



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA SERIE NACIONAL “TRES FAMILIAS”  
Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL  
SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTÓN DE SALITRE PERIODO 2018 -  
2019”**

**AUTOR: ELSY ELIZABETH ARREAGA CARPIO**

**TUTOR: MGS. JEFFERSON FLOR MONTECÉ**

GUAYAQUIL, 2018 -2019

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

|                                     |   |                          |    |
|-------------------------------------|---|--------------------------|----|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>          | ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA SERIE NACIONAL TRES FAMILIA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTÓN SALITRE.   |                          |    |
| <b>AUTOR</b>                        | Arreaga Carpio Elsy Elizabeth   |                          |    |
| <b>TUTOR</b>                        | Lcdo. Flor Montecé Jefferson Aurelio MSc.   |                          |    |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>                 | Universidad de Guayaquil  |                          |    |
| <b>FACULTAD:</b>                    | Facultad de Comunicación Social   |                          |    |
| <b>ESPECIALIDAD:</b>                | Comunicación Social   |                          |    |
| <b>GRADO OBTENIDO:</b>              | Licenciatura en Comunicación Social   |                          |    |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>        |   | <b>No. DE PÁGINAS:</b>   | 87 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>             | Comunicación Cultura y Desarrollo Comunitario.  |                          |    |
| <b>PALABRAS CLAVES:</b>             | Comunicación. Estereotipos. Series. Influencia. Comportamiento.   |                          |    |
| <b>RESUMEN:</b>                     | <p>La televisión muestra contenidos que busca persuadir al televidente de forma directa o indirecta, convirtiéndose en ocasiones en un espejo social que muestra realidades que abarcan temas sociales como: droga, bullying, maltrato, desempleo entre otros, pero todo esto de forma humorística que no permiten tener un desarrollo cultural y muchas veces se da un enfoque inadecuado a las estratificaciones de los grupos sociales, los mismos que pueden ser vulnerables y estereotipados. ¿Pero de qué manera puede influir en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte de 15 a 40 años?, ante esta interrogante es importante analizar si los receptores están preparados para observar y asimilar la aparición de estereotipos, personajes que no son reales pero que a la larga hace que se identifiquen o emiten. Ante esto se ha tomado en cuenta los ejes investigativos que muestran la situación pasada y actual del tema de investigación.</p> |                          |    |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                 | <input checked="" type="checkbox"/> SI  | <input type="checkbox"/> |    |
| <b>CONTACTO CON AUTOR:</b>          | <b>Teléfono:</b> 0989213875   | Elsy.arreagac@ug.edu.ec  |    |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b> | <b>Nombre:</b> Lcdo. Flor Montecé Jefferson Aurelio MSc.  |                          |    |
|                                     | <b>Teléfono:</b> 0958978867   |                          |    |
|                                     | <b>E-mail:</b> Jefferson.florm@ug.edu.ec  |                          |    |



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Habiendo sido nombrado MSc. Flor Montecé Jefferson Aurelio , tutor del trabajo de titulación “ ***Análisis del contenido de la serie nacional Tres Familia y su influencia en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre*** ”, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por ***Arreaga Carpio Elsy Elizabeth***, con C.I. No., **0927612176** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL, en la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcdo. Flor Montecé Jefferson Aurelio MSc.  
DOCENTE TUTOR  
C.I. No. 1202968994



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

Guayaquil, febrero 19 de 2019

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR**

Habiendo sido nombrado Lcdo. Luis Miguel Castillo Naranjo, tutor del trabajo de titulación “**Análisis del contenido de la serie nacional Tres Familia y su influencia en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre**”, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Arreaga Carpio Elsy Elizabeth**, con C.I. No., **0927612176** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, en la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcdo. Luis Miguel Castillo Naranjo Mmus.  
DOCENTE TUTOR REVISOR  
C.I.No. 0703500405



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

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

Yo, **Elsy Elizabeth Arreaga Carpio** con C.I. No. 0927612176, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**Análisis del contenido de la serie nacional Tres Familia y su influencia en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre**” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

---

Elsy Elizabeth Arreaga Carpio  
C.I. No., 0927612176

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

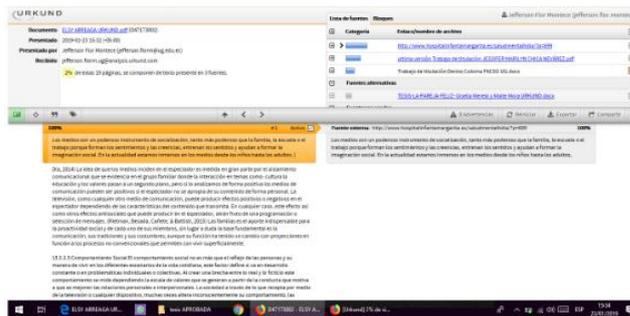


**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

**CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD**

Habiendo sido nombrado, Jefferson Aurelio Flor Montecé tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Elsy Elizabeth Arreaga Carpio, **C.C. 0927612176** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Se informa que el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA SERIE NACIONAL TRES FAMILIA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTÓN SALITRE”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (Urkund) quedando el 2% de coincidencia.



