



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

**LOS ESTEREOTIPOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
AXIOLOGÍA.**

CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN

AUTORES: BUSTOS CÓRDOVA INGRID ILIANA

POSADA BOLEK RENATO ALEJANDRO

TUTORA: ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS

Guayaquil, febrero del 2018



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

DIRECTIVOS

Arq. Silvia Moy-Sang Castro, MSc.

DECANA

Lcdo. Romero Dávila, MSc.

VICE-DECANO

Lcda. Pilar Huayamave Navarrete, MSc.

DIRECTORA DE CARRERA

Ab. Sebastián Cadena Alvarado

SECRETARIO



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

Guayaquil, 22 febrero de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado **Ing. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS**, tutora del trabajo **de titulación**: Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, campaña de concienciación **certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado** por Ingrid Iliana Bustos Córdova, con C.I. No. 0951966431 y Renato Alejandro Posada Bolek con C.I. No. 0951223395, **con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de licenciados en ciencias de la educación, en la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad, Facultad de Filosofía ha sido REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose aptos para su sustentación.**

**ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0914067897**



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

Guayaquil, 22 de febrero de 2018

**Sra. MSc.
SILVIA MOY-SANG CASTRO. Arq.
DECANA DE FACULTAD DE FILOSOFÍA. LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -**

De mis consideraciones:

Envío a Ud., el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, campaña de concienciación de los estudiantes Ingrid Iliana Bustos Córdova y Renato Alejandro Posada Bolek. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 13 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 7 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

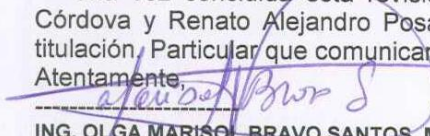
Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- 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 indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante Ingrid Iliana Bustos Córdova y Renato Alejandro Posada Bolek están aptos para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

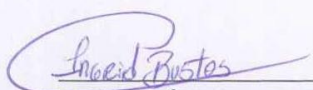

**ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0914067897**

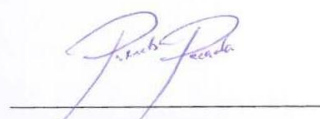


**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

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

Yo, **INGRID ILIANA BUSTOS CORDOVA** con C.I. No. **0951966431** Y **RENATO ALEJANDRO POSADA BOLEK** con C.I. No. **0951223395** , certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, Campaña de concienciación”** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos 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.


BUSTOS CÓRDOVA INGRID
ESTUDIANTE
C.I. No. 0951966431


POSADA BOLEK RENATO
ESTUDIANTE
C.I. No. 0951223395

*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

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a Dios en primer lugar por que puso a las personas correctas para lograr mi objetivo, me dio la inteligencia para nunca desmayar y me demostró que todo esfuerzo tiene su recompensa a mis padres y hermanos por siempre ayudarme cuando lo necesite y a mi tutora por saber comprendernos y siempre estar dispuesta a escucharnos y a darnos su apoyo.

Ingríd Bustos Córdova.

Esta tesis se la dedico a Dios ya que gracias al el he aprendido acerca de la responsabilidad la dedicación h el esfuerzo que se debe poner para poder llegar a una meta, la perseverancia y el trabajo duro son la clave para el desarrollo de un individuo. Gracias a él siempre he salido adelante y siempre he caminado por el buen sendero sin desviarme de mis objetivos. Dedicado también para mi familia ya que el graduarme y terminar mis estudios siempre fue lo primordial lo que cual me hace sentir orgulloso de ello.

Renato Posada Bolek

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por confiar en mí y tener siempre la predisposición de ayudarme cuando lo he necesitado a mi tutora Ing. Olga Bravo Santos. MSc, que nos dio su mano amiga en momentos difíciles y supo guiarnos durante todo el proceso, a mi compañero de tesis Renato Posada Bolek, por su dedicación y esfuerzo a pesar de las dificultades estar siempre dispuesto ayudarme y a mis amiga Cristina Luque y Lady Salazar que con su mano amiga han hecho posible culminar una etapa deseada en mi vida.

Ingríd Bustos Córdova.

Agradezco a Dios primeramente por brindarme las oportunidades para superarme como persona, mis padres por darme el apoyo y sus buenos consejos para seguir adelante a pesar de las dificultades, agradezco también a mis profesores que siempre supieron enseñarme sin ninguna excusa, a mi tutora Ing. Olga Bravo Santos. Msc quien supo darme la directrices y el apoyo incondicional para culminar con este proyecto, Agradezco también a mi compañera de tesis quien siempre ha estado conmigo a lo largo de mi periodo estudiantil siendo un gran apoyo gracias a su esfuerzo, dedicación y constancia en todo lo que hace, Agradezco también a mis compañeros de curso quienes estuvieron a lo largo de mi periodo estudiantil.

Renato Posada Bolek.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Directivos.....	ii
Certificación del tutor	iii
Licencia gratuita	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	¡Error! Marcador no definido.
Agradecimiento.....	vii
Índice General	viii
Índice de Tablas	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Anexos	xiv
CAPÍTULO I.....	xvi
El problema	1
1.1 Planteamiento del problema de investigación	1
1.2 Formulación del problema.....	6
1.3 Sistematización de la Investigación	7
1.4 Objetivos de la Investigación	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
1.5 Justificación e Importancia.....	9
1.6 Delimitación del problema.....	10
1.7 Premisas de la investigación.....	11
1.8 Operacionalización de las variables.....	12
CAPÍTULO II.....	13
Marco teórico.....	13
2.1 Marco contextual	13

2.2 Marco Conceptual.....	17
Influencia de los estereotipos en la sociedad.....	17
Clasificación de los estereotipos.....	22
Tipos de discriminación	26
Modelos y prejuicios de los estereotipos.....	35
Los prejuicios y sus efectos negativos para la convivencia.....	38
Formación del juicio en el individuo.	39
Sociedad y cultura.	41
Tipos de medios de comunicación de masas.....	43
Consejo de Regulación y desarrollo de la información y comunicación.	48
Los principales medios de comunicación influyentes en los jóvenes.....	50
La axiología como disciplina de la filosofía.	55
Entorno a la axiología y los valores	57
La importancia de los valores	61
Clasificación de los valores morales.	62
La axiología y el internet.	64
El enfoque ético, axiológico y humanista aplicado a la educación.	66
El movimiento psicoanalítico y la psicología social por Freud.	71
Campañas de concientización.	72
2.3 Fundamentaciones	74
Fundamentación Epistemológica.....	74
Fundamentación Filosófica.....	76
Fundamentación Pedagógica.	77
Fundamentación Psicológica.....	79
Fundamentación Sociológica.....	80
2.4 Marco Legal.....	81
CAPÍTULO III.....	90

Metodología, Análisis y Resultado	90
3.1 Diseño de la investigación	90
Variable cualitativa.....	91
Variable cuantitativa	92
3.2 Modalidad de investigación.....	93
Investigación bibliográfica.....	93
Investigación de campo	94
3.3 Tipos de investigación	95
Explicativo	95
Descriptivo.....	96
3.4 Métodos de investigación.....	98
Científico	98
Deductivo	100
Inductivo	101
3.5 Técnicas de investigación	102
Encuestas.....	103
Observación.	105
3.6 Instrumentos de la investigación.....	106
Cuestionario	106
3.7 Población y Muestra	109
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón.....	114
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón	124
Entrevista	134
Conclusiones	136
Recomendaciones	137

CAPÍTULO IV	138
La propuesta.....	138
4.1 Título de la Propuesta.....	138
4.2 Justificación	138
4.3 Objetivos de la propuesta.	139
4.4 Aspectos Teóricos de la propuesta	140
Aspecto pedagógico.	141
Aspecto Psicológico.....	141
Aspecto Sociológico	142
Políticas del proyecto.....	143
4.5 Factibilidad de su aplicación.	143
a) Factibilidad técnica.....	143
b) Factibilidad financiera.	144
c) Factibilidad humana.....	145
4.6 Descripción de la propuesta.....	145
Descripción de imagotipo.....	146
Formación de imagotipo.	147
Bibliografía.....	155
Anexos	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 Operacionalización de las variables	12
Tabla Nº 2 Medición de las respuestas de escala de Likert	109
Tabla Nº 3 Población Unidad Educativa.....	109
Tabla Nº 4 Estratos de la muestra de la Unidad Educativa	111
Tabla Nº 5 Muestra de la Unidad Educativa.....	113
Tabla Nº 6 Medios de comunicación más utilizados.....	114
Tabla Nº 7 La utilidad que le dan los jóvenes al internet.	115
Tabla Nº 8 La red social preferida por los jóvenes.	116
Tabla Nº 9 Influencias negativas en las redes sociales.	117
Tabla Nº 10 Los estereotipos y su presencia en la sociedad	118
Tabla Nº 11 Definición de estereotipos	119
Tabla Nº 12 Factores que se fortalecen en las redes sociales.	120
Tabla Nº 13 La discriminación en medios de comunicación.....	121
Tabla Nº 14 Los medios de comunicación influyentes en la pérdida de valores.....	122
Tabla Nº 15 Fortalecimiento de valores mediante una campaña de concienciación	123
Tabla Nº 16 Creación de grupos sociales.	122
Tabla Nº 17 El lenguaje estereotipado de los medios de comunicación.....	125
Tabla Nº 18 Influencias negativas en las redes sociales.	126
Tabla Nº 19 La red social más influyente en jóvenes	127
Tabla Nº 20 Los medios de comunicación y el fortalecimiento en distintos factores.....	128
Tabla Nº 21 Pérdida de valores ocasionados por los medios de comunicación.	129
Tabla Nº 22 El control parental y los valores en sus hijos.	130
Tabla Nº 23 Actos de discriminación entre alumnos	131
Tabla Nº 24 El fortalecimiento de valores mediante una campaña de concienciación	132
Tabla Nº 25 La campaña de concienciación y el beneficio en la comunidad educativa	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Medios de comunicación más utilizados	114
Gráfico N° 2 La utilidad que le dan los jóvenes al internet	115
Gráfico N° 3 La red social preferida por los jóvenes.....	116
Gráfico N° 4 Influencias negativas en las redes sociales.	117
Gráfico N° 5 Los estereotipos y su presencia en la sociedad.....	118
Gráfico N° 6 Definición de estereotipos.....	119
Gráfico N° 7 Factores que se fortalecen en las redes sociales.	120
Gráfico N° 8 La discriminación en medios de comunicación	121
Gráfico N° 9 Los medios de comunicación influyentes en la pérdida de valores.	122
Gráfico N° 10 Fortalecimiento de valores mediante una campaña de concienciación	123
Gráfico N° 11 Creación de grupos sociales.....	124
Gráfico N° 12 El lenguaje estereotipado de los medios de comunicación	125
Gráfico N° 13 Influencias negativas en las redes sociales.	126
Gráfico N° 14 La red social más influyente en jóvenes.	127
Gráfico N° 15 Los medios de comunicación y el fortalecimiento en distintos factores.....	128
Gráfico N° 16 Pérdida de valores ocasionados por los medios de comunicación.....	129
Gráfico N° 17 El control parental y los valores en sus hijos.....	130
Gráfico N° 18 Actos de discriminación entre alumnos.....	131
Gráfico N° 19 El fortalecimiento de valores mediante una campaña de concienciación	132
Gráfico N° 20 La campaña de concienciación y el beneficio en la comunidad educativa	133
Gráfico N° 21 Imagotipo.....	146
Gráfico N° 22 Formación de Imagotipo	146

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Estereotipos de los medios	2
Imagen N° 2 Estereotipos en el Ecuador	3
Imagen N° 3 Discriminación racial.	4
Imagen N° 4 Contra la lucha de estereotipos.....	6
Imagen N° 5 Estereotipos de Genero	27
Imagen N° 6 Pobreza de la educación Indígena	28
Imagen N° 7 Comunicación virtual.	29
Imagen N° 8 Influencia de estereotipos internacionales	32
Imagen N° 9 Discriminación racial una lucha de todos.....	33
Imagen N° 10 Los tatuajes y sus perjuicios.....	37
Imagen N° 11 Estereotipos de género	39
Imagen N° 12 Medios de comunicación.	44
Imagen N° 13 Población Juvenil	50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de evaluación de la propuesta	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Acuerdo del Plan de Tutoría	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Informe de avance de la gestión tutorial.....	156
Anexo 4: Envío de informe a director de carrera	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 5: Rúbrica de evaluación trabajo de titulación	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 6: Certificado porcentaje de similitud	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 7: Rúbrica de evaluación memoria escrita	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 8: Carta de la carrera.....	156
Anexo 9: Carta de autorizacion del colegio	156
Anexo 10: Evidencia de encuestas a estudiantes	156
Anexo 11: Evidencia de entrevista a las autoridades	156
Anexo 12: Certificados de practica pre profesional	156
Anexo 13: Certificado de vinculacion con la sociedad.....	156

Anexo 14: Formato de encuesta a estudiantes	156
Anexo 15: Formato de encuesta a docente.....	156
Anexo 16: Formato de entrevista	187
Anexo 17: Tutorías	156
Anexo 18: Repositorio Nacional en Ciencias y Tecnologías..	¡Error! Marcador no definido.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

LOS ESTEREOTIPOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
AXIOLOGÍA

AUTORAS: INGRID ILIANA BUSTOS CÓRDOVA
RENATO ALEJANDR POSADA BOLEK
TUTORA: ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSc

Guayaquil, febrero del 2018

RESUMEN

El trabajo de investigación en base al tema “Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología” resalta como influyen los distintos medios de comunicación en las actitudes y valores de los jóvenes creando estereotipos de vidas erróneos provocando así la pérdida de personalidad y autenticidad. La investigación se llevó a cabo en la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón, tomando como referencia a los alumnos y docentes de octavo año de educación básica, teniendo como apoyo los instrumentos de investigación, bibliográficos como de campo aplicando encuestas a los alumnos y docentes del plantel y también entrevistas a las autoridades con ello pudimos constatar que el problema y los jóvenes más vulnerables se encuentran en edades comprendidas de 11 a 14 años de edad. Para lo cual, se consideró de forma positiva la realización de una campaña de concienciación para disminuir actitudes negativas y mejorar el ambiente educativo.

Palabras Claves: Estereotipos, medios de comunicación, valores.



UNIVERSITY OF GUAYAQUIL
FACULTY OF PHILOSOPHY, LETTERS AND EDUCATION
SCIENCES
CAREER MARKETING AND ADVERTISING
LOS ESTEREOTIPOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
AXIOLOGIA.

Authors: INGRID ILIANA BUSTOS CÓRDOVA
RENATO ALEJANDR POSADA BOLEK
Advisor: ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSc

Guayaquil, Febrero 2018

ABSTRACT

The research work based on the theme "The stereotypes of the media in the axiology" highlights how different media influence the attitudes and values of young people creating stereotypes of wrong lives, thus causing the loss of personality and authenticity. The investigation was carried out in the Francisco Huerta Rendón Educational Unit, taking as reference the students and teachers of the eighth grade of basic education, having as support the research instruments, bibliographical as field, applying surveys to the students and teachers of the campus and also interviews with the authorities with this we could verify that the problem and the most vulnerable young people are in ages between 11 and 14 years of age. For which, it was considered positively conducting an awareness campaign to reduce negative attitudes and improve the educational environment.

Keywords: Stereotypes, media, values.

Introducción

El ser humano siempre ha tenido la necesidad de comunicarse podemos decir que es una necesidad básica y al ser considera importante ya que mediante la comunicación o al estar conectados muchas personas como las empresas se han ahorrado tiempo y dinero tanto así que ahora contamos con una tecnología muy avanzada que se nos facilita todo intercambio de información.

Desde el año 1440 con la creación de la imprenta por alemán Johannes Gutenberg, hemos podido presencia lo importante que es al tener una sociedad informada y como la sociedad no es estática siempre está en constantes cambios y evolución ha permitido crear diferentes medios de comunicación como la televisión, radio, periódico en la actualidad contamos con internet que ha sido un apoyo positivo en diferentes campos como empresariales, educativos, sociales, etc.

La facilidad con la que los jóvenes pueden tener información de distintos temas y expresarse de muchas formas ya sea con su forma de vestir, actuar, hablar o compartiendo publicaciones en los distintos medios ha generado muchas reacciones positivas y negativas al mismo tiempo, la creación de distintos estereotipos negativos transmitidos por los medios de comunicación fortalece aun en nuestro país el machismo, desigualdad de género, discriminación por el aspecto físico son factores donde aún se debe trabajar con mayor fuerza para tener una mejor cultura social y no permitir que los jóvenes más vulnerables sean víctimas de maltrato o discriminación entre sus demás compañeros.

La UNESCO recalca que la educación y la tecnología deben de ir de la mano para lograr cumplir objetivos sostenibles en una sociedad, en nuestro país las redes más utilizadas son Facebook, Twitter y Youtube, los ecuatorianos luego de ver televisión utilizan estos medios pero el que más destaca es Facebook tanto así que en el 2014 superaba 5,589.080 cuentas a nivel nacional en ese entonces.

El propósito de esta investigación es de examinar la influencia que tienen los estereotipos en los distintos medios de comunicación en los jóvenes estudiantes de 11 a 14 años de edad, hemos tomado como referencia la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón donde confirmamos que la falta de valores se debe a la influencia de ideas erróneas que son transmitidas por los distintos medios de comunicación con mayor influencia tenemos a la red social Facebook que es donde más se evidencian actos negativos, esta problemática también se debe al poco control que tienen los padres con sus hijos y no están pendientes de lo ven o escuchan y como esto puede perjudicar en el desarrollo de su personalidad optando por comportamientos agresivos que afectan a la relación entre ellos mismos como compañeros de curso y a su vez la relación entre los estudiantes y el docente.

Es por esto que realizar una campaña de concienciación y fortalecer la autoestima en los jóvenes es necesario y que toda la comunidad educativa se vea involucrada para mejorar el ambiente educativo y proteger a los más vulnerables que no se vean afectados con burlas o discriminación por los demás compañeros.

La institución cuenta con una población de 1057 personas de la sección matutina, distribuidas en 3 autoridades, 35 docentes y 1019

estudiantes, con la aplicación de la fórmula su muestra fue de 1 autoridad, 9 docentes y 272 estudiantes con los que aplicamos esta investigación.

El presente trabajo se encuentra distribuido en cuatro capítulos, los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: Se describe el planteamiento del problema en general que pudimos evidenciar en la institución educativa, con el apoyo de datos bibliográficos y la observación directa se determinó la situación y sus causas.

Capítulo II: en el cual se incorporan los antecedentes de la investigación, donde se realizó el análisis de tesis internacionales y locales que tenían relación de como los estereotipos creados en la sociedad pueden influir de forma global por la trasmisión de distintos medio de comunicación y la elaboración del marco teórico.

Capítulo III: es donde abarcar los métodos que se aplicaron en el desarrollo del trabajo de titulación, los métodos empleados, técnicas de investigación y la interpretación de los resultados.

Capítulo IV: comprende el desarrollo de la Propuesta de la investigación siendo esta la elaboración de una campaña de concienciación, donde se elaboró instrumentos de comunicación publicitaria y el logo representativo de la campaña.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema de investigación

Desde una perspectiva de socialización y educación humana que pone de relieve el poder constructor de la comunicación mediática y, efectivamente, el poder socializador resultante de los medios a través de la transmisión de significados, los medios de comunicación inducen de facto a la construcción de la realidad social circundante facilitando al mismo tiempo las herramientas para la interpretación del significado mediático. **(Radl, 2011)**

De modo más claro; los medios de comunicación de masas inciden en la reproducción y producción de una realidad social mediante la transmisión de elementos falsos y trastocados en relación a los roles de género. Estas aseveraciones se sitúan en una línea epistemológica que rompe con una mera crítica representacionista y defiende una posición teórico-constructivista que presta especial atención a la función “constructora” de los medios con vistas a los roles de género enlazando con la convicción semiótica de que el lenguaje, las imágenes y la comunicación en general construyen y generan la propia realidad a la vez que ofrecen el bagaje simbólico para reconstruirla. **(Radl, 2011)**

En resumidas cuentas, hay dos grandes clases de estereotipos: los estereotipos de pensamiento y los estereotipos de lengua o estereotipos lingüísticos: Los estereotipos de pensamiento funcionan a modo de

representaciones comunes o esquemas conceptuales, más o menos estables, que los individuos de una comunidad social comparten por haberlos recibido de la tradición cultural. Algunos de los estereotipos de pensamiento han adquirido una fijación verbal en la lengua manifestándose en forma de locuciones o de enunciados repetidos cuyos términos no pueden ser modificados por los hablantes. Si bien parecen negativos a primera vista, no faltan autores para ver cierta utilidad en los estereotipos. Para Walter Lippman, permiten a los miembros de cada sociedad simplificar y domar la realidad ambiente sacándola de su caos y complejidad intrínseca gracias a representaciones mentales fijas. De ahí que el estereotipo desempeñe, a juicio de Herrero, una función “constructiva porque es un punto de apoyo para nuestra percepción de la compleja realidad del mundo y porque facilita nuestro contacto y relación con los demás por el hecho de compartir esquemas cognitivos y lingüísticos comunes.” **(Redele, 2012)**

Imagen N° 1
Estereotipos de los medios



Estereotipos de género están arraigados ya a los 10 años. Los estereotipos de género ya están firmemente arraigados en la juventud de hoy hacia los 10 años de edad, según un estudio global difundido el miércoles que advierte que esas creencias pueden aumentar el riesgo de depresión, suicidio, violencia y VIH. La investigación, que abarcó 15 países, sugirió que se desperdician grandes cantidades de dinero en programas de prevención de estereotipos para adolescentes, ya que los esfuerzos deberían comenzar mucho antes. "Los riesgos para la salud de los adolescentes están condicionados por comportamientos arraigados en roles de género que pueden estar bien establecidos en los niños cuando tienen 10 u 11 años de edad", dijo Kristin Mmari, autora principal de la investigación del Global Early Adolescent Study, una alianza entre la Organización Mundial de la Salud y la Universidad Johns Hopkins. (Vistazo, 2017)

Imagen N°2
Estereotipos en el Ecuador



Fuente: (Sinnmiedos, 2015)

El estudio entrevistó a 450 adolescentes tempranos en Bolivia, Bélgica, Burkina Faso, China, Ecuador, Egipto, India, Kenia, Malaui,

Nigeria, Escocia, Sudáfrica, Estados Unidos y Vietnam. Los investigadores hallaron que los estereotipos de género que enfatizan la pasividad femenina pueden fomentar el abuso. **(Vistazo, 2017)**

Se mantienen estereotipos y perjuicios hacia el pueblo afroecuatoriano en los medio. Evento organizado por: CODAE, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Gobernación de la Provincia del Guayas, Casa de la Cultura Núcleo del Guayas, CORAPE. **(Afroecuatorian, 2011)**

Imagen N°3 Discriminación racial.



Fuente: (Discriminacion, 2011)

El foro “Racismo y Discriminación en los medios de comunicación en Ecuador” se convirtió en un espacio para reflexionar el papel de los medios en la construcción de la imagen de las y los afroecuatorianos. También se debatió los alcances del futuro Consejo de Regulación en la lucha contra la discriminación hacia el pueblo afroecuatoriano. El evento se realizó en Guayaquil, el viernes 22 de julio de 2011. “Es común que en la televisión o la radio se identifica a las y los afroecuatorianas cuando

participan en actos delictivos. Entonces el señor que sale de su casa y que oyó o escuchó esa noticia y ven dos personas afroecuatorianas en la calle, inmediatamente los identifica igual. Lo mismo sucede cuando yo voy con mi hermano caminando y una mujer mestiza viene por la misma vereda y al vernos afrodescendientes se cruza la calle. Esto lo vivimos a diario y eso se debe en gran medida a los medios”, argumentó el sociólogo Russbelth Valencia. **(Afroecuatorian, 2011)**

Para Valencia los medios de comunicación “son discriminadores al máximo”, pues señala que los medios solo invitan a las y los afroecuatorianos para hablar de discriminación, pero nunca se los convoca para tratar problemas nacionales. Esta actitud haría ver ante el público que no existen profesionales afroecuatorianos. “Debemos hacer conciencia como medios de comunicación, periodistas, público en general frente a estos fenómenos sociales que lastiman, que generan barreras”, puntualizó Valencia. **(Afroecuatorian, 2011)**

Jóvenes ecuatorianos rompen con estereotipos machistas “Buscamos y promovemos la igualdad de género y tener los mismos derechos y oportunidades entre hombres y mujeres”, dijo Valencia, uno de los fundadores de la Red de Jóvenes Unidos contra el Machismo, cuyos integrantes se hacen llamar “Casos Rosa”. **(Sanchez, 2017)**

La agrupación surgió en 2010 por iniciativa de adolescentes y jóvenes, que fueron capacitados sobre igualdad de género, violencia y masculinidades por parte de las no gubernamentales Acción Ciudadana por la Democracia y el Desarrollo de Ecuador y la Coalición contra el Tráfico de Mujeres y Niñas en América Latina y el Caribe. Valencia aseguró que la equidad de género “es un problema tan grande que afecta

a todos”. Reconoció que en el país “se nota una mejoría” pero, agregó, “aun así seguimos con el patriarcado”. (Sanchez, 2017)

Imagen N° 4
Contra la lucha de estereotipos



Fuente: (Sanchez, 2017)

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera influyen los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología de los alumnos de 8vo año, jornada matutina de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón, Zona 8, Distrito 6 de la provincia del Guayas, cantón Guayaquil , parroquia Tárqui, período lectivo 2017 – 2018.

1.3 Sistematización de la Investigación

Delimitado: Mejorar el ambiente educativo, el fortalecimiento de sus personalidad y la autovaloración en los alumnos del 8vo año del Colegio Fiscal "Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

Claro: El problema es claro ya que lo podemos presenciar en la forma de hablar y actuar de los jóvenes alumnos y que por lo tanto el resultado de dichas situaciones podría repercutir negativamente en el ámbito personal y educativo.

Evidente: Es necesario mejorar y concienciar a los jóvenes de 8vo año para desarrollar su criterio y su toma decisión obteniendo un óptimo ambiente educativo.

Relevante: Aplicar este proyecto es de suma importancia en los jóvenes ya que con su personalidad definida son menos vulnerables a los diferentes factores influenciados mediante los mensajes subliminales dentro de la publicidad engañosa como estos pueden ser el alcohol, drogas y factores que influyen en la actitudes morales y éticas.

Original: Es original ya que hemos presenciado conforme pasa el tiempo la disminución de valores y el impacto que tiene la mala publicidad en los jóvenes, que se ve demostrado en sus acciones, expresiones y desempeño estudiantil.

1.4 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Identificar de qué manera influyen los estereotipos en los medios de comunicación en la axiología de los jóvenes mediante una investigación de campo y bibliográfica, para el diseño de una campaña de concienciación dirigida a los alumnos de 8vo año de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

Objetivos Específicos

- Mostrar la influencia de los estereotipos en medios de comunicación en los alumnos, por medio de una investigación de campo y datos bibliográficos.
- Demostrar la importancia de la axiología a través de encuestas dirigidas a los estudiantes y entrevistas a los docentes y autoridades del plantel mediante la observación del comportamiento estudiantil en el ambiente educativo.
- Definir una campaña de concienciación mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes usando volantes, trípticos y afiches para la aplicación de la campaña.

1.5 Justificación e Importancia

Es de suma **importancia** la ejecución de éste proyecto ya que surge de la necesidad que se contempla en los actuales momentos es evidente la considerable inclinación de los jóvenes por los malos estereotipos a través de los diferentes medios de comunicación, perjudicando el desarrollo y fortalecimiento de los valores y conductas en los alumnos, tomando en cuenta las diversas situaciones que pudiesen estar atravesando sean éstas en el núcleo familiar, el rol que ocupan dentro de un grupo social, asimismo el nivel cultural que con mucha facilidad los podrían volver vulnerables causando gran impacto en el entorno social y educativo. Por lo tanto el **propósito** de este proyecto es concienciar a las personas para mejorar el entorno en el cuál se desenvuelven y *fortalecer* los valores en los jóvenes que son los principales **beneficiados** en nuestro proyecto.

La **conveniencia** con nuestro trabajo investigativo se pretende mejorar considerablemente la actitud y los comportamientos de los alumnos generando en ellos un nivel crítico y que puedan distinguir que no todo lo que observan en los medios masivos ya sean esto la televisión, internet u otros medios tenga que ser algo de imitar o poner en práctica tanto en la institución como en sus hogares. Logrando así un mejor clima estudiantil entre compañero y docentes.

La **relevancia social** del tema de investigación es que nos enseña lo necesario que es poder desarrollar el pensamiento y madurez en los jóvenes, ya que hemos notado la carencia de valores y actitudes negativas que presentan los jóvenes en la sociedad actual, creando

grupos sociales dentro de un mismo contexto educativo generando desigualdad y una influencia negativa en el desarrollo personal y cognitivo en sus compañeros con mayor vulnerabilidad. Mediante los resultados de la investigación logramos aportar de manera positiva en los jóvenes estudiantes de nuestro país, diseñando una campaña de concienciación que fortalezca sus valores y mejore su comportamiento dentro del contexto educativo.

Implicaciones Prácticas por medio del diseño e implementación de nuestra campaña de concienciación conseguir que los jóvenes alumnos fortalezcan sus valores y desarrollen adecuadamente sus habilidades sociales y el **valor teórico** nuestra propuesta ésta fundamentada de forma social, la educación cómo uno de los pilares principales para el desenvolvimiento personal. Con la campaña de concienciación que vamos a poner en práctica, consideramos que puede ser de gran apoyo para muchas unidades educativas ya que, mediante la **utilidad metodológica** utilizada, la investigación de campo que se realizó y los datos bibliográficos, pudimos confirmar que es un problema educativo a nivel nacional siendo esta campaña un aporte para fomentar la cultura de valores no solo esto sino también desarrollar actitudes que permitan una menor influencia directa por los medios de comunicación.

1.6 Delimitación del problema

Campo: Educativo

Área: Psicología, Social

Aspectos: Estereotipos, Medios de Comunicación, Axiología

Tema: Los estereotipos de los medios de comunicación en la Axiología

Propuesta: Campaña de concienciación

Contexto: Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón

1.7 Premisas de la investigación

1. La Influencia de los estereotipos en la sociedad causan desigualdad.
2. La clasificación de los estereotipos desarrolla grupos sociales indebidos.
3. Los estereotipos en grupos sociales negativos aumenta el perjuicio en la sociedad actual.
4. La influencia de los medios de comunicación facilita el reconocimiento a determinados grupos sociales.
5. La CORDICOM prohíbe a los medios de comunicación el uso de la imagen de los niños, niñas y adolescentes en espectáculos que afecten su integridad.
6. Los principales medios de comunicación influyentes en la actitud y pensamiento de los jóvenes.
7. La axiología como disciplina de la filosofía fortalece el amor a la sabiduría.
8. El avance tecnológico influyente de forma positiva y negativa en la axiología de jóvenes entre 10 y 14 años
9. El enfoque ético, axiológico y humanista fortalece el valor moral en la educación actual.
10. El aporte de Freud con las tres temáticas del ser inconsciente aportan al entendimiento de la actitud humana.
11. Beneficios positivos de la campaña de concienciación en la sociedad.
12. Propósitos alcanzables de la campaña.

1.8 Operacionalización de las Variables.

Tabla No. 1

VARIABLES	DIMENSION CONCEPTUAL	DIMENSION OPERACIONAL	INDICADORES
1. Variable independiente Estereotipos en los medios de comunicación.	Conjunto de ideas, culturas y lenguaje de un grupo de sociedad transmitidos o creados por los medios de comunicación.	La Influencia de los estereotipos en la sociedad	• Presión de la sociedad actual • Culturas juveniles.
		La clasificación de los estereotipos	• Raza, etnicidad y estructura social • Tipos de discriminación
		Los estereotipos en grupos sociales negativos	• Los perjuicios y sus efectos negativos para la convivencia.
		La influencia de los medios de comunicación facilita el reconocimiento a determinados grupos sociales.	• Grupos sociales. • Utilidad de los medios de comunicación.
		La CORDICOM prohíbe a los medios de comunicación el uso de la imagen de los niños, niñas y adolescentes en espectáculos que afecten su integridad.	• Registro público de medios 2017. • Exhorto: al uso de la imagen de los niños, niñas y adolescentes en espectáculos públicos y de entretenimiento.
		Los principales medios de comunicación	• El internet principal medio influyente. • Uso de las redes sociales.
		El avance tecnológico influyente de forma positiva y negativa en la axiología	• Las tecnologías en la comunicación social.
		El enfoque ético, axiológico y humanista	• Ético. • Moralidad histórica. • Profesionalidad pedagógica.
		El aporte de Freud con las tres temáticas del ser inconsciente	• Buen ambiente educativo. • Estructura de la personalidad.
		Propósitos alcanzables en la campaña.	• Ser responsables y que sea creíble.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco contextual

Indagando en los repositorios de la biblioteca de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, se pudo localizar tesis de grado con temas asociados con las variables de éste estudio. Asimismo se examinaron proyectos locales, nacionales e internacionales.

Con la finalidad de presentar los antecedentes de ésta investigación se optó por indagar, analizar y valorar estudios realizados de otras personas por medio de repositorios digitales de la Facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil se encontraron tesis de grado basadas en las variables de nuestra investigación. No obstante pudimos realizar una investigación a fondo de diferentes proyectos a nivel local, nacional e internacional con el objetivo de explorar y evaluar los diferentes impactos que tienen los estereotipos y los medios de comunicación.

