). De la comunicación documental informativa. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 69-89.
- Muñiz, C., Igartua, J. J., Fuente, M. d., & Otero, J. A. (2008). Imágenes periodísticas de la inmigración. 31-48.
- Muñoz, M. J. ( 2010). Los formatos de entretenimientos Televisivos. *Ámbitos*, núm. 19,, pp. 183-196.
- Pereira, J. M. (2005). *Investigacion y desarrollo*, 412-442.
- Prats, J. F. (30 de marzo de 2007). la competencia en comunicacion audiovisual. *Revista de Científica de comunicaiòn y Educaciòn* , 100-107.
- Puente, S. N. (2005). Género y televisión. Estereotipos . *Comunicar*, núm. 25, .
- Renero, M. (2015). De géneros televisivos y usos familiares. *Comunicacion y Sociedad 2*.
- Ruiz, R. G. ( 2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. *Revista de Investigación Social*, 576-609.
- Uribe, L. F. (julio-diciembre de 2009). A PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL. *Forma y Función*, vol. 22,, pp. 121-142.

## Anexos

### Anexo 1: Encuestas realizadas a las amas de casas del cantón Daule



**Pie de Foto:** Encuesta realizadas a las amas de casas del sector José Félix Heredia.



**Pie de Foto:** Encuesta realizadas a las amas de casas del sector José Félix Heredia.



**Pie de foto:** Encuesta realizadas a las amas de casas del sector San Francisco.



**Pie de foto:** Encuesta realizadas a las amas de casas del sector San Francisco.

## Anexo 2: Entrevistas realizadas a expertos



**Pie de foto:** Entrevista realizada a la Lcda. Úrsula Strenge Chávez.

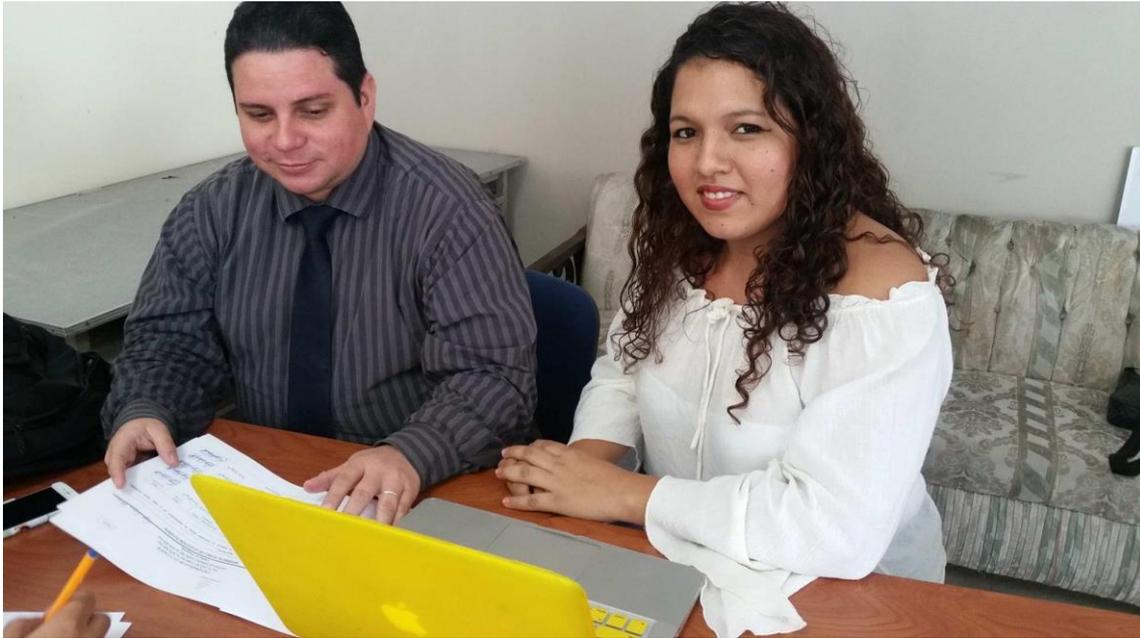


**Pie de foto:** Entrevista realizada al Lcdo. Marcelo Cornejo.



**Pie de foto:** Entrevista realizada a la Lcda. Pilar Vera Gómez.

### Anexo 3: Tutorías



Tutoría con el Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond



Tutoría con el Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond

## **Anexo 4: Oficios**

Daule, 18 de Julio de 2017

### **Rector**

Bayardo David Caicedo González

**Instituto Técnico Superior Rey David**

**Ciudad.-**

De mi consideración.-

Mediante la presente, le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y El Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule**. Se realizaran una revista informativa la cual ayudara a las amas de casas a estar informadas de una manera divertida y práctica que ayuden a diferenciar los aspectos positivos y negativos que tiene los programas de entretenimiento.

Donde se desarrollaran temas de interés que ayuden al beneficio de las amas de casas del cantón y a su aprendizaje para que estas tengan una nuevas alternativas que pueda desarrollar en sus hogares.

Por lo cual, solicito a la institución que se encargue del financiamiento de la revista. Usted tendrá de mi parte la opción de poner publicidad acerca de la Institución.

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

Atentamente,

---

**Sayda Mery Noriega Candelario**

**Estudiante Carrera de Comunicación Social**

**Facultad de Comunicación Social**

**Universidad de Guayaquil**

Daule, 18 de Julio de 2017