<https://secure.orkund.com/view/46103721-602739-890572>

Lcdo. Flor Montecé Jefferson Aurelio MSc.  
 C.I. 1202968694



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**CERTIFICADO DEL TUTOR**

Guayaquil, enero 25 de 2019

Lcdo. Julio César Armanza  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA SERIE NACIONAL TRES FAMILIA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTÓN SALITRE”** de la estudiante **Elsy Elizabeth Arreaga Carpio**, con C.I.No. 0927612176, indicando ha 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 la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Lcdo. Flor Montecé Jefferson Aurelio MSc.  
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
C.I. 1202968694

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico a:

Dios por brindarme vida, salud e inteligencia

A mi Abuela Lidia Soria por ser ejemplo de constancia y perseverancia

A mi Madre Lucia Carpio por ser la persona por quien día a día me inspire para salir adelante y recompensar todo el apoyo que me ha brindado, con mucho amor.

A mi papá por sus consejos que me han servido de mucho.

A mis hermanos: Armando, Nelson, Herlinda, Antonio y Froilán por estar siempre presentes apoyándome y apostando con certeza, que lograría una más de mis metas.

A mi esposo Ronald Quintana por brindarme su confianza, amor y compartir mis aspiraciones.

A mi hija Alyna Quintana Arreaga quien se ha convertido en mi motor para escalar pasó a paso el futuro.

A mis sobrinos por verme como ejemplo a seguir.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a la Universidad de Guayaquil en especial a la Facultad de Comunicación Social por haber sido la sede del conocimiento donde cada uno de los docentes brindó en sus cátedras su preparación y paciencia en las diferentes asignaturas.

Agradezco a mis amigos y compañeros por las vivencias y los trabajos realizados.

Al Msc. Jefferson Flor mi tutor por la orientación y dedicación a mi trabajo de investigación.

A la Lcda. Mary Arévalo por su apoyo incondicional durante este proceso de titulación.

## Tabla de Contenido

|  |       |
|--|-------|
| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b> .....  | II    |
| <b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....   | III   |
| Guayaquil, febrero 19 de 2019.....   | IV    |
| <b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR</b> .....   | IV    |
| <b>LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL<br/>USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS</b> ..... | V     |
| <b>CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD</b> .....   | VI    |
| <b>CERTIFICADO DEL TUTOR</b> .....   | VII   |
| <b>DEDICATORIA</b> .....   | VIII  |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....  | IX    |
| <b>RESUMEN</b> .....   | XVII  |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | XVIII |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | 1     |
| <b>CAPÍTULO I</b> .....  | 3     |
| <b>EL PROBLEMA</b> .....   | 3     |
| <b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....  | 3     |
| <b>1.2 Formulación y Sistematización del Problema</b> .....  | 4     |
| 1.2.1 Formulación del Problema .....   | 4     |
| 1.2.2 Sistematización del Problema.....  | 4     |
| <b>1.3 Objetivos de la Investigación</b> .....   | 4     |
| 1.3.1 Objetivo General.....  | 4     |
| 1.3.2 Objetivos Específicos.....   | 4     |
| <b>1.4 Justificación del Problema</b> .....  | 5     |
| <b>1.5 Delimitación del Problema</b> .....   | 5     |
| <b>1.6 Hipótesis</b> .....   | 6     |
| <b>1.7 Declaración de Variables</b> .....  | 6     |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.7.1 Variable independiente .....                         | 6         |
| 1.7.2 Variable dependiente .....                           | 6         |
| <b>1.8. Definición de la Variables .....</b>               | <b>6</b>  |
| <b>CAPÍTULO II .....</b>                                   | <b>8</b>  |
| <b>2. Marco teórico .....</b>                              | <b>8</b>  |
| <b>2.1. Antecedentes de la Investigación .....</b>         | <b>8</b>  |
| <b>2.2.1. Comunicación .....</b>                           | <b>9</b>  |
| <b>2.2.2 Comunicación Visual .....</b>                     | <b>10</b> |
| <b>2.2.3 Comunicación de Masas .....</b>                   | <b>12</b> |
| <b>2.2.4 Influencia Televisiva .....</b>                   | <b>13</b> |
| <b>2.2.5 Comportamiento Social .....</b>                   | <b>15</b> |
| <b>2.2.6 Estereotipos .....</b>                            | <b>18</b> |
| <b>2.2.7 Estrato Social .....</b>                          | <b>19</b> |
| <b>2.3 Marco contextual .....</b>                          | <b>21</b> |
| <b>2.4 Marco Conceptual .....</b>                          | <b>22</b> |
| Reglamento General A La Ley Orgánica De Comunicación ..... | 23        |
| LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN .....                         | 24        |
| <b>CAPÍTULO III .....</b>                                  | <b>26</b> |
| <b>3. Marco Metodológico .....</b>                         | <b>26</b> |
| 3.1 Diseño de la Investigación .....                       | 26        |
| <b>3.2 Tipos de Investigación .....</b>                    | <b>26</b> |
| 3.2.1 Investigación cualitativa .....                      | 26        |
| 3.2.2 Investigación cuantitativa .....                     | 26        |
| <b>3.3 Método de Investigación .....</b>                   | <b>26</b> |
| 3.3.1 Método Inductivo .....                               | 26        |
| 3.3.2 Método Deductivo .....                               | 27        |
| <b>3.4 Software que se utilizaron .....</b>                | <b>27</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3.5 Técnicas e Instrumento de Investigación .....</b>                  | <b>27</b> |
| 3.5.1 Entrevista.....   | 27        |
| 3.5.2 Encuesta.....   | 28        |
| <b>3.6 Población y Muestra .....</b>                                      | <b>28</b> |
| 3.6.1 Población .....   | 28        |
| 3.6.2 Muestra.....  | 28        |
| 3.6.3 Muestreo Aleatorio Simple.....                                      | 28        |
| 3.6.2 Formula de Calculo Muestral .....                                   | 29        |
| <b>3.7 Operacionalización de las Variables .....</b>                      | <b>30</b> |
| <b>3.8 Análisis de los Resultados de los Instrumentos Aplicados .....</b> | <b>30</b> |
| <b>3.9 Análisis de las Encuestas.....</b>                                 | <b>31</b> |
| <b>3.10 Entrevistas a Especialistas .....</b>                             | <b>42</b> |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>   | <b>47</b> |
| <b>4. Propuesta.....</b>  | <b>47</b> |
| 4.1 Introducción .....  | 47        |
| 4.2 Descripción de la Propuesta.....                                      | 48        |
| 4.3 Justificación de la Propuesta .....                                   | 48        |
| 4.4 Datos Informativos.....   | 48        |
| 4.5 Objetivo General.....   | 49        |
| 4.6 Objetivo Especifico .....   | 49        |
| <b>4.7 Responsables .....</b>   | <b>49</b> |
| <b>Tabla #13.....</b>   | <b>49</b> |
| 4.8 Contenido de la Propuesta .....                                       | 50        |
| 4.9 Diseño de la propuesta .....  | 51        |
| 4.10 Recursos Material.....   | 52        |
| 4.11 Recursos de apoyo.....   | 52        |
| 4.12 Presupuesto.....   | 53        |