Acorde con la investigación realizada pudimos examinar mediante uno de los repositorios digitales como (upnfm.edu) Universidad pedagógica Nacional Francisco Morazán en **Honduras** subida en el año (2014) Acerca de: “Análisis de los estereotipos, prejuicios y actitudes sexistas en la construcción de masculinidad de estudiantes del segundo año de educación física en modalidad presencial” basándose en un estudio de campo con un total de 84 personas, el 84% conformando de

56% estudiantes hombres y el 11% estudiantes mujeres el resto se eligió aleatoriamente conforme a las causas relacionadas con la investigación. **(Lic. Moncada, 2014)**

A través de esta investigación se pudo deducir que los estereotipos sobre el hombre acerca de que físicamente es superior a la mujer se mantienen en la mente de los jóvenes estudiantes siendo la publicidad participe de los malos mensajes que provienen de la "Cultura de las masas" convirtiéndose en una constante desigualdad ideológica e inequidad de los géneros. **(Posada, 2017)**

Por otra parte tenemos la investigación de la autora Johanna Paola Andrade en el (2017), **Cuenca** – Ecuador de la Universidad Politécnica Salesiana de la carrera de comunicación social, quien nos comenta un poco acerca de su tema: "El internet y sus redes sociales: Su impacto en los espacios informativos de los medios de comunicación", tuvo como objetivo el análisis de los modelos informativos como son el de internet, las redes sociales y cómo influyen en las personas. En base a una investigación realizada por el INEC en el (2016) Se determinó que aproximadamente 2 millones de Ecuatorianos usan redes sociales como Facebook y twitter. Siendo este un desafío para los medios tradicionales ya que pretenden atraer a este público para que siga consumiendo la información y noticias de estos medios convencionales. **(Veintimilla, 2017)**

En definitiva podemos decir que los medios de comunicación actuales están cada vez abarcando más el mercado de los medios de comunicación dejando atrás los medios de comunicación tradicionales como son la televisión y la radio, cabe destacar que los Ecuatorianos

están siendo mayormente influenciados por estos medios de comunicación como Facebook, Instaran y twitter. Que no precisamente son medios que informan de manera positiva. **(Bustos, 2017)**

Es necesario mencionar a su vez el estudio que a nivel nacional realizada por Maldonado Granda Mirian de la ciudad de **Quito** en el (2017) de la universidad Central del Ecuador, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, acerca de: “Los estereotipos de género en la familia como agente de socialización de los/las estudiantes del octavo año del colegio “Abdón Calderón” de la ciudad de Quito.” Pudo constatar que aún existe desigualdad de oportunidades en el Ecuador por los grupos sociales que se desarrollan acorde a la evolución que existe en el mundo entero.

[...] “En el Ecuador las brechas de inequidad de género en los diferentes ámbitos aún persisten en todo el país y sobre todo en las mujeres indígenas y afro ecuatorianas que a través de la historia han sufrido injusticias por ser mujeres y se les ha violentado de manera particular por su condición étnica, al privarlas de sus derechos y considerarlas inferiores por pertenecer a una etnia diferente, su vida ha sido excluida y marginada”. (Mirian, 2017, pág. 4)

Como se ha dicho en los casos anteriores de investigación es un problema social el que mucho de nuestros jóvenes se ven afectados y aún más si por juzgan por su cultura su apariencia o su nivel social, además que sufran violencia hacia sus derechos por ser otra cultura o tener otra etnia es un compromiso de todos más de los docentes en hacer que esta situación cambien en nuestro país. **(Bustos, 2017)**

Hay que mencionar, además la investigación que se realizó a nivel local por Isabel Paola Moran León, en el año (2017), de la Universidad de **Guayaquil** con el tema: Influencia de los programas extranjeros en la cultura social de los estudiantes de la Unidad educativa “Juan Javier Espinoza” el cual nos comenta un poco acerca de cómo están expuestos los niños y adolescentes a un número de riesgos para su desarrollo mental y emocional. Se aplicó la técnica metodológica de las encuestas, aplicada en la Unidad Educativa “Juan Javier Espinoza” ubicada en la Copo. Sergio Toral de la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil a una población de 400 niños y jóvenes. **(Moran L. I., 2017)**

Examinaremos brevemente ahora que nuestro tema de investigación tiene relevancia ya que se han venido realizando proyectos donde demuestran la importancia de educar con valores y utilizar los medios de comunicación para informar de manera positiva y dejar de crear más estereotipos donde se pierden los valores y se fomenta más la desigualdad y demuestra que esto es un trabajo social y de docencia para fortalecer el aprendizaje en la axiología de los demás. **(Posada, 2017)**

Adicionalmente la investigación a nivel local por Mariela Estefani Guerrero Torres, en el año (2017), de la Universidad de **Guayaquil** con su tema: “Análisis de los estereotipos de género en sauces iv a partir de la semiótica visual del programa combate de RTS en Guayaquil en el 2016” donde analizan los elementos que permiten conocer los estereotipos de género en adolescentes de 12 a 17 años a partir de la semiótica visual de los ex participantes del programa Combate son los discursos televisivos y los estereotipos de belleza hegemónica. Los estereotipos que se acrecientan en jóvenes que debido al contenido vacío que presenta la

televisión ecuatoriana, con formatos repetitivos que muestran la formula exitosa, debido a que son estos lo que asegura un share positivo, sin meditar si estos aportan al nivel cultural de su audiencia. **(Guerrero, 2017).**

Abordando este punto mediante todas las investigaciones notamos que recalcan la importancia de estudios de los estereotipos en los medios de comunicación por ser el medio masivo de transmisión e influyente en la actitud de jóvenes que abarcan la edad entre 12 a 17 años y el contexto donde esta problemática más se desarrolla o se ve evidenciada en el contexto educativo y como los trabajos investigativos son de gran ayuda para fortalecer los valores y crear un ambiente áulico de pensamiento crítico y muy estable. **(Bustos, 2017)**

2.2 Marco Conceptual

Influencia de los estereotipos en la sociedad.

Presión de la sociedad actual.

Al salir a la calle, nos encontramos con carteles, vallas cuando vamos en el autobús escuchamos comerciales con mucha publicidad, y al llegar a casa encendemos el televisor, y más publicidad los estereotipos de género están presentes de forma directa en la vida cotidiana de los adolescentes y les afecta en sus conductas y decisiones, la utilización de estereotipos sociales para comunicar mensajes, su propósito en la industria era vender productos y promocionar servicios. Hoy en día esa visión ha cambiado. Los “estereotipos” en realidad son innumerables y crean estilos de vidas. Tres de cada cuatro adolescentes no están

conformes con su reflejo, no importa que sean chicos o chicas. **(Cano, 2014).**

Con respecto a la investigación realizada por **(Cano, 2014)** nos demuestra el poder que tiene la publicidad para influir en las personas ya sea esta que sea transmitida por cualquier medio logra influir en cada una de las personas de distintas formas sean estas positivas o negativas, pero debemos tener en cuenta que los adolescentes son los más vulnerables a dejarse influenciar por los diferentes estilos de vidas que se presentan en los medios de comunicación y en muchas ocasiones están suelen ser negativas de la forma en que no se aceptan tal y como son buscan la perfección de forma errónea, la influencia de malos hábitos que también pueden ser transmitidos a los demás compañeros, familiares o amigos que formen parte de su vida. **(Bustos, 2017)**

Culturas juveniles, Según (Geertz, 2000) citado por **(Vergara,Quintero Maria; Pinilla, Sepulveda Victoria, 2010, págs. 171-172)** acerca de las culturas juveniles en palabras de Geertz

[...] se define como un “sistema de concepciones” manifestadas de manera simbólica y por medio de las cuales los sujetos se comunican y buscan perpetuarse. (Geertz, 2000).

Vergara et al (2010) Si los jóvenes se identifican con algunas tradiciones artístico-culturales de su municipio se infiere que en alguna medida han entrado en ese sistema de concepciones del que habla Geertz y que involucra igualmente a los adultos, que son quienes han reproducido o han ayudado a mantener dicho sistema, lo que hace que

ambas generaciones se aproximen en algunos diálogos culturales comunes.

Según **(Cano, 2014)** nos detalla del poder masivo que tiene la publicidad para influenciar en las personas de acuerdo a su nivel de estudio, cultural y su nivel económico, Mientras que (Vergara,Quintero Maria; Pinilla, Sepulveda Victoria) hace referencia que los jóvenes demuestran sus actitudes o su cultura donde en el grupos social que se sientan identificados.

El aporte de Vergara et al, nos indica que los jóvenes demuestran sus actitudes de acuerdo al ámbito donde se desarrollan si bien es cierto esto no define del todo su personalidad pero si los clasifica en grupos sociales, ya sea por el nivel económico, cultural pero siempre los padres o representantes de ellos son los responsables en educar a sus hijos para lograr tener buenos resultados en un futuro. **(Posada, 2017)**

Estereotipos de la sociedad. “Los estereotipos la gran presión de la sociedad actual. Los estereotipos a lo largo del tiempo fueron cambiando. Hoy en día nos encontramos en una sociedad predispuesta a realizar lo imposible por alcanzar un modelo de belleza actual situado en el orden del discurso mediático. Se considera el hecho de ser flaca y linda con el éxito social. Ya no importan los medios mientras se obtenga el fin requerido”. (Nesprias, 2012)

“Esta presión que impone la sociedad por la apariencia física, se convirtió en una obsesión y hasta en una obligación para muchas mujeres. Es en este momento, donde aparece una disconformidad con

uno mismo por no estar en regla con las exigencias de la mirada social, se estimula un sentimiento de auto-desvalorización frente al espejo". **(Nesprias, 2012)**

Con esto quiero decir que los estereotipos se crean más por la visión que se crean en la sociedad si nos referimos a la belleza notamos que para que una mujer sea considerada perfecta debe tener las medidas necesarias para serlo si un hombre quiere verse apuesto debe tener su cuerpo fuerte y moldeado, en el aspecto de la música existe mucha denigración hacia la mujer en la música urbana y eso también los categoriza mediante sus gustos o preferencias a los jóvenes, esto crea también un aspecto negativo hacia los hombres y las mujeres que se sienten atraídos por estos ritmos musicales a diferencia de otros ritmos que pasan desapercibidos por los demás. **(Bustos, 2017)**

Según Lippman (2003) citado por **(Fernandez, 2011)** afirma que las imágenes están dentro de las cabezas de las mismas personas que las piensan, de las otras y del mundo, por lo cual se tiene una imagen mental de todo, lo que favorece conocer necesidades y establecer relaciones, y esto facilita la existencia, si bien puede llevar también a confusión. Hay estereotipos positivos, negativos, neutros. Hay auto estereotipos (lo que un grupo piensa de sí) y hetero estereotipos (adjudicados por otro grupo). **(Fernandez, 2011, pág. 2)**

De manera que no siempre va a ser la sociedad la que imponga un modelo el cual todos los seres humanos estamos obligados a seguir siempre una causa por la que una persona actué o se sienta identificado ya sea por su forma de vida su cultura su nivel social o como esté se

sienta consigo mismo. Es bueno tener un modelo de lo que deseamos ser, en lo que debemos de trabajar es que este modelo sea positivo para toda una comunidad en educación, en actitudes, mejorar el lenguaje de los niños y jóvenes fomentar valores y disminuir lo negativo que se transmite en los medios de comunicación como lo es, un estereotipo de mujer perfecta o el hombre como eje principal del hogar, en la educación que no exista más discriminación por nivel de cultura o nivel económico, etc. **(Posada, 2017)**

Según Lippman (2003) citado por (Fernandez, 2011) afirma que las imágenes están dentro de las cabezas de las mismas personas que las piensan, mientras que **(Nesprias, 2012)** menciona que hoy en día nos encontramos en una sociedad predispuesta a realizar lo imposible por alcanzar un modelo de belleza actual situado en el orden del discurso mediático.

Culturas juveniles: desvalorización y desencanto en la sociedad contemporánea

Según **Franco** manifiesta. Los jóvenes quienes desempeñan diferentes roles (hijo, estudiante, empleado, creyente u otros), se preocupan además por no perder la esencia de ser ellos mismos.

Los grupos sociales, las culturas juveniles, tribus urbanas o bandas juegan un papel importante, pues si bien no todos los jóvenes pertenecen a éstas, quienes encuentran rasgos y elementos identificativos no dudan en integrarse, existe diversidad de culturas juveniles las cuales basadas en el desencanto transforman sus ideas y las aterrizan en un contexto más funcional y de mayor satisfacción personal. Los jóvenes pertenecientes a estos grupos generalmente buscan la autenticidad en todos los aspectos (Franco, 2016).

El aporte de Franco (2016) indica que los jóvenes cuando se sienten identificados en los diferentes grupos sociales se involucran en ellos sin dudarlo pero considero que mucho de estos jóvenes son más vulnerables a edades entre 10 y 14 años ya que ellos están en una etapa de desarrollo de su personalidad que es donde debemos trabajar para fortalecer sus pensamientos y el valor así mismo y después de estas variable puedan elegir que desean ser, ver o compartir. **(Bustos, 2017)**

Clasificación de los estereotipos.

Según Cano (1993) [...] Por eso “Los sistemas de estereotipos pueden ser el núcleo de nuestra tradición personal, las defensas de nuestra posición en la sociedad”. (Cano G. J., 1993, pág. 49)

Ahora puedo decir que el problema social que está arraigado a los estereotipos sociales tiene existencia desde el siglo XX, donde ya se notaba la importancia de diferenciarse en la sociedad para no sentir esa presión de no estar acorde al contexto social donde desarrollas tu personalidad, tus costumbres y tus valores. **(Bustos, 2017)**

Las personas continuamente estamos clasificando todo lo que nos rodea, esta clasificación es necesaria, ya que nos ayuda a entender y ordenar nuestro mundo. Al conocer a alguien todos comenzamos a escanear su imagen, comportamiento, etcétera. Basándonos en los estereotipos tendemos a etiquetar a las personas que están fuera de nuestro grupo (exogrupo), ya que a nuestro propio grupo al que pertenecemos (endogrupo) ya lo clasificamos individualmente en su inicio.

Esta postura tiene sus pros y sus contras, porque al asignar a esta persona dentro de un grupo de pertenencia le atribuimos cualidades de dicho grupo. ¿Pero realmente le pertenecen esas cualidades o clase social? **(Estudiantes, 2012)**

Según Cano (1993) indica que los sistemas de estereotipos pueden ser el núcleo de nuestra tradición personal, las defensas de nuestra posición en la sociedad, mientras que Estudiantes (2012) menciona que las personas estamos continuamente estamos clasificando todo lo que nos rodea, esta clasificación es necesaria, ya que nos ayuda a entender y ordenar nuestro mundo.

Por naturaleza la primera impresión de una persona es con la que nosotros definimos nuestra actitud o su comportamiento, muchas veces nos equivocamos al juzgar a alguien, pero esto se debe a los distintos estereotipos que existen en la sociedad la cual nos hace etiquetar a las personas por su cultura, religión, apariencia etc. A su vez debemos ser cuidadosos ya que al etiquetar a una persona en un grupo determinado le asignamos actitudes o rasgos que no siempre suelen tener de su mismo grupo social.

Las dimensiones de estereotipo y su clasificación. Las definiciones de estereotipo se pueden agrupar teniendo en cuenta dos dimensiones:

1) Dimensión erróneo-normal: tiene que ver con que se considere o no al estereotipo una forma errónea o inferior de pensamiento, por alguno de los siguiente motivos (Miller, 1982):

- Porque no coinciden con la realidad.
- Porque obedecen a una motivación defensiva.
- Por tener un carácter de sobre generalización.
- Porque son rígidos o están vinculados al etnocentrismo (sobrevaloración del propio grupo y rechazo u hostilidad hacia ex grupos). **(Suria, 2011, pág. 2)**

Suria (2011) mediante los aportes de Miller (1982) con las dimensiones de los estereotipos nos detalla que en muchas ocasiones son rígidos porque no los compartimos por el simple hecho de que son tradicionales y a través de nuestras generaciones se han ido fortaleciendo y generalizando todo lo que para nosotros es incorrecto creemos que todos lo de un grupo que piensa diferente está equivocado o sigue costumbres inadecuadas. **(Bustos, 2017)**

2) Dimensión individual-social: tiene que ver con que se incluya el acuerdo o consenso social en su definición o se limite a considerar que son creencias que sostienen los individuos. Existe otra cuestión sobre la que hay desacuerdo, el tipo de características o rasgos que se incluyen en el estereotipo. Existen dos posturas:

- Los rasgos característicos del grupo: se pueden incluir en el estereotipo características muy diferenciadoras pero poco frecuentes y excluir rasgos frecuentemente asignados pero poco diferenciadores.

- Los rasgos diferenciadores que distinguen al grupo de otros grupos: McCauley, Stitt y Segal (1980) indican que “los estereotipos son aquellas generalizaciones acerca de una clase de personas que distinguen esa clase de otras” atribución diferencial de rasgos o predicción diferencial de rasgos basada en la información de pertenencia al grupo. **(Suria, 2011, pág. 3)**

Aceptar el cambio social ya sea por las creencias o características de cada ser humano aunque muchas veces se le otorgan rasgos muy frecuentes a realizar en cada grupo social como también puede suceder que se le desvalore actitudes positivas de los mismos pero cada uno de estos grupos siempre trata de tener rasgos o actitudes diferenciadoras. **(Bustos, 2017)**

Raza, etnicidad y estructura social en América Latina. Según (Bartolomé, 2005) citado por **(Espinoza, Agustin & Cueto, Rosa Maria, 2014, pág. 2)** podemos comprender que en America Latina es donde más existe la diferenciación y clasificación de grupos sociales en donde estos son utilizados de manera negativa para fortalecer aún más la discriminación en los diferentes países en palabras de Bartolomé nos especifica que:

[...] “Al interior de esta región, las categorizaciones y evaluaciones de grupos étnicos son fuentes potenciales de conflicto en la medida en que son utilizadas para establecer situaciones de discriminación social y étnica”. (Bartolomé, 2005).

Espinoza et al, (2014). La estructura social está determinada en América Latina por las oportunidades diferenciadas de acceso al poder, que según atributos u origen étnico permiten distinguir entre grupos de alto y bajo estatus al interior de los países de esta región.

Según McCauley et al (1980) citado por Suria(2011) indican que “los estereotipos son aquellas generalizaciones acerca de una clase de personas que distinguen esa clase de otras” atribución diferencial de rasgos o predicción diferencial de rasgos basada en la información de pertenencia al grupo mientras que Bartolomé citado por Espinoza et al, (2014) indica que en América Latina las categorizaciones y evaluaciones de grupos étnicos son fuentes potenciales de conflicto en la medida en que son utilizadas para establecer situaciones de discriminación social y étnica.

Todos los que conformamos un país, región, ciudad hemos presentados rasgos de discriminación ya sea por el color de piel, por la cultura, el lenguaje y la vestimenta es en donde debemos trabajar ya que los perjuicios o los estereotipos discriminatorios son nada más por pensamientos erróneos que los podemos combatir con una buena educación y con el compromiso de todos dado que de esta forma habrá más competencia a nivel social y así poder tener mejor un país. **(Posada, 2017)**

Tipos de discriminación

- **Género:**

La sobrecarga de responsabilidad doméstica y de cuidados de las mujeres. La falta de reconocimiento de autoridad y prestigio de las mujeres para la representación y la dirección, la cultura sexista de empresas y organizaciones. La ausencia de perspectiva de género en las políticas de empleo. **(Olivares, 2013, pág. 3)**

Las políticas públicas creadas buscan cambiar la realidad de exclusión de las mujeres en el país, sin embargo, esta realidad no puede cambiar sino se modifican los patrones culturales machistas que se refuerzan en la familia, la escuela y los medios de comunicación y fortifican la violencia de género y discriminación como naturales. Todas las actitudes de machismo son aprendidas dentro de la sociedad así como los estereotipos y los roles de género. **(Naranjo, 2014, pág. 24)**

Olivares (2013) menciona que la falta de reconocimiento de autoridad y prestigio de las mujeres para la representación y la dirección, la cultura sexista de empresas y organizaciones, mientras que Naranjo (2014) indica que todas las actitudes de machismo son aprendidas dentro de la sociedad así como los estereotipos y los roles de género.

Imagen N°5
Estereotipos de Genero



Fuente: (Hierro, 2018)

La discriminación que existe de género es un problema social a nivel mundial a pesar de campañas de concienciación no se ha podido llegar a tener una igualdad entre hombres y mujeres dado que esto se debe combatir desde el hogar los roles que las madres inculcan a sus hijas siempre son las del hogar mientras que a sus hijos no le dan tanta responsabilidad en los medios de comunicación el lenguaje sexista que dan hacia la mujer que dañan los pensamientos de muchos jóvenes fortalece la discriminación y violencia de género de ahí es donde se genera los estereotipos de grupos sociales y la violencia de género. **(Posada, 2017)**

- **Educativo.-**

Según UNICEF, más del 60% de la población ecuatoriana vive en la pobreza en tanto que cerca del 20% de esta misma población vive bajo la línea de la indigencia. Estos índices son aún más dramáticos en los sectores rurales, especialmente en las comunidades indígenas. La población indígena cuenta con un menor número de años de educación o simplemente nunca alcanzó a tenerlos ni en su más mínima expresión; lo que quiere decir, aproximadamente, que en el Ecuador el promedio de escolaridad es de 6,9 años, mientras que el promedio de la indígena apenas llega a 4 años 2. **(Noboa, 2011, pág. 10)**

Imagen N°6
Pobreza de la educación Indígena



Fuente: (Unicef, 2004)

El pueblo indígena y su extrema pobreza, mucho de estos jóvenes no pueden estudiar y si forman parte de una unidad educativa fuera de su región luchan por la discriminación por parte de sus compañeros ya que por sus costumbres y su vestimenta son víctimas de bullying luchar contra este problema social no solo es de forma económica, sino también de forma educativa y poder combatir contra este problema de alfabetización que vive aún el Ecuador. **(Bustos, 2017)**

- **Tecnológico:**

Los estudiantes buscando estar en contacto con la tecnología a implementado nuevas formas de comunicación haciendo uso de las redes sociales para tener otras fuentes de conocimiento o de manera fácil acceder y grabar videos que no solo afectan física sino mentalmente a la otra persona. **(Mejia, 2015, pág. 24)**

Imagen N°7
Comunicación virtual.



Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec), el 65% de la población tiene acceso a internet, y 10,3 millones de personas son usuarias activas de la red, es decir 10 de cada 15 habitantes; de ellos el 32,6% lo emplean como herramienta de comunicación, en especial para las redes sociales. Las tres principales redes digitales de Ecuador son Facebook, Twitter y YouTube. Se destaca que el número de cuentas de Facebook llega ya a 5´589.080 cuentas, que constituye más de la tercera parte de la población ecuatoriana. **(Bedon, 2014).** Según la UNESCO (2017)

[...] “La ciencia, la tecnología y la innovación juegan un papel crítico para lograr cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible y para la creación de sociedades del conocimiento en las que se despliegue todo el potencial de los seres humanos. En ese sentido la UNESCO promueve la educación en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, la llamada educación STEM, como un pilar para el desarrollo integral de niños, niñas y adolescentes”. (Unesco, 2017)

Según Mejía (2015) los estudiantes buscando estar en contacto con la tecnología han implementado nuevas formas de comunicación haciendo uso de las redes sociales mientras que la Unesco (2017) con su aporte

hace énfasis que la tecnología y la educación, juegan un papel crítico para lograr cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible y para la creación de sociedades del conocimiento en las que se despliegue todo el potencial de los seres humanos

En la actualidad los jóvenes buscan comunicarse por medio del internet este es un factor muy positivo pero también las redes sociales han tenido una presencia negativa en la sociedad ya que hemos presentado muchos ataques de jóvenes buslandose del aspecto de otros, afectando las emociones y la personalidad de los más débiles, algunos actos de suicidio se han presentado a nivel mundial y muchos de estos suelen ser jóvenes con un autoestima muy baja mediante la investigación realizada por el INEC en la tesis de Bedon (2014), nos ayuda a comprender cuanto es el impacto que tienen las redes sociales en el Ecuador que abarca el 32,6% y entre las principales tenemos Facebook, Twitter y Youtube , pero Facebook es la red más potente de uso en la población ecuatoriana.

- **Cultural:**

La distorsión de la identidad cultural se ha generado por el hecho en que la sociedad mestiza tiende a discriminar a la población indígena por su forma de vestir, hablar, pensar o actuar, y los mestizos adoptan comportamientos o modas que miran en otros países porque desean apropiarse de otras culturas de las que se sienten identificados para llamar la atención. Lo que obliga a los sectores indígenas a ser parte de ese cambio, porque dejan de lado su identidad propia para tratar de acoplarse a otros grupos sociales con el propósito de ser aceptados y evitar ser discriminados por su modo de vestir, hablar, o actuar. **(Serrano, 2016, pág. 20)**

Debemos crear una cultura de amor propio a lo nuestro para que los jóvenes no se dejen influenciar o llevar por otras culturas de países influyentes como los del tercer mundo, los que más afectados son el grupo indígena ya que su cultura es muy fuerte y el pueblo mestizo los discrimina por su forma de vestir, actuar, su estilo de música, cuando el grupo indígena se sienten muy orgullosos pero dada esta presión de la sociedad muchas veces suelen por optar otras a los distintos actos de violencia. **(Posada, 2017)**

Imagen N°8
Influencia de estereotipos internacionales



Fuente: (Mujer, 2018)

- **Racial:**

[...] “Es común que en la televisión o la radio se identifica a las y los afroecuatorianas cuando participan en actos delictivos. Entonces el señor que sale de su casa y que oyó o escuchó esa noticia y ven dos personas afroecuatorianas en la calle, inmediatamente los identifica igual. Lo mismo sucede cuando yo voy con mi hermano caminando y una mujer mestiza viene por la misma vereda y al vernos afrodescendientes se cruza la calle. Esto lo vivimos a diario y eso se debe en gran medida a los medios”. (*Sociólogo Russbelth Valencia*).

Para Valencia los medios de comunicación “son discriminadores al máximo”, pues señala que los medios solo invitan a las y los afroecuatorianos para hablar de discriminación, pero nunca se los convoca para tratar problemas nacionales. (**Afroecuatorianos, 2011**)

Imagen N°9
Discriminación racial una lucha de todos.



Los medios de comunicación, deben ser de gran ayuda para evitar la discriminación racial en nuestro país y a nivel mundial aun

presenciamos actos de violencia hacia la raza negra, mediante burlas, videos ofensivos y en temas de cultura o economía muy pocas veces intervienen afroecuatorianos a dar su punto de vista si no que más vemos su participación en temas raciales por los cuales aún se sienten violentados. **(Bustos, 2017)**

- **Social:**

El problema es que no reconocernos a nosotros mismos nos lleva a que no aceptemos al otro y no podamos convivir en armonía y paz con las personas que consideramos diferentes a nosotros y empezamos a discriminar, pues clasificamos a las personas por cualquier característica que no sea igual a nuestra forma de pensar y de actuar. **(A López, 2016).**

- **Físico:**

Lo primero que observamos cuando te presentan a alguien es su aspecto físico su complexión, su forma de vestir, su atractivo, sus gestos etc. Parece inevitable no fijarte en lo que en lo que te entra por los ojos sin hacer algún esfuerzo, esta información de adentra casi automáticamente en tu cerebro para ser procesada. La apariencia física de otra persona será interpretada, valorada y juzgada en función de tus prejuicios y vivencias anteriores. **(Córdova, 2017).**

Debemos aprender a conocernos y valorarnos para poder tener paz con nosotros mismos y de esta forma poder transmitir buenas energías a los demás y luchar contra ese problema social creados por falsos estereotipos a seguir y mejorar nuestros pensamientos dejando a un lado los modelos perfectos o esas ideas erróneas unos de los problemas

sociales más vistos aun es el del aspecto físico, por el cual muchos jóvenes han recurrido al suicidio por los ataques de los demás. **(Posada, 2017)**

Modelos y perjuicios de los estereotipos

Concepto de perjuicios

Etimológicamente hablando el pre-juicio es un acto por el que valoramos positiva o negativamente una realidad sin tener un conocimiento suficiente de la misma, es valorar, juzgar sin tener un conocimiento previo. Esta etimología vale como definición genérica del prejuicio. Por razón del objeto que valoramos los prejuicios se pueden tener sobre situaciones, eventos, cosas, personas individuales y clases o grupos sociales. La mayoría de los autores sostienen que los prejuicios no son innatos, sino adquiridos, bien ya desde la niñez, en la propia familia, en el ambiente social más diverso. A veces los prejuicios tienen su origen en generalizaciones nacidas de las experiencias personales con personas de un determinado grupo, que acaban por hacer una deducción que pasa de lo particular a lo general. **(Carrasco, 2013)**

El prejuicio se define como una actitud negativa hacia un grupo social o hacia una persona percibida como miembro de ese grupo (revisado en Ashmore R., Prejudice: Causes and cures. En: Social Psychology: Social Influence, attitude change, group processes, and prejudice, 1970, Addison-Wesley, Reading, United States, pp. 245-339; revisado en Esses, V. Haddock, G. & Zanna, M., Values, stereotypes and emotions as determinants of intergroup attitudes. En: Affect, cognition and stereotyping, 1993, Academic Press, San Diego, United States, pp. 137-166). Como otras actitudes, el prejuicio se compone de tres componentes:

cognitivo (creencias), afectivo (emociones) y comportamental (conducta). Aunque existe cierta correlación entre ellos, estos tres componentes son relativamente independientes y por lo tanto, implican medidas diferentes (Brigham, 1971, Psychol Bull 76:15-38.). **(Montes, 2008)**

El perjuicio es el acto que todos realizamos al conocer algo nuevo ya sea esto positivo o negativo pero lo realizamos sin tener conocimiento previo, nos basamos en nuestras experiencias vividas por las situaciones en las que se da el conocer algo o alguien o por ligamientos establecidos por nuestra familia de lo que sería bueno o malo que lo clasificamos de forma general mas no particular, pero si bien es cierto un perjuicio esta entendido como un acto que nace de un pensamiento negativo que se tiene de algo o de alguien más aún si esta persona o un grupo de personas no comparten las mismas costumbres de nosotros. **(Bustos, 2017)**

Los prejuicios son el resultado de la frustración experimentada por el grupo que los tiene, aunque los mismos no están limitados a un grupo racial o étnico particular; y esto se explica porque los prejuicios se derivan de una personalidad autoritaria e intolerante, lo que provoca que las personas con actitudes muy prejuiciosas sean con frecuencia rígidamente convencionales y estén siempre preocupadas por el poder y la rigidez, mostrándose hostiles hacia aquellos que violan sus normas. Esto incentiva que estas personas teman, sospechen y rechacen a todos los grupos distintos a los que pertenecen, en vista de que los prejuicios son una expresión de su enfoque suspicaz y erróneo de la vida. Los psicólogos mayormente entendemos que los prejuicios y la discriminación están formados y mantenidos por los intentos de las personas por ajustarse socialmente, puesto que si nos unimos a personas que

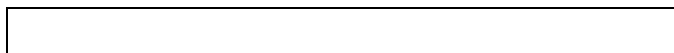
expresan claros prejuicios, es más probable que estemos de acuerdo con sus ideas que ofrecer resistencia. **(Balmaseda, 2013)**

Según Carrasco (2013) la mayoría de los autores sostienen que los prejuicios no son innatos, sino adquiridos, bien ya desde la niñez, en la propia familia, en el ambiente social más diverso cuando Balmaseda (2013) los prejuicios son el resultado de la frustración experimentada por el grupo que los tiene, aunque los mismos no están limitados a un grupo racial o étnico particular.

El acto de dar un juicio sin conocer a los demás también se da por el contexto donde nos desarrollamos los medios de comunicación también son influyentes en dar una buena o mala perspectiva hacia los demás como por ejemplo las personas con tatuajes son mal vistas por la sociedad porque se determinan que tienen pocos valores, las mujeres con una vestimenta muy corta y al salir a la calle interpretan que en una mujer fácil y por el color de la piel como dicen los psicólogos los prejuicios y la discriminación los desarrollan las personas por su multiples intentos de acoplarse a un sistema o grupo social. **(Posada, 2017)**

Imagen N° 10
Los tatuajes y sus prejuicios





Los prejuicios y sus efectos negativos para la convivencia.

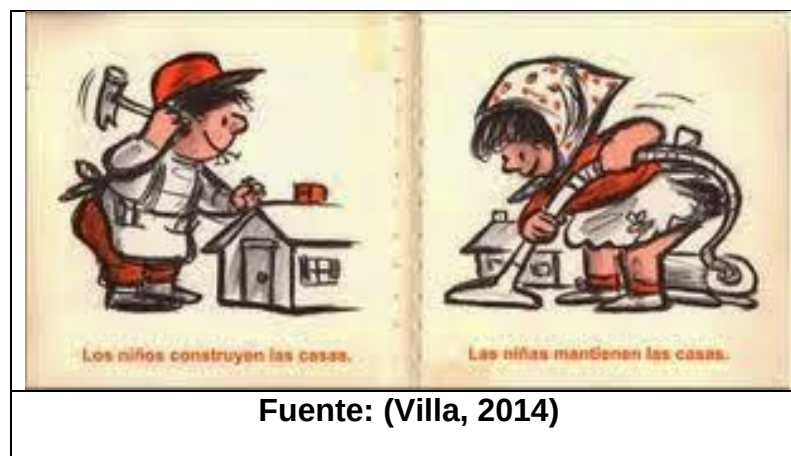
A pesar de la dificultad de definir la discriminación en el sentido común, e incluso su polisemia, desde la psicología social sabemos que la discriminación corresponde a la traducción en actos de los prejuicios. Se trata de un comportamiento negativo en contra de los miembros de un grupo que es objeto de una imagen negativa. La aparición de un comportamiento discriminante está relacionado con ciertas condiciones sociales y psicológicas: diferencias sociales, el estatus de los individuos, la posición de poder. En este sentido, la discriminación debe reubicarse dentro del marco de un análisis de las estructuras sociales fundadas en diversas formas de desigualdad de poder, de medios materiales, de reconocimiento, etc. **(Navarro, Carrascal Oscar & Bogalska, Martin Ewa, 2012, pág. 3)**

Navarro et al, "... La categorización de las desigualdades está entonces expuesta como inscrita en un orden 'natural', a la cual los sujetos se someten asegurando el equilibrio social".