**Gerente General**

Sr. Patricio Alvarado Ruiz

**Periódico Hola Daule**

**Ciudad.-**

De mi consideración

Mediante la presente le comunico que como parte de la propuesta de mi trabajo de titulación denominado **Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En contacto y El club de la mañana en las amas de casas en el cantón Daule**. Se realizaran una revista informativa la cual ayudara a las amas de casas a estar informadas de una manera divertida y práctica que ayuden a diferenciar los aspectos positivos y negativos que tiene los programas de entretenimiento.

Donde se desarrollaran temas de interés que ayuden al beneficio de las amas de casas del cantón y a su aprendizaje para que estas tengan una nueva alternativas que pueda desarrollar en sus hogares.

Por lo cual, solicito a usted que se encargue del financiamiento de la revista. Usted tendrá de mi parte la opción de poner publicidad acerca de su periódico.

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

Atentamente,

---

**Sayda Mery Noriega Candelario**

**Estudiante Carrera de Comunicación Social**

**Facultad de Comunicación Social**

**Universidad de Guayaquil**

## Anexo 5: Preguntas de la encuesta



Universidad de Guayaquil  
Facultad de comunicación Social



**Encuestas para trabajo de titulación previo a la sustentación de Lcda. En Comunicación Social. La misma que está dirigida a la amas de casa del cantón Daule con la finalidad de conocer sus opiniones sobre los programas de entretenimientos de En contacto y El club de la mañana.**

**Edad:**

**1.- En qué horario sintoniza más la televisión**

Mañana  Tarde  Noche  Todo el día

**2. ¿Qué tipo de programas televisivos usted prefiere ver?**

Noticias  Programas de entretenimientos   
Documentales  Todas las anteriores

**3.- De las siguientes opciones de programas de entretenimiento ¿Qué programa matutino sintoniza? Puede escoger más de uno**

En contacto  De casa en casa  El club de la mañana  Otros

**4.- ¿Cuál es la razón por la cual sintonizaría el programa de entretenimiento televisivo de su elección?**

Por las notas de farándula  Por el estilo de sus presentadores   
Entretenimiento  Le proporciona consejos prácticos para el hogar

**5.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de En Contacto?**

Desde sus inicios  2 a 3 años   
3 años en adelante  1 a 12 meses

**6.- ¿Hace cuánto tiempo sintoniza el programa de El Club de la Mañana?**

Desde sus inicios  2 a 3 años

3 años en adelante  1 a 12 meses

**7. ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa de En Contacto?**

Siempre  Casi siempre  A veces  Nunca

**8. ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa El Club de la Mañana?**

Siempre  Casi siempre  A veces  Nunca

**9.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa de En Contacto afecta de alguna manera en su comportamiento social?**

Totalmente de acuerdo  De acuerdo

En desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

**10.- ¿Cree usted que el contenido que transmite el programa El Club de Mañana afecta de alguna manera en su comportamiento social?**