|   |    |
|---|----|
| <b>4.13 Financiamiento</b> .....        | 54 |
| <b>Conclusión</b> .....                 | 55 |
| <b>Recomendaciones</b> .....            | 56 |
| <b>Referencias bibliográficas</b> ..... | 57 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....               | 57 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla#1. Cuadro de Operación de las variables..... | 30 |
| Tabla#2. Edad de la Población.....                 | 31 |
| Tabla#3. Pregunta#1.....                           | 32 |
| Tabla#4. Pregunta#2.....                           | 33 |
| Tabla#5. Pregunta#3.....                           | 34 |
| Tabla#6. Pregunta#4.....                           | 35 |
| Tabla#7. Pregunta#5.....                           | 36 |
| Tabla#8. Pregunta#6.....                           | 39 |
| Tabla#9. Pregunta#7.....                           | 38 |
| Tabla#10. Pregunta#8.....                          | 39 |
| Tabla#11. Pregunta#9.....                          | 40 |
| Tabla#12. Pregunta#10.....                         | 41 |
| Tabla#13. Responsables.....                        | 49 |
| Tabla#14. Contenido de la propuesta.....           | 50 |
| Tabla#15. Diseño de la propuesta.....              | 51 |
| Tabla#16. Recursos.....                            | 52 |
| Tabla#17. Apoyo.....                               | 52 |
| Tabla#18. Presupuesto.....                         | 53 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura#1. Google Maps Ubicación del Sector Buena Suerte.....   | 6  |
| Figura#2. Diseño de la comunicación visual .....   | 11 |
| Figura#3. El Papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea.....  | 12 |
| Figura#4. Influencia de los medios de comunicación de masas en la sociedad contemporánea.....  | 13 |
| Figura#5. Como influye la televisión en nuestro estilo de vida.....  | 14 |
| Figura#6. La realidad televisiva como modelo social una propuesta didáctica.....   | 16 |
| Figura#7. Influyen las series televisivas en los adolescentes.....   | 16 |
| Figura#8. Estereotipos sociales.....   | 17 |
| Figura#9. Edad de la población.....  | 31 |
| Figura#10. Pregunta#1. ¿Con qué frecuencia usted ve la serie “TRES FAMILIA”?.....  | 32 |
| Figura#11. Pregunta#2. ¿Considera usted que el lenguaje utilizado en la serie es?.....   | 33 |
| Figura#12. Pregunta#3. ¿Cuál cree usted que es el tipo de contenido empleado en la serie?.....   | 34 |
| Figura#13. Pregunta#4. ¿De qué forma influye la serie “TRES FAMILIA” en los moradores del sector Buena Suerte del Cantón Salitre?..... | 35 |
| Figura#14. Pregunta#5. ¿Cree que la serie “TRES FAMILIA” contribuye al desarrollo social y cultural del país?.....                     | 36 |

|   |    |
|---|----|
| Figura#15. Preguntas#6. Señale, según el contenido de la serie “TRES FAMILIA”<br>¿Cuáles son los estereotipos que crean en la sociedad? .....       | 37 |
| Figura#16. Pregunta#7. ¿Cuál de estos rangos de edades considera que es<br>persuadido con facilidad a través de lo que transmiten en la serie?..... | 38 |
| Figura#17. Pregunta#8¿Considera usted que la producción nacional fomenta a<br>través de sus programaciones historias reales del Ecuador?.....       | 39 |
| Figura#18. Pregunta#9. ¿Cómo considera usted el contenido de la serie TRES<br>FAMILIA?.....   | 40 |
| Figura#19. Pregunta#10. ¿De las producciones de Ecuavisa para usted cual es<br>la que tiene mejor calidad de contenido y vocabulario?.....          | 41 |