Los perjuicios y sus efectos negativos para la convivencia como también lo es la discriminación afectan a un grupo de personas que son catalogadas como perjudiciales en una sociedad no siempre se acierta ante esta clasificación que se da a un grupo en especial, la discriminación en la mayoría de las ocasiones se da por nivel social, económico, cultural y cambiar esta problemática en personas que aun consideran que son mejores que los demás por su nivel de estudio, poder económico es una

lucha constante, hacer notarles que todos tenemos las mismas oportunidades y de esta forma tener una mejor sociedad. **(Bustos, 2017)**

Imagen N° 11
Estereotipos de género.



Fuente: (Villa, 2014)

El mal hábito de prejuzgar.

Formación del juicio en el individuo.

Frenkel-Brunswik, Levinson, and Sanford (1950), citados en Fiske (2004), el prejuicio en un individuo se forma desde la niñez por la constante prohibición y restricción de padres autoritarios que tienen la rotunda intención de que sus hijos mantengan el estatus socioeconómico de la familia, a costa de la sumisión y conformismo de los pequeños, restringiendo todos sus "malos impulsos", especialmente los sexuales, sucios y agresivos, descritos por Freud. El resultado de esta extrema vigilancia, correspondería a la represión de los tan inaceptables impulsos en los niños y a la posterior proyección de los mismos, en los

supuestamente hipersexuales y agresivos exogrupos, configurando así una personalidad autoritaria en los niños, excesivamente ceñida a las normas sociales y llena de prejuicios, en otras palabras, el fenómeno vendría a desencadenar la discriminación y exclusión. **(Navarro, Maria Camila & Mebarak, Moises, 2014, pág. 6)**

La necesidad de pertenecer a un grupo social.

[...] “La adolescencia es una etapa en la que gran parte de ella desea ser “popular” o reconocido porque se tiene el concepto de que entre más amigos o seguidores, más fotos comparta y buen sentido del humor tenga soy más popular. Los adolescentes están inmersos en el mundo tecnológico y su vida social está fijada a través de una pantalla. Ellos realmente se están convirtiendo en esclavos de las diferentes redes sociales, y éstas han ido afectando tanto de manera positiva y negativa su vida cotidiana”. (Martinez, 2017, pág. 22)

Como lo menciona Frenkel-Brunswik et al, (1950) citado por Fiske (2004) el perjuicio es la formación que se da desde la infancia determinada o influyente por los padres en los que ellos consideran bueno o malo de ahí es donde aún sigue existiendo discriminación de género y es ahí más donde debemos de aportar para romper con la discriminación machista que existe aún en el país.

Para nuestros jóvenes la tecnología es una aporte muy fuerte e importante en la sociedad actual ayuda a la educación a facilitar información internacional o nacional fomenta el autoaprendizaje y poder comunicarnos de forma más rápida. Es el medio por el cual también expresamos nuestros sentimientos, pensamientos o trabajos que deseamos compartir, el internet es una herramienta de doble filo muchos jóvenes prefieren denigrarse a través de los medios por obtener más like,

seguidores y que hablen de ellos más podemos evidenciar estas actitudes en Facebook y en Youtube ya que no solo comparten cosas de ellos también lo hacen para perjudicar a los demás. **(Posada, 2017)**

Sociedad y cultura.

“La sociedad es, pues, un grupo actuante, dinámico que comprende la continuidad en el tiempo y por ende la existencia de relaciones sociales complejas (culturales e históricas)”. (Castillo, 2012, págs. 19-20)

Según Nicolás Timasheff citado por Castillo (2012), indica que:

“La sociedad es aquel grupo en el cual cada individuo puede compartir una vida en común.... Es la matriz de relaciones sociales dentro de la cual se desarrollan otras formas de interacción, de vida grupal, origen y fundamento de la familia”. (pág., 20)

Para Castillo (2012), la sociedad es, pues, un grupo actuante, dinámico que comprende la continuidad en el tiempo y por ende la existencia de relaciones sociales complejas y a su vez Timasheff la sociedad es aquel grupo en el cual cada individuo puede compartir una vida en común.

Los estudios de la sociedad son imparables, la sociedad no es estática ha tenido cambios en la educación, tecnología nos sirven los hechos pasados para comprender las actitudes actuales y poder tener un

porqué de los problemas existentes, si bien es cierto aún existen familias que tienen pensamientos muy rígidos y en eso debemos de cambiar para buscar un bien común. **(Bustos, 2017)**

Grupos sociales.

Los grupos sociales en mayor o menor medida se encuentran interrelacionados por un sentido de identidad, que deviene de diversas realidades históricas y contextuales que los diferenciará de otros grupos, como puede ser la región o área que ocupan o donde viven, el origen histórico, racial o étnico, rasgos culturales como lenguaje, forma de vestir, usos y costumbres, o bien por su forma de pensar, religión, etc., también es muy común que el núcleo identitario se derive de los objetivos o fines que persiguen y los medios que utilizan para conseguirlos. **(Castillo, 2012, pág. 23)**

Las personas siempre buscan acoplarse a un grupo social donde se sientan comprendidos y aceptados, el ser humano por naturaleza no puede estar solo necesita de alguien con quien compartir sus ideas, sus emociones sus logros, estamos en constante movimiento donde podemos conocer nuevas culturas, lenguaje, costumbres y de forma inconsciente nos acoplamos a la que mayor mente nos identifiquemos y si ya tenemos identificado o que queremos ser podemos decir que tenemos desarrollada nuestra personalidad. **(Posada, 2017)**

Los medios de comunicación y su importancia.

Tipos de medios de comunicación de masas

Los tipos de medios de comunicación pueden ser los siguientes:

- **Libro**

Corresponden a un medio escrito. Gracias a adelantos tecnológicos se ha posibilitado su reproducción en serie y en consecuencia, pueden llegar a varios receptores a la vez.

- **Prensa escrita**

Medio de comunicación impreso. Son los periódicos o revistas de publicación diaria o regular, que contienen temas de distintas materias; además se caracterizan por la forma cómo entregan la información.

- **La television**

Es un sistema de transmisión de imágenes en movimiento. Al mezclar el sonido con la imagen, los mensajes entregados por la TV impactan y persuaden a los receptores de manera más rápida y certera.

- **La radio**

Sistema de transmisión de mensajes orales. Sus mensajes son transmitidos por medio de ondas hertzianas y puede recorrer varias distancias en un lapso de tiempo breve. Su modo de transmisión de mensajes es simultáneo.

- **Internet**

Es una red de redes, en la cual la información está estructurada y organizada de acuerdo a temas y áreas. Así los "buscadores" facilitan el trabajo en la entrega e interpretación de la información.

- **Cine**

Surge en 1895 con la primera película de los hermanos Lumiere: "La salida de los obreros de la fábrica". El cine al ser limitado en su tiempo real, comprime la narración por medio del empleo de medios técnicos y

estructurales, como por ejemplo, el guión cinematográfico, escenas, plano, secuencia, etc. (Educativo, 2012)

Imagen N° 12
Medios de comunicación.



Utilidad de los medios de comunicación.

Según Montero, (1993, pág. 121) citado por Moreno, menciona que:

[...] Los medios de comunicación de masas se definen como “una fuente de información con criterios de noticiabilidad aparecen como criterios naturales para la explicación de los acontecimientos relevantes y los medios se proponen como agentes de confianza que advierten de las situaciones problemáticas” (Moreno, 2014, pág. 33)

En su análisis, Moreno menciona que:

Los instrumentos de mucha utilidad en la sociedad contemporánea, servían en aquel entonces para

informar y comunicar de forma masiva a ciertas comunidades; hoy en día, se llega a más personas y muchos sectores sociales obtienen la información de forma rápida, sea esta de política, economía, cultural y social, tanto en el ámbito local como en el ámbito global. (Moreno, 2014, pág. 34)

Según Montero (1993) Los medios de comunicación de masas se definen como “una fuente de información con criterios de noticiabilidad aparecen como criterios naturales mientras que para Moreno (2014) instrumentos de mucha utilidad en la sociedad contemporánea, servían en aquel entonces para informar y comunicar de forma masiva a ciertas comunidades.

El aporte de Montero sobre los medios de comunicación podemos comprender que son una fuente de información para conocer de forma inmediata lo que sucede en el país y en el mundo y concuerda con los que menciona Moreno y al pasar de los años sigue siendo la misma función el de los medios de comunicación el de transmitir la información pero en la sociedad actual, es de mayor fuerza ya que con los avances tecnológicos hasta las zonas más rurales pueden informarse. **(Posada, 2017)**

El poder de los medios.

Hay que decir que hoy en día estamos en un mundo invadido por los medios de comunicación, aquello que no aparece en los medios de comunicación no existe y sin embargo, lo que no existe si lo dicen los medios de comunicación ya existe, en otras palabras lo medios de comunicación tienen el poder de controlar nuestra visión acerca de la

realidad. Este poder se convierte en un riesgo para el pueblo, ya que es fácilmente manipulado sin ni siquiera sospecharlo **(Brito, 2010)**.

En este contexto en esta sociedad, mercado en la que nos encontramos, vivimos de ilusiones prefabricadas como la independencia, la creencia en una prensa libre o de un cuarto poder, creados para que la sociedad viva de manera menos crítica posible, y así los medios de comunicación masivos puedan seguir influenciando en su vida cotidiana a través de mensajes uniformes y superfluos, que los utiliza para difundir mensajes disfrazados de verdad **(Barragán, 2011)**.

Según Brito (2010) los medios de comunicación tienen el poder de controlar nuestra visión acerca de la realidad, mientras que para Barragán (2011) los medios de comunicación pueden seguir influenciando en su vida cotidiana a través de mensajes uniformes y superfluos, que los utiliza para difundir mensajes disfrazados de verdad.

Los medios de comunicación son una herramienta muy importante de información y de conocimiento mediante ellos podemos aceptar una ideología positiva o negativa hacia algún partido político, religioso o personas del medio para un país tener un pueblo ignorante es muy beneficioso ya que considera que pueden fácilmente engañar a través de los diferentes medios. **(Bustos, 2017)**

Tratamiento de la violencia de género en los medios de Ecuador merece atención: expertos.

Según Andes (2017) menciona en su artículo que:

Los “medios de comunicación” en ocasiones banalizan los hechos de violencia contra la mujer, es por ello que se requiere una lectura crítica de medios y un tratamiento informativo que profundice los hechos y plantee la prevención, coincidieron en entrevista con Andes dos expertos ecuatorianos. (Andes, 2017)

Los medios de comunicación en el Ecuador aún siguen atacando a la mujer si esta sufre algún acto de violencia la ponen como principal culpable y que la desgracia vivida fue escogida por ella es por ello que los comunicadores y sus ideas estereotipadas siguen aún distorsionando la información dada esta problemática la ley de comunicación prohíbe mensajes sexistas, machistas para disminuir el machismo en el país pero en redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube no se puede aún controlar los mensajes ni la información transmitida. **(Posada, 2017)**

[...] “La forma más grave de discriminar y estigmatizar a las mujeres, es precisamente, invirtiendo la causalidad y la culpabilidad en los casos de agresiones de cualquier tipo que se ejerza sobre ellas, el peor papel que puede hacer un medio de comunicación es invertir el rol, convertir a la víctima en culpable de su propia desgracia”, (Reyes Hernán, 2017)

Según Reyes, **los estereotipos** de los mismos periodistas les impiden comprender la realidad y repiten en sus reportajes, los mismos patrones de carácter patriarcal y de estigmatización de las mujeres, aun cuando hayan existido muertes de por medio con mucho sufrimiento de las mujeres. Propuso que tomando en cuenta estos argumentos es preciso volver al espíritu de la **Ley de Comunicación**, en la cual está totalmente prohibida toda forma de contenido discriminatorio o violento, y consecuentemente, “retirar de forma definitiva, los contenidos y los

mensajes sexistas, machistas o misóginos que permiten que perdure la cultura machista en Ecuador”. **(Andes, 2017)**

Consejo de Regulación y desarrollo de la información y comunicación.

Registro público de Medios 2017.

La Ley Orgánica de Comunicación, en el Art. 88 estipula que los medios de comunicación social, para pautar con el Estado, deberán registrar de forma obligatoria su información en un catastro a cargo del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación – Cordicom. Para cumplir con este mandato, el artículo 37 del Reglamento General de la LOC, indica que la institución implementará una aplicación en línea en la cual los medios consignarán su información durante el mes de marzo de cada año. El registro constituye un catastro a nivel nacional de información de los medios de comunicación social. La herramienta puesta a disposición de los medios para realizar el proceso de registro, recaba datos referentes a: información general del medio, clasificación, cobertura, contenidos, laboral, societaria y representantes. Esta información permite generar estadísticas para la ciudadanía, así como también posibilita la toma de decisiones pertinentes para fortalecer el proceso de democratización de la comunicación. **(Cordicom, 2017)**

Exhorto: En relación al uso de la imagen y participación de niñas, niños y adolescentes en espectáculos públicos y programas de entretenimiento.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación exhorta a los medios de comunicación social, a la

sociedad, a los padres y madres de familia y representantes legales de niñas, niños y adolescentes, en relación al uso de su imagen y su participación en espectáculos públicos y programas de entretenimiento como “reality shows”, certámenes de belleza y eventos vinculados con el mundo del espectáculo, los cuales puedan ser contrarios a la satisfacción de sus necesidades emocionales básicas; involucrar la espectacularización de su imagen o afectar sus derechos, los cuales se encuentran reconocidos en la Constitución, los tratados internacionales y normas afines. **(Cordicom, 2017)**

En observancia al principio del interés superior de niñas, niños y adolescentes, entendido como “un derecho, un principio y una norma de procedimiento basados en una evaluación de todos los elementos del interés de uno o varios niños en una situación concreta” (Observación Nro. 14 de la Convención sobre los Derechos del Niño, 2013), así como en cumplimiento de las obligaciones del Estado de garantizar, proteger y prevenir cualquier situación que amenace o vulnere el respeto, el efectivo ejercicio y el disfrute de sus derechos, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional, el Consejo Nacional para la Igualdad de Género y la Defensoría del Pueblo, invitan a los medios de comunicación, a la sociedad y a los padres de familia a precautelar y proteger los derechos de las niñas, niños y adolescentes en programas de entretenimiento y en espectáculos públicos, así como a promover experiencias comunicativas apropiadas a sus necesidades y acordes con su nivel de desarrollo individual, lo que evitaría problemas de aprendizaje y conducta, favoreciendo su desarrollo integral. **(Cordicom, 2017)**

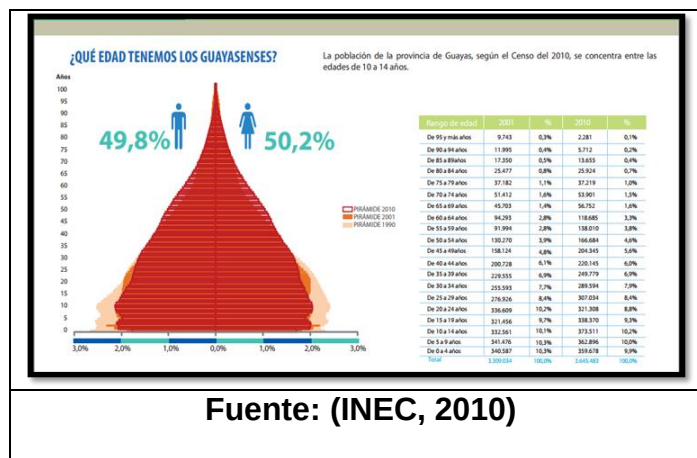
Como aporte al control de los medios de comunicación la CORDICOM, está a cargo de receptar los registros de todos los medios que deseen pautar esto está estipulado como Ley Orgánica de Comunicación en el Art: 88 ligado también al Art: 37 del reglamento general de la LOC en el mes de marzo de cada año, esto ayudara a poder medir la información y a obtener datos cuantitativos del que tanto aportan a la sociedad con la información que brindan, así mismo prohíbe el uso de la imagen de niños menores de edad en espectáculos o programas que denigren su identidad ya que es un derecho para los niños el evaluar los elementos que a ellos les interesen pero también es deber del estado garantizar y proteger su integridad ante cualquier acto que violente su integridad y sus derechos. **(Bustos, 2017)**

Los principales medios de comunicación influyentes en los jóvenes.

Población juvenil Guayasense.

Los informes brindados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) que se realizó en el año del 2010, sostiene que la provincia del Guayas está constituida por 3,309.034 habitantes y se concentra en edades de 10 a 14 años dando un total de 373.511 jóvenes representada en un 10,2% de la población Guayasense.

Imagen N° 13 Población Juvenil



El internet principal medio influyente en los jóvenes.

El internet se ha convertido en una herramienta indispensable para los individuos, ha acaparado diferentes aspectos de la vida tanto personal, como social, laboral. Esto permite que las operaciones que se realizan lleguen a ser más fáciles, simples. Antes para poder llevar un mensaje se utilizaban cartas que solían demorar días e incluso meses, dependiendo de la distancia que haya entre el emisor y el receptor. Ahora, gracias al internet solo es cuestión de segundos para conocer un mensaje, saber las noticias o enviar un documento. **(Carló, 2017, pág. 36)**

El internet es la herramienta más accesible para comunicarnos y poder transmitir quienes somos o lo que más nos gusta a través de las redes, estar al día en temas de interés, en el ámbito de la educación ha sido de gran aporte para el avance y obtención de conocimientos. **(Posada, 2017)**

Después de la TV, los ecuatorianos prefieren informarse por internet

El consumo de información ha cambiado en el Ecuador y, al igual que en el resto del mundo, el internet se ha convertido en uno de los medios favoritos de los lectores. En el país, después de la TV, la red es el segundo medio al recurren los públicos para informarse, superando a la radio y a los periódicos. **(Fundamendios, 2013)**

Uso de las redes sociales como principal medio que influye en los jóvenes. Como estamos comprobando los jóvenes, cada vez con mayor frecuencia, se expresan, preferentemente, a través de sistemas de comunicación virtual y la utilización de las redes sociales se hace cada vez más extensiva (Becoña, 2006). Al mismo tiempo, nos planteamos la influencia que puede tener la familia en este nuevo hábito por parte de sus hijos adolescente y cómo puede modular y regular su consumo. Incluso, por llegar más lejos, sería bueno saber si son las familias de estos adolescentes conocedoras del uso que hacen sus hijos de dichas redes sociales. **(Ballesta, Javier; Lozano, Josefina & Cerezo, M° Carmen, 2014, pág. 5)**

El internet es el medio más accesible y más barato para informarnos o distraernos, supera el uso de la radio y los periódicos, los jóvenes más utilidad le dan al internet y a las redes sociales y esto es a nivel mundial sin descartar el uso de los mayores por eso debemos estar conscientes que la tecnología es imparable y cada vez avanza más por eso debemos cuidar a nuestros hijos y que se vean afectados por esos cambios. **(Bustos, 2017)**

El uso responsable de las redes sociales.

Las redes sociales digitales son aplicaciones en línea que nos permiten relacionarnos en forma diferente a la que los migrantes digitales estábamos acostumbrados. Su creación y posterior masificación es relativamente reciente. Data de finales de los noventa e inicio del presente siglo. Consecuentemente, apenas estamos vislumbrando las implicaciones positivas y negativas que puede tener su uso masivo y sistemático en el ámbito personal, social, legal, económico o político. Las redes sociales digitales se caracterizan por agrupar comunidades de personas las que generan ellas mismas sus propios contenidos, por ser interactivas y por permitir cargar e actualizar la información creada en tiempo real. Estas aplicaciones nos proporcionan un medio para, primero, compartir contenidos, gráficos y escritos con amigos y desconocidos, si así lo queremos, pero también para intercambiar ideas y debatir, informarnos sobre temas que nos apasionan, buscar anuncios de trabajo, monitorear lo que dicen o hacen otros (hijos, familiares, amigos, enemigos, exnovios, colegas de trabajo, jefes, docentes, etc.). **(Nación, 2011)**

Debemos de ser conscientes de que no todo lo que está en la red, es cierto o debemos seguir pero los jóvenes son los más vulnerables en creer o imitar actos que no son debidos pero esto se da por la mala publicidad que de cierta forma influye en sus actos y hasta cierto punto no es bueno para la convivencia con los demás, debemos estar atentos a malos actos que presenten nuestros hijos, hermanos o amigos para disminuir el vandalismo, el uso de drogas, las malas costumbres entre

hombres y mujeres recordemos que nosotros somos lo que publicamos.
(Bustos, 2017)

Mal uso de redes sociales afecta a niños y adolescentes

Agredir a una persona por su apariencia, personalidad, posición económica y demás, al punto de afectar su autoestima, es lo que se conoce como bullying. Cuando esta agresión se da a través de las redes sociales entre jóvenes de la misma edad se convierte en cyberbullying, según Diego Jaramillo, docente de la Universidad de los Hemisferios en Quito, quien dio una conferencia hace un par de semanas, para docentes de colegios en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Él considera que la existencia de redes sociales y el desarrollo de la tecnología no son el problema, sino el mal uso de estas herramientas que ponen en riesgo la integridad de los adolescentes que no se dan cuenta que están exponiendo su intimidad y seguridad. (Jaramillo, 2014)

[...] “Cada vez se registran en Google alrededor de 2,7 billones de búsquedas, lo que significa que los niños tienen acceso a un sinnúmero de información y a cada instante, por lo que tanto padres como docentes deben estar alerta”, indicó Jaramillo.

Para Jaramillo estos problemas se originan, principalmente, por la falta de comunicación entre padres e hijos. “A veces confiamos demasiado en nuestros hijos, pero cuando son adolescentes se debe estar pendiente, hablar mucho con ellos, mirar sus cosas, porque ellos no se dan cuenta del peligro que corren”. (Jaramillo, 2014)

Son muchos los problemas de ciberbullying, que podemos ver a diario no solo entre conocidos o compañeros del colegio incluso en la universidad, lo podemos ver a diario de distintas formas, con memes, burlas, por el físico o por su aspecto en hombres y mujeres es por ello que los padres deben de controlar lo que hacen sus hijos porque ellos pueden ser los que reciben esas ofensas como pueden ser los agresores y estamos a tiempo de corregir o evitar una desgracia. **(Posada, 2017)**

La axiología como disciplina de la filosofía.

Etimología de la palabra filosofía.

Etimológicamente la palabra filosofía (del griego: philo y sophia) significa "amor a la sabiduría", y su empleo por primera vez se le atribuye a Pitágoras, quien no queriendo llamarse a sí mismo sabio (sophos) como lo habían hecho los filósofos que le antecedieron, por considerar que la sabiduría le corresponde únicamente a Dios, se llamó a sí mismo filósofo, o sea, aspirante al saber, amante de la sabiduría. **(Basanta, 2013, pág. 7)**

Disciplinas filosóficas:

- **Axiología:** Es la rama de la Filosofía que estudia los valores.

- **Teleología:**

La teleología se ocupa de los fines, y lo logra mediante el desarrollo de dos importantes disciplinas: la Estética y la Ética.

- **Ética o Moral:**

Es la disciplina que se ocupa de indagar cuál es el fin último o el bien absoluto del hombre y cuál es el camino a seguir para lograrlo.

- **Estética:**

Se ocupa de investigar la esencia de lo bello, y fija normas para juzgar y para producir obras de arte.

- **Gnoseología o Teoría del Conocimiento:**

Rama de la filosofía que investiga cómo el hombre alcanza el conocimiento y si es posible conocer las cosas tal cual son.

- **Lógica:**

Se ocupa de los razonamientos y del análisis de los métodos que permiten distinguir los razonamientos válidos de los inválidos.

- **Ontología o Metafísica:**

Rama de la filosofía, que estudia la esencia del Ser y los caracteres de este. Se divide en Ontología o Metafísica General, que estudia al Ser en general; y Ontología o Metafísica Especial, la cual comprende a su vez:

- a): Metafísica de la Naturaleza o Cosmología:**

Investiga la esencia de la materia y de la vida.

- b): Metafísica del Espíritu o Psicología:**

Investiga la esencia del espíritu y las relaciones que se producen entre ésta y la materia.

- c): Teodicea o Teología Natural:**

Se ocupa del conocimiento de Dios; trata de demostrar su existencia y conocer sus atributos esenciales.

- **Epistemología:**

Investiga cómo se han estructurado y desarrollado las teorías científicas, investigando el alcance y validez de las teorías elaboradas por las distintas ciencias y sus conexiones históricas y sociales.

- **Metodología:**

Es la disciplina que ofrece un conjunto de reglas a seguir para alcanzar el conocimiento.

- **Semiótica:**

Se ocupa de analizar las relaciones que se dan en cada una de las siguientes dimensiones: a) Dimensión Sintáctica: Estudia la relación entre signos. b) Dimensión Semántica: Estudia la relación entre un signo y aquello a lo que hace referencia, o sea, su designado. c) Dimensión

- **Pragmática:**

Estudia la relación entre un signo sistema de signos y los intérpretes de estos. **(Basanta, 2013, págs. 8-10)**

Entorno a la axiología y los valores

Definición de axiología.

El análisis filosófico de los valores es vital para poder tomar conciencia de la llamada “crisis de los valores” y de los incontables problemas que acompañan a las decisiones humanas en condiciones límites en las que no todo lo que se puede hacer se debe hacer. A pesar de los innumerables logros de la razón y del humanismo, la mayoría de las sociedades se siguen plegando al poder y no al deber, y esto es altamente preocupante. Por ello incursionaremos brevemente en la axiología para, desde ella, poder iluminar el horizonte de nuestras valoraciones. **(Gómez, 2010)**

La palabra axiología (del griego axia-valor, y logos-estudio) es de origen reciente, pues su introducción se produce a principios del siglo XXI. No obstante, ya los antiguos griegos dedicaban una parte de la reflexión filosófica a los llamados problemas de valor, tratándolos dentro de la llamada “filosofía práctica” o “conciencia práctica”. Ellos, como casi siempre ocurre, comenzaron por constatar intuitivamente la existencia de los valores, y sólo después se ocuparon de su análisis filosófico. En la vida real el hombre aprende primero a estimar y a desestimar, a evaluar y a devaluar, en fin, a valorar, antes de tomar conciencia plena de qué es en sí el valor o determinado tipo de valor, e indagar acerca del camino de su conocimiento o aprehensión espiritual y exposición teórica. De la misma manera procedieron los griegos, con la especificidad de que la moral fue el objeto por excelencia de sus meditaciones axiológicas. **(Gómez, 2010)**

Mientras que Gutiérrez et al, menciona que la axiología es la ciencia de los valores morales encargada de su jerarquización, lo que permite que cada persona establezca su propia escala de valores. Este problema ha sido ampliamente estudiado por varios filósofos. Ricket los

abordó en base al concepto histórico, que les da vigencia en determinado lugar y época. Hartman no sólo jerarquiza los valores, sino que también jerarquiza las virtudes y las pasiones. Max Sheller ha realizado profundos estudios en este campo, los que ha dejado plasmados en su teoría “Ética axiológica **(Gutiérrez, Samperio Cesar; Guerrero, Lara Ma. Guadalupe del Rocío & López, Vázquez Trinidad, 2011, pág. 3)**

Para Gómez el hombre aprende primero a estimar y a desestimar, a evaluar y a devaluar, en fin, a valorar, antes de tomar conciencia plena de qué es en sí el valor o determinado tipo de valor mientras que Gutiérrez et al,(2011) menciona que la axiología es la ciencia de los valores morales encargada de su jerarquización.

Poder comprender la actitud o las decisiones que tomamos nosotros los seres humanos es un estudio muy grande depende mucho de nuestra educación, nuestro contexto social de nuestros valores poder tener una medición de lo bueno y lo malo, el hombre actúa o le da valor a las cosas por el contexto en el que se ha desarrollado, mediante sus experiencias vividas los jerarquiza como bueno y malo que es más importante o no para ellos mismo para Ricket los abordó en base al concepto histórico, que les da vigencia en determinado lugar y época y Hartman no sólo jerarquiza los valores, sino que también jerarquiza las virtudes y las pasiones. **(Posada, 2017)**

Rescatemos los valores.

Los valores, tema de trascendental importancia; urge hablar de ellos en este tiempo, al parecer un gran porcentaje de niñez, juventud, y porque no decirlo en adultos, en la práctica de este tema, estamos perdiendo; por ello considero necesario el insistir en forma permanente, en la implementación de un proceso de enseñanza-aprendizaje, para tratar de rescatar y volver a posesionar los valores en cada uno de nosotros como bandera de identidad; ya que en todos los tiempos los valores son los mismos. **(Carrion, 2017)**

Para ello es necesario entender el comportamiento humano que ha sido y es el interés de diferentes ciencias que comparten un objetivo común, como es el de comprender e interpretar el ¿Por Qué? de ciertas actuaciones y procederes de las personas. **(Carrion, 2017)**

A su vez Baque, (2017) en su trabajo de tesis menciona que la educación no solo se origina a través de la palabra sino también por medio de nuestras acciones, sentimientos y actitudes. En las aulas partiendo de los educadores, estudiantes y la interacción dinámica de ambos. Pero existe de cierta forma un proceso llamado aprendizaje autodidacta que consiste en educarse así mismo partiendo de una experiencia que tenga un efecto formativo en la manera en la que el individuo piensa, siente o actúa. **(Baque, 2017, pág. 32)**

Al hablar de valores siempre recalamos lo importante que son para los seres humanos y aseguran una buena convivencia en todos los aspectos que esta sede pero es muy lamentable darse cuenta que los valores en todas las personas desde los niños hasta adultos se están perdiendo mucho se da por los cambios que hemos pensado en la sociedad, tecnología la música los grupos sociales, las nuevas tendencias

le han dado más valor a estas actitudes que son pasajeras y no se preocupan por tener una buena educación y es donde los padres deben de preocuparse y cuidar a sus hijos.

La importancia de los valores

Los valores morales.

Valor es la importancia que tiene una cosa o acción para una persona, este valor puede ser material, económico, social o político, también puede ser la decisión, arrojo o valentía para llevar a cabo una empresa, cuyo extremo sería la intrepidez y en el polo opuesto sería la indiferencia o cobardía, al respecto los extremos siempre son perjudiciales y deben evitarse. Cuando la palabra moral califica al vocablo valor cambia la connotación, se constituye el “Valor moral” que lleva implícito la evaluación, juicio y caracterización de una acción, orientada a hacer el bien y evitar el mal.^{11,12} Para identificar a los valores morales debemos tomar en cuenta sus características: son trascendentes, no en el sentido metafísico, sino en el sentido ético en cuanto a su repercusión en otras personas y la sociedad; tienen polaridad, existe su contrario, valor negativo o antivalor; son personales o propios de cada persona; tienen preferibilidad, por lo que cada persona los elige de acuerdo con la importancia que les da, su ideología y el contexto donde se desenvuelve; en cambio, no se les puede dar una equivalencia numérica, no son cuantificables. **(Gutiérrez, Samperio Cesar; Guerrero, Lara Ma. Guadalupe del Rocío & López, Vázquez Trinidad, 2011, pág. 2)**

Clasificación de los valores morales.

Según (Rohenez, 2011) citado por Figueroa (2015), presenta una clasificación precisa de los valores éticos y que a continuación se expone, considerando el nivel de mayor o menor incidencia social, se habla de valores éticos públicos o cívicos y de valores éticos privados o personales. **(Figueroa, 2015, pág. 39)**

- **Públicos o cívicos:** Igualdad, Libertad, Solidaridad, Tolerancia o respeto activo, Disposición al diálogo, Respeto a la naturaleza y la Paz. **(Figueroa)**

Según Ortiz et al (2015) citado por Schreiber et al (2017), definen los valores cívicos en su artículo científico como: Los valores cívicos son fundamentales para la convivencia y los enumera: libertad, igualdad, respeto activo, solidaridad y el diálogo. Estos son fundamentales, a partir de ellos podemos participar con dignidad, ser independiente y autónomo ya que todos somos iguales y tenemos los mismos derechos ante la sociedad. Con el respeto el ser humano puede alcanzar la cima de lo que se proponga pero con voluntad propia y llegar a la comunicación armónica convirtiéndose en un ejemplo del buen ciudadano. (Ortiz Cermeño, Izquierdo Rus, & Miralles Martínez, 2015) (Ulpiano, 2002) **(Schreiber, Parra María J; Hernández, Mite Kelly; Moran, Alvarado Maritza del Roció; Fuentes, León Marco A., 2017)**

Los valores públicos cívicos nos demuestran lo importante que es tener una sociedad con normas y leyes que garantice una vida digna con justicia ante los distintos actos de violencia y desigualdad, los valores

cívicos garantiza una vida digna u participativa con igualdad en oportunidades. **(Bustos, 2017)**

Rohenez (2011) y Ortiz (2015) concuerdan que los valores éticos públicos cívicos son muy necesarios para la convivencia.