Totalmente de acuerdo  De acuerdo

En desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

**11.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa de En Contacto?**

Ocio  Moda  Machismo  Diversión

Ampliar mis conocimientos de salud y bienestar  Todas las anteriores

**12.- De las siguientes alternativas ¿Cuál es el efecto que puede generarse al observar el programa El Club de la Mañana?**

Ocio  Moda  Machismo  Diversión

Ampliar mis conocimientos de salud y bienestar  Todas las anteriores

**13.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa de En Contacto?**

Valores  Conocimientos

Agresividad  Diversión

**14.- De las siguientes alternativas ¿Qué podría generar en usted los contenidos del programa El Club de la Mañana?**

Valores  Conocimientos

Agresividad  Diversión

**15.- ¿Cuál de estas opciones considera usted que debería aplicarse para solucionar o disminuir los programas de En Contacto y El Club de la Mañana y como estos afecta a las amas de casas.**

Revistas  Capacitaciones Comunicacionales

Canal de Youtube  Contenidos de redes sociales

## **Anexo 6: Preguntas para la entrevista**

- 1.- ¿Cuál es su opinión acerca de los programas de entretenimiento a nivel nacional?
  
- 2.- ¿Cree usted que los programas de entretenimiento de alguna forma inciden en el comportamiento social del público que lo ve?
  
- 3.- ¿Cree usted que los contenidos de los programas de entretenimiento influyen en las amas de casas o si estos aportan en el conocimiento de ellas.
  
4. ¿Considera usted que los temas tratados en el programa están bien equilibrados y son de interés para el público que lo ve, en este caso las amas de casa, y que estos aportan al desarrollo formal de las mismas?
  
- 5.- ¿Cómo se obtiene la información de los contenidos que se dan a conocer en los distintos segmentos de los programas de entretenimiento.
  
- 6.- Cree usted que el contenido que se da a través de los programas de entretenimiento cumple con la Ley Orgánica de Comunicación?
  
- 7.- Desde su punto de vista ¿Cree usted que los programas de entretenimiento juega un papel importante en la sociedad?

Anexo 7: Diagrama de la revista





## ÍNDICE

- 2 Cómo hacer ambientadores naturales para la cocina
- 3 Cómo guardar los alimentos en la nevera
- 5 Decoración en color rosa para la casa.
- 6 Cómo hacer maceteros reciclados.
- 8 Edema: por qué se hinchan las piernas.
- 10 Copa menstrual: ¿Qué es y cómo usarla?
- 13 Métodos Anticonceptivos naturales
- 15 Higiene y salud para el pequeño de la casa
- 16 Desde casa uñas bonitas y sanas
- 17 Cómo hacer una limpieza facial casera paso a paso
- 19 Maquillaje natural paso a paso
- 20 Recetas de Cocinas: Come Sano!
- 22 Piqueos fáciles
- 23 Jugos Saludables
- 24 Úrsula Strengre una mujer llena de fortaleza



## EDITORIAL

Esta revista tienen como misión: Orientar, informar, entretener a las amas de casas, de consejos prácticos para ellas y toda la familia: el objetivo es brindarles soluciones inmediatas y fáciles para que nuestras vidas hogareñas se desarrollen en un marco sano y vigoroso. Con el propósito de llevar a las mujeres herramientas de información para llevar una vida más plena y disfrutable y convertirse en su mejor versión.

www.cosasdemujeres.com  
cosasdemujeres@gmail.com



▶ HOGAR

HOGAR ◀

## Cómo hacer ambientadores naturales para la cocina

Las plantas aromáticas son una opción muy recomendada para disfrutar y acabar con los olores de las frituras, el pescado o alguna comida que se te haya pasado en la nevera. Si los malos olores inundan tu hogar y ya no sabes qué hacer con ellos o si buscas una alternativa casera para no tener que echar tanto aerosol que daña al medio ambiente, puedes leer el siguiente artículo. Aprende cómo aromatizar la casa de manera natural, para que los aromas sean tu carta de presentación o tu toque distintivo.

Ya que algunos sprays o perfumes que se venden para los hogares tienen sustancias tóxicas que contaminan el aire y afectan la salud, son costosos y no tienen un efecto duradero, no hay nada mejor que optar por las alternativas caseras y naturales. Seguro que tendrás todos los ingredientes en tu cocina. Y si no, los conseguirás sin problemas en la tienda de tu barrio.