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA SERIE NACIONAL “TRES FAMILIAS” Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTÓN DE SALITRE PERIODO 2018 -2019”**

**AUTOR: ELSY ELIZABETH ARREAGA CARPIO**

**TUTOR: MGS. JEFFERSON FLOR MONTECÉ**

**RESUMEN**

La televisión muestra contenidos que busca persuadir al televidente de forma directa o indirecta, convirtiéndose en ocasiones en un espejo social que muestra realidades que abarcan temas sociales como: droga, bullying, maltrato, desempleo, entre otros; pero toda esta variedad de tópicos, lo tratan de forma humorística lo que no permite tener un desarrollo cultural, en muchas ocasiones se da un enfoque inadecuado a las estratificaciones de los grupos sociales, generando estereotipos mal infundidos. ¿Pero de qué manera puede influir en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte?, ante esta interrogante es importante analizar si los receptores están preparados para observar y asimilar la aparición de estereotipos, personajes que no son reales pero que a la larga pueden crear algún tipo de influencia en ellos. Ante esto se ha tomado en cuenta los ejes investigativos que muestran la situación pasada y actual del tema de investigación.

**Palabras claves:** Comunicación, Estereotipos, Series, Influencia, Comportamiento.

# ABSTRACT

KEYWORDS:

## INTRODUCCIÓN

Uno de los medios con mayor influencia es la televisión, y no existe hora, día, ni tiempo en que se pueda dejar de verla. En la actualidad las actividades cotidianas son basadas en torno a estar apartado acaparando la mayor parte del tiempo familiar.

Las series televisivas crean una brecha entre la realidad y la ficción donde se busca vender estereotipos sociales que ante la falta de cultura y de personalidad puede crear efectos colaterales que bloquean el desarrollo personal y profesional de los televidentes.

Este trabajo busca concienciar sobre el manejo del contenido de los programas que buscan comparar la forma de vida de las personas de clase alta, media y baja las cuales están expuestas ante todo tipo de televidentes.

En la exposición del capítulo I, es decir en planteamiento del problema, se abarca al contenido televisivo y su efecto en base al comportamiento y la comunicación del receptor y la familiarización que el encuentra con los personajes además se analizan a los estereotipos encontrados en la serie televisiva tres familia. Siendo como objetivo general analizar el impacto comunicacional de la serie tres familia y su efecto en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre.

A continuación se identificara la influencia mediante la hipótesis y las variables, y luego partiendo desde los antecedentes que sin lugar a duda muestran detalladamente los cambios, procesos y nuevas propuestas televisivas, dentro del capítulo II, el análisis de los ejes investigativos contribuyen sustentándolo con teorías otros estudios e investigaciones para el problema en

estudio seguido del capítulo III, conllevando al resultado de las encuestas y de las entrevistas a especialistas que muestran las reales del problema en estudio, de esta manera en el capítulo IV, proponiendo diseñar e implementar un folleto que aborde temas de interés y aportación comunicacional donde se informe y se evidencie hasta qué punto las series televisivas nos hacen televidentes, activos o pasivos con identidad propia o ajena.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante los últimos 10 años, las series televisivas han logrado posesionarse a nivel mundial, y en el caso de nuestro país las producciones han pasado por procesos que buscan persuadir al televidente para que se identifique con algún personaje o situación que evidencie la realidad y el nivel socioeconómico al que creen pertenecer, dando la pauta para que se manejen modismos, léxicos mal empleados y sobre todo, en ocasiones, se adquieran comportamientos basados en una historia que no es 100% real. Sin lugar a dudas las series televisivas se han convertido en el espejo de las realidades sociales, fusionando lo cómico con los acontecimientos cotidianos, buscando concienciar al receptor ante los temas conflictivos y de acoso como el bullying, la infidelidad, el desempleo, el divorcio y el maltrato de manera humorística.

Ante estas propuestas televisivas, se busca analizar las estrategias que abordan la serie “Tres Familia” y su efecto en el comportamiento de los habitantes del sector Buena suerte ante la estratificación que persuade directa o indirectamente a los grupos sociales antes mencionados, y que a su vez muestran las soluciones a las que deberían recurrir las familias que se identifican con el contenido televisivo. Esta serie “TRES FAMILIA”, es transmitida por el canal Ecuavisa, desde las 20:00pm hasta 21:00pm en el horario nocturno, está lleva 4 temporadas al aire y sigue girando en torno a las Tres Familias de clase media, alta y baja, que a través de sus comportamientos, has creado una gran incidencia en sus televidentes.