- **Privados o personales:** Amistad, Autenticidad, Felicidad, Placer, Ternura, Creatividad y Profesionalidad. **(Figueroa)**

El ser humano es único, lo que significa que piensa, reacciona, siente y actúa de manera muy propia, por eso es muy importante que en los programas televisivos y radiales se den guías de comportamiento. Es de dominio público que los valores morales tienen carácter universal y están presentes en todos los momentos haciendo referencias al cumplimiento de ciertas reglas de conductas. Muchos padres y madres no se constituyen en ejemplos para sus vástagos, producto de su cultura o mala costumbre en la formación. Los valores se dan con la sociedad, con el ámbito donde se desenvuelve el ser humano. Vale recordar el manual de Carreño. Los valores humanos fortalecen constantemente nuestra personalidad positiva y optimista al rescatarlos, proyectándolos en la vida estudiantil, personal, profesional y como parte de un núcleo familiar. **(Mantilla, 2014)**

Figueroa (2015) indica que los valores privados o personales son amistad, autenticidad, felicidad, placer, ternura, creatividad y profesionalidad a su vez Mantilla (2014) recalca que Los valores humanos fortalecen constantemente nuestra personalidad positiva y optimista al rescatarlos, proyectándolos en la vida estudiantil, personal, profesional y como parte de un núcleo familiar

A diferencia de los valores cívicos, los privados es como nosotros nos proyectamos hacia los demás, como demostramos nuestra forma de pensar, sentir aquí es donde los docentes aprenden a interpretar los gestos y actitudes de los estudiantes y poder ayudarlos si presentan algún problema en el colegio o familiar. **(Posada, 2017)**

¿Cómo enseñar valores a los niños? Acciones concretas

Es necesario que la familia tenga claros cuáles son los valores que considera importantes y que desea enseñar. Solamente sabiendo cuál es la meta los adultos serán capaces de reconocer y celebrar las ocasiones en las que el niño tenga una conducta adecuada al código de valores que desea inculcarle. Los niños deben aprender a actuar a favor de otras personas sin esperar nada a cambio, para lo cual deben ser educados poco a poco. Para poder enseñar valores es indispensable tenerlos, vivirlos y defenderlos, comunique los valores abiertamente. Hable de porqué los valores son importantes y de cómo los niños, con la práctica de esos valores, serán mejores personas y tomarán buenas decisiones y, por tanto, tendrán una mejor calidad de vida. **(Valeriano, 2012, pág. 7)**

La axiología y el internet.

Hasta hace algunos años, lo que definía nuestra conducta y nuestra ética era la manera de relacionarnos con los demás. La ética y la axiología, como disciplinas que reflexionan la conducta humana, siempre estuvieron enfocadas hacia las relaciones que los individuos sostienen mutuamente. Con el paso de los años y las nuevas maneras de relacionarse, los paradigmas éticos y axiológicos han variado notoriamente. Resulta que el hombre ya no solo se relaciona con otro individuo corpóreamente, sino también virtualmente. Asimismo, hay una

relacionalidad no solo entre sujetos, sino también con información. Por lo tanto, estas nuevas manifestaciones de la relacionalidad humana denotan nuevos horizontes antropológicos con respecto a lo ético y axiológico. **(Gonzales, 2017)**

La Internet como medio de comunicación, la forma graduada en que se fueron introduciendo los inventos aplicados a las comunicaciones ocasionó también cambios graduados en la sociedad. La Internet ha generado en el mundo una revolución en el tema de las comunicaciones y las fronteras. Álvarez Tabares y Rodríguez Guerra plantean que Internet ha permitido la creación de variados espacios virtuales que promueven y estimulan la acción comunicativa de las personas, bajo los parámetros de la libertad de expresión, la sociabilidad y lo económico, o gratis, que pueden ser muchos sitios Web para la acción comunicativa, no solo local sino a nivel internacional. La interacción comunicativa actual no tiene precedentes, su impacto en la historia de la humanidad no se alcanza a dimensionar. **(Molina, Gomez Ana; Roque, Roque Lian; Garces, Garces Blanca; Rojas, Meza Yuniel; Dulzaides, Iglesias Maria & Selin, Ganen Maria, 2015, pág. 2)**

Si bien es cierto en la actualidad el medio más utilizado es el internet para comunicarnos aquí juega un papel la axiología de cada individuo por este medio virtual porque no solo interactúas con personas también interactuamos con información, Álvarez Tabares y Rodríguez Guerra citados por Molina et al, que “el internet ha permitido la creación de variados espacios virtuales que promueven y estimulan la acción comunicativa de las personas, bajo los parámetros de la libertad de expresión, la sociabilidad y lo económico, o gratis” y es así ya que si lo comparamos con un libro es mucha la diferencia. **(Posada, 2017)**

Las tecnologías en la comunicación social, particularmente en la cultura y la vida social

El impacto de la comunicación social es enorme. Por medio de ella la gente entra en contacto con otras personas y con acontecimientos, se forma sus opiniones y valores. No solo se transmite y recibe información e ideas a través de estos instrumentos, sino que a menudo las personas experimentan la vida misma como una experiencia de los medios de comunicación social. **(Molina, Gomez Ana; Roque, Roque Lian; Garces, Garces Blanca; Rojas, Meza Yuniel; Dulzaides, Iglesias Maria & Selin, Ganen Maria, 2015, pág. 4)**

El enfoque ético, axiológico y humanista aplicado a la educación.

La ética, desde su surgimiento en la Antigüedad, ha estado asociada a la visión que sobre el ser humano y su educabilidad se ha tenido en cada época, contexto y cultura. Como toda producción espiritual, intelectual, ideológica y cultural, tiene un carácter clasista e histórico concreto, por lo que sus categorías, conceptos y representaciones acerca del bien y el mal, de las virtudes, normas, principios y valores, estarán marcadas por esta característica, aunque en su esencia más profunda expresen una continuidad, nexo o comunidad, humano universal, en cuanto a expresar aspectos consustanciales de la vida humana, que está en permanente actividad, en la interacción y relaciones de convivencia con los seres humanos, otros seres vivos y su medio ambiente, en general. **(Chacón-Arteaga, 2014, pág. 6)**

Se llegó al concepto de **moralidad histórica**, por medio del cual se puede entender el pensamiento ético unido a la acción, a la vida y obra de

hombres y mujeres que escriben la historia día a día y son los protagonistas de los hechos más relevantes con un significado histórico nacional o universal. Estudios en años anteriores sobre fundamentos éticos teóricos de carácter epistemológicos y axiológicos, permitieron llegar en la investigación para la obtención del grado científico, a conceptos claves en la contribución a las ciencias, tanto filosóficas como pedagógicas; dentro de ellos, los más significativos son los de valor moral y sus componentes estructurales, íntimamente vinculados entre sí, la trilogía de valores morales del sistema de valores que se encuentran en la continuidad de la ideología revolucionaria, y sus formas políticas, jurídicas, filosóficas, religiosas, estético - artísticas y científicas, de la cultura cubana en su desarrollo, contextualizado en cada época y etapa de la historia. **(Chacón-Arteaga, 2014, pág. 7)**

La ***idea de la profesionalidad pedagógica*** que se elabora tiene en su sustento la necesaria visión integradora de la pedagogía y del trabajo pedagógico, con lo cual se da respuesta, en lo teórico y práctico, al principal problema no resuelto por la educación en el siglo XXI; esto es la visión poco integradora del ser humano y del propio proceso de su educación y formación. Los conocimientos éticos filosóficos sobre la moral en unidad con los valores y como esencia de los seres humanos en su actividad, contribuyen a la comprensión más integradora de la personalidad y de su proceso formativo en unidad con los conocimientos de otras ciencias sobre este complejo proceso. **(Chacón-Arteaga, 2014, pág. 8)**

La educación del ser humano, ha tenido una evolución positiva con el pasar del tiempo, pero siempre se recalca en educar en valores ya que de esta forma aseguramos una convivencia sana, entre hombre y

mujeres, la sociedad es cambiante y muchos han sido los aportes que se han dado de forma positiva en la educación dando a notar la importancia que tiene la pedagogía con la educación para el desarrollo del individuo. Debemos de preocuparnos por tener una educación en valores y que sea practica a la misma vez es un factor clave para inculcar en alumnos principios éticos en sus trabajos. **(Posada, 2017)**

Educar con valores

La importancia de educar con valores

La educación en valores es la base, explicación y sustento de toda labor educativa, procesos y actividades. Pero la educación en valores no solo debe ser enseñada por los profesores, sino que es la familia que debe comenzar con este proceso pues es desde ahí donde el alumno comienza a formarse como persona **(Moran A. , 2012)**.

Por otra parte **Mayte Vallet** afirma que en primer lugar, un desafío importante es la educación para la no discriminación y el respeto por otros. Es decir educar desde un enfoque que busque reconocer las distintas culturas y formas de pensar.

Este desafío se extiende además al mundo natural y a la biodiversidad. Esto significa considerar el medio ambiente como “el tercer educador” (luego de la familia y la escuela), cuyo rol es potenciar el aprendizaje desde las experiencias en el exterior, en contacto con el mundo natural (Vallet, 2016).

Por consiguiente, es una necesidad para el ser humano educarse en valores porque es fundamental reforzarlos en el desarrollo de nuestras tareas diarias, es un hecho que la conducta y el desempeño de cada

persona se ve reflejada según sus valores y los transmiten a los demás. Es muy favorable el contacto con la naturaleza para desenvolvernos de forma adecuada en determinado contexto.

Para Moran (2012), la educación en valores es la base, explicación y sustento de toda labor educativa, procesos y actividades. Por otra parte Mayte Vallet (2016), afirma que en primer lugar, un desafío importante es la educación para la no discriminación y el respeto por otros.

Las actitudes y comportamientos de cada individuo debemos siempre tener en cuenta que se basa en sus costumbres, su educación y sus valores. Tener una educación buena y reforzada en valores para disminuir la discriminación, el acoso, la violencia, el racismo es posible pero es compromiso de todos. **(Bustos, 2017)**

Buen ambiente educativo

Educación en valores implica crear condiciones para estimar los valores que permitan el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes propias para la convivencia pacífica. A saber los valores consagrados en las sociedades plurales y democráticas son lo que se denomina educación moral (Buxarraís, et al. 2001) la cual pretende aproximar a niños y jóvenes a conductas y hábitos coherentes con los principios y normas. **(Ochoa & Peiró, 2012)**

Educación en valores no se trata de trabajar con conflictos que observamos de forma lejana y ajena, sino de formarnos para responder a situaciones que vivimos a cada minuto en nuestras aulas, en los barrios o

en las familias. Se trata de lograr que nuestras actitudes y acciones contribuyan a construir una sociedad más, justa, sostenible, equitativa y solidaria. Sin duda educar conlleva la responsabilidad de acompañarlos en este vertiginoso viaje, y sin lugar a dudas es necesario educar en valores. **(Martín, 2012)**

Para Ochoa et al, (2012) educar en valores implica crear condiciones para estimar los valores que permitan el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes propias para la convivencia pacífica mientras que para Martín (2012) educar en valores no se trata de trabajar con conflictos que observamos de forma lejana y ajena, sino de formarnos para responder a situaciones que vivimos a cada minuto en nuestras aulas, en los barrios o en las familias

Es decir no solo ver el problema desde un contexto exterior el educar en valores es desde el núcleo familiar es ahí donde todo ser humano desde que nace se acoge a una personalidad establecida por sus padres o actitudes que ellos consideran ser la correctas únicamente debemos de con el pasar del tiempo darnos cuenta en que estamos fallando y en podemos mejorar. **(Posada, 2017)**

El hombre como ser educable.

Según Barrio citado por Fernández (2016) El ser humano es el único animal que no nace entero, ni termina nunca de enterarse. Así podríamos decir que el inacabamiento humano está presente de forma constatada pues el ser humano es capaz de ser más y mejor, en suma, es capaz de crecer sin límites ni techo:

[...] “más somos los humanos cuanto más y mejor conocemos, y cuanto más y mejor queremos” (Barrio, 2013, p.162).

El ser humano es capaz de crecer gracias a las expectativas de potencialidad que la educación tiene de él y únicamente gracias a una educación fundamentada este ser humano puede llegar a desarrollarse de forma sustancial. Es bien sabido que la educación tiene por motivo el crecimiento de la persona más allá de los posibles elementales pertenecientes a la raza humana como especie, como son el raciocinio o el lenguaje. Tal vez no debiéramos obviar este último aspecto, el lenguaje. **(Fernandez N. J., 2015, págs. 3-4)**

El movimiento psicoanalítico y la psicología social por Freud.

Tres temáticas importantes surgieron de este movimiento, con Freud como principal precursor, cargando la parte inconsciente del ser:

- **Estructura de la personalidad:**

El ello, yo y súper yo. El ello es innato y de él deriva la energía necesaria para la formación del yo y del super yo. Todo lo que se hereda psicológicamente y los instintos se encuentran en el ello al momento del nacimiento. Las necesidades del ello son atendidas por los procesos primarios y por los actos reflejos. El yo aparece para hacer contacto con la realidad externa. La continuación de las interacciones con el medio conducen a la formación del super-yo es decir, la internalización del juicio moral.

- **Dinámica de la personalidad:**

La libido como la energía psíquica, que posee el sujeto, y catetiza en objetos de acuerdo a su propia elección patológica, pues define la propia personalidad, la compulsión a la repetición, esa elección se tornara en

objetos parecidos que atraigan y queden fijados. La dinámica de la personalidad gira en torno a la idea de concentración de energía y de descarga de energía.

- **Estructura y dinámica de la familia, psicología de grupo y la socialización del individuo:**

Todas estas dinámicas conforman la estructura de personalidad, ya que determinan desde el hogar, el deseo de los padres y de los otros los deseos del niño, quien se conforma en el próximo adulto repitiendo sus miedos, deseos a sus hijos. Las experiencias traumáticas que quedan como huellas en nuestra psique y que se repiten de forma enmascarada para liberar esa experiencia en nuestras interacciones. **(Rodríguez, 2012, págs. 17-18)**

Es decir para Freud, **El ello** es con lo que nacemos es algo innato, lo interpretamos como necesidades básicas, nuestros reflejos en cambio **El yo** es todo lo que aprendemos depende del contexto donde nos criamos las costumbres, los hábitos, el lenguaje y **El súper yo**, es la búsqueda individual por aprender cosas diferentes y el desarrollo de nuestra moral, en cambio la dinámica de la sociedad es como nos desarrollamos con los demás y formamos nuestra personalidad interaccionando con los demás que es formada a través de las costumbres familiares. **(Bustos, 2017)**

Campañas de concientización.

Según Romero citado por Prof. Desiderio et al, son conjuntos de actividades enfocadas exclusivamente a generar conciencia entre las personas acerca de un problema relevante, durante un tiempo limitado. **(2015, pág. 46)**

La publicidad como medio de concientización “La publicidad no es únicamente sofisticación: es, sobre todo, observar la vida.” (Scopesi, 2007, p.102). Por eso cuando se ven campañas publicitarias se puede pensar en los beneficios que dejan cuando se encaran favorablemente hacia la lucha contra ciertos hábitos sociales. Es un punto de inicio hacia el camino que se debe recorrer para modificar comportamientos como sociedad y beneficiar a los más (fido.palermo.ed, 2010). **(Castro, Vera Cinthya & Huacon, Rojas Gilda, 2016, pág. 55)**

Como lo indica Pérez et al, (2015) en su proyecto de tesis:

[...] “Las campañas de concientización tienen muchos propósitos con su público objetivo, entre estos examinar posibilidades, expandir sus mentes y pensamientos, todo esto lo va a lograr transmitiendo mensajes de manera trascendente y profunda, de manera eficaz e innovadora. Una importancia de este tipo de campañas es comunicar bien, dar a conocer de un modo eficaz que es lo que se está realizando, con responsabilidad y credibilidad; estas campañas pueden llegar a salvar vidas dependiendo de la problemática”. (Repositorios.ug.edu.ec, pág. 64)

La campaña de concienciación, es el medio por el cual nosotros buscamos fortalecer en los jóvenes sus valores que mediante el uso de la tecnología y de los medios de comunicación se van perdiendo poco a poco por la influencia repetitiva de estereotipos existentes y de esta manera mejorar en la educación el contexto y su ambiente entre los alumnos y la relación entre los docentes y los alumnos a su vez.

2.3 Fundamentaciones

Fundamentación Epistemológica

Según **Bachelard (1973)**, citado por Zamudio, menciona que la epistemología es un medio por el cual toda investigación toma validez y obtiene un nivel de pensamiento crítico ya que se busca en estudios pasados y estos aportes son complementados con los conocimientos científicos actuales dejando de ser así un conocimiento vulgar.

Bachelard (**Blanché, 1973, pág. 21**) refiere dicho planteamiento anunciando:

“Considerada así, la epistemología se distingue de la historia de las ciencias en que ésta es, en sí misma, un medio y no un fin. Basada en la historia, su investigación es esencialmente crítica: su finalidad es distinguir, gracias a los datos que le proporciona el estudio del pasado, los elementos que han contribuido a la formación de la ciencia y del ideal científico.” Y aquí está uno de los principales problemas de la epistemología: el que se refiere a “la organización de las ciencias” (Zamudio, 2012)

Además, Silva & Toledo hacen realce al ensayo elaborado por **John Locke** donde el considera que toda investigación a los problemas existentes no se pueden llegar a desarrollar si no partimos de lo que observamos, sentimos o hemos experimentado sin tener un conocimiento previo y a través de estas dudas podemos considerar que tan valioso es la búsqueda de ese conocimiento y hasta donde podemos llegar con la búsqueda que nacen primero de nuestras ideas.

En palabras de Locke: “(...) mi propósito es el de investigar los orígenes, la certidumbre y el alcance del entendimiento humano” (1999 I Introducción 2; 17). (Silvia, Carmen & Toledo Marín, Leonel , 2016, pág. 12)

Empirismo proviene del término griego empeiría, de la que se deriva la palabra experiencia, ciencia. Es también la doctrina o teoría filosófica que sujeta al conocimiento exclusivamente a la experiencia sensorial (incluidas las percepciones). Para esta corriente, existen dos posturas básicas dentro de sí misma: “la materialista que considera a la experiencia como el resultado de la acción de los objetos y fenómenos del mundo exterior sobre los órganos de los sentidos del hombre. El empirista idealista considera que la experiencia tiene carácter puramente subjetivo, pues, a su entender, el hombre, en su experiencia, no va más allá de sus mundo interior” **(Zamudio, 2012, pág. 121)**

En palabras de **Zamudio** [...] “Así pues, en materia de filosofía, el empirismo como ya se dijo es una teoría del conocimiento, la cual pondera el papel de la experiencia sobre todo la sensorial, en la formación de ideas” **(pág., 121)**

Mientras que para **Joseph-Marie** Degérando citado por Manzo hace una diferenciación entre el empirismo y la filosofía experimental indicando que el empirismo únicamente se basa en lo observable y en contexto exterior, mientras que, lo experimental determina los efectos y las causas de los problemas sociales.

Degérando (pág. 16) refiere dicha diferenciación mencionando que:

[...] “Si el empirismo no hace otra cosa que “ver” los fenómenos, la filosofía experimental se eleva desde los efectos constituidos por los hechos hacia las causas”. (Manzo, 2016, pág. 16)

Fundamentación Filosófica

Platón es uno de los filósofos más importantes de la historia, quien junto a Sócrates y Aristóteles, forma parte de las figuras más representativas del **pensamiento occidental**. Las ideas de Platón sobre la moral, la educación y la búsqueda de la esencia, siguen vigentes en la actualidad, ya sea como teoría del conocimiento o como guía para la búsqueda de la verdad. (Origoni, 2017)

Las ideas del filósofo griego supusieron todo un aporte en el **mundo de la educación**, como también en la política y la ética. Estas tres esferas de la vida humana, encontraron su punto de encuentro en las **teorías idealistas de Platón**. A través de ellas, se daba prioridad a la cultura ética y la vida intelectual, ya que esta era el único medio por el cual se podía alimentar al espíritu y a través de él, alcanzar la felicidad. El **Idealismo de Platón** es una de las teorías filosóficas más influyentes a lo largo de la historia, que sostiene **la primacía de las ideas** por encima de los objetos y lo material. De acuerdo a esta teoría, las ideas están primero que las cosas, ya que los objetos no pueden existir sin que antes haya una consciencia de ellos. El sujeto y **el pensamiento tienen un papel central** en esta hipótesis, que fue fundada retomada posteriormente por numerosos pensadores. Entre los más destacados, se encuentran el inglés George Berkeley y el filósofo prusiano Immanuel Kant. (Origoni, 2017)

Etimológicamente la palabra filosofía (del griego: philo y sophia) significa “amor a La sabiduría”, y su empleo por primera vez se le atribuye

a Pitágoras, quien no queriendo llamarse a sí mismo sabio (sophos) como lo habían hecho los filósofos que le antecedieron, por considerar que la sabiduría le corresponde únicamente a Dios, se llamó a si mismo filósofo, o sea, aspirante al saber, amante de la sabiduría. La Filosofía, al igual que otras Ciencias, es un saber metódico y se desarrolla respetando algunas reglas que le sirven de apoyo para asegurar la validez de las verdades a las que arriba. **(Basanta, 2013, pág. 7)**

Los aportes de Platón en el campo de la educación y de la moral, hasta la actualidad sirven como guía de estudio o motivos para un estudio más profundo, entre ellas tenemos a su teoría del idealismo que es un método aplicado en la educación conocido como la lluvia de ideas este método lo aplicamos para que el estudiante con o sin conocimiento previo conocimiento forme su propio conocimiento de lo estudiado. **(Bustos, 2017)**

Fundamentación Pedagógica.

Piaget no planteó que el objetivo de su trabajo teórico o investigativo fuese la Educación o la Pedagogía; sin embargo, se reconoce en este autor un gran aporte a la manera de entender la instrucción y el conocimiento, y a la concepción del educando como una persona con algún tipo de conocimiento, incluso desde antes de haber recibido enseñanza escolar en algún campo (Puche, 2001; Flórez y Arias, 2007). **(2011, pág. 3)**

Se suele ubicar a Piaget como un teórico individualista del desarrollo y a Vygostki como un teórico más “social” de este fe más “social” de este fe de este fenómeno o que “reconoce más el papel de la

interacción social” (Cf., Rodríguez y Moro, 1998). Sin embargo, Piaget (1975, 1976) también resalta la importancia de la experiencia social y el papel de los entornos adultos ricos en la consolidación del desarrollo de los niños. **(Arias, Velandia Nicolas & Flores, Romero Rita, 2011)**

La acción pedagógica se relaciona con otras áreas, no puede ser independiente como lo menciona Beillerot a la pedagogía no se la puede considerar solo como una teoría, sino que la pedagogía también es el discurso que de alguna forma se evidencia la práctica del docente también debe ser de forma intencionada, las acciones deben ser justificadas. **(Camacho, 2015)**

Para Camacho la pedagogía se extiende hacia otras áreas como son la psicología, filosofía y demás, cómo también que la práctica del docente debe ser meditada y justificada con razones convincentes, mientras que para Arias et al, hacen énfasis en la teoría de Piaget (1975, 1976) y resalta la importancia de la experiencia social y el papel de los entornos adultos ricos en la consolidación del desarrollo de los niños.

La teoría de Piaget referente a la educación, menciona que todo ser humano desde que nace tiene un conocimiento hacia algo sin previo estudio, esto se da por el contexto social donde se desarrolla y las experiencias que va adquiriendo con el pasar del tiempo, en la etapa de la niñez es donde los maestros deben poner en práctica su rol pedagógico y fomentar en el alumno buenos valores y hacer que la educación valga la pena en un futuro. **(Bustos, 2017)**

Fundamentación Psicológica

La escuela histórica cultural creada por Vygostki, en la década pasada del siglo XX nos da una teoría ampliada y sistematizada por sus seguidores con un enfoque coherente en cuanto su concepción del hombre, éste enfoque revolucionó todas las concepciones de las escuelas psicológicas anteriores, al tomar cómo objeto al hombre en sus relaciones sociales considerándolo además, cómo agente de cambio y transformación de sí mismo y de la realidad que lo circunda. **(Anaya & Martinez, 2014).**

Se refiere al desarrollo humano como proceso de aprender de acuerdo a su evolución. Los docentes no solo deben considerar los niveles de desarrollo intelectual, sino que también tomar en cuenta el desarrollo integral del individuo, porque no se puede separar la mente del cuerpo, tiene que incorporar aspectos sobre el desarrollo emocional, la evaluación de la personalidad el historial social del estudiantes para respetar el legítimo derecho del individuo que aprende a ser capacitado considerando sus necesidades e intereses como persona que interactúa. **(Coyachamin, 2012).**

La escuela de Vygostki en el siglo XX, nos demuestra que el hombre es el principal promotor a los cambios de la sociedad, es por ello que los docentes deben tomar en cuenta no solo el nivel intelectual del alumno si el alto o bajo, si no él porque de esta problemática que le sucede al estudiante en su hogar que hace que el demuestre una actitud negativa o positiva porque habla de una forma no adecuada, es docente en este aspecto puede llegar hacer una gran ayuda para alumnos con problemas. **(Bustos, 2017)**

Fundamentación Sociológica

Para Adorno & Horkheimer (1969) la sociología nace como hija del positivismo y desde sus inicios busca, liberar a la voluntad y el conocimiento de la influencia del saber religioso y de cualquier especulación metafísica, por medio de la rigurosidad y objetividad de la investigación científica aplicada a la comprensión de los fenómenos sociales **(Rojas, 2014)**.

No obstante hay algunos puntos sobre los cuales existe un amplio consenso que es una ciencia, en la que su campo de reflexión, estudio, y debate busca un conocimiento sobre la sociedad. A la sociología le interesan los condicionamientos e impacto sociales de todo lo que se siente, se cree y se hace, y se trata de explicar, prevenir, evaluar las estructuras sociales que se forman, la dinámica, los cambios y las tendencias de la sociedad con sus respectivos métodos de investigación **(Valdéz & Lopez, 2011)**.

Para Adorno & Horkheimer (1969) citado por Rojas (2014), la sociología nace como hija del positivismo y desde sus inicios busca, liberar a la voluntad y el conocimiento de la influencia del saber religioso y de cualquier especulación metafísica mientras que para Valdéz et al, la sociología le interesan los condicionamientos e impacto sociales de todo lo que se siente, se cree y se hace, y se trata de explicar, prevenir, evaluar las estructuras sociales que se forman, la dinámica, los cambios y las tendencias de la sociedad con sus respectivos métodos de investigación.

La tecnología y la sociedad son dos factores distintos pero su evolución se da de forma conjunta, todos los cambios que se han dado en la tecnología siempre han sido para favorecer al hombre en todos los aspectos sean económicos, culturales, sociales etc. Es por eso que la sociología se preocupa por interpretar los fenómenos o cambios que se dan en la sociedad puede ayudarnos a comprender los hechos actuales mediante investigaciones pasadas incluso poder prevenir problemas futuros. **(Posada, 2017)**

2.4 Marco Legal

Fundamentación Legal.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (2013)

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

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

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos.- Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior

en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

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

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

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

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

repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador cuya población corresponda, individual o conjuntamente, al 30 % o más del total de habitantes del país, de acuerdo con el último censo nacional.

Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa, a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo.

Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras domiciliadas fuera del Estado Ecuatoriano ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional.

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

Art. 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley. (pág. 3)

TÍTULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar

las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a.** Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b.** Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c.** Respetar la intimidad personal y familiar. (pág. 3)

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a.** No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b.** Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c.** Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d.** Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e.** Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

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

3. Concernientes al ejercicio profesional:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- a.** Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b.** Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c.** Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d.** Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e.** Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f.** Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g.** Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h.** Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i.** Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j.** Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u

organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.
(Ley orgánica de comunicación , 2013)

La ley organica de comunicación, protege los derechos constitucionales establecidos protege a los ecuatorianos como a los extranjeros todos pueden regirse a esta ley siempre y cuando sea transmitido por un medio de comunicación entiéndase televisión, radio, periódico, pero esta ley no puede medir la información transmitida por el internet pero si cumple con infracciones que estén dentro de otras leyes excluye la acción penal. La información publica o de interés general se la entiende como asuntos públicos los de entretenimientos adquieren el concepto de relevancia pública siempre y cuando en estos programas se viole la honra de los demás, los principios y derechos de la ley de comunicación se basan en respetar la dignidad humana, no tener contenidos discriminatorios que los niños y adolescentes tengan que malos comportamientos por los medios de comunicación, burlarse con imágenes que afecten a personas con patologías o discapacidades físicas, evitar y no decir comentarios que agredan a los adultos mayores o que hagan ver el envejecimiento como una etapa negativa de la vida.
(Posada, 2017)

CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

Ley 100

Registro Oficial 737 de 03-ene.-2003

Última modificación: 07-jul.-2014

Estado: Vigente

CONGRESO NACIONAL

En uso de sus facultades constitucionales y legales, expide el siguiente:

CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

TITULO II

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Art. 6.- Igualdad y no discriminación.- Todos los niños, niñas y adolescentes son iguales ante la ley y no serán discriminados por causa de su nacimiento, nacionalidad, edad, sexo, etnia; color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier otra condición propia o de sus progenitores, representantes o familiares.

El Estado adoptará las medidas necesarias para eliminar toda forma de discriminación.

Art. 7.- Niños, niñas y adolescentes, indígenas y afroecuatorianos.- La ley reconoce y garantiza el derecho de los niños, niñas y adolescentes de nacionalidades indígenas y afroecuatorianos, a desarrollarse de acuerdo a su cultura y en un marco de interculturalidad, conforme a lo dispuesto en la Constitución Política de la República, siempre que las prácticas culturales no conculquen sus derechos. **(2014)**

Mediante el código de la niñez y adolescencia, en sus Art. 6 y 7 detalla claramente que no será permitido ningún tipo de discriminación por color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación

económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier diferencia o condición social que dependan su familia o su origen es por ello que los niños, niñas y adolescentes cuentan con un estado de derecho y de igualdad de oportunidades donde deben denunciar cualquier acto de discriminación o violación a sus derechos. **(Posada, 2017)**

CAPÍTULO III

Metodología, Análisis y Resultado

3.1 Diseño de la investigación

El objetivo de esta investigación es determinar cómo influyen los estereotipos de los medios de comunicación en el campo educativo y concienciar tanto a los padres y a los alumnos acerca del daño que produce la influencia de sus contenidos los cuales no son aptos para el desarrollo de los jóvenes. En cuanto a la problemática usaremos variables cualitativas y cuantitativas considerando que la variable cualitativa nos permitirá conocer más de cerca las actitudes y comportamientos frente a la influencia de los estereotipos o contenidos que dañan la percepción real dándole otra perspectiva a los estudiantes dicho esto también usaremos la variable cuantitativa para determinar que medio llega a ser más influyente en los jóvenes y como es su reacción a cada una de los diferentes medios de comunicación, basándonos en las encuestas

realizadas a los estudiantes y a las entrevistas que se desarrollaron a los docentes de la Unidad Educativa Huerta Rendón.

Variable cualitativa

Segun **Roberto Hernandez et al** (2010) uno de los autores del libro de metodologías de la investigación explica que el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular **(Dr. Roberto Hernández Sampieri, 2016, pág. 49)**

Con respecto a la variable cualitativa podemos enfatizar que será de gran ayuda en relación con la influencia que tienen los medios de comunicación hacia los jóvenes estudiantes puesto que mediante el estudio de esta variable podremos detectar cuales son los comportamientos y actitudes frente a los diferentes influenciados de estos medios pudiendo encontrar la forma de prevenir que los malos

estereotipos dañen la salud mental de nuestros estudiantes. **(Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)**

Variable cuantitativa

Esta sección se enfocará en la investigación cuantitativa, la cual frecuentemente se entiende como un acercamiento aplicable en las ciencias naturales y, en particular, un paradigma positivista. El positivismo se preocupa con las definiciones operacionales, la replicabilidad y la causalidad **(Bryman, 2012, pág. 14)**

La investigación cuantitativa busca la objetividad, bajo la perspectiva de que la realidad es una y que se la puede observar sin afectarla. La metáfora de este tipo de epistemológico de la investigación científica es que la ciencia es como un espejo—se reflejan las cosas como son **(Kerlinge, 2012, pág. 14)**

Bryman (2012) indica que en la investigación cuantitativa, la cual frecuentemente se entiende como un acercamiento aplicable en las ciencias naturales y, en particular mientras que para Kerlinge (2012) la investigación cuantitativa busca la objetividad, bajo la perspectiva de que la realidad es una y que se la puede observar sin afectarla.

Exploremos un poco la idea de que la investigación cuantitativa nos ayudara a determinar cuál de todos los medios de comunicación es el más influyente y la cantidad determinada de alumnos que es influenciado por esos medios dándonos así una idea más clara acerca de nuestra investigación. **(Bustos, 2017)**

3.2 Modalidad de investigación

Investigación bibliográfica

Según el autor, Santa Palella y Feliberto Martins (2010) citado por Arismendi (2013), define: el diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. **(Arismendi, 2013)**

La revisión bibliográfica y documental constituye uno de los principales pilares en los que se sustenta la investigación educativa. La elaboración del marco teórico a partir de la revisión documental resulta imprescindible, ya que, fundamentalmente, nos permite delimitar con mayor precisión nuestro objeto de estudio y constatar el estado de la cuestión, evitando así volver a descubrir la rueda, es decir, evitar resolver un problema que ya ha sido resuelto con anterioridad por otros investigadores. **(Rodríguez, Gómez David & Valldeoriola, Roquet Jordi, 2012, págs. 18-20)**

Según Palella et al, (2010) citado por Arismendi (2013), define: el diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase cuando Rodríguez (2012) indica que la revisión bibliográfica y documental constituye uno de los principales pilares en los que se sustenta la investigación educativa.