¿Qué otros trucos utilizas tú para ambientar con aromas naturales tu hogar?



### Aromatizante de vainilla

Embebe un algodón con unas gotas de esencia de vainilla. Coloca en un recipiente sin tapa en el ambiente que quieras disfrutar de ese aroma. Deja unas cuatro horas. Cuando ya no tenga más olor, repite, usando un algodón nuevo.



### Aromatizante de naranja clavo de olor

Si combinas ambos elementos esparcirás un aroma bien dulce por toda la casa. Sólo tienes que pinchar los clavos de olor en una naranja, colocar en una bandeja y dejar que haga el resto. Te servirá durante varios días o hasta semanas.



## Cómo guardar los alimentos en la nevera

### Conservación de alimentos

Muchas familias tienen la costumbre de hacer un mercado grande para todo el mes o gran parte de éste. Sin embargo a la hora de guardar los viveres en la nevera, tienen inconvenientes, pues no saben en cuál nivel del refrigerador es mejor ubicarlos para una adecuada conservación. Saber ubicar los alimentos en la nevera es importante para que estos se conserven mejor y por más tiempo, evitando así la aparición de bacterias u organismos que los puedan descomponer más rápido por el hecho de no

estar recibiendo el frío que necesitan. Recuerda que La nevera aumenta la duración de la vida útil de los alimentos en condiciones de seguridad. Aquí te daremos algunos consejos que puedes seguir para que cuando hagas tus compras del mes o de la semana, sepas en qué lugar y de qué manera ayudas a su preservación:

1. Recuerda que la temperatura interior de tu nevera o refrigerador debe ser de 4 grados centígrados, pero ésta no será igual en todos sus puntos. Ten en

cuenta esto a la hora de escoger el nivel en el que pondrás ciertos alimentos que pueden necesitar más o menos frío. Recuerda también que algunos alimentos en el congelador se pueden conservar por periodos más largos.

2. Cuando llegues del supermercado o la tienda, lo mejor es guardarlos de inmediato dentro de la nevera para que la cadena de frío con la que vienen no se altere y así evites que se descompongan. Y recuerda siempre mirar su fecha de vencimiento en el momento de la compra.

# Edema: ¿Por qué se hinchan las piernas?

El edema en las piernas puede causar algo más que hinchazón. Descubre que hay detrás de esta retención de líquidos.

El edema es una acumulación de líquido seroalbuminoso en el tejido celular, sobre todo en las piernas, provocando su hinchazón y la sensación de pesadez y cansancio. El edema en miembros inferiores puede afectar también a los tobillos y pies y extenderse

incluso a los muslos y pantorrillas. Una de las causas más frecuentes de la hinchazón de piernas por edema es el sobrepeso u obesidad, pero no la única, siendo importante no subestimar unos síntomas que también pueden delatar enfermedades relacionadas con el corazón. Las personas sedentarias tienen más riesgo de padecer edemas o retención de líquidos en el cuerpo.

### Síntomas de los edemas en las piernas

- Hinchazón en una o ambas piernas.
- El edema puede aparecer

de manera gradual o extenderse rápidamente.

- Cuando produce dolor el edema puede ir acompañado de rigidez y hormigueo.
- Dificultades para mover los miembros inferiores y para ponerse los zapatos o las medias.
- Los edemas provocan reducción en la cantidad de orina expulsada.

### ¿Por qué se producen los edemas en las piernas?

Toma nota de las principales causas que pueden alterar la salud de tus piernas, y en caso de dudas, consulta siempre al médico.

### Edema por estar de pie

Permanecer mucho tiempo sentado o de pie aumenta el riesgo de retención de líquidos en zonas corporales como las piernas y los pies. La falta de movilidad dificulta la circulación sanguínea y eso provoca que se hinchen las piernas.

### Edema por mala circulación

Puede deberse a una alteración en el recorrido que la sangre rea-

liza a través de las venas hasta que llega al corazón. Las piernas cansadas y la hinchazón son los dos síntomas más comunes de este problema que conviene consultar con el médico.