## **1.2 Formulación y Sistematización del Problema**

### **1.2.1 Formulación del Problema**

¿De qué manera influye la Serie “TRES FAMILIA” en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del cantón Salitre?

### **1.2.2 Sistematización del Problema**

- ¿Qué estudios teóricos son los idóneos para el análisis comunicacional de las series televisivas humorísticas y su influencia en los televidentes?
- ¿Qué herramientas de mediciones metodológicas y técnicas se ajusta para el análisis del comportamiento de los televidentes ante los contenidos de la serie “Tres Familia”?
- ¿Qué se debe tomar en cuenta al momento de elaborar un material de difusión comunicacional (en físico), para los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre en el 2018?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar el impacto comunicacional de la Serie “TRES FAMILIA” y su efecto en el comportamiento de los habitantes del sector Buena Suerte del cantón Salitre.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la influencia de la Serie “TRES FAMILIA” en los moradores del sector Buena Suerte del cantón Salitre.

- Comprobar el tipo de jerga que contiene la Serie “TRES FAMILIA”
- Elaborar un material físico que aborde temas culturales, de costumbres e identidad para los moradores del Sector Buena Suerte del Cantón Salitre.

## 1.4 Justificación del Problema

Esta investigación tiene como objetivo principal, analizar el impacto comunicológico que tiene la serie “TRES FAMILIA”, ante la aparición de los estereotipos que se promueven en la transmisión, y de esta manera conocer cuál es la visión que tienen los habitantes acerca de su contenido.

La Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el 2013, ha permitido que la televisión nacional cambie su formato con novelas o series que se centran en modelos populares que rescaten y aporten al desarrollo social individual y colectivo. Es por esta razón que es necesario conocer hasta qué punto el contenido de la serie puede ser beneficioso o perjudicial para el sector medio – bajo que consume en su mayoría esta clase de producto humorístico.

## 1.5 Delimitación del Problema



**Figura #1**

**Fuente:** Google Maps, ubicación sector Buena Suerte–Salitre.

**Elaborado:** Elsy Arreaga Carpio

El presente trabajo de investigación selecciono como población a los habitantes del sector Buena Suerte del cantón salitre provincia del Guayas, este trabajo tiene como objetivo analizar el impacto comunicológico de la Serie “TRES FAMILIA” y su incidencia en los habitantes en el período 2018.

## **1.6 Hipótesis**

EL contenido de la serie TRES FAMILIA incide en los procesos comunicacionales y en el comportamiento de cada uno de los integrantes de las familias de la comunidad Buena Suerte.

## **1.7 Declaración de Variables**

### **1.7.1 Variable independiente**

Contenido de la serie “TRES FAMILIA”

### **1.7.2 Variable dependiente**

Influencia Televisiva

Comportamiento del consumidor televisivo

## **1.8. Definición de la Variables**

### **➤ Contenido de las Series Televisivas**

Ante el consumo masivo de las diferentes serie televisivas, sean estas de contenido dramático o cómico, es importante medir su aportación desde el punto semiótico ante la posible persuasión en el comportamiento del consumidor.

➤ **Influencia Televisiva**

La televisión como medio de comunicación en la actualidad influye en las actividades que se desarrollan dentro del hogar, convirtiéndose en una prioridad ante la convivencia familiar. Esta posee diversos contenidos que reflejan casos de bulín, drogas, infidelidades, desempleo entre otras razón por la cual puede llegar a convertirse en un canal influyente o eficaz.

➤ **Comportamiento del consumidor televisivo**

La audiencia televisiva de los diferentes sectores o estratificaciones sociales, en ocasiones se apropian de las historias presentadas en los formatos televisivos, esto va desde su forma de hablar de vestir y de actuar, cambiando sus hábitos ante la aparición de nuevos modelos sociales que miden la aceptación de la historia ajustándola o comparándola con las actividades cotidianas de los televidentes, entre 15 a 40 años.

## CAPÍTULO II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

En la década de los 50 en E.E.U.U., inicio una travesía con la serie I love Lucy (yo amo a Lucy), misma que era transmitida durante 60 minutos por cadenas de TV reconocidas, aunque en la misma época existían otros programas esta propuesta fue la más vista de aquella época, sin duda esta sería una brecha para iniciar propuestas de entretenimiento.

Al final de los años 70 ya se comenzaron a emitir series con contenidos sociales pero sin dejar la parte humorística, como fue el caso de Mary Little More, donde se exponen la realidad de una mujer divorciada que pese a las dificultades mostraba positivismo y busca soluciones en cada capítulo.

En el caso de nuestro país durante la década de los 80, se mostraban puestas en escenas humorísticas que pasaban del teatro a la televisión, aunque estas al principio no tenían mayor aceptación con el tiempo lograron ser parte indispensable de las diferentes parrillas televisivas.

En la actualidad la situación es otra , existen producciones nacionales que han logrado posesionar su contenido durante algunas temporadas, es el caso de la Serie “Tres familia” que se ha transmitido desde el 2014 , donde se observaba la realidad de tres familias de forma estratificada , lo que permitió con un poco de humor enganchar a los televidentes que por algún motivo se sienten identificados o simplemente desean desligarse de alguna otra programación que los estrese o los llenes de preocupación.