El propósito de este tipo de modalidad es utilizar una base fundamentada y argumentada de tal manera que el que opta por leerla puede recopilar información y relacionar la información en base a su investigación, en nuestro trabajo de tesis podemos encontrar mucha información sobre los estereotipos en los medios de comunicación y como esto puede influir en la axiología de los jóvenes que son los más vulnerables ante toda la información que se transmite en los medios. **(Posada, 2017)**

Investigación de campo

Se trabajan en las ciencias sociales; con base a eventos que ya sucedieron o se dieron en la realidad sin manipulación o intervención del investigador, por lo general con una visión retrospectiva conocida también como expos-facto; en este tipo de estudios las variables independientes acontecen sin que se tenga control sobre ellas. **(Naval, 2016, pág. 29)**

La Universidad Pedagógica Libertador expresa:

“Se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales”. (2013)

La universidad naval (2016), menciona que la investigación de campo, se trabajan en las ciencias sociales; con base a eventos que ya sucedieron o se dieron en la realidad sin manipulación o intervención del investigador a su vez la universidad pedagógica libertador (2013) se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia

En definitiva podemos decir que la investigación de campo es una forma de interpretar la naturaleza de esta realidad que es la influencia de los estereotipos, brindándonos una idea en base a la población podremos determinar la causa y el efecto que tienen sobre los jóvenes estudiantes. **(Posada, 2017)**

3.3 Tipos de investigación

Con respecto a los tipos de investigación podremos decir que la utilidad de estas herramientas han sido de mucha ayuda para tener el conocimiento pleno lo cual está basado diferentes tipos de análisis que hemos recopilado a continuación:

Explicativo

Este tipo de estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se sometido a análisis. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, de forma tal de describir los que se investiga. Este tipo de estudio puede

ofrecer la posibilidad de llevar a cabo algún nivel de predicción (aunque sea elemental). **(Caucas, 2015, pág. 6)**

Se orientan a dar respuesta a las causas de eventos y situaciones de tipo social o físico explicando por qué ocurre y las condiciones en que se da. **(Gutiérrez, 2014, pág. 1)**

Para Caucas (2015) la investigación explicativa puede ofrecer la posibilidad de llevar a cabo algún nivel de predicción (aunque sea elemental) mientras que Gutierrez, (2014) menciona que su orientación es dar respuesta a las causas de eventos y situaciones de todo tipo social.

Como su nombre lo indica explicativo da la respuesta a las diferentes actitudes en base a la investigación, dándonos un poco más de énfasis a las características de un grupo de individuos u población en el que se está realizando el análisis. **(Posada, 2017)**

Descriptivo

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los

resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. **(Miro, 2015, pág. 1)**

La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.

En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta. De todas formas, la investigación descriptiva no consiste únicamente en acumular y procesar datos. El investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo. A grandes rasgos, las principales etapas a seguir en una investigación descriptiva son: examinar las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar. **(Camila Siqueira, 2017)**

Miro, (2015) hace referencia en la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas mientras que para Siqueira (2017) esta investigación se utiliza para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.

La investigación descriptiva nos va ayudar a saber la cantidad de personas las cuales están involucradas en el problema examinando las características en base a cómo pueden influir los medios de comunicación y de que magnitud es el golpe que da los diferentes estereotipos a la

audiencia que en este caso sería los estudiantes del colegio Huerta Rendón

3.4 Métodos de investigación

Científico

- Un método no dogmático ya que se basa en leyes deducidas por el hombre y no en principios supuestamente revelados. Sus leyes son siempre rechazadas si los hechos contradicen lo que afirman. Su validez la confirma la experiencia diaria de su uso.
- Un método que se construye estableciendo relaciones entre observables y no a partir de certezas absolutas.
- Un método que usualmente utiliza las Matemáticas para establecer la relación entre las variables.
- Un método con el que se pueden obtener leyes que constituyen la única manera de adivinar el futuro y conocer el pasado.
- Un método que deduce leyes que no siempre se ajustan al sentido común. **(González, 2015, pág. 8)**

La metodología de la investigación de un trabajo o proyecto parte de una posición teórica y conlleva la selección de métodos, técnicas e instrumentos acerca del procedimiento para realizar las tareas vinculadas con la investigación. La metodología de la investigación supone la sistematización, es decir, la organización de los pasos a través de los

cuales se ejecutará una investigación científica. No es posible concebir la idea de “investigación” sin pensar de manera casi automática en la serie de pasos que debemos cumplir para otorgar seriedad, veracidad y cientificidad a dicha investigación. Existen diversas clasificaciones de tipos de investigaciones científicas, por tanto, se pretendió sistematizar algunas de las alternativas de criterios de clasificación, y las consecuentes denominaciones de los tipos de investigaciones científicas, confirmándose que no existe en la literatura analizada uniformidad en cuanto a los criterios de clasificación de los diferentes tipos de investigaciones científicas. Se proponen los siguientes criterios de clasificación: el enfoque o paradigma; aspiración, objetivo o finalidad; alcance o nivel de profundidad; diseño de investigación; el tiempo y por el lugar. Se afirma que la clasificación correcta de los diferentes tipos de investigaciones científicas proporciona un posicionamiento teórico-metodológico de los investigadores. **(García, 2016)**

Para Gonzales, (2015) Un método no dogmático ya que se basa en leyes deducidas por el hombre y no en principios supuestamente revelados. Sus leyes son siempre rechazadas si los hechos contradicen lo que afirman. Su validez la confirma la experiencia diaria de su uso mientras que García, (2016) aporta de tal manera que menciona que el método científico es la metodología de la investigación supone la sistematización, es decir, la organización de los pasos a través de los cuales se ejecutará una investigación científica.

El método científico se identifica por ser ordenado y en base a una estructura con métodos comprobados, estudia comportamientos con datos cuantitativos y obtiene respuestas medibles para un futuro estar seguros de lo que se puede mejorar toda investigación con hechos

científicos toma un aspecto de seriedad, honestidad y hace real todo proyecto. **(Posada, 2017)**

Deductivo

El razonamiento deductivo parte de categorías generales para hacer afirmaciones sobre casos particulares. Va de lo general a lo particular. Es una forma de razonamiento donde se infiere una conclusión a partir de una o varias premisas. **(Armijos, 2016)**

La deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible. En sentido amplio, por deducción se entiende toda conclusión a la que lleguemos después de un razonamiento. En un sentido más estricto y específico la deducción se entiende como la demostración o derivación certera de la afirmación o consecuencia de una o de varias afirmaciones o premisas sobre la base de las leyes de la Lógica. **(Carvajal, 2013)**

Según Armijos, (2016) el razonamiento deductivo parte de categorías generales para hacer afirmaciones sobre casos particulares mientras que para Carvajal (2013) la deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible.

El método deductivo se aplica cuando ya hemos obtenido información suficiente de la problemática que deseamos solucionar para llegar a una conclusión y a un razonamiento lógico, de esta forma dar un

juicio de valor que aporte a la investigación de forma específica. **(Bustos, 2017)**

Inductivo

Para Robles, (2015) el método inductivo es el razonamiento en el que las premisas son vistas como una manera de proveer evidencia fuerte para la veracidad de una conclusión. Mientras que la conclusión de un argumento inductivo es segura, la verdad de dicha conclusión en un argumento inductivo es probable, basado en la evidencia provista.

Muchas fuentes pueden definir el método inductivo como uno en el que se derivan principios generales desde observaciones específicas. En este método, se hacen generalizaciones amplias desde observaciones específicas, por eso se puede decir que va de lo específico a lo general. Se realizan muchas observaciones, se percibe un patrón, se hace una generalización y se infiere una explicación o una teoría. **(Robles, 2015)**

El método inductivo se conoce como experimental y sus pasos son: 1) Observación, 2) Formulación de hipótesis, 3) Verificación, 4) Tesis, 5) Ley y 6) Teoría. La teoría de la falseación funciona con el método inductivo, por lo que las conclusiones inductivas sólo pueden ser absolutas cuando el grupo a que se refieran será pequeño: por ejemplo, si uno advierte que todos los alumnos de pelo rizado de un grupo escolar lograron en ortografía calificaciones superiores a las del promedio, una conclusión legítima será que todos los morenos de ese grupo muestran calificaciones superiores a las del promedio. Pero no es legítimo extraer

conclusiones acerca de las calificaciones en ortografía de los pelirrojos en otros grupos ni en grupos futuros. **(Dávila, 2012)**

Según Robles (2015) en este método, se hacen generalizaciones amplias desde observaciones específicas, por eso se puede decir que va de lo específico a lo general mientras que para Dávila (2012) la teoría de la falseación funciona con el método inductivo, por lo que las conclusiones inductivas sólo pueden ser absolutas cuando el grupo a que se refieran será pequeño.

El método inductivo hace referencia a la investigación general de un tema de interés específico en nuestra investigación, en nuestro proyecto de tesis notamos que las personas con sus prejuicios generalizan a los demás con actitudes negativas cuando este grupo de personas no comparten sus mismas costumbres y valores. **(Bustos, 2017)**

3.5 Técnicas de investigación

Entrevista

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto". **(Díaz, 2013)**

Para Denzin y Lincoln (2005) citado por Vargas (2012), la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Además, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador, así mismo, ha llegado a convertirse en una actividad de nuestra cultura, aunque la entrevista es un texto negociado, donde el poder, el género, la raza, y los intereses de clases han sido de especial interés en los últimos tiempos. **(Vargas, pág. 3)**

Para Díaz (2013) la entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar mientras que para Vargas (2019) esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador.

La entrevista es la técnica donde podemos interpretar la emoción de las personas que forman parte de nuestra investigación y poder ver una solución más factible a la investigación o proyecto planteado, las preguntas de la entrevista siempre van a estar desarrolladas para lograr un objetivo positivo y que ayude al entrevistador a encontrar la solución más rápida a su proyecto. **(Posada, 2017)**

Encuestas

La doctora Omaira Contreras cita a Brito que las encuestas permiten obtener información de los sujetos del estudio, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Se puede aplicar en grandes áreas geográficas. **(Contreras, 2015)**

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo **(López, Roldán Pedro & Fachelli, Sandra, 2015)**

Según Brito citado por Contreras (2015), mencionan que las encuestas permiten obtener información de los sujetos del estudio, sobre opiniones, actitudes o sugerencias mientras que López et al, la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano.

La encuesta es el medio escrito por el cual de forma libre y anónima podemos obtener información sobre un determinado asunto y determinar si existe la problemática en el sector donde deseamos realizar nuestro proyecto, si será viable o no.

- 1.- ¿Qué medios de comunicación utilizas para consultar temas que te interesen?
- 2.- ¿Qué utilidad le das al internet?
- 3.- ¿Cuál es tu red social preferida?

Observación.

La observación, es la estrategia fundamental del método científico. “Observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales poder formular o verificar hipótesis” **(Ballesteros, 2012, pág. 4)**

En la investigación social o de cualquier otro tipo, la observación y fundamentalmente los registros escritos de lo observado, se constituyen en la técnica instrumento básico para producir descripciones de calidad. Dichos registros se producen sobre una realidad, desde la cual se define un objeto de estudio. Vale la pena destacar que tanto la observación como el registro se matizan en el terreno, en el que la experiencia y la intencionalidad del investigador imperan sus cuestionamientos. Cuando nos cuestionamos sobre una realidad u objeto, quiere decir que no la estamos mirando simplemente, ese cuestionamiento nos esta indicando, que a esa realidad la estamos observando con sentido de indagación. En palabras de Elssy Bonilla y Penélope Rodríguez “observar, con sentido de indagación científica, implica focalizar la atención de manera intencional, sobre algunos segmentos de la realidad que se estudia, tratando de capturar sus elementos constitutivos y la manera cómo interactúan entre sí, con el fin de reconstruir inductivamente la dinámica de la situación” **(Elssy Bonilla & Penélope Rodríguez, 2015)**

Según Ballestero (2012) observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales poder formular o verificar hipótesis mientras que Bonilla et al, (2015) observar, con sentido de indagación científica, implica focalizar la atención de manera intencional, sobre algunos segmentos de la realidad

que se estudia, tratando de capturar sus elementos constitutivos y la manera cómo interactúan entre sí, con el fin de reconstruir inductivamente la dinámica de la situación.

Mediante la observación que se da en el terreno podemos cuestionar la realidad del contexto donde deseamos aplicar nuestra propuesta donde debemos con más razón indagar aplicando las otras técnicas para darle un valor más científico a nuestro hecho observable. **(Bustos, 2017)**

3.6 Instrumentos de la investigación

Cuestionario

Es el instrumento, que tiene forma material impresa o digital, utilizado para registrar la información que proviene de personas que participan en una encuesta; en una entrevista o en otros procedimientos como son los experimentos. **(Toledo, 2012)**

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. La validez del cuestionario significa que las preguntas o ítems deben tener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación. Es decir, las interrogantes consultarán sólo aquello que se pretende conocer o medir. **(Arias, 2012)**

Según Toledo (2012) el cuestionario es el instrumento, que tiene forma material impresa o digital, utilizado para registrar la información que proviene de personas que participan en una encuesta, mientras que para Arias (2012), Se le denomina cuestionario auto- administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

Escala Likert

Es un tipo de escala usada habitualmente para medir actitudes, se basa en la creación de un conjunto de enunciados, sobre los cuales el entrevistado debe mostrar su nivel de acuerdo o desacuerdo.

Ventajas

- Permite medir el sentido e intensidad de las actitudes
- Es fácil de administrar

Inconvenientes

- Necesita de la ponderación de las respuestas

Según Sanchez A. (2007, p 4) Los pasos en la construcción de una Escala Likert son:

- Definición nominal de la actitud o variable que se va a medir.
- Recopilación de preguntas (ítems) en forma de proposiciones. (Operalización de variables).

- Determinación de las puntuaciones dadas a las categorías de los ítems.
- Aplicación de la escala provisoria.
- Análisis de ítems, eliminando los inadecuados.
- Categorización jerárquica de la escala.
- Calculo de la confiabilidad y validez de la escala. (**Sanchez A., 2011**)

También se utilizó preguntas de preferencia del consumidor para determinar cuál es la red social más utilizada por los jóvenes y de esta manera sea más útil para aplicar nuestra campaña de concienciación.

Este carácter personal de la información que facilitan obtener las técnicas de encuesta puede hacer que, en ocasiones, las personas tiendan a contestar sobre determinados temas más con respuestas que son socialmente aceptadas- lo que se denomina deseabilidad social- , que con respuestas que realmente reflejen el verdadero comportamiento del sujeto o situación social. Por eso, al aplicar estas técnicas es necesario pedir sinceridad en las respuestas, preguntar ciertos temas de modo indirecto, cuidar bien la relación interpersonal -sobre todo en el caso de la entrevista- y completar y contrastar la información que se obtenga con la recabada con otras técnicas. En este sentido el cuestionario y la entrevista resultan muy complementarios entre sí cuando se aplican de modo consecutivo sobre un mismo grupo de sujetos: la entrevista al realizarse cara a cara entre entrevistador y entrevistado y con más tiempo, permite profundizar en detalles y argumentos sobre temas que se han podido tratar más genéricamente al aplicar un cuestionario, consiguiendo así mayor calidad y fiabilidad en la información obtenida.

(Hernandez, Martha; Cantín, Sandra; López, Nuria; Rodriguez, Marina, 2014, pág. 11)

La escala de Likert que se utilizó tuvo como objetivo medir la parte positiva y negativa que presentan los estereotipos en los medios de comunicación en la axiología de los jóvenes.

Tabla N°2

Medición de las respuestas según la escala de Likert

Respuestas positivas	(4) Definitivamente si (3) Probablemente si (2) Indeciso.
Respuestas negativas	(1) Probablemente No (0) Definitivamente No

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

3.7 Población y Muestra

El muestreo es una herramienta para determinar qué parte de una población debemos analizar cuando no es posible realizar un censo. Depende de los objetivos del estudio el elegir una muestra probabilística o no probabilística. **(PSYMA, 2015)**

Para realizar este estudio se trabajó con una población de 1057 personas, conformadas por 3 autoridades, 35 docentes y 1019 estudiantes pertenecientes a la Unidad Educativa Fiscal Francisco Huerta Rendón.

Tabla N° 3
Población Unidad Educativa Huerta Rendón

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	AUTORIDADES	3	0,28%
2	DOCENTES	35	3,31%
3	ESTUDIANTE	1019	96,40%
4	TOTAL	1057	100%

Fuente: Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón
Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Fórmula

Es importante aplicar una fórmula que nos ayude a determinar datos exactos que sean reflejados en números en base a la cantidad de una población, seleccionados para la obtención de información para el desarrollo de la encuesta. **(Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)**

Fórmula de muestreo que se aplico es finita. **(Jany Castro, 2009)**

Si su población es menor a 30000 unidades deberá utilizar la presente fórmula.

Fórmula de muestreo para población finita.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos

N =	Población =	1057
P =	Probabilidad de éxito =	0,5
Q =	Probabilidad de fracaso =	0,5
P*Q=	Varianza de la Población=	0,25
E =	Margen de error =	5,00%
NC (1-α) =	Confiabilidad =	95%
Z =	Nivel de Confianza =	1,96

$$n = \frac{1015,105493}{3,600364705} =$$

$$n= 282$$

Si existiera estratos en la población deberá ir lo siguiente:

$$FR=n/N = 0,267$$

Tabla N° 4
Estratos de la muestra de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Ítem	Estratos	Población	Muestra
1	Autoridades	3	1
2	Docentes	35	9
3	Estudiante	1019	272
4	Total	1057	282

Fuente: Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón
 Elaborado por: Ingrid Bustos y Renato Posada

Muestra.

Los métodos de muestreo probabilístico, son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todas las unidades de investigación, tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño “n” tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Sólo estos métodos de muestreo probabilístico nos aseguran la representatividad de la muestra extraída a toda la población y son por tanto los más recomendables. Los métodos de muestreo no probabilístico no garantizan la representatividad de la muestra y no permiten realizar estimaciones inferenciales sobre la población. **(INEI, 2011)**

Los siguientes datos nos demuestran de forma cuantitativa el total de autoridades, docentes y estudiantes a encuestar con el resultado obtenido de la fórmula aplicada anteriormente, se obtuvo como muestra un total de 282 personas, de las cuales determino 1 autoridad, donde escogimos a la inspectora general del plantel ya que ella está a cargo de la conducta de los estudiante y a 9 docentes para aplicar la encuesta en

conjunto con los estudiantes de los cuales serán 282 que corresponden a los alumnos de 8vo año de la sección matutina, por ende el tipo de muestreo es probabilístico ya que todos los alumnos de 8vo año tienen la misma participación y no existe ninguna diferencia por edad o por categorización ya que todos pueden ser escogidos.

Tabla N° 5
Muestra de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Ítem	Detalles	Frecuencia	Porcentajes
1	Autoridades	1	0,35%
2	Docentes	9	3,19%
3	Estudiante	272	96,45
4	Total	282	100%

Fuente: Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón
Elaborado por: Ingrid Bustos y Renato Posada

Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

1.- ¿Qué medios de comunicación utilizas para consultar temas que te interesen?

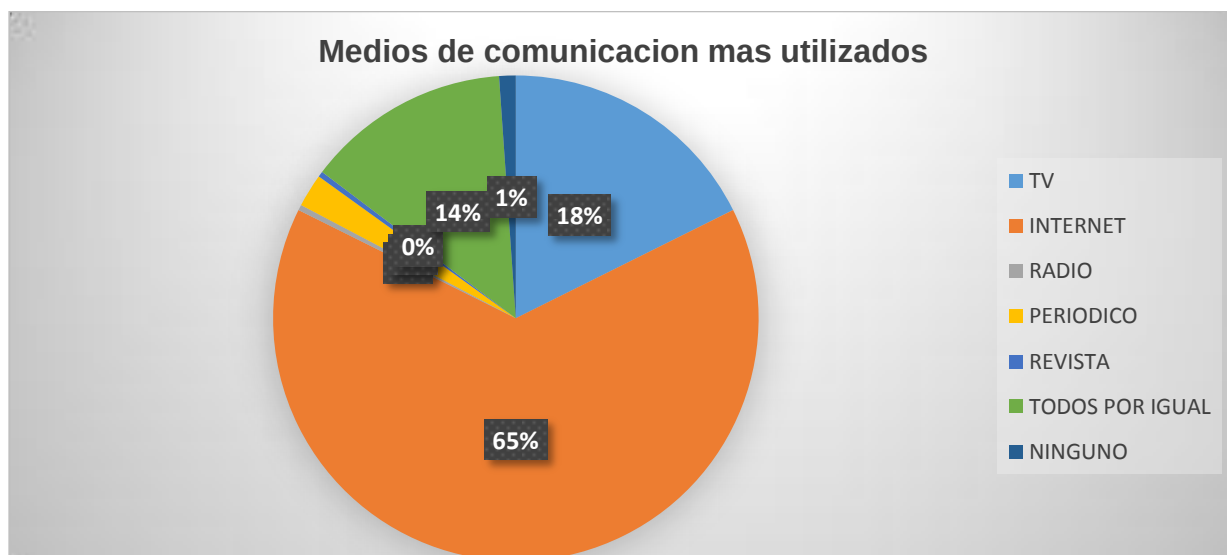
Tabla N° 6
Medios de comunicación más utilizados.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
1	Tv	48	18%
	Internet	176	65%
	Radio	1	0%
	Periodico	6	2%
	Revistas	1	1%
	Todos por igual	37	14%
	Ninguno	3	1%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N°1



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: El medio de comunicación más utilizado por los estudiantes es el internet y por ende es el más influyente en las actitudes y emociones de los jóvenes ya que abarca mucha información

2.- ¿Qué utilidad le das al internet?

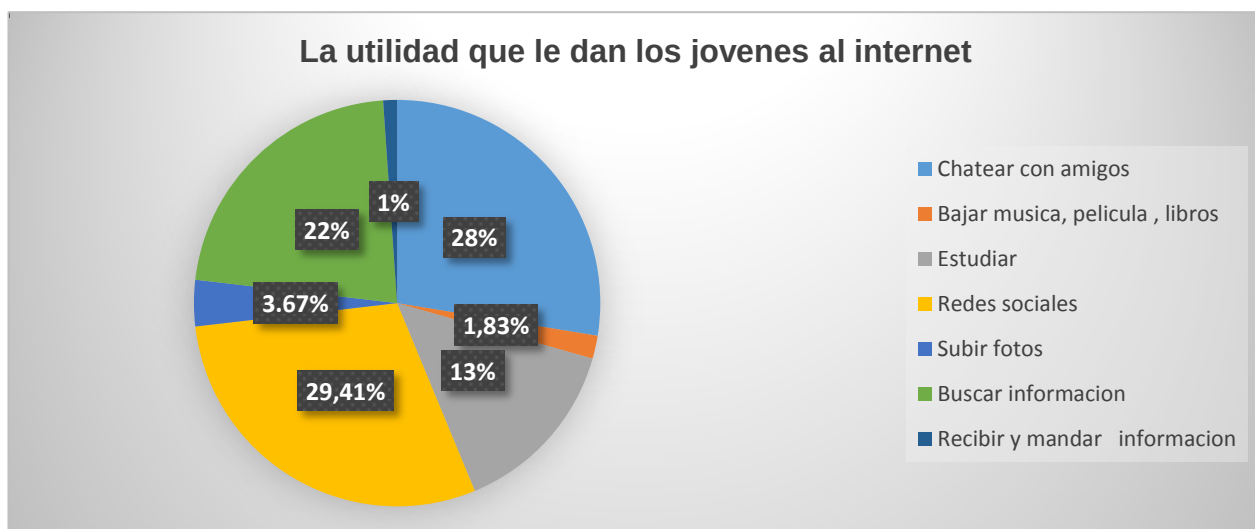
Tabla N°7
La utilidad que le dan los jóvenes al internet.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
2	Chatear con amigos	75	28%
	Bajar música, películas, libros	5	1,83%
	Estudiar	34	13%
	Redes Sociales	80	29,41%
	Subir fotos	10	3,67%
	Buscar Información	60	22%
	Recibir y mandar	3	1,10%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N°2



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: la utilidad que le dan los jóvenes al internet de forma primordial son las redes sociales ya sea para chatear con amigos, subir fotos seguido buscar información es bajo el porcentaje de alumnos que lo usas para estudiar.

3. ¿Cuál es tu red social preferida?

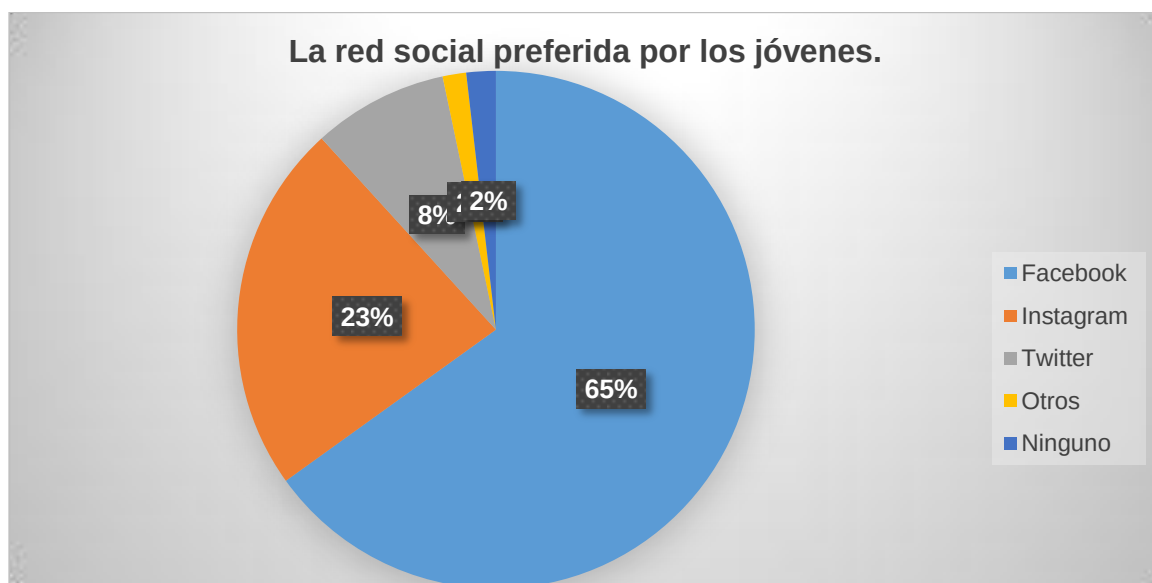
Tabla N° 8
La red social preferida por los jóvenes.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
3	Facebook	177	65 %
	Instagram	63	23%
	Twitter	23	8 %
	Otros	4	2%
	Ninguno	5	2%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N°3



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Este caso es muy importante ya que vamos a poder evidenciar cuál de todos los medios en las redes sociales es el más influyente, entre los primeros tenemos el Facebook y es donde más los jóvenes se dejan influenciar.

4.- ¿Ház notado influencias negativas creadas por las redes sociales?

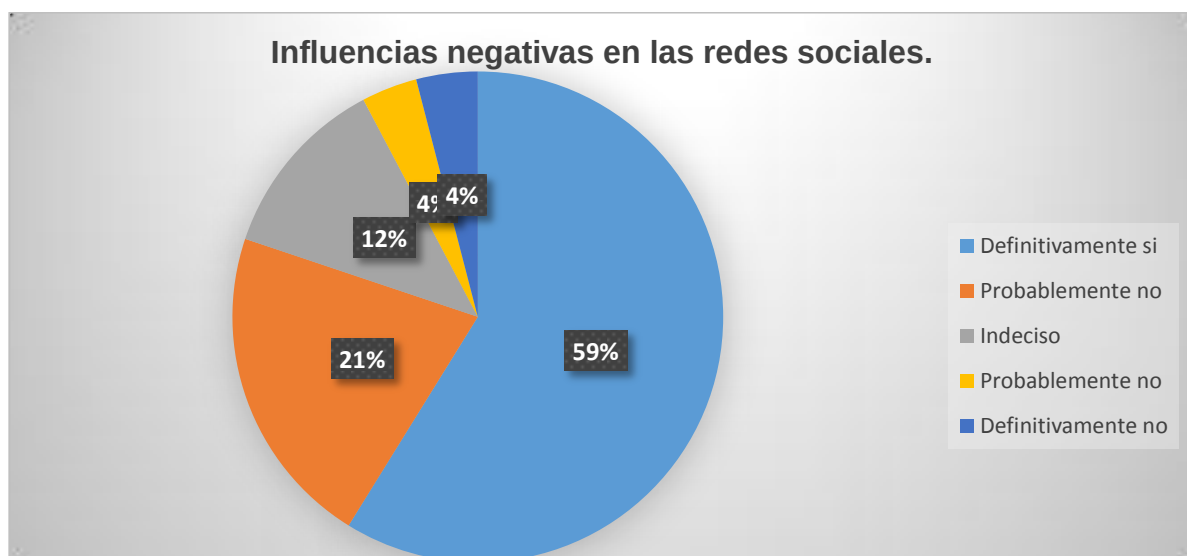
Tabla N°9
Influencias negativas en las redes sociales.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
4	Definitivamente si	177	59 %
	Probablemente si	63	21 %
	Indeciso	23	12 %
	Probablemente no	4	4 %
	Definitivamente no	5	4 %
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N°4



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: La mayoría de los estudiantes están conscientes que las redes sociales contienen información negativa que influye en ellos por ende son más los alumnos que utilizan este medio ya que muy pocos son los que consideran que no es así.

5.- ¿Has oído hablar de los estereotipos?

Tabla N° 10
Los estereotipos y su presencia en la sociedad

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
5	Definitivamente si	47	59 %
	Probablemente si	113	2%
	Indeciso	60	12 %
	Probablemente no	33	4%
	Definitivamente no	14	4%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 5



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: La mayoría de los estudiantes encuentra conocida la palabra estereotipos de esta forma nos ayuda agilizar el proyecto ya que los jóvenes posiblemente ya se encuentren identificados en algún grupo por características comunes.

6.- De los siguientes enunciados ¿Cuál consideras que es la definición de estereotipos?

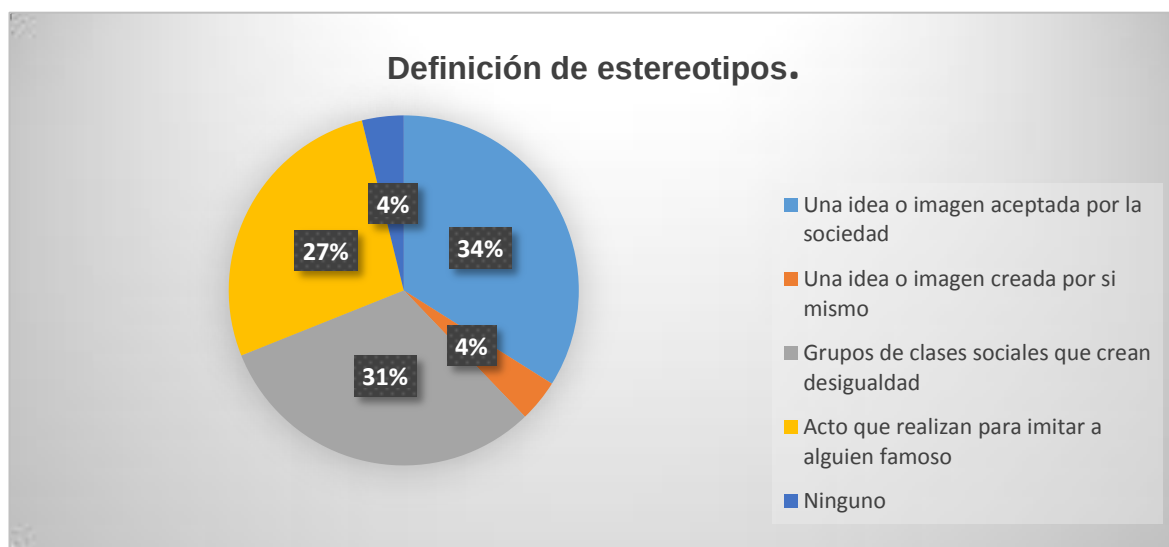
Tabla N° 11
Definición de estereotipos.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
6	Una idea o imagen aceptada a la sociedad	96	35,29 %
	Una idea o imagen creada por si mismo	11	4,04%
	Grupos de clases sociales que crean desigualdad	88	32,35 %
	Acto que realizan para imitar a alguien famoso	77	28,30%
	Ninguno	0	0%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 6



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: En esta pregunta se considera la contestación que tiene cada uno de los estudiantes y la mayoría considera que un estereotipo es la idea o imagen aceptada por la sociedad seguida por las diferencia en clases sociales.

7.- ¿Cuál de estos factores consideras que se fortalecen más mediante las redes sociales?