### Edema por embarazo

El embarazo es una de las etapas en las que la mujer tiene más riesgo de padecer edemas en las piernas. La respuesta está en los cambios hormonales que se producen en el embarazo, siendo más frecuente el edema en las piernas durante el tercer trimestre. Además de consultar con el médico, es aconsejable dormir de lado y con las piernas ligeramente levantadas.

### Edema por mala nutrición

Excederse con la sal en la dieta aumenta el riesgo de retención de líquidos y, por tanto, de aparición de edema en las piernas, además del consabido aumento de kilos.

### ¿Cómo evitar la retención de líquidos en las piernas?

- Elevar las piernas al acostarse (unos 45 grados).
- Hacer ejercicios para las piernas que favorezcan la circulación sanguínea.
- Seguir una dieta baja en sal.
- Tomar descansos, al menos 5 minutos cada hora, si permanecemos mucho tiempo sentados o en la misma postura.
- Usar medias terapéuticas y evi-




# Desde casa uñas bonitas y sanas

Unas uñas bien cuidadas resaltan tu belleza natural, por lo que, a pesar de tener poco tiempo entre las manos no debe de descuidarlas. Al fin y al cabo los quehaceres diarios pasan factura si no les das a tus uñas el cuidado que necesitan.

### Como cuidar las uñas de las manos y pies

- 1.- Limpia**  
Utiliza un cepillo de uñas cada vez que te bañes para mantenerlas limpias. Esto ayudara a eliminar la suciedad y bacterias que se acumulan dentro de las uñas.
- 2.Humecta**  
Humecta tus manos con una crema hidratante. Esto hará que la piel se vea más sana. Puedes humectar tus uñas de las manos poniéndoles aceite de oliva virgen y dejarlo por 10 minutos, todos los días.
- 3. Lima o Corta**  
Las tijeras y los cortaúñas hacen que las uñas de las manos se vuelvan débiles. Es mejor si usas una lima para rebajarlas. Las uñas de los pies son más fuertes, así que puedes utilizar tijeras.
- 4. ¡No cortes la cutícula!**  
La cutícula es una capa de protección que mantienen tus uñas sanas y fuertes. Remoja las manos en agua tibia y luego empuja las cutículas con un palito de madera.
- 6. Aplica esmalte de base antes del color**  
Las uñas son porosas, por lo que pueden tornarse amarillas si no aplicas una capa de base antes



comendable que exfolies tus manos y les una vez por semana. tus uñas se debiliten por eso es recomendable que las tengas sin pintar por lo menos un día al mes.

**Precauciones para los pies**  
El corte de las uñas debe ser recto y en las esquinas no

# Cómo hacer una limpieza facial casera paso a paso

Si deseas hacerte una limpieza facial, pero dispones de poco dinero, y además prefieres no someter tu cutis a los productos químicos, los productos caseros que tienes a mano te pueden servir. Con ellos, de forma completamente natural, obtendrás la hidratación y nutrición que tu rostro requiere para lucir siempre espectacular, joven y saludable. En este artículo te contamos paso a paso cómo hacerla en casa de forma muy sencilla.



### 1.-Limpieza

Antes de usar cualquier producto, es fundamental que laves tu cara con abundante agua tibia y un gel limpiador adaptado a tu tipo de piel. De esta forma, tu cutis quedará libre de impurezas y residuos que puedan perjudicar la efectividad de los productos caseros que, a continuación, utilizarás en el tratamiento de limpieza de cutis casera.



**Aceite de oliva**  
El aceite de oliva es uno de los mejores productos caseros que existen para obtener una limpieza facial extrema. Además de remover impurezas, te dejará la piel mucho más tersa, suave y radiante. Este preciado líquido dorado es un efectivo desmaquillante natural, por lo que también

**2. Exfoliación de miel y azúcar**  
Después de la limpieza, un buen exfoliante para el rostro te ayudará a mantener una piel limpia, tersa y libre de células muertas. Esto además favorecerá la regeneración celular de la dermis, un proceso que es indispensable para que siempre luzca radiante, joven y luminosa. Una buena opción es preparar un exfoliante casero de miel y azúcar. *Recuerda: de azúcar*