Aunque la producción en general de la serie antes mencionada es buena, el análisis de ésta, es evidenciar en que si estamos preparados o no para observar contenidos que no muestren el cambio cultural, educacional y económico que han tenido los ecuatorianos en los últimos años, los mismo que avencen son ridiculizados y estereotipados por quienes no son conscientes que al comparar estos personajes ficticios que buscan entretener, con personas reales puede causar discusión, discriminación o de exclusión.

### **2.2.1. Comunicación**

La comunicación es una ciencia que ha permitido a lo largo de la historia intercambiar ideas, pensamientos, informaciones entre dos o más grupos de personas, esto se puede dar por el proceso de retroalimentación, donde el mensaje que se trasmite con otro individuo llega por medio de códigos lingüísticos y es entendido de forma directa permitiendo que exista una respuesta.

En la actualidad, la palabra comunicación ha tomado un nuevo rumbo de cambios sociales dentro de la sociedad. La comunicación es transmitir información a una o más personas e interpretar el mensaje con un solo fin el de conseguir una respuesta o un resultado. Sin embargo, sin la comunicación no se formarían grupos sociales y organizaciones. Por lo tanto, las personas interactúan en el entorno que les rodea (Vivanco, 2018)

Para optimizar cualquier proceso comunicativo este debe estar ajustado a conectores sociales que permitan seguir mejorando las relaciones personales e interpersonales, puesto que a lo largo de la historia el ser humano se ha adaptado a códigos lingüísticos que sin duda nos diferencian de las demás especies, como se lo enfatiza en el artículo *“Los Axiomas de la Comunicación Humana en Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson y su relación con la Terapia familiar Sistémica”*.

La comunicación verbal puede ser vista como la posibilidad de hacernos una idea al respecto del otro, haciendo de nuestro accionar un proceso de reacción o complemento a esta conversación y relación. (Arago, Adrina, & Benavides, 2015, pág. 42)

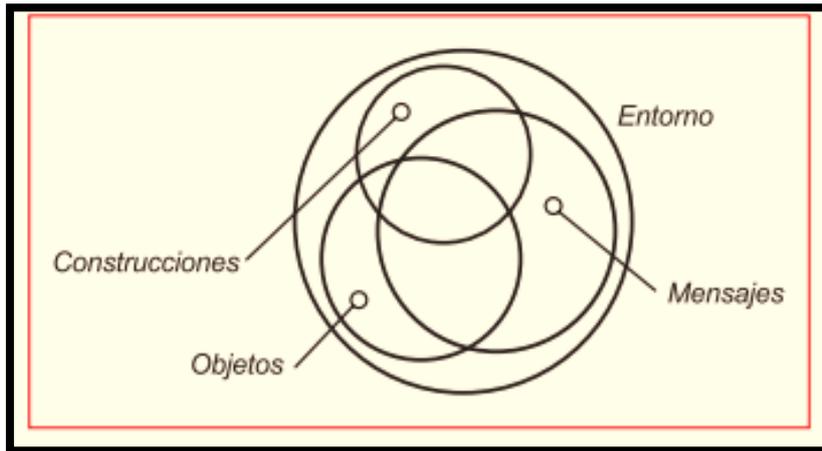
El comunicador a través del ejercicio profesional, debe educar a la sociedad, informar con veracidad, impartiendo temas que ayuden a rescatar la cultura de un pueblo, fomentando el desarrollo social a través de los medios de comunicación, los mismos que si no son bien utilizados pueden generar controversias debido al alcance que estos tienen.

La comunicación llega a ser soporte de la cultura, pero no arranca con ella. Y con la evolución humana, sirve de manifestación de los valores, pero no se hizo para ellos. Por eso digo que la naturaleza de la comunicación se encuentra en la posibilidad de que por su mediación se produzcan tales cambios. (Manuel & Gumucio, 2011, pág. 7)

La comunicación engloba temas sociales, culturales, económicos y políticos que están inmersos en las actividades cotidianas de las personas, estos campos son amplios y requieren ser tratados de forma exhaustiva, permitiendo exponer la información de manera comprensiva y posteriormente tratada para todo tipo de grupo social.

### **2.2.2 Comunicación Visual**

Como en toda actividad la construcción de mensajes que abordan el conocimiento y las ideas originadas en la comunicación directa o indirecta percibida mediante los elementos visuales que usan procesos que giran en torno a la semiótica que son extraídos por los canales de la estética y la semántica.



**Figura # 2** Diseño de comunicación Visual: El nuevo paradigma (COSTA, 2014, pág. 6)

A medida que va cambiando la sociedad y junto a ella el crecimiento de la tecnología, las imágenes poseen un cargo importante en cuanto a la transmisión de los mensajes; actualmente los seres humanos utilizan símbolos, expresiones faciales, signos entre otros recursos comunicacionales para crear formas de interacción social.