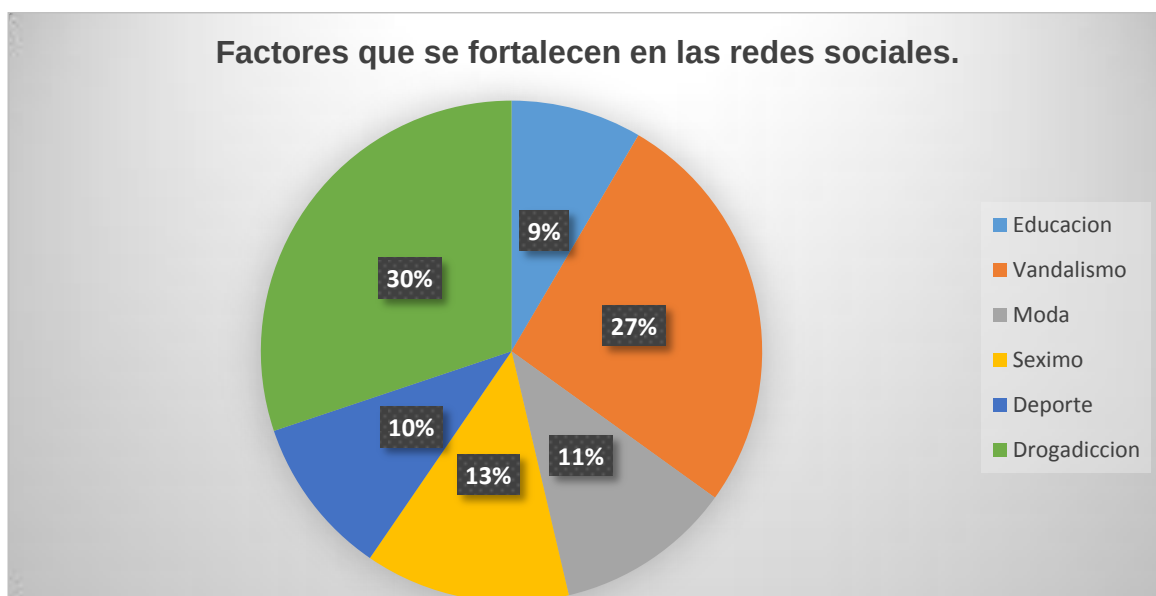
Tabla N°12
Factores que se fortalecen en las redes sociales.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
7	Educación	23	9%
	Vandalismo	72	27%
	Moda	31	11%
	Sexismo	36	13%
	Deporte	28	10%
	Drogadicción	82	30%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 7



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: La drogadicción y el vandalismo son los factores que los estudiantes consideran se fortalecen más con las redes sociales. Hay que recalcar que con miles de usuarios es un peligro que corren los jóvenes en la actualidad.

8.- ¿En qué medios de comunicación consideras que discriminan más a jóvenes por su aspecto físico, discapacidad o nivel económico?

Tabla N° 13
La discriminación en medios de comunicación.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
8	Televisión	59	22%
	Facebook	180	66%
	Instagram	26	9%
	Otros	5	2%
	Ninguno	2	1%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 8



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: El medio de comunicación que presenta mayor índice de discriminación es Facebook, ya que se ha evidenciado que muchos jóvenes han recurrido al suicidio por la burla o el daño que han generado en ellos a través de esta red social.

9.- ¿Consideras que los medios de comunicación influyen en la pérdida de los valores en los jóvenes?

Tabla N° 14

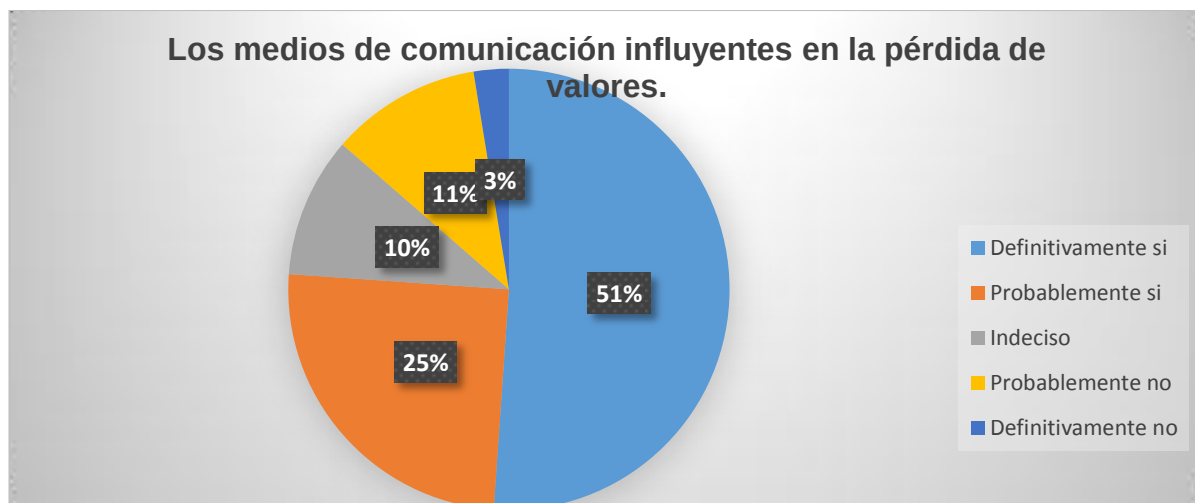
Los medios de comunicación influyentes en la pérdida de valores.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
9	Definitivamente si	139	59 %
	Probablemente si	68	2%
	Indeciso	28	12 %
	Probablemente no	30	4%
	Definitivamente no	7	4%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 9



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: A través de la encuesta notamos que a pesar de las leyes que existen en nuestro país aún siguen siendo los medios de comunicación influyentes en la pérdida de valores en los jóvenes ecuatorianos ya que aún sigue existiendo un lenguaje machista y muy poco adecuado.

10.- ¿Consideras que una campaña de concienciación ayudará a fortalecer los valores en tu plantel?

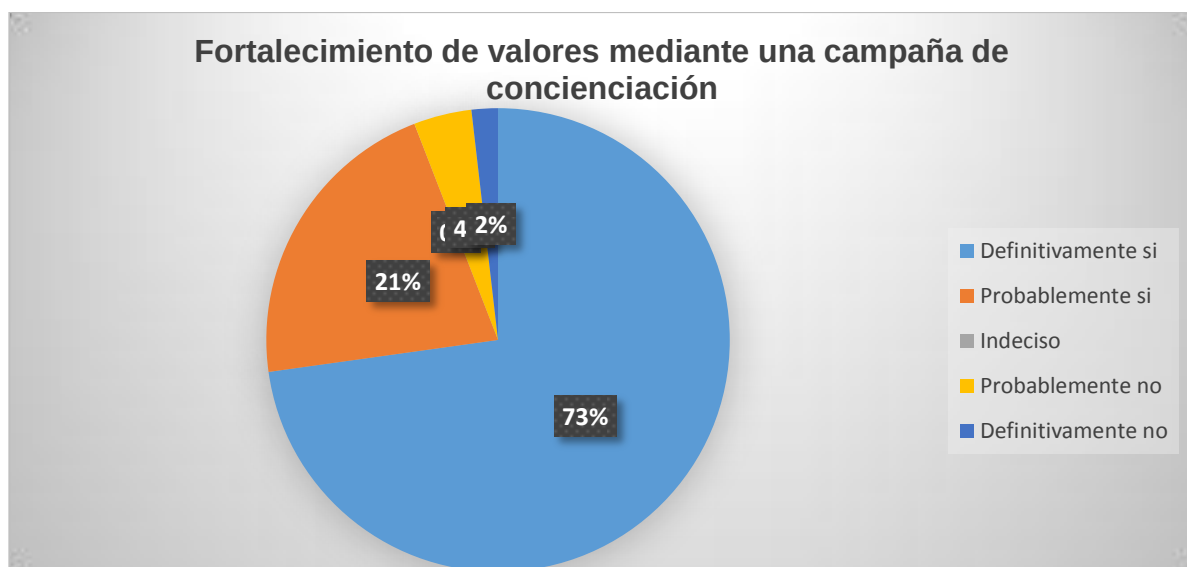
Tabla N° 15
Fortalecimiento de valores mediante una campaña de
concienciación

Ítems	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10	Definitivamente si	198	73 %
	Probablemente si	58	21%
	Indeciso	0	0 %
	Probablemente no	11	4%
	Definitivamente no	5	2%
	Total	272	100%

Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 10



Fuente: Estudiantes de 8vo. Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: La mayoría de los estudiantes consideran que si resultaría factible realizar una campaña para fortalecer los valores en ellos y sepan interpretar la información que existe en los medios de comunicación más influyente en su personalidad.

Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

1.- ¿Usted como docente ha notado la diferencia de grupos sociales que hay en un mismo salón de clases?

Tabla N° 16

Creación de grupos sociales.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
1	Definitivamente si	7	77,77%
	Probablemente si	2	22,22%
	Indeciso		
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 11



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Mediante la encuestas se pudo presenciar que si existe diferentes grupos sociales en un mismo salón de clases, esto se debe a la desigualdad de actitudes y pensamientos que se da en todo lugar, pero llega a convertirse un problema cuando afecta la integridad de otras personas.

2.- ¿Piensa usted que los medios de comunicación deberían de mejorar su forma de comunicar?

Tabla N°17
El lenguaje estereotipado de los medios de comunicación.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
2	Definitivamente si	9	100%
	Probablemente si		
	Indeciso		
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 12



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Si bien es cierto aún se sigue escuchando en los medios de comunicación el lenguaje inapropiado que tienen muchas veces para comunicar, más aún en los programas de diversión en el internet que es un medio por el cual no está regido por ninguna ley de comunicación.

3. ¿Cree usted que las influencias negativas en los alumnos son transmitidas por las redes sociales?

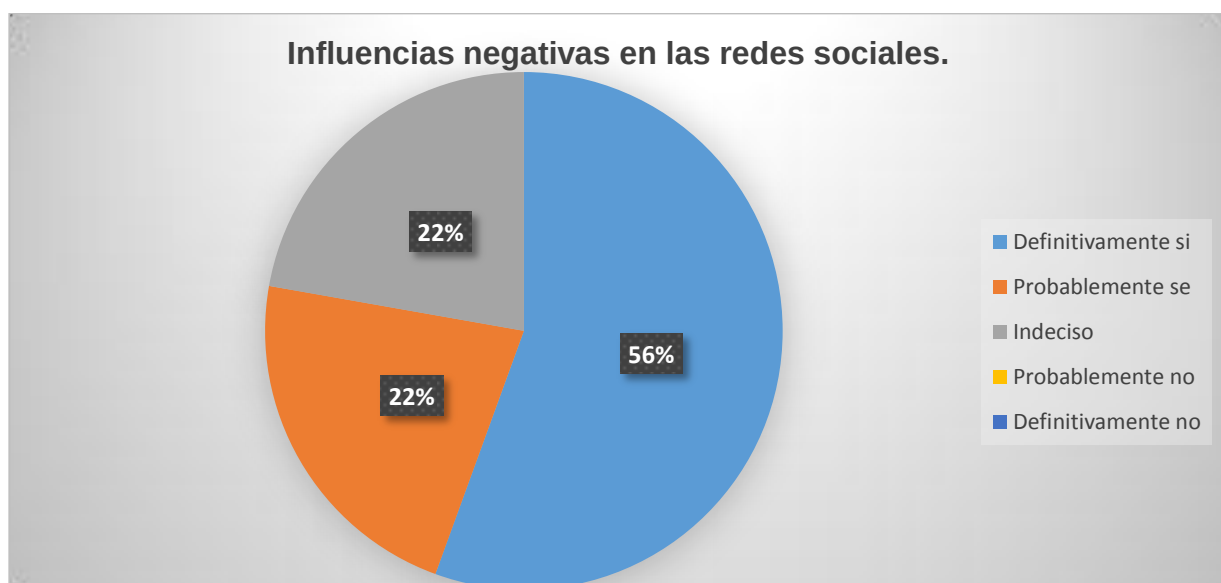
Tabla N° 18
Influencias negativas en las redes sociales.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
3	Definitivamente si	5	55,55%
	Probablemente si	2	22,22%
	Indeciso	2	22,22%
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 13



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Este caso es muy importante ya que podemos corroborar que para los docentes el internet es un medio muy influyente en los jóvenes estudiantes es por ello que debemos estar muy atentos al uso que le dan más que todos los padres de los alumnos.

4.- ¿Qué red social considera que es la más influyente en los jóvenes?

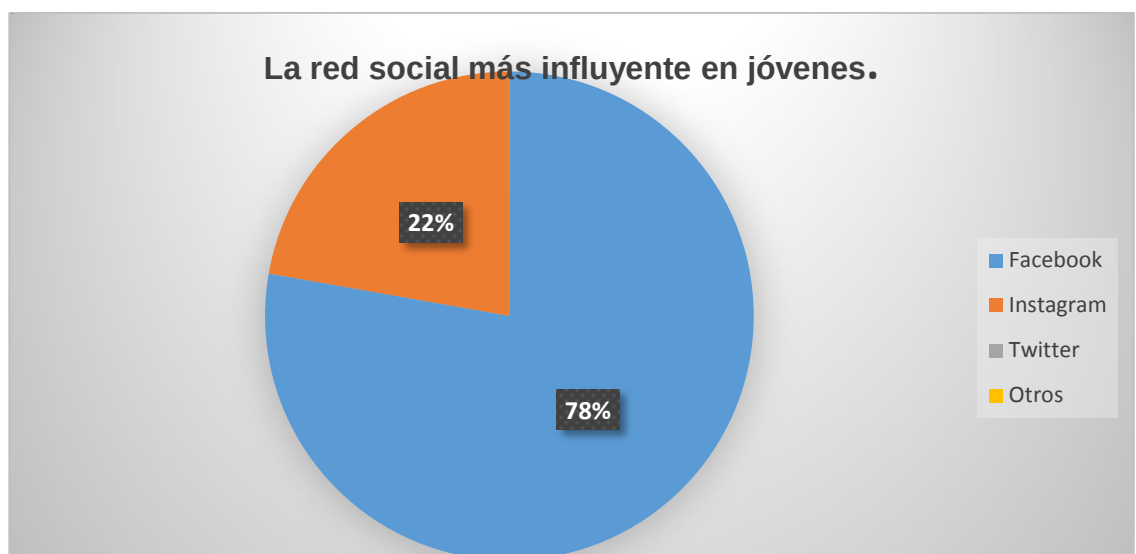
Tabla N° 19
La red social más influyente en jóvenes.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
4	Facebook	7	77,77%
	Instagram	2	22,22%
	Twitter		
	Otros		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N°14



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: En comparación a la encuestas que se utilizó con los alumnos también los docentes concuerdan que Facebook es la red más utilizada por los estudiantes y por ende la más influyente de forma negativa ya que hay podemos presenciar muchos actos de violencia de distintas índoles.

5.- ¿Cuál de estos factores cree usted que se fortalecen en los medios de comunicación?

Tabla N° 20
Los medios de comunicación y el fortalecimiento en distintos factores.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
5	Educación	1	11,11%
	Vandalismo	1	11,11%
	Moda	1	11,11%
	Sexismo	2	22,22%
	Deporte		
	Drogadicción	4	44,44%
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 15



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: El factor que más se fortalece en los medios de comunicación para los docentes es la drogadicción ya que ellos lo evidencian en los salones de clase, el problema que presentan los jóvenes lenguaje sexista.

6.- ¿Cree usted que los medios de comunicación y los estereotipos sociales ocasionan la pérdida de los valores en los estudiantes?

Tabla N° 21
Pérdida de valores ocasionados por los medios de comunicación.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
6	Definitivamente si	5	55,55%
	Probablemente si	2	22,22%
	Indeciso	2	22,22%
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 16



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: El siguiente punto tomamos en consideración que los medios de comunicación sí son influyentes en la pérdida de los valores en los jóvenes por la gran cantidad de información que no puede ser manejable, pero podemos supervisar lo que ven.

7.- ¿Considera usted que la pérdida de valores en los estudiantes depende de la comunicación con los padres?

Tabla N° 22
El control parental y los valores en sus hijos.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
7	Definitivamente si	9	100%
	Probablemente si		
	Indeciso		
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 17



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Los padres siempre deben de estar en constante comunicación con sus hijos depende de ellos el reflejo de las actitudes de sus hijos, siempre la familia es el pilar fundamental de sus hijos y de ese núcleo podemos visualizar un buen futuro o así mismo un mal futuro para ellos.

8.- ¿Ha evidenciado casos de discriminación entre los estudiantes del plantel?

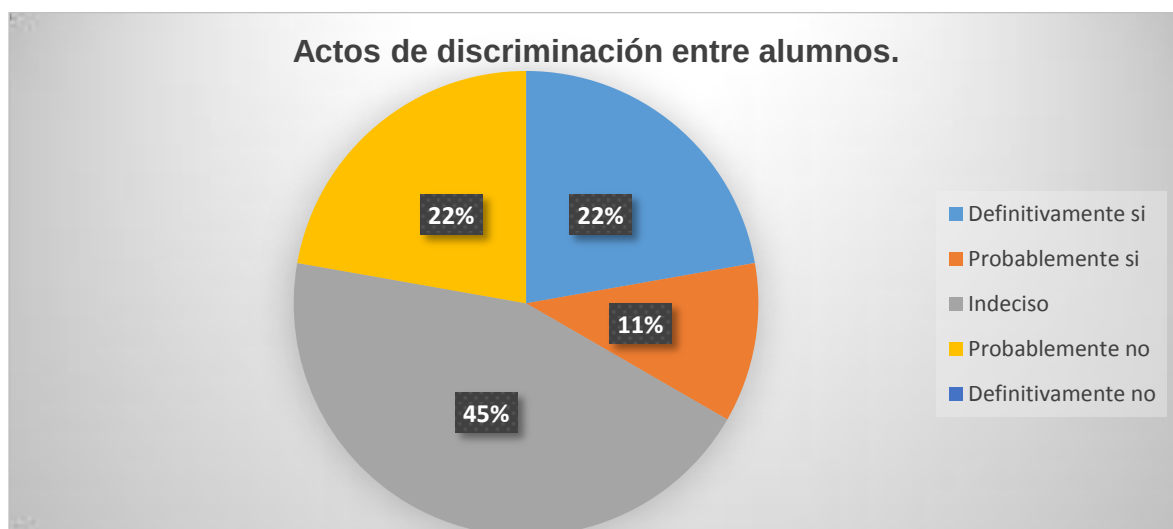
Tabla N° 23
Actos de discriminación entre alumnos.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
8	Definitivamente si	2	22,22%
	Probablemente si	1	11,11%
	Indeciso	4	44,44%
	Probablemente no	2	22,22%
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 18



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: En el plantel los docentes no dan una respuesta concreta de si existen actos de discriminación pero dejan la duda ya que la mayoría indica estar indeciso y otros menciona que si existen actos de discriminación recordemos que esto no solo se da por la raza, si no también por el físico, el aspecto cultural, etc.

9.- ¿Consideras que una campaña de concienciación ayude a fortalecer los valores en los estudiantes de 8vo año?

Tabla N° 24

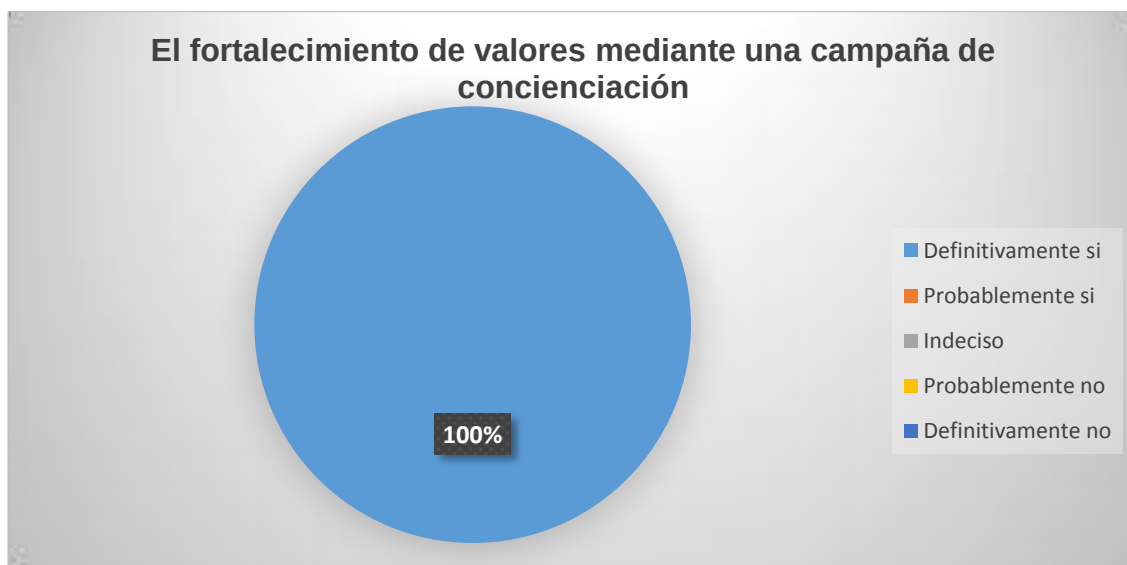
El fortalecimiento de valores mediante una campaña de concienciación.

Ítems	Categoría	Frecuencias	Porcentajes
9	Definitivamente si	9	100%
	Probablemente si		
	Indeciso		
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 19



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Generar conciencia mediante una campaña en donde se sientan identificados, sería muy bueno que tomen conciencia que los valores son y serán fundamentales para la convivencia para su vida personal y escolar.

10.- ¿Mediante la campaña de concienciación considera usted que se beneficia toda la comunidad educativa?

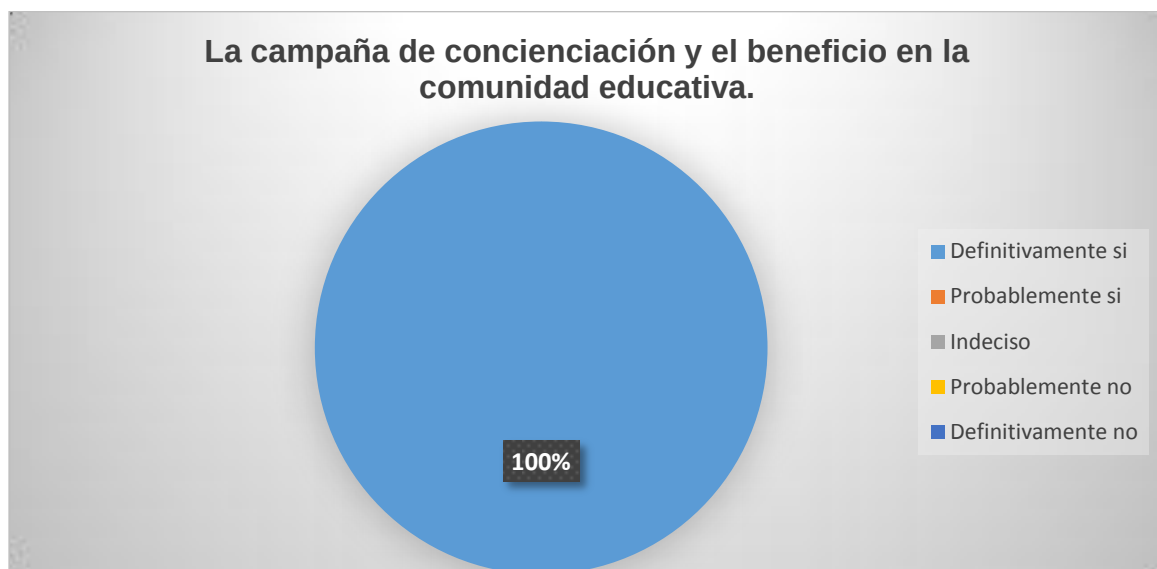
Tabla N° 25
La campaña de concienciación y el beneficio en la comunidad educativa.

Ítems	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10	Definitivamente si	9	100%
	Probablemente si		
	Indeciso		
	Probablemente no		
	Definitivamente no		
	Total	9	100%

Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Gráfico N° 20



Fuente: Docentes de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Elaborado por: (Bustos, Ingrid & Renato, Posada, 2018)

Análisis: Sí consideran los docentes que sería de gran ayuda para la comunidad educativa aplicar una campaña de concienciación más para los alumnos de 8vo año que son los más vulnerables y se dejan llevar por los demás ya sea porque carecen de una personalidad definida.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

ENTREVISTA

Análisis e interpretación de resultados de la entrevista aplicada a la inspectora de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón

Entrevistadores: Ingrid Bustos y Renato Posada

Datos del entrevistado

Nombre: Lcda. Mariela Mateo **Fecha:** 22 de diciembre del 2017

Cargo: Inspectora General **Hora:** 8:00 am

Objetivo: Identificar de qué manera influyen los estereotipos en los medios de comunicación en la axiología de los jóvenes mediante una investigación de campo y bibliográfica, para el diseño de una campaña de concienciación dirigida a los alumnos de 8vo año de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

1.- ¿Usted como autoridad del plantel cómo manejaba la problemática de los grupos sociales influyentes en manera negativa hacia los demás alumnos?

Yo, como inspectora general del plantel siempre estoy atenta al comportamiento de los alumnos, cuando noto una actitud negativa que presenta algún alumno y detectamos que está siendo influenciado por otros muy aparte de hablar con el representante tratamos de ayudarlo con charlas que brinda el departamento de orientación del plantel, más aun

cuando el tema es referente a la droga, existen programas para que el alumno no deje de estudiar mientras recibe ayuda de médicos profesionales.

2.- ¿Cómo califica usted el comportamiento de los estudiantes en relación a la influencia que tienen los medios de comunicación en el proceso de formación?

Sí se ha notado una influencia negativa desde como llevan el uniforme hasta en la forma de actuar de los alumnos, debemos de estar muy pendientes de lo que los jóvenes ven ya sea en la televisión y más aún en las redes sociales que es uno de los medios más influyentes en la actitud de los estudiantes.

3.- ¿Considera usted que la pérdida de los valores en jóvenes sean causados por los contenidos negativos que se transmiten en los diferentes medios de comunicación?

Puede ser uno de los factores por las cuales los jóvenes se dejan influenciar y adoptan actitudes negativas a su vida pero también depende de cuanta libertad le den los padres para ver televisión o navegar por internet, porque no siempre es para estudiar sino que lo utilizan para distraerse.

4.- ¿Piensa usted que los padres pueden ayudar a disminuir las malas influencias a las que sus hijos están expuestos por los distintos medios de comunicación y fortalecer la axiología en ellos?

Los padres siempre serán los principales responsables en los actos de sus hijos, nosotros como docentes somos un apoyo para los jóvenes, tratamos de llegar a ellos de la mejor manera pero debemos sentirnos apoyados por los padres de familia para fortalecer los valores positivos y buenas costumbres en los alumnos.

5.- ¿Considera usted que una campaña de concienciación sería útil para fortalecer los valores de los estudiantes de 8vo año?

Poder hacer una campaña de concienciación para los alumnos en el plantel sería un gran aporte para la formación de ellos, siempre los docentes tratamos de inculcar valores en los jóvenes y reforzarlo con una campaña sería muy bueno para nosotros.

Conclusiones

- Podemos determinar que los estereotipos o la clasificación que existe en la sociedad se da por los pensamientos o cultura de cada familia ya que desde ese núcleo familiar es donde aprendemos nuestras primeras palabras, que es bueno y que es malo según el pensamiento creativo de nuestros padres.
- Los docentes consideran que la sociedad actual está gobernada más por la tecnología y poder medir lo que comunican o transmiten a través de las redes sociales es difícil y que es una de las razones por las cuales la sociedad se encuentra dividida y está muy materializada y es donde los padres deben de tener más control de los actos y decisiones que toman sus hijos.
- En definitiva se concluyó que para el fortalecimiento de los valores en los jóvenes depende del control parental y de la educación que se transmite desde el colegio y poder concienciar a los jóvenes que para un mejor buen vivir

siempre será en base a las acciones y el respeto que se de en el contexto donde se desenvuelven.

Recomendaciones

- Se recomienda que los docentes siempre inculquen el respeto en los alumnos y valores en sus actividades que se realizan en sus trabajos que no permitan la burla entre sus compañeros o que los clasifiquen en un grupo influenciado por un medio de comunicación en el cual el joven se sienta aludido y afecte el desarrollo de su personalidad.
- Se recomienda tener mucho más control por parte de los padres ya que ellos provocan no solamente con lo que ven en internet sino también por las compensaciones sin logro esto hace que el alumno sin esfuerzo alguno logre tener algún tipo de premio. Y no solamente el hecho de que el niño lo hayan premiado quiere decir que puede tener un control absoluto de lo que puede mirar en las redes sociales o en internet.
- Aconsejamos a los padres de familia fomentar en sus hijos valores que ayuden a generar un buen ambiente social y educacional.

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

4.1 Título de la Propuesta

Diseño de una campaña de concienciación.

4.2 Justificación

A través de la investigación exploratoria y de campo que realizamos en la unidad educativa fiscal “Francisco Huerta Rendón”, pudimos evidenciar que existe la pérdida de valores en los alumnos de 8vo año y que esta problemática se debe los distintos medios de comunicación donde notamos mediante encuestas que el medio más influyente es el internet donde también los maestros consideran que es el medio de comunicación más influyente en los jóvenes por los cuales debemos estar muy atentos en los cambios que presenten nuestros hijos o alumnos en su actitud.

Mediante el diseño de la campaña de concienciación se pretende fomentar en el estudiante valores hacia ellos mismos, resaltando lo valiosos que son indistintamente por su cultura, clase social, racial y más aún en su aspecto físico rompiendo con los estereotipos que son creados por los distintos medios de comunicación que existen entre estos los más masivos tenemos a la televisión y el internet que abarca a las redes sociales.

Con la campaña de concienciación se pretende que toda la comunidad educativa forme parte de ella para fortalecer con ideas o actividades que deseen realizar los docentes con los alumnos.

4.3 Objetivos de la propuesta.

Objetivo General de la propuesta.

Diseñar una campaña de concienciación sobre la importancia de los valores fomentando el uso responsable de los distintos medios de comunicación, generando nuevas costumbres y acciones a través de un pensamiento crítico en los jóvenes.

Objetivos Específicos de la propuesta

- Elaborar un logotipo con un mensaje sencillo que demuestre la importancia de la campaña de concienciación a través los diferentes instrumentos que son las volantes, afiches, trípticos y los roll up.
- Explicar la influencia de los diferentes estereotipos en los medios de comunicación mediante charlas dirigidas a estudiantes y docentes del plantel.
- Realizar una cartelera con los mejores temas escogidos por los docentes.

4.4 Aspectos Teóricos de la propuesta

Concepto de campaña

Una campaña publicitaria es el conjunto de actividades o estrategias que se realizan de diferentes formas para transmitir una idea, crear una emoción o inducir a la compra de un bien o servicio de esta forma poder lograr con el objetivo planteado la ejecución de una campaña de concienciación permitirá en el estudiante conocer de qué manera influyen los medios de comunicación en su comportamiento y de esta forma permitirse así mismo desarrollar una identidad propia y tener un concepto más crítico de lo que ve o escucha a través de los medios. Una campaña publicitaria es siempre el medio por el cual se espera tener resultados a futuro como lo indica Martin en su proyecto de tesis:

“La campaña publicitaria es una propuesta cuya ejecución se realizará en un futuro próximo si es aprobada por el anunciante. Con lo cual la fase de postproducción es anticipativa, es decir, no se obtendrán los resultados finales, pero sí se preverán de antemano las herramientas establecidas para evaluar los resultados”. (Martín, 2015)

La importancia de una campaña de concienciación en los jóvenes es para fortalecer sus valores y que noten lo importante que son en la vida de ellos para poder relacionarse con los demás y de esta forma buscar siempre un buen porvenir en ellos y tener un ambiente educativo mejor entre los mismos compañeros y la relación sea positiva entre el docente con sus alumnos.

Aspecto Pedagógico.

La pedagogía en aspecto científico tiene como estudio al hombre en su proceso de educación, como interviene el educador hacia el educando en su proceso de formación, si los medios que utiliza para la enseñanza y el aprendizaje son positivos o negativos en sus alumnos y busca siempre que sus estrategias cada día mejor. Para lograr mejoras en el proceso educativo nuestro proyecto tiene aspecto pedagógico porque a través de su aplicación se pretende mejorar el comportamiento del individuo en su proceso de formación educativa.

Como lo indica Touriñan (1987) sobre la intervención pedagógica:

“Es la acción intencional que desarrollamos en la tarea educativa en orden a realizar con, por y para el educando los fines y medios que se justifican con fundamento en el conocimiento de la educación y del funcionamiento del sistema educativo” (Intervencion educativa, Intervencion pedagogica y educacion: La mirada pedagogica, 2011)

Aspecto Psicológico

La Psicología juega un rol muy importante en la educación, es muy favorable para el docente y toda la comunidad educativa, poder interpretar las actitudes de los alumnos y porque su comportamiento ante distintos escenarios, la creación de una campaña de concienciación. Tiene aspecto psicológico porque permite identificar la influencia de los estereotipos de los medios de comunicación en el comportamiento axiológico individual mediante el desenvolvimiento dentro del salón de clases.

La Psicología educativa es la disciplina que se encarga de los procesos de enseñanza y aprendizaje; amplía los métodos y teorías de la psicología en general y también fundamenta sus propias teorías en el ámbito educativo, puede conceptuarse como un ámbito de conocimiento con una existencia propia, como una disciplina que ocupa un espacio claro en el conjunto de las disciplinas psicológicas y educativas. **(Arvilla, Ropain Arnulfo Rafael; Palacio, Orozco Lina & Arango, Gonzales Claudia, 2011)**

Aspecto Sociológico

Las ciencias sociales como hoy las conocemos se distinguen por ciertas formas de definir sus objetos de estudio (teorías), así como por ciertas formas de abordarlos (metodologías). Estas disciplinas se encarnan en grupos de estudiosos, instituciones, organizaciones académicas y publicaciones, todo ello surgido a lo largo de un lento proceso, de las últimas décadas del siglo XVIII a las primeras del XX. **(Martinez, 2011)**

La sociología como ciencia en el estudio del comportamiento social y de los grupos humanos, en todos los factores que la interpretan. Para nuestra propuesta se toma en consideración el aspecto sociológico porque los resultados se dirigen en mejorar la relación no solo de los estudiantes de un mismo salón de clases sino también mejorar la convivencia social de toda la comunidad educativa permitiendo que los docentes formen parte de la campaña de concienciación y de esta forma los socialicen con los padres de familia.

Políticas del proyecto.

- El proyecto será aplicado en la institución donde se realizó la investigación de campo dirigido a los alumnos de 8vo año de Educación Secundaria. Su estructura puede servir como base para la ejecución de todos los años.
- La comunidad educativa son los encargados de coordinar y ejecutar el proyecto
- Puede ser modificable para el beneficio común de los estudiantes.