Comunicación, un elemento que puede representar las diferentes sociedades que se encuentran en el mundo. Vivimos y hemos vivido en eras en las que la comunicación ha adquirido siempre un papel muy importante, porque casi todas las actividades tienen como base este proceso particular que desde la formación de grupos humanos se ha ido desarrollando. (Cambria, 2016, pág. 1)

La comunicación es el vínculo que une al ser humano con la imagen, es decir todo gráfico visual expresa una sensación o mensaje que se comprende a través de lo captado por medio de los sentidos, y este a su vez se comparte entre otras personas, es decir todo el conjunto de señales o formas de expresión que se producen a través de los medios, que recurren a la persuasión al momento de la proyección de imágenes, hoy en día, son de vital importancia para comprender un mensaje sin necesidad de utilizar el habla, con un icono ahora se comprende con rapidez.



**Figura # 3** El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea Española (Begoña, María, & ICamino, 2010, pág. 3)

La comunicación visual es una de las formas de comunicar que se utilizan y se explotan en la actualidad, estas van desde las señales de tránsito hasta las carteleras que sin contener texto se puede comprender el mensaje de acuerdo a la percepción de las personas, y es que todo a nuestro alrededor está expuesto de tal manera que no se requiere muchas veces saber leer.

### **2.2.3 Comunicación de Masas**

Si bien es cierto, que el avance tecnológico en diferentes países no es uniforme, la mayor parte del mundo está abrazada por diferentes medios de comunicación: los periódicos, la radio, la televisión, el internet. La parte media-baja de la población escuchan la radio, y los más pudientes tienen acceso a todos de los medios.

Cada vez que un individuo escucha un mensaje que forma parte de un discurso, que a su vez ha sido estructurado en un contexto específico en el que intervienen fuerzas políticas, económicas y sociales múltiples y cambiantes, tiene la posibilidad de interpretar de acuerdo con sus creencias, su experiencia, los códigos y sistemas que ha aprendido y una cantidad de elementos que resultan tan extensos como complejos. (Santos, 2019)

La comunicación de masas actualmente se centra en la inmediatez de la información que brinda la tecnología y la evolución que emerge en el colectivo social; sin embargo esta forma de comunicación no siempre ha estado a la mano, sino que la mayor parte de la población ha tenido que recurrir a los medios tradicionales limitándose y consumiendo información esporádica o tradicional.

En definitiva, si queremos que las teorías de la comunicación y la información se aproximen a la vida, tal como es vivida por los seres humanos, no puede sino partir de un objeto de estudio muy general en el que es fundamental encontrar los lazos entre los diferentes tipos de comunicación. (Alsina, 2017)

Los medios de comunicación siempre han sido el vínculo que tienen las personas con la realidad, pero estos a su vez son un instrumento que afecta en ciertos casos a las masa, con los contenidos que lo único que hacen es de persuadir a la sociedad de forma negativa.



**Figura #4** La influencia de los medios de comunicación de masas en las sociedades contemporáneas. (Nandu de, 2018)

## 2.2.4 Influencia Televisiva

La discusión sobre si la teleserie puede o no ser considerada producto cultural parece ser un tema amplio y de puntos de vistas diferentes: sin embargo el lucro y los beneficios que gira en torno a esta hace que en ocasiones se mida la audiencia y no si es perjudicial para los televidentes.



**Figura # 5** ¿Cómo influye la televisión en nuestro estilo de vida?  
(Javier, 2018)

A medida que los medios de comunicación van modernizándose estos influyen en el tiempo y el desarrollo de las actividades físicas y comunicacionales de las familias. La sociedad moderna actúa entorno a las programaciones que suelen ser favoritas por su contenido o su parecido con el día a día y sus situaciones reales. Es un hábito de interacción pasiva que incide en el núcleo familiar.

Los medios son un poderoso instrumento de socialización, tanto más poderoso que la familia, la escuela o el trabajo porque forman los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. En la actualidad estamos inmersos en los medios desde los niños hasta los adultos. (Día, 2014)

La idea de que los medios inciden en el espectador es medida en gran parte por el aislamiento comunicacional que se evidencia en el grupo familiar donde la interacción en temas como: cultura la educación y los valores pasan a un segundo plano, pero si lo analizamos de forma positiva los medios de

comunicación pueden ser positivos si el espectador no se apropia de su contenido de forma personal.