4.5 Factibilidad de su aplicación.

La aplicación de la campaña de concienciación es factible porque ha sido presentada a la inspectora y el rector de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón donde de manera positiva apoyaron el proyecto considerando que es necesario concienciar a los alumnos de 8vo año en la importancia de sus valores y de los influyente que pueden ser los medios de comunicación de forma negativa en sus actitudes y comportamientos, mejorando así la convivencia entre ellos mismo.

a) Factibilidad técnica.

Las herramientas y materiales a utilizarse en este proyecto fueron los siguientes:

- Laptops
- Internet

- Dispositivos de almacenamiento
- Celulares

El colegio aportó a la campaña el salón audiovisual y con el proyector de imágenes. Con respecto al material publicitario se utilizará: Afiches, Volantes y trípticos y un Roll Up para hacer conocer a campaña de concienciación.

b) Factibilidad financiera.

Este proyecto es viable ya que cuenta con todos los recursos económicos, con un presupuesto medido para su ejecución. Los recursos financieros que se utilizarán en la campaña de concienciación son únicamente de los autores del proyecto.

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR POR UNIDAD	TOTAL
LAPTOP	1	\$ 500	\$ 500
INTERNET	N/A	\$ 30	\$ 30
CABLE USB	1	\$ 10	\$ 10
CELULAR	1	\$ 300	\$ 300
AFICHES	20	\$ 0.50	\$ 10
VOLANTES	100	\$ 0.13	\$ 13
TRIPTICO	50	\$ 0.70	\$ 35
ROLL UP	2	\$ 7	\$ 14
INFOCUS	1	\$ 800	\$ 800
TOTAL			1712.

c) Factibilidad humana.

El proyecto cuenta con la aprobación de las autoridades y docentes del plantel que consideran que el educar con valores es un lineamiento que jamás se debe perder.

Personas que hicieron posible al proyecto:

- ING. Bravo Santos Olga .MSc (Tutora)
- MSc. Washington García Melena (Rector)
- Lcda. Mariela Mateo (Inspectora)
- Docentes de la Unidad educativa Francisco Huerta Rendón
- Alumnos de 8vo año del colegio Francisco Huerta Rendón
- Ingrid Bustos y Renato Posada

4.6 Descripción de la propuesta.

La presente campaña de concienciación está dirigida de forma específica a los estudiantes de 8vo año de educación secundaria para dar a conocer lo importante que es distinguir los estereotipos que son transmitidos por los distintos medios de comunicación con la finalidad de fortalecer sus valores y mejorar el ambiente educativo.

Para la aplicación de esta campaña de lleva acabo la elaboración de un logotipo y de distintas estrategias que se realizarán dentro de la institución educativa.

Descripción de Imagotipo

Gráfico N° 21



En esta ocasión coexisten los dos elementos, logotipo e isotipo como representación de la campaña, pero están espacialmente separados. Utilizamos un imago tipo porque está compuesto por las redes sociales que son un pilar importante en la sociedad pero también sin duda son el problema que más influye en la sociedad actual. Está diseñado con muchos colores que resaltan encima de una frase la cual nos indica que nos valoremos, esto resalta ya que nos expresa como las redes sociales en este caso los colores, están tomando el control en casi toda la imagen. Esto es un mensaje el cual nos pone a pensar que cada vez los medios de comunicación están siendo más influyentes en los niños y que podemos hacer algo al respecto aplicando la frase en cada uno de nosotros.

Formación de Imagotipo.

Gráfico N° 22



La palabra valórate tiene un significado muy fuerte por que nos indica como Quererte a ti mismo. Quererte a ti mismo significa valorarte como ser humano y asegurar que aplicas estrategias para aumentar tu bienestar individual. Valorarte significa darte “valor” y tener una opinión favorable de ti mismo, lo cual es sinónimo de autoestima. Con esto podemos deducir que los medios de comunicación nos son buenos para el bienestar social y de los estudiantes ya que con esta campaña de concienciación podemos llegar a que los jóvenes valoren su propio estilo de vida simplemente siendo ellos mismos y no dejarse influenciar con estereotipos que marcan algo negativo en la sociedad.

Psicología del color

Como resultado de esta campaña escogimos colores fuertes que describan las emociones de los diferentes estereotipos y aspectos que tienes los medios de comunicación, el color blanco realza estos colores, el blanco es para nosotros el estudiante este representa a un ser limpio sin ninguna influencia y los colores que vemos llamativos son los que

manchan el color blanco y se forman dentro para tomar el control de toda la imagen.

- **Rojo:** Se asocia con la estimulación, la revolución, la virilidad y el peligro. Carácter de impulsividad, valor y exposición.
- **Blanco:** Inocencia, limpieza y simplicidad.
- **Azul:** Se asocia con la pureza y la confianza.
- **Amarillo:** El color amarillo tiene un significado y simbolismo curioso, ya que resulta bastante contradictorio; por un lado se le asocia con la felicidad, la alegría y el optimismo y por el otro, con los celos, la envidia, el egoísmo.

Tipografía

Es una tipografía sin serif, y muy condensada. Posee unas proporciones basadas en el cuadro pero con las esquinas redondeadas. Estas interesantes formas geométricas la convierten en una buena opción para la publicidad o cualquier otra utilidad de exhibición

Tríptico

Utilizamos el tríptico para concienciar a los alumnos y que los lean, se empapen un poco acerca de la importancia que tiene valorarse y del tipo de influencia en el que están expuestos. Las medias que tomaran para el tríptico son 1 hoja tamaño A4 dividida en 3 partes en tamaño de 100mm cada parte

Parte delantera del tríptico

Ahora puedo decir que el problema social que está arraigado a los estereotipos sociales tiene existencia desde el siglo XX, donde ya se notaba la importancia de diferenciarse en la sociedad para no sentir esa presión de no estar acorde al contexto social donde desarrollas tu personalidad, tus costumbres y tus valores.

Objetivo General

Identificar de qué manera influyen los estereotipos en los medios de comunicación en la axiología de los jóvenes mediante una investigación de campo y bibliográfica, para el diseño de una campaña de concienciación dirigida a los alumnos de 8vo año de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

ESTEREOTIPOS DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACION
Guayaquil

INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

CAMPAÑA DE CONCIENCIACION

Valorate.com.ec
Bolek_renalco@outlook.es

Tel. 0969219442
Fax [Fax]

Parte final del tríptico

PRESION DE LA SOCIEDAD ACTUAL

Al salir a la calle, nos encontramos con carteles, vallas cuando vamos en el autobús escuchamos comerciales con mucha publicidad, y al llegar a casa encendemos el televisor, y más publicidad los estereotipos de género están presentes de forma directa en la vida cotidiana de los adolescentes y les afecta en sus conductas y decisiones, la utilización de estereotipos sociales para comunicar mensajes, su propósito en la industria era vender productos y promocionar servicios... Los "estereotipos" en realidad son innumerables y crean estilos de vidas. Tres de cada cuatro adolescentes no están conformes con su reflejo, no importa que sean chicos o chicas.

• CULTURAS JUVENILES

Ahora puedo decir que el problema social que está arraigado a los estereotipos sociales tiene existencia desde el siglo XX, donde ya se notaba la importancia de diferenciarse en la sociedad para no sentir esa presión de no estar acorde al contexto social donde desarrollas tu personalidad, tus costumbres y tus valores.



Elimine la imagen anterior y haga clic en el icono para seleccionar su propia fotografía.

Los grupos sociales, las culturas juveniles, tribus urbanas o bandas juegan un papel importante, pues si bien no todos los jóvenes pertenecen a éstas, quienes encuentran rasgos y elementos identificativos no dudan en integrarse, existe diversidad de culturas juveniles las cuales basadas en el desencanto transforman sus ideas y las atizan en un contexto más funcional y de mayor satisfacción personal.



• MODELOS Y PREJUICIOS DE LOS ESTEREOTIPOS

Etimológicamente hablando el pre-julio es un acto por el que valoramos positiva o negativamente una realidad sin tener un conocimiento suficiente de la misma, es valorar, juzgar sin tener un conocimiento.

ORSO.

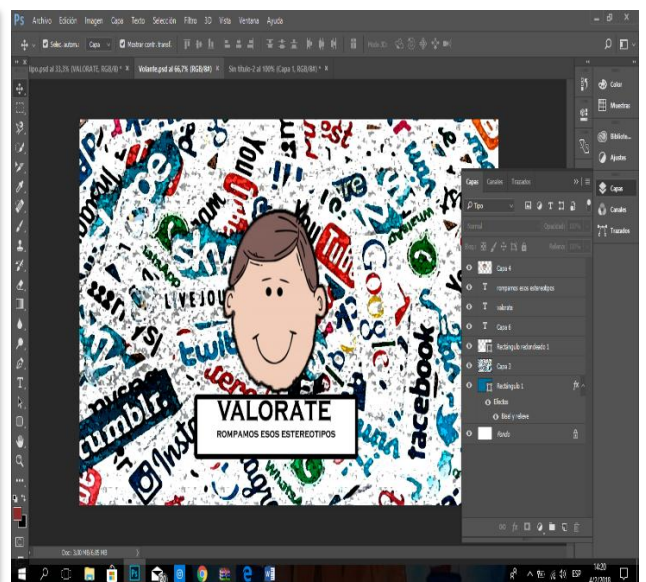
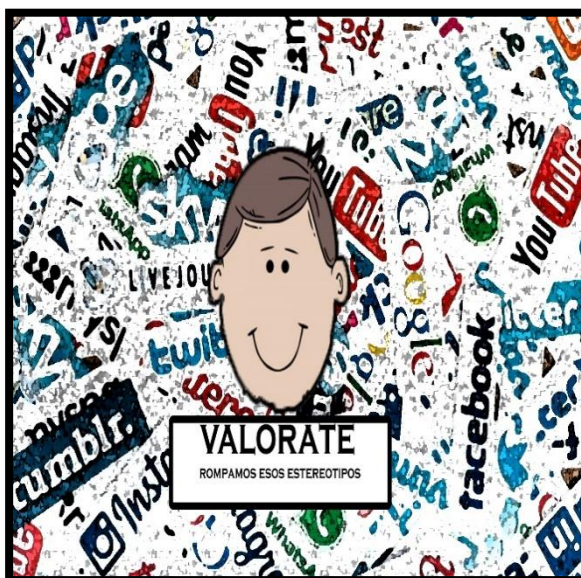
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación de masas se definen como "una fuente de información con criterios de noticiabilidad aparecen como criterios naturales para la explicación de los acontecimientos relevantes y los medios se proponen como agentes de confianza que advierten de las situaciones problemáticas"



Volante y afiche

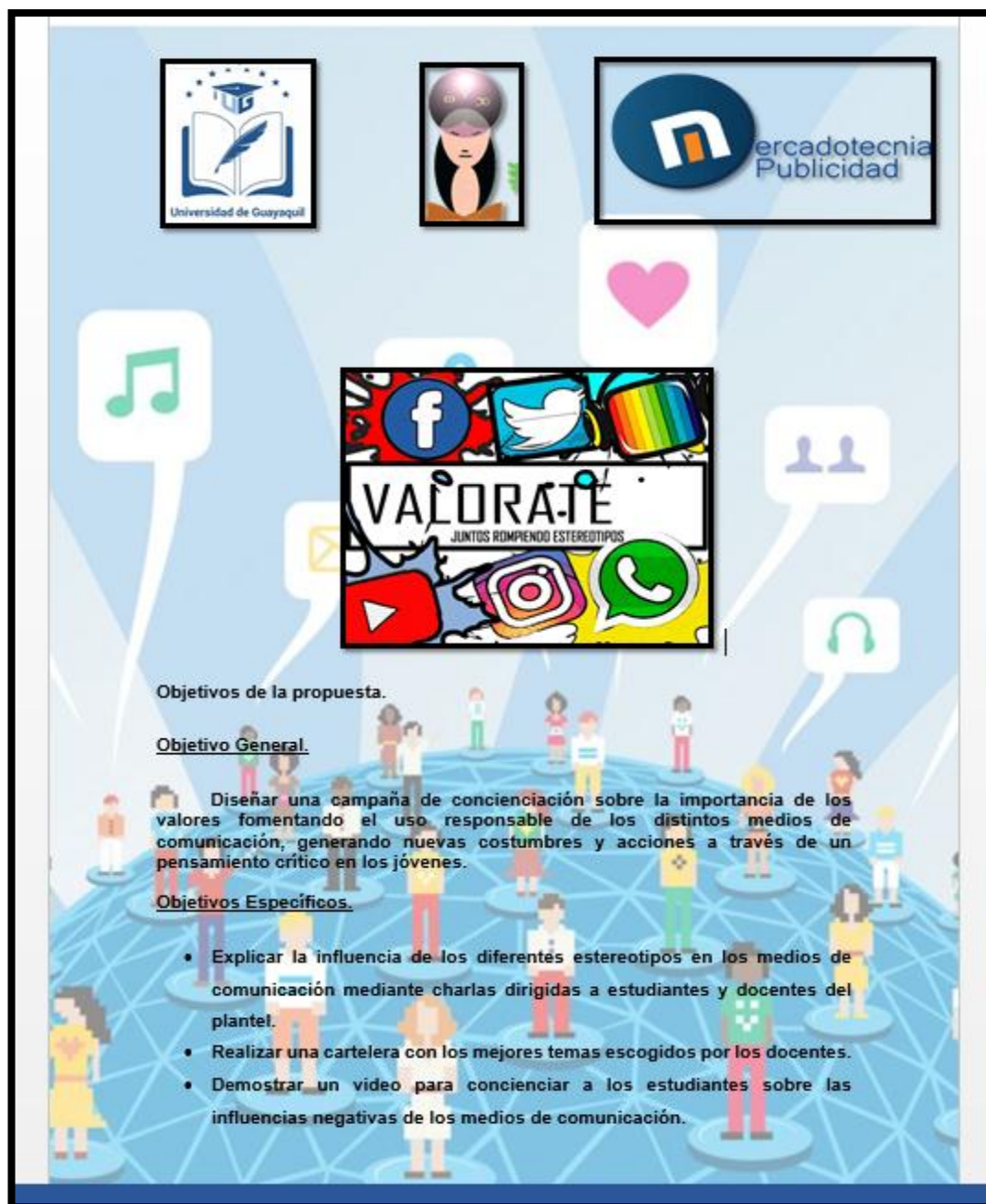
Para las ideas del volante y el afiche hemos tomado referencia a un niño en el centro que representa la juventud actual frente a las influencias de los medios de comunicación como se nota en el fondo de la imagen. Seguido de nuestro Slogan que nos identifica como campaña Valórate. Las medidas que se tomaran para la realización del volante son tamaño ½ Carta 20.5 x 13.5 cm y para la afiche será una hoja de tamaño A4.



Objetivo: la estrategia de utilizar la misma imagen como el volante y afiche para que su recordación sea fácil y reconozcan la importancia de los valores en su vida personal y dejarse influir por medios de comunicación que transmiten cosas negativas para los estudiantes.

Roll up

Mediante el roll up damos a conocer de forma directa la campaña de concienciación que queremos dar a conocer en la institución educativa para trabajar con los estudiantes.



Explicar la influencia de los diferentes estereotipos en los medios de comunicación mediante charlas dirigidas a estudiantes y docentes del plantel a través de diapositivas es otra de nuestras estrategias para fortalecer los valores en los jóvenes estudiantes donde vamos a resaltar los temas de mayor interés en los jóvenes y en relación a su comportamiento en la institución educativa.

Diapositivas.



Para mayor visualización de la campaña de concienciación hemos realizado una cartelera donde plasmamos las ideas principales de nuestra campaña y la ubicación de la misma sería en la parte principal donde la institución suele poner los comunicados semanales.

Cartelera.



Objetivo: La cartelera ayudará mucho para comunicar la campaña de concienciación y de esta manera puedas tener una idea leve sobre la importancia de los valores y cómo los medios de comunicación pueden influir de manera negativa y ayuda al aumento de factores y problemas sociales.

Bibliografía

- Sanchez A. (11 de Julio de 2011). *Odiseo Revista electronica de pedagogia*.
Obtenido de Odiseo Revista electronica de pedagogia:
<http://www.odiseo.com.mx/libros-resenas/2011/07/escalas-actitudes-en-investigacion>
- A López, M. (6 de 2016). Obtenido de
<http://www.redalyc.org/html/461/46146811031/>
- adolescencia, C. d. (04 de 07 de 2014). *Merut*. Obtenido de
http://merut.ec/files/documents/284717-codigo_ninez_adolescencia.pdf
- Afroecuatorian, C. d. (29 de 07 de 2011). *Afroecuatorianos*. Recuperado el 29 de
11 de 2017, de Afroecuatorianos:
<https://discriminacionracial.wordpress.com/2011/07/29/1-se-mantienen-estereotipos-y-prejuicios-hacia-el-pueblo-afroecuatoriano-en-los-medios/>
- Afroecuatorianos. (29 de 07 de 2011). *Discriminacionracial.wordpress.com*.
Obtenido de <https://discriminacionracial.wordpress.com/2011/07/29/1-se-mantienen-estereotipos-y-prejuicios-hacia-el-pueblo-afroecuatoriano-en-los-medios/>
- Alsop, R. (25 de 08 de 2014). *BBC MUNDO*. Obtenido de
http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/08/140825_vert_cap_tatuajes_t_rabajo_az
- Anaya, M., & Martinez, D. (4 de 2014). Obtenido de
<http://www.efdeportes.com/efd191/fundamentos-filosoficos-de-la-ortografia.htm>
- Andes. (02 de 12 de 2017). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica:
<http://andes.info.ec/es/noticias/actualidad/1/los-medios-pueden-mejorar-el-tratamiento-informativo-de-casos-de-violencia-de-genero>

- Arias, F. G. (Julio de 2012). *Ebevidencia*. Obtenido de Ebevidencia:
<http://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arias, Velandia Nicolas & Flores, Romero Rita. (2011). Aporte de la obra de Piaget a la comprensión de problemas educativos: su posible explicación del aprendizaje. *Scielo*, 3-4. Obtenido de
<http://www.scielo.org.co/pdf/rcde/n60/n60a6.pdf>
- Arismendi, E. (21 de ABRIL de 2013). *planificaciondeproyectos*. Obtenido de planificaciondeproyectos:
http://planificaciondeproyectorsemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Armijos, C. A. (2016). *Proceso deductivo*. LOJA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.
- Arvilla, Ropain Arnulfo Rafael; Palacio, Orozco Lina & Arango, Gonzales Claudia. (2011). El psicólogo educativo y su quehacer en la institucion educativa. *DIALNET*, 2. Obtenido de
file:///C:/Users/User/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Dialnet-ElPsicologoEducativoYSuQuehacerEnLaInstitucionEduc-3903348.pdf
- Ballesta, Javier; Lozano, Josefina & Cerezo, M° Carmen. (04 de 12 de 2014). *Institucional.us.es*. Obtenido de
<http://institucional.us.es/revistas/fuente/16/INTERNET,%20REDES%20SOCIALES%20Y%20ADOLESCENCIA.pdf>
- Ballesteros, F. (2012). *Universidad Autonoma de Madrid*. Obtenido de uam.es:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Observacion_trabajo.pdf
- Balmaseda, K. T. (19 de 04 de 2013). *Hoy digital*. Obtenido de
<http://hoy.com.do/las-actitudes-prejuicio-y-discriminacion-2/>
- Baque, L. C. (01 de 01 de 2017). *Repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20471/1/An%C3%A1lisis->

comunicaconal-de-la-percepci%C3%B3n-axiol%C3%B3gica-en-
estudiantes-de-FACSO-2017..pdf

Barragán, I. (21 de 2 de 2011). Obtenido de
<http://www.tercerainformacion.es/antigua/spip.php?article22382>

Basanta, E. (01 de 01 de 2013). *Repositoriocy.t.unlam.edu.ar*. Obtenido de
http://repositoriocy.t.unlam.edu.ar/biblioteca/mono/filo_emb.pdf

Basanta, E. (01 de 01 de 2013). *Repositoriocy.t.unlam.edu.ar*. Obtenido de
http://repositoriocy.t.unlam.edu.ar/biblioteca/mono/filo_emb.pdf

Bedon, J. L. (30 de 04 de 2014). *Historico.ciespal.org*. Obtenido de
<http://historico.ciespal.org/repositorioOla.com/index.php/108-analisis/2768-la-construccion-del-televidente-consumidor-usuario>

Blanché, R. (1973). *La Epistemología*. Barcelona, España: OIKOS-TAU SA.
Obtenido de
<file:///C:/Users/User/Desktop/universidad/libros/epistemologia.pdf>

Bollero, D. (2016). *Publico*. Obtenido de
<http://www.publico.es/sociedad/discriminacion-gorda-mas-perjudicial-salud.html>

Brito, N. (14 de 8 de 2010). Obtenido de
<https://www.aporrea.org/medios/a106013.html>

Bryman. (6 de Junio de 2012). *REDALYC*. Obtenido de REDALYC:
<http://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350004.pdf>

Bustos, C. I. (2017). *Los estereotipos de los medios de comunicacion en la axiología*.

Bustos, C. I. (2017). *Los estereotipos en el Ecuador*. Guayaquil: Los estereotipos en el Ecuador.

Bustos, Ingrid & Renato, Posada. (2018). *Formula de encuesta*. Guayaquil.

Camacho, M. (2015). Obtenido de
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S200728721530007X>

- Camila Siqueira. (4 de SEPTIEMBRE de 2017). *UNIVERSIA* . Obtenido de UNIVERSIA:
<http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Cano, F. (22 de 6 de 2014). *slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/fergydb/la-influencia-de-los-estereotipos>
- Cano, G. J. (30 de 05 de 1993). *Biblioteca.ucm.es*. Obtenido de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/1/S1001901.pdf>
- Carló, E. R. (08 de 2017). *Repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20440/1/Tesis%20Roger%20Carl%C3%B3%20Espinoza.pdf>
- Carrasco, E. B. (25 de 09 de 2013). *EL BACHILLER SANSÓN CARRASCO*. Obtenido de <https://bachillersasoncarrasco.wordpress.com/2013/09/25/los-prejuicios-y-estereotipos-condicionates-de-la-convivencia/>
- Carrion, E. (17 de 11 de 2017). *Cronica las noticias del día*. Obtenido de Cronica las noticias del día.: <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/20881-rescatemos-los-valores>
- Carvajal, L. (18 de Enero de 2013). *LIZARDO CARVAJAL*. Obtenido de LIZARDO CARVAJAL: <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Castillo, R. J. (2012). SOCIOLOGIA DE LA EDUCACION. En R. J. CASTILLO, *SOCIOLOGIA DE LA EDUCACION* (págs. 19-20). MEXICO: PRIMERA EDICION. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/universidad/libros/corrientes%20sociologicas.pdf>
- Castro, Vera Cinthya & Huacon, Rojas Gilda. (2016). *Repositorio.ulvr.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1212/1/T-ULVR-1323.pdf>

- Caucas, D. (2015). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36805674/Variables.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1516240209&Signature=ToEepudy9SS4XOVGJ7dKX5ZEUl%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Dvariables_de_Daniel_Cauas.pdf
- Chacón-Arteaga, N. L. (Julio de 2014). El enfoque ético, axiológico y humanista aplicado a la educación. *Redalyc*, 6, 7,8. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3606/360636905004.pdf>
- Contreras, O. (7 de Febrero de 2015). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Metodología de la investigación: <http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com>
- Cordicom. (14 de 11 de 2017). Obtenido de http://www.cordicom.gob.ec/rpm_2017/
- Cordicom. (11 de 10 de 2017). Obtenido de <http://www.cordicom.gob.ec/exhorto-en-relacion-al-uso-de-la-imagen-y-participacion-de-ninas-ninos-y-adolescentes-en-espectaculos-publicos-y-programas-de-entretenimiento/>
- Córdova, P. (8 de 2017). Obtenido de <https://www.tupsicologia.com/juzgamos-por-el-fisico/>
- Coyachamin, C. (6 de 2012). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/242/1/T-UCE-0010-43.pdf>
- Dávila, N. G. (2012). *redalyc*. Obtenido de redalyc: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1qwG183M9I4J:www.redalyc.org/service/redalyc/downloadPdf/761/76109911/El%2Brazonamiento%2Binductivo%2B%2Bdeductivo%2Bdentro%2Bdel%2Bproceso%2Binvestigativo%2Ben%2Bciencias%2Bexperimentales%2B%2Bsoci al>
- Díaz, L. P. (13 de Mayo de 2013). *Scielo*. Obtenido de Scientific Electronic Library Online:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

Discriminacion. (2011). Obtenido de <https://discriminacionracial.files.wordpress.com/2011/07/foro-guayaquil.jpg>

Dr. Francisco Huerta, R. U. (2017). Obtenido de <http://westcoast-techno.wixsite.com/huerta>

Dr. Roberto Hernández Sampieri, D. C. (2016). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. En D. C. Sampieri, *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (pág. 7). MEXICO: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .

Educativo, P. (06 de 04 de 2012). *portal educativo*. Obtenido de <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/200/Medios-de-comunicacion-Prensa-Television-Internet-Radio>

Elssy Bonilla & Penélope Rodríguez. (2015). *INSTITUCIÓN EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR DE SAN ROQUE*. Obtenido de INSTITUCIÓN EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR DE SAN ROQUE: <https://escuelanormalsuperiorsanroque.files.wordpress.com/2015/01/9-la-observacin-y-el-diario-de-campo-en-la-definicin-de-un-tema-de-investigacin.pdf>

Espinoza, Agustin & Cueto, Rosa Maria. (2014). *Researchgate.net*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Agustin_Espinosa3/publication/277332573_Estereotipos_Raciales_Racismo_y_Discriminacion_en_America_Latina/links/5569d01608aecd77739fbd9/Estereotipos-Raciales-Racismo-y-Discriminacion-en-America-Latina.pdf

Estudiantes, T. (14 de 03 de 2012). *Estereotipos y perjuicios*. Obtenido de <http://estereotiposprejuicios.blogspot.com/2012/03/clasificacion.html>

Fernandez, N. J. (21 de 12 de 2015). *Ceuandalucia.es*. Obtenido de http://www.ceuandalucia.es/escuelaabierta/pdf/articulos_ea19/EA19-antropologia.pdf

- Fernandez, P. A. (11 de 2011). *Revista de Antropología Experimental*. Obtenido de Revista.ujaen.es: file:///C:/Users/User/Downloads/1932-6602-1-PB.pdf
- Figueroa, R. F. (2015). *Repositorio.upse.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3318/1/UPSE-TEB-2016-0011.pdf>
- Franco, M. (2016). Obtenido de <http://web.uaemex.mx/plin/colmena/Colmena%2061-62/Aguijon/MFN.html>
- Fundamendios. (15 de 10 de 2013). *Fundamendios*. Obtenido de <http://www.fundamedios.org/despues-de-la-tv-los-ecuatorianos-prefieren-informarse-por-internet/>
- Galindo, J. C. (25 de 01 de 2018). *El pais*. Obtenido de https://elpais.com/cultura/2018/01/25/elemental/1516867767_603856.html
- García, J. L. (3 de agosto de 2016). *Universidad Tecnica del norte*. Obtenido de Universidad tecnica del norte: <http://www.utn.edu.ec/ecos/index.php/2016/08/03/las-clasificaciones-de-las-investigaciones-cientificas/>
- Gómez, M. J. (03 de 2010). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/rev/cccss/07/jamg3.pdf>
- Gonzales, G. D. (2017). Antropología cibernética: una mirada en perspectiva axiológica. *REFLEXIONES Y SABERES*, 4. Obtenido de file:///C:/Users/User/Desktop/universidad/libros/axiologia.pdf
- González, D. E. (17 de FEBRERO de 2015). *UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID*. Obtenido de UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2016-02-17-El%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico.pdf>
- Guerrero, T. M. (09 de 2017). *ug.edu.ec*. Obtenido de ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21463/1/MARIELA%20ESTE FANI%20GUERRERO%20TORRES.pdf>

- Gutiérrez, S. J. (28 de enero de 2014). *sanjahingu*. Obtenido de sanjahingu: <http://sanjahingu.blogspot.com/2014/01/metodos-tipos-y-enfoques-de.html>
- Gutiérrez, Samperio Cesar; Guerrero, Lara Ma. Guadalupe del Rocío & López, Vázquez Trinidad. (2 de 06 de 2011). *Medigraphic.com*. Obtenido de <http://www.medigraphic.com/pdfs/cirgen/cg-2011/cgs112b.pdf>
- Hernandez, Martha; Cantín, Sandra; López, Nuria; Rodriguez, Marina. (2014). *Universidad autonoma de madrid*. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf
- Hierro, L. (24 de 01 de 2018). *El pais*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2018/01/24/planeta_futuro/1516809407_074270.html
- Huerta, R. F. (2014). *Facebook*. Obtenido de https://www.facebook.com/pg/francisco-huerta-rendon-218458434851681/photos/?ref=page_internal
- INEC. (2010). *Ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEI. (03 de 2011). *INEI*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/metodologias/encuestas01.pdf>
- Innovacion, e. y. (2011). *Innovacion educativa y familiar*. Obtenido de <http://innovacioneducativayfamiliar.blogspot.com/2011/11/estereotipos-en-medios-de-comunicacion.html>
- Jany Castro, J. N. (2009). Determinacion del tamaño de la muestra. En *Investigación Integral de Mercados. Avance para el nuevo milenio*. (págs. 154-15). Bogota, D.C.: Mc Graw Hill.

- Jaramillo, D. (18 de 12 de 2014). *El universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/18/nota/4354351/mal-uso-redes-sociales-afecta-ninos-adolescentes>
- Kerlinge. (6 de JUNIO de 2012). *REDALYC*. Obtenido de REDALYC: <http://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350004.pdf>
- Ley orgánica de comunicación , Registro Oficial N° 22 (Oficio No. T.6369-SNJ-13-543 21 de Junio de 2013). Obtenido de http://www.arctel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Lic. Moncada, C. J. (Junio de 2014). *upnfm*. Obtenido de upnfm: <file:///C:/Users/User/Downloads/analisis-de-estereotipos-prejuicios-y-actitudes-sexistas-en-la-construccion-de-masculinidad-de-estudiantes-del-segundo-ano-de-educacion-fisica-en-modalidad-presencial.pdf>
- López, Roldán Pedro & Fachelli, Sandra. (Febrero de 2015). *Universitat Autònoma de Barcelona*. Obtenido de Universitat Autònoma de Barcelona: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Mantilla, M. A. (11 de 08 de 2014). *Eluniverso.com*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/opinion/2014/08/11/nota/3373031/valores-humanos>
- Manzo, S. (06 de 2016). *Redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/414/41449296002.pdf>
- Martín, G. N. (01 de 07 de 2015). *Uvadoc.uva.es*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/13129/1/TFG-N.259.pdf>
- Martín, P. (2012). Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1051/1/TFG-B.15.pdf>
- Martinez, C. M. (4 de AGOSTO de 2017). *Repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22847/1/Tesis%20Marylin%20Carolina%20Mart%C3%ADnez%20Coello.pdf>

- Martinez, R. F. (07 de 2011). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/166231582/100-SOCIOLOGIA-DE-LA-EDUCACION-2011-07-21-pdf>
- Mejia, Z. V. (19 de 03 de 2015). <http://repositorio.ug.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>
- Mirian, M. G. (04 de 2017). *REPOSITORIOS DIGITAL UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/T-UCE-0010-053-2017(1).pdf
- Miro, J. (2015). *Estrategia de la investigación descriptiva*. Manual de técnica de la investigación educacional.
- Molina, Gomez Ana; Roque, Roque Lian; Garces, Garces Blanca; Rojas, Meza Yuniet; Dulzaides, Iglesias Maria & Selin, Ganen Maria. (17 de 09 de 2015). *Scielo.sld.cu*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v13n4/ms04413.pdf>
- Monitorealo. (18 de 06 de 2011). Obtenido de <http://monitorealo.blogspot.com/2011/06/definicion-de-los-medios-de.html>
- Montes, B. B. (2008). *Revista electronica Universidad de Jaen*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/202-749-1-PB.pdf
- Moran, A. (20 de 5 de 2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/AzuuMoran/la-importancia-de-la-educacin-en-valores>
- Moran, L. I. (06 de 09 de 2017). [ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec). Obtenido de [ug.edu.ec: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21468/1/PAOLA%20MORAN.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21468/1/PAOLA%20MORAN.pdf)
- Moreno, M. A. (16 de 06 de 2014). *Repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7381/1/Geanella%20finalizado.pdf>

- Mujer, h. (22 de 01 de 2018). *Mujerhoy*. Obtenido de <http://www.mujerhoy.com/moda/no-te-pierdas/201801/22/kardashian-jenner-desnudas-calvin-klein-20180122160218.html>
- Nación, L. (29 de 01 de 2011). *La nación*. Obtenido de <http://www.nacion.com/opinion/foros/el-uso-responsable-de-las-redes-sociales/MQTDOKMBOFENJLKLHCWW63JNKI/story/>
- Naranjo, B. A. (01 de 01 de 2014). *Repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7419/10.C06.001519.pdf;sequence=4>
- Naval, U. (9 de ENERO de 2016). *Gob.mx*. Obtenido de Gob.mx: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf
- Navarro, Carrascal Oscar & Bogalska, Martin Ewa. (20 de 01 de 2012). *Pepsic.bvsalud.org*. Obtenido de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v4n1/v4n1a2.pdf>
- Navarro, Maria Camila & Mebarak, Moises. (01 de 05 de 2014). *Redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=439643137006>
- Nesprias, C. (12 de 09 de 2012). *Sociedad B.A.* Recuperado el 02 de 12 de 2017, de Sociedad B.A.: <https://societadbuenosaires.wordpress.com/2012/09/22/corte-en-la-ruta-2/>
- Noboa, G. C. (20 de 02 de 2011). *Repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12759/DISERTACION%20DE%20GRADO%20CARLOS%20NOBOA%20FEBRERO%202011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ochoa, A., & Peiró, S. (3 de 11 de 2012). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2010/201024652002.pdf>
- Olivares, G. M. (24 de Enero de 2013). *Redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/3382/338230793009/>

- Origoni, Y. (18 de 09 de 2017). *Universidad de Mexico*. Obtenido de <http://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2016/05/20/1139667/contribucion-platon-mundo-moderno.html>
- Perez, Franco Cindy & Vera, Alcivar Adrian. (24 de 01 de 2015). *Repositorios.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16613/1/BFILO-PMP-14P76.pdf>
- Posada, B. R. (2017). *Los estereotipos de los medios de comunicacion en la axiologia*.
- Posada, B. R. (2017). *Los estereotipos y los medios de comunicacion*. Guayaquil.
- Prof. Desiderio, Flores Geovanny & Srta. Romero, Vera Lady. (05 de 03 de 2015). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16535/1/BFILO-PMP-14P35.pdf>
- PSYMA. (4 de 11 de 2015). *PSYMA*. Obtenido de [PSYMA: http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra](http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra)
- Radl, P. P. (2011). "MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES. ELEMENTOS DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL MEDIO TELEVISIVO" . *Revista latina de sociologia*, 10-11.
- Redele, (. R. (2012). La influencia de los estereotipos en el aprendizaje del Español como Lengua Extranjera (E/LE) en Costa de Marfil. *Redele*, 2 - 3. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de <http://studylib.es/doc/6994563/la-influencia-de-los-estereotipos-en-el-aprendizaje-del-e...>
- Robles, F. (2015). *Método Inductivo y Deductivo*. Obtenido de *Método Inductivo y Deductivo*: <https://www.lifeder.com/metodo-inductivo-deductivo/>
- Rodríguez, Gómez David & Valldeoriola, Roquet Jordi. (2012). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. En J. V. David Rodríguez Gómez,

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION (págs. 18 - 20). CATALUNYA: UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUNYA.

Rodriguez, P. C. (2012). *Psicología social*. Mexico: Primera edicion. Obtenido de file:///C:/Users/User/Desktop/universidad/libros/psicologia%20social.pdf

Rojas, A. (25 de 4 de 2014). Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/14376/13680>

Sanchez, E. (26 de 11 de 2017). *Inter Press Service*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de <http://www.ipsnoticias.net/2013/05/jovenes-ecuatorianos-rompen-con-estereotipos-machistas/>

Schreiber, Parra María J; Hernández, Mite Kelly; Moran, Alvarado Maritza del Roció; Fuentes, León Marco A. (2017). Valores cívicos en la educación básica. *Dominio de las ciencias*, 1-17. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/451-1425-1-PB.pdf

Secretaria nacional de planificacion y desarrollo- Senplades, 2. p. (13 de 07 de 2017). <http://merut.ec/files/documents/286914-Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>. Obtenido de <http://merut.ec/files/documents/286914-Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>: <http://merut.ec/files/documents/286914-Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (22 de 09 de 2017). planificacion.gob.ec. Obtenido de planificacion.gob.ec: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Serrano, B. K. (JULIO de 2016). *Repositorio.utc.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3120/1/T-UTC-4067.pdf>

Silvia, Carmen & Toledo Marín, Leonel . (06 de 2016). Robert Boyle y John Locke: mecanicismo, percepción y teoría de las ideas. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 12. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/414/41449296006.pdf>

- Sinmiedos. (2015). Obtenido de <http://sinmiedosec.com/wp-content/uploads/2015/11/Celebraci%c3%b3n-del-12-de-October-en-Ecuador.jpg>
- Suria, R. (2011). *RUA.UA.ES*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/14289/1/TEMA%205.%20ESTE%20REOTIPOS%20Y%20PREJUICIOS..pdf>
- Tecnologia, e. I. (22 de 08 de 2017). *Tecnologia en la informacion actual*. Obtenido de <https://tecnologiaenlainformacionactual.blogspot.mx/>
- Toledo, M. S. (30 de Mayo de 2012). *Universidad Virtual de salud*. Obtenido de Universidad Virtual de salud: <http://uvsfajardo.sld.cu/diferencia-entre-cuestionario-y-encuesta>
- Touriñan, L. J. (2011). Intervencion educativa, Intervencion pedagogica y educacion: La mirada pedagogica. *Revista portuguesa de pedagogia*, 2.
- Unesco. (29 de 09 de 2017). *Unesco.org*. Obtenido de http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/estereotipos_sociales_y_culturales_deben_ser_superados_en_la/
- Unicef. (2004). Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/nacionalidades_y_pueblos_indigenas_web_Parte1.pdf
- Universidad, p. d. (22 de ENERO de 2013). *WORDPRESS*. Obtenido de WOEDPRESS: <https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>
- Valdéz, I. I., & Lopez, E. (7 de 2011). Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/ced/31/vgel.html>
- Valeriano, A. (2012). *La importancia de los valores en la vida cotidiana*. MEXICO: SEGUNDA EDICION. Obtenido de http://200.33.14.34:1033/archivos/pdfs/Var_60.pdf
- Vallet, M. (2016). Obtenido de <https://www.goconqr.com/es/blog/educar-en-valores/>

- Vargas, J. I. (2 de Mayo de 2012). *Revista Calidad en la Educación Superior*.
Obtenido de Revista Calidad en la Educación Superior:
http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf
- Veintimilla, A. J. (10 de 2017). *dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de
[dspace.ups.edu.ec](https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14738/1/UPS-CT007240.pdf):
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14738/1/UPS-CT007240.pdf>
- Vergara,Quintero Maria; Pinilla, Sepulveda Victoria. (01 de 2010).
Repository.cinde.org. (D. ANGEL, Editor) Obtenido de
<http://repository.cinde.org.co/handle/20.500.11907/1773>
- Villa, E. (4 de 06 de 2014). *Generos Unidos*. Obtenido de
http://generosunidos.blogspot.com/2014/06/estereotipos-y-prejuicios-rol-de-genero_4.html
- Vistazo. (20 de 09 de 2017). Estereotipos de género están arraigados ya a los 10 años. *Vistazo*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de
<http://www.vistazo.com/seccion/vida-moderna/salud/estereotipos-de-genero-estan-arraigados-ya-los-10-anos>
- Wix.com. (2017). *Wix.com*. Obtenido de <http://westcoast-techno.wixsite.com/huerta>: <http://westcoast-techno.wixsite.com/huerta>
- Zamudio, G. J. (2012). *Epistemología y educación*. Mexico: RED TERCER MILENIO S.C. Obtenido de
<file:///C:/Users/User/Desktop/universidad/libros/epistemologia.pdf>

ANEXOS



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

FORMATO DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Nombre de la propuesta de trabajo de la titulación	Campaña de concienciación		
Nombres de los estudiantes	Ingrid Iliana Bustos Córdova Renato Alejandro Posada Bolek		
Facultad	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación	Carrera	Mercadotecnia y Publicidad
Línea de Investigación	Educativa	Sub-línea de investigación	
Fecha de presentación de la propuesta de trabajo de titulación		Fecha de evaluación de la propuesta de trabajo de titulación	

ASPECTO A CONSIDERAR	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
Título de la propuesta de trabajo de titulación	✓		
Línea de Investigación / Sublíneas de Investigación	✓		
Planteamiento del Problema	✓		
Justificación e importancia	✓		
Objetivos de la Investigación	✓		
Metodología a emplearse	✓		
Cronograma de actividades	✓		
Presupuesto y financiamiento	✓		

✓

APROBADO

APROBADO CON OBSERVACIONES

NO APROBADO

C.I. 0914067897



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

Guayaquil, 22 Febrero 2018

MSc.

Pilar Huayamave Navarrete

Directora de Mercadotecnia y Publicidad

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Acuerdo del Plan de Tutoría

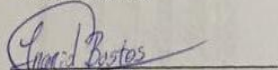
Nosotros, Ing. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, docente tutor del trabajo de titulación y Ingrid Iliana Bustos Córdova, y Renato Alejandro Posada Bolek estudiantes de la Carrera Mercadotecnia y Publicidad, Facultad de Filosofía Letras y Ciencia de la Educación, comunicamos que acordamos realizar las tutorías semanales en el siguiente horario de ____ a ____, los días ____.

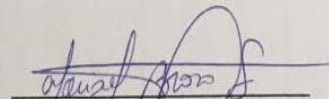
De igual manera entendemos que los compromisos asumidos en el proceso de tutoría son:

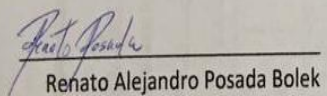
- Realizar un mínimo de 4 tutorías mensuales.
- Elaborar los informes mensuales y el informe final detallando las actividades realizadas en la tutoría.
- Cumplir con el cronograma del proceso de titulación.

Agradeciendo la atención, quedamos de Ud.

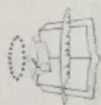
Atentamente,


Ingrid Iliana Bustos Córdova


Ing. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS


Renato Alejandro Posada Bolek
CC: Unidad de Titulación

ANEXO 3



Universidad de Guayaquil

FACULTAD FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
SEXTA UNIDAD DE TITULACIÓN

INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

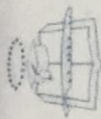
Tutor: Eng. Oge Harold Bruno Santos Ha

Tutoriados: Puntos Ambrosia Luau / Plame ; Gosode Black Points Agardins

Tipo de trabajo de titulación: Lic. en educación

Título del trabajo: *Los intereses de los Medios de Comunicación en la crisis*
Carrera: *Marketing y Publicidad*
Grupos de 7100-8100

No. DE SESIÓN	FECHA TUTORIA	ACTIVIDADES DE TUTORIA	DURACIÓN:		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA TUTOR	FIRMA ESTUDIANTE
			INICIO	FIN			
1	21-Nov-2017	Capítulo I: Fortalecimiento del problema social en contextos	10:00	11:00	Capítulo I: Sistematización de la investigación.	[Firma]	[Firma]
2	28-Nov-2017	Capítulo I: Sistematización	10:00	11:00	Capítulo I: Opinión con base de los resultados y Capítulo II: mejorar el mismo con el texto	[Firma]	[Firma]
3	7-Dic-2017	Capítulo II- Marco conceptual y marco teórico	7:00	8:00	mejorar las preguntas 5 preguntas de los datos y el texto	[Firma]	[Firma]
4	11-Dic-2017	Revisión de los documentos para los documentos	8:00	9:00	Capítulo III: metodología y el texto metodológico.	[Firma]	[Firma]
5	18-Dic-2017	Revisión de los documentos a los documentos y los documentos del texto	8:00	9:00	Capítulo III	[Firma]	[Firma]
6	8-Enero 2018	Revisión de los C.P. I, y II complet	8:00	9:00	Trabajo de revisión de los documentos	[Firma]	[Firma]



Universidad de Guayaquil

ANEXO 3

FACULTAD FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
UNIDAD DE TITULACIÓN SEXTA



INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

Tutor: Ing. Diego Morales Benito Santos Hsu
 Tipo de trabajo de titulación: Trabajo de grado
 Título del trabajo: La educación y los estándares de los Mejores de la Comunicación en la andalgia
 Carrera: Mercadotecnia y Publicidad

No. DE SESIÓN	FECHA TUTORÍA	ACTIVIDADES DE TUTORÍA	DURACIÓN:		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA TUTOR	FIRMA ESTUDIANTE
			INICIO	FIN			
7.	22-01-2018	Revisión del Cop III Diseño de la propuesta	8:00	9:00	Revisión de la propuesta y asignación de tareas		
8	29-01-2018	Revisión del 4to Cop III la propuesta	8:00	9:00	Revisión de la propuesta y asignación de tareas		
9	5-02-2018	Diseño de la propuesta	8:00	9:00	Revisión de la propuesta y asignación de tareas		
10	12-02-2018	Revisión de la propuesta	8:00	9:00	Revisión de la propuesta y asignación de tareas		



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Guayaquil, 22 de Febrero de 2018

MSc.

Pilar Huayamave Navarrete

Directora de Mercadotecnia y Publicidad

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

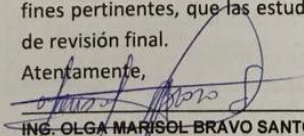
Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, Propuesta campaña de concienciación, de los estudiantes Ingrid Iliana Bustos Córdova, y Renato Alejandro Posada Bolek, indicando han cumplido con todos 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 las estudiantes están aptas para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,


ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0914067897



ANEXO 5

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD****RÚBRICA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN**

Título del Trabajo: Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, campaña de concienciación		
Autores: Ingrid Iliana Bustos Córdova Renato Alejandro Posada Bolek		
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.
ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA	4.5	4.5
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y sublíneas de investigación Universidad / Facultad/ Carrera	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	1	1
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV	1	1
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión	1	1
Responde como propuesta innovadora de investigación al desarrollo social o tecnológico.	0.4	0.4
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.4
RIGOR CIENTÍFICO	4.5	4.5
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	1
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	1
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.8
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.7	0.7
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1
Pertinencia de la investigación	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.5	0.5
CALIFICACIÓN TOTAL *	10	10
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.		

ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0914067897

URKUND

Document: Sin título: Bloc de notas

Submitted by: BUSTOS CORDOVA INGRID

Submitted by Receiver Message

4% of this approx. 50 pages long document consists of text present in 8 sources.

Sources Highlights

Rank	Path/Filename
1	urkund.docx
2	http://bay.com.do/la-actitud-corrupta-y-discriminacion-2/
3	https://bachilleresnacional.com/wordpress.com/2013/09/25/la-corruptura-y-discriminacion-2/
4	https://bachilleresnacional.com/wordpress.com/2013/09/25/la-corruptura-y-discriminacion-2/
5	https://bachilleresnacional.com/wordpress.com/2013/09/25/la-corruptura-y-discriminacion-2/
6	tesis Emilia la Camila.docx

1 Warning: Reset Export

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema de investigación

Desde una perspectiva de socialización y educación humana que pone de relieve el poder constructor de la comunicación mediática y, efectivamente, el poder socializador resultante de los medios a través de la transmisión de significados, los medios de comunicación inducen de facto a la construcción de la realidad social circundante facilitando al mismo tiempo las herramientas para la interpretación del significado mediático. (Radl, 2011)

De modo más claro, los medios de comunicación de masas inciden en la reproducción y producción de una realidad social mediante la transmisión de elementos falsos y trastocados en relación a los roles de género. Estas aseveraciones se sitúan en una línea epistemológica que rompe con una mera crítica representacionista y defiende una posición teórico-construccionista que presta especial atención a la función "constructora" de los medios con vistas a los roles de género enlazando con la convicción semiótica de que el lenguaje, las imágenes y la comunicación en general construyen y generan la propia realidad a la vez que ofrecen el bagaje simbólico para reconstruirla. (Radl, 2011)

UNIDAD DE TITULACIÓN DE FILOSOFÍA
REVISIÓN DE ANTIPLAGIO





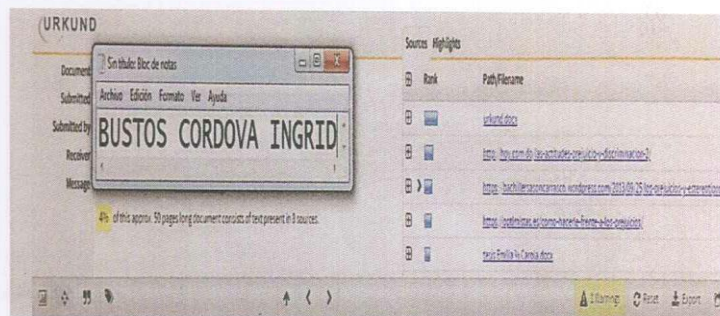
ANEXO 6

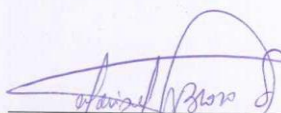
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado Ing. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Ingrid Iliana Bustos Córdova, con C.I. No. 0951966431 y Renato Alejandro Posada Bolek con C.I. No. 0951223395, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciados en Ciencias de la Educación.

Se informa que el trabajo de titulación: **"Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología. Propuesta: Campaña de concienciación"** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio Urkund quedando el 4% de coincidencia.




ING. OLGA MARISOL BRAVO SANTOS, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0914067897



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

RÚBRICA DE EVALUACIÓN MEMORIA ESCRITA TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Trabajo: Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, campaña de concienciación Autoras: Ingrid Iliana Bustos Córdova Renato Alejandro Posada Bolek			
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.	COMENTARIOS
ESTRUCTURA Y REDACCIÓN DE LA MEMORIA	3	3	
Formato de presentación acorde a lo solicitado	0.6	0.6	
Tabla de contenidos, índice de tablas y figuras	0.6	0.6	
Redacción y ortografía	0.6	0.6	
Correspondencia con la normativa del trabajo de titulación	0.6	0.6	
Adecuada presentación de tablas y figuras	0.6	0.6	
RIGOR CIENTÍFICO	6	6	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	0.5	0.5	
La introducción expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece	0.6	0.6	
El objetivo general está expresado en términos del trabajo a investigar	0.7	0.7	
Los objetivos específicos contribuyen al cumplimiento del objetivo general	0.7	0.7	
Los antecedentes teóricos y conceptuales complementan y aportan significativamente al desarrollo de la investigación	0.7	0.7	
Los métodos y herramientas se corresponden con los objetivos de la investigación	0.7	0.7	
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos	0.4	0.4	
Factibilidad de la propuesta	0.4	0.4	
Las conclusiones expresan el cumplimiento de los objetivos específicos	0.4	0.4	
Las recomendaciones son pertinentes, factibles y válidas	0.4	0.4	
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.5	0.5	
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1	
Pertinencia de la investigación/ Innovación de la propuesta	0.4	0.4	
La investigación propone una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.3	0.3	
Contribuye con las líneas / sublíneas de investigación de la Carrera/Escuela	0.3	0.3	
CALIFICACIÓN TOTAL*	10	10	
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.			

Lcda. Pilar Huayamave Navarrete, MSC
 DOCENTE TUTOR REVISOR

FECHA: 5/03/2018



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD


UG
 Universidad de Guayaquil


Facultad de Filosofía
 Letras y Ciencias de la Educación


Mercadotecnia
 Publicidad

UG-FFLCE-MYP-PH- 692

Guayaquil, 14 de noviembre del 2017

Sr. Máster
 Washington García Melena
 Rector de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón
 Ciudad.-

De mis consideraciones.

Saludos cordiales, conocedores de su espíritu de colaboración, mediante la presente solicitamos se sirva permitir que los estudiantes **BUSTOS CORDOVA INGRID ILIANA** y **POSADA BOLEK RENATO ALEJANDRO** realicen el PROYECTO DE TITULACIÓN en su Institución Educativa, previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación, mención Mercadotecnia y Publicidad.

TEMA: los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología.

PROPUESTA: Campaña de concienciación

La información requerida (reseña histórica, aplicación de encuestas, entre otros) es de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

Por la acogida que dé a la presente, quedo como su segura servidora.

Atentamente,


 19-12-2017

MSc. Pilar Rodas Navarrete
 DIRECTORA DE LA CARRERA

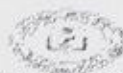


Caminemos juntos a la excelencia

Cda. Universaria, Av. Kennedy s/n y Av. Daza - www.filosofia.edu.ug
 Guayaquil - Ecuador



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Facultad de Filosofía, Ciencias y Letras de la Educación
 Unidad Educativa Universitaria "FRANCISCO HUERTA RENDÓN"
 DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES
 AÑO LECTIVO 2017 - 2018

Oficio PD n° 092
 Diciembre, 22 del 2017

Msc.
 Pilar Huayamave Navarrete
 Directora de la Carrera de Mercadotecnia y Publicidad
 Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
 Universidad de Guayaquil
 Ciudad.

De mis consideraciones:

Luego de presentarle un cordial saludo, en relación al oficio N0. UG-FFLCE-MYP-PH-692 suscrito por usted tengo a bien informarle que la Unidad Educativa Universitaria Francisco Huerta Rendón, acepta con mucho agrado el desarrollo del proyecto de Titulación Educativo por los Sres. Egresados **BUSTOS CORDOVA INGRID ILIANA** y **POSADA BOLEK RENATO ALEJANDRO** requisito previo a la obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación, Mención- Mercadotecnia y Publicidad aplicado a los estudiantes de Octavo Año de Educación Básica A, B, C, D.

Tema: Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología.

Propuesta: Campaña de concienciación.

De antemano quedo de usted muy agradecida por su atención a la presente.

Atentamente,

Ab. Washington García Melena MSc.

Rector



Elaborado por: Jacqueline Vargas

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

ENCUESTAS A ESTUDIANTES





FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

ENTREVISTA A AUTORIDAD Y ENCUESTA A DOCENTES



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE
"DRA. MARÍA INÉS ARMAS VÁSQUEZ"
TELÉFONO: 04-2281146

CERTIFICACIÓN

LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, el (a) señor (a) (ita) BUSTOS CORDOVA INGRID ILIANA, con documento nacional de identidad N° 0951966431 especialización MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD modalidad PRESENCIAL realizó y aprobó las Practicas Docentes Reglamentaria en la UNIDAD EDUCATIVA FISCAL MIXTA "FRANCISCO DE ORELLANA" con la calificación NUEVE CON SETENTA Y CINCO (9,75), bajo la supervisión del(a) MSc. KATHERINE MORA, correspondiente al periodo lectivo 2016 - 2017. Así consta en los archivos que reposan en la secretaría de la Dirección a mi cargo, a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, 17 de enero del 2017.

Atentamente,

Yoconda Castro
MSc. YOCONDA CASTRO T.
DIRECTORA GENERAL
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE

Elaborado por:	MSc. ZOILA SERNAQUE SANDOZA
Revisado y aprobado:	MSc. YOCONDA CASTRO T.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE
"DRA. MARÍA INÉS ARMAS VÁSQUEZ"
TELÉFONO: 04-2281146

CERTIFICACIÓN

LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, el (a) señor (a) (lta) POSADA BOLEK RENATO ALEJANDRO, con documento nacional de identidad N° 0951223335 especialización MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD modalidad PRESENCIAL realizó y aprobó las Prácticas Docentes Reglamentaria en la UNIDAD EDUCATIVA RISCAL MIXTA "FRANCISCO DE ORELLANA" con la calificación NUEVE CON SESENTA Y TRES (9,63), bajo la supervisión del(a) MSc. KATHERINE MORA, correspondiente al periodo lectivo 2016 - 2017. Así consta en los archivos que reposan en la secretaría de la Dirección a mi cargo, a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, 17 de enero del 2017.

Atentamente,

Yoconda Castro
MSc. YOCONDA CASTRO T.

DIRECTORA GENERAL
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE

Elaborado por:

MSc. ZOILA SERRAQUE SANDOYA

Revisado y aprobado:

MSc. YOCONDA CASTRO T.



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD


UG
 Universidad de Guayaquil


 Facultad de Filosofía
 Letras y Ciencias de la
 Educación

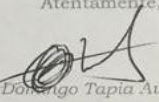

 Dirección de
 Vinculación con la
 Sociedad

CERTIFICADO

LA COORDINACIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, vistas las evidencias correspondientes, el Sr. (a.) (ta.) **BUSTOS CORDOVA INGRID ILIANA**, con C.I. 0951966431, carrera **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD** en la modalidad **PRESENCIAL** realizó y aprobó la actividad de Vinculación con la Sociedad, por lo que se le concede el presente certificado.- Guayaquil, 31 de octubre de 2016.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.-

COORDINACIÓN
 GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO
 Facultad de Filosofía
 Universidad de Guayaquil

Atentamente,

 Lic. Domingo Tapia Avilés, MSc.
GESTOR GENERAL DE VINCULACIÓN



Revisado y aprobado por:	Lic. Domingo Tapia Avilés, MSc., Gestor General
Elaborado:	Lic. Angela Yanki A. MSc., Digitadora

3845



CERTIFICADO

LA COORDINACIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, vistas las evidencias correspondientes, el Sr. (a.) (ta.) POSADA BOLEK RENATO ALEJANDRO, con C.I. 0951223395, carrera MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD en la modalidad PRESENCIAL realizó y aprobó la actividad de Vinculación con la Sociedad, por lo que se le concede el presente certificado.- Guayaquil, 31 de octubre de 2016.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.-

COORDINACIÓN
GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO

Facultad de Filosofía
Universidad de Guayaquil

Atentamente,

Lic. Domingo Tapia Avilés,

GESTOR GENERAL DE VINCULACIÓN



Revisado y aprobado por:	Lic. Domingo Tapia Avilés, MSc., Gestor General
Elaborado:	Lic. Angela Yanki A. MSc., Digitadora

3848

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Formato de encuesta a estudiantes

  	
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD ENCUESTA	
Dirigido a: estudiantes de 5vo año de Educación General Básica de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón. Objetivo: Examinar la influencia de los estereotipos en medios de comunicación en los alumnos y sus valores. Instrucciones para contestar de manera correcta las preguntas: seleccione con una (X) la respuesta correcta según su criterio	
1.- ¿Qué medios de comunicación utilizas para consultar temas que te interesen? ☐ TV ☐ Internet ☐ Radio ☐ Periódico ☐ Revistas ☐ Todos por igual ☐ Ninguno	2.- ¿Qué utilidad le das al internet? ☐ Chatear con amigos ☐ Bajar música, películas o libros ☐ Estudiar ☐ Redes sociales ☐ Subir fotos ☐ Buscar información ☐ Recibir y mandar correos
3.- ¿Cuál es tu red social preferida? ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Otros ☐ Ninguno	4.- ¿Has notado influencias negativas creadas por las redes sociales? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No
5.- ¿Has oído hablar de los estereotipos? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No	6.- De los siguientes enunciados ¿Cuál consideras que es la definición de estereotipos? ☐ Una idea o imagen aceptada por la sociedad ☐ Una idea o imagen creada por sí mismo ☐ Grupos de clases sociales que crean desigualdad ☐ Acto que realizan para imitar a alguien famoso ☐ Ninguno
7.- ¿Cuál de estos factores consideras que se fortalecen más mediante las redes sociales? ☐ Educación ☐ Vandalismo ☐ Moda ☐ Sexismo ☐ Deporte ☐ Drogadicción	8.- ¿En qué medios de comunicación consideras que discriminan más a jóvenes por su aspecto físico, discapacidad o nivel económico? ☐ Televisión ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Otros ☐ Ninguno
9.- ¿Consideras que los medios de comunicación influyen en la pérdida de los valores en los jóvenes? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No	10.- ¿Consideras que una campaña de concienciación ayudara a fortalecer los valores en tu plantel? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Formato de encuesta a docente

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD ENCUESTA	
Dirigido a: estudiantes de 8vo año de Educación General Básica de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.	
Objetivo: Examinar la influencia de los estereotipos en medios de comunicación en los alumnos y sus valores.	
Instrucciones para contestar de manera correcta las preguntas: seleccione con una (X) la respuesta correcta según su criterio	
1.- ¿Qué medios de comunicación utilizas para consultar temas que te interesen? ☐ TV ☐ Internet ☐ Radio ☐ Periódico ☐ Revistas ☐ Todos por igual ☐ Ninguno	2.- ¿Qué utilidad le das al Internet? ☐ Chatear con amigos ☐ Bajar música, películas o libros ☐ Estudiar ☐ Redes sociales ☐ Subir fotos ☐ Buscar información ☐ Recibir y mandar correos
3.- ¿Cuál es tu red social preferida? ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Otros ☐ Ninguno	4.- ¿Haz notado influencias negativas creadas por las redes sociales? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No
5.- ¿Has oído hablar de los estereotipos? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No	6.- De los siguientes enunciados ¿Cuál consideras que es la definición de estereotipos? ☐ Una idea o imagen aceptada por la sociedad ☐ Una idea o imagen creada por sí mismo ☐ Grupos de clases sociales que crean desigualdad ☐ Acto que realizan para imitar a alguien famoso ☐ Ninguno
7.- ¿Cuál de estos factores consideras que se fortalecen más mediante las redes sociales? ☐ Educación ☐ Vandalismo ☐ Moda ☐ Sexismo ☐ Deporte ☐ Drogadicción	8.- ¿En qué medios de comunicación consideras que discriminan más a jóvenes por su aspecto físico, discapacidad o nivel económico? ☐ Televisión ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Otros ☐ Ninguno
9.- ¿Consideras que los medios de comunicación influyen en la pérdida de los valores en los jóvenes? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No	10.- ¿Consideras que una campaña de concienciación ayudara a fortalecer los valores en tu plantel? ☐ Definitivamente Si ☐ Probablemente Si ☐ Indeciso ☐ Probablemente No ☐ Definitivamente No



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

Formato de entrevista

Objetivo: Identificar de qué manera influyen los estereotipos en los medios de comunicación en la axiología de los jóvenes mediante una investigación de campo y bibliográfica, para el diseño de una campaña de concienciación dirigida a los alumnos de 8vo año de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

1.- ¿Usted como autoridad del plantel como manejaba la problemática de los grupos sociales influyentes en manera negativa hacia los demás alumnos?

2.- ¿Cómo califica usted el comportamiento de los estudiantes en relación a la influencia que tienen los medios de comunicación en el proceso de formación?

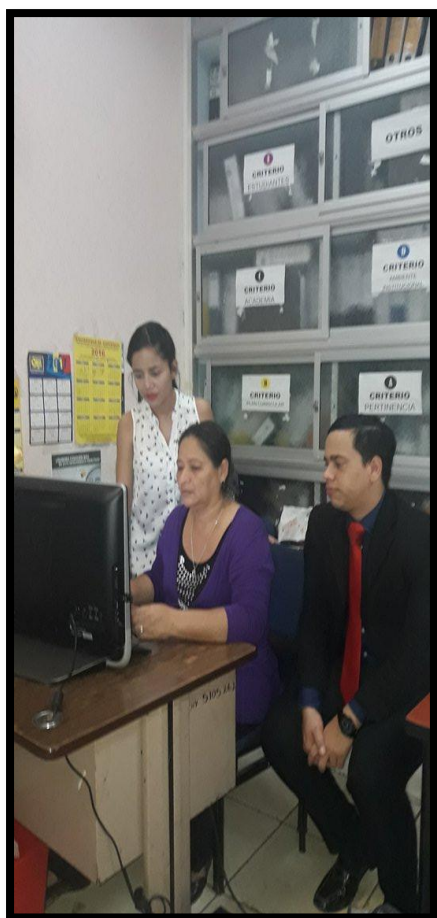
3.- ¿Considera usted que la perdida de los valores en jóvenes sean causados por los contenidos negativos que se transmiten en los diferentes medios de comunicación?

4.- ¿Piensa usted que los padres pueden ayudar a disminuir las malas influencias a las que sus hijos están expuestos por los distintos medios de comunicación y fortalecer la axiología en ellos?

5.- ¿Considera usted que una campaña de concienciación sería útil para fortalecer los valores de los estudiantes de 8vo año?



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**





**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**



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**

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología, Campaña de concienciación.		
AUTORES:	Ingrid Iliana Bustos Córdova. Renato Alejandro Posada Bolek		
TUTOR: REVISOR:	Ing. Olga Marisol Bravo Santos, MSC Lcda. Pilar Huayamave Navarrete, MSC		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Carrera Mercadotecnia y Publicidad		
GRADO OBTENIDO:	Licenciatura en Ciencias de la Educación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	30/ Mayo/ 2018	No. DE PÁGINAS:	212
ÁREAS TEMÁTICAS:	Medio de comunicación		
PALABRAS CLAVES:	Estereotipos, medios de comunicación, valores.		
KEYWORDS:	Stereotypes, media, values.		
RESUMEN (150):			
El trabajo de investigación en base al tema "Los estereotipos de los medios de comunicación en la axiología" resalta como influyen los distintos medios de comunicación en las actitudes y valores de los jóvenes creando estereotipos de vidas erróneos provocando así la pérdida de personalidad y autenticidad. La investigación se llevó a cabo en la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón, tomando como			

referencia a los alumnos y docentes de octavo año de educación básica, teniendo como apoyo los instrumentos de investigación, bibliográficas como de campo aplicando encuestas a los alumnos y docentes del plantel y también entrevistas a las autoridades con ello pudimos constatar que el problema y los jóvenes más vulnerables se encuentran en edades comprendidas de 11 a 14 años de edad. Para lo cual, se consideró de forma positiva la realización de una campaña de concienciación para disminuir actitudes negativas y mejorar el ambiente educativo.

ABSTRACT

The research work based on the theme "The stereotypes of the media in the axiology" highlights how different media influence the attitudes and values of young people creating stereotypes of wrong lives, thus causing the loss of personality and authenticity. The investigation was carried out in the Francisco Huerta Rendón Educational Unit, taking as reference the students and teachers of the eighth grade of basic education, having as support the research instruments, bibliographical as field, applying surveys to the students and teachers of the campus and also interviews with the authorities with this we could verify that the problem and the most vulnerable young people are in ages between 11 and 14 years of age. For which, it was considered positively conducting an awareness campaign to reduce negative attitudes and improve the educational environment.

ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTORES Ingrid Iliana Bustos Córdova Renato Alejandro Posada Bolek	Teléfonos: 0939751884 - 0969219442 - 042289557	E-mail: ingrid23_521@hotmail.es bolek_renato@outlook.es
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Carrera de Mercadotecnia y Publicidad.	
	Teléfono: 04-2692387	
	E-mail: mercadotecnia94@gmail.com	