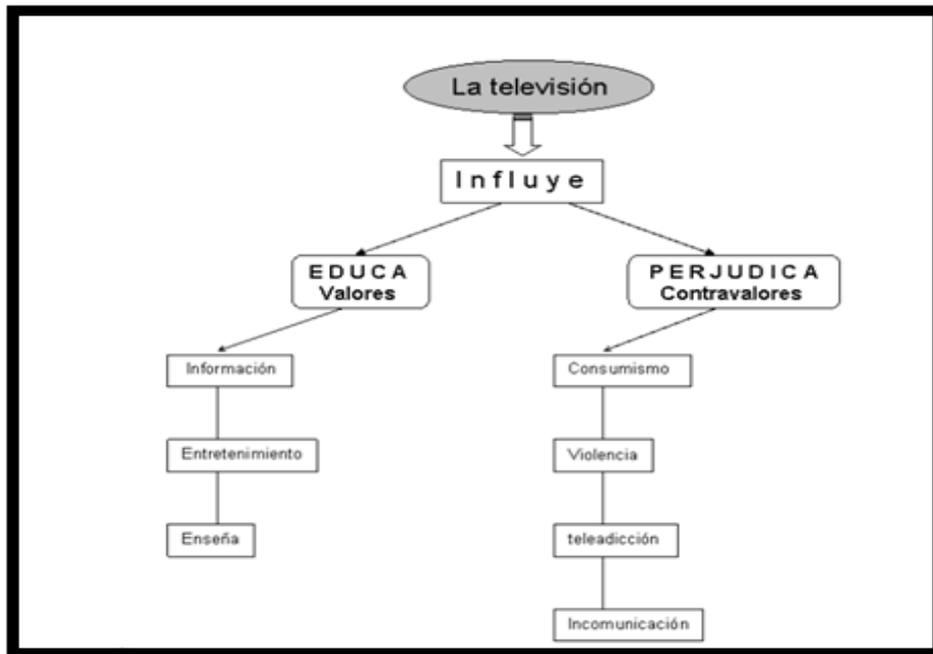
La televisión, como cualquier otro medio de comunicación, puede producir efectos positivos o negativos en el espectador dependiendo de las características del contenido que transmita. En cualquier caso, este efecto así como otros efectos antisociales que puede producir en el espectador, serán fruto de una programación o selección de mensajes. (Rietman, Besada, Cañete, & Battisti, 2015)

Las familias es el aporte indispensable para la proactividad social y de cada uno de sus miembros, sin lugar a duda la base fundamental es la comunicación, sus tradiciones y sus costumbres; aunque su función ha tenido un cambio con proyecciones en función a los procesos no convencionales que permiten con vivir superficialmente.

### **2.2.5 Comportamiento Social**

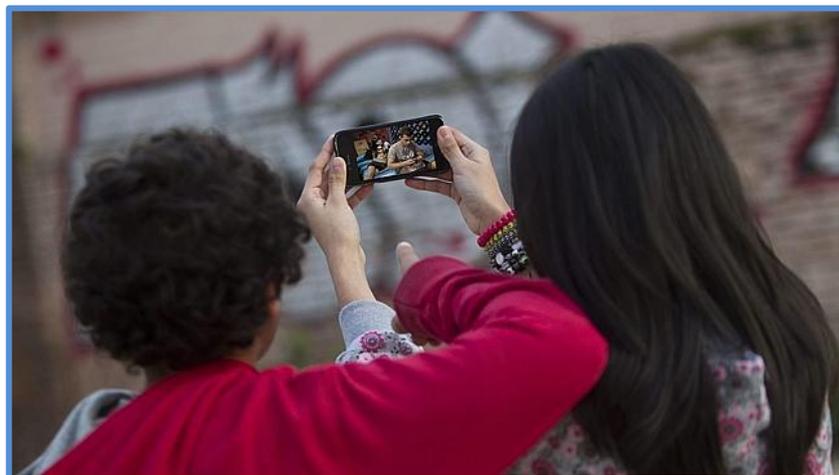
El comportamiento social no es más que el reflejo de las personas y su manera de vivir en los diferentes escenarios de la vida cotidiana, este factor define si va en desarrollo constante o en problemáticas individuales o colectivas.

Al crear una brecha entre lo real y lo ficticio este comportamiento se mide dependiendo la escala de valores que se generan a partir de la conducta que motiva a que se mejoren las relaciones personales e interpersonales.



**Figura 6:** La realidad Televisiva como modelo Social una propuesta didáctica (Casado, 2005)

La sociedad a través de lo que recepta por medio de la televisión o cualquier dispositivo, muchas veces altera inconscientemente su comportamiento, las grandes producciones utilizan la cultura que tiene un grupo determinado para enganchar a la audiencia de forma inmediata.



**Figura 7:** ¿Influyen las series de TV en los adolescentes?

(Fominaya, 2012)

El cambio cultural ante la propuesta televisiva que implica forma de vestir dialecto y modismos que son muy comunes al momento de interactuar haciendo de esto una tendencia que se va crecentando paulatinamente en el comportamiento, no solo familiar sino también social y laboral.

El acceso a mayor cantidad de dispositivos ha modificado el hábito de sentarse en familia a mirar televisión y una cantidad importante de televidentes ve programas de televisión a solas frente a su propia pantalla. No obstante, en esta acción tienden a dejar de manifiesto las diferencias que están arraigadas en los roles asociados a hombres y mujeres. (Alarcón, 2017)

En la actualidad es muy común observar a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores viendo videos, series en vivo o el resumen de su programa preferido, haciendo de su entorno una burbuja que se define como una barrera comunicacional.

Se puede ver que son escasas las personas que entablan una conversación sobre temas familiares o sociales. Caminar, viajar realizar actividades de ocio son actividades que están disminuyendo ante la permanencia que se tiene a la hora de ver la televisión o manejar los dispositivos móviles.



**Figura 8:** Estereotipos Sociales (Alejandro, 2019)

## 2.2.6 Estereotipos

En las series de TV. se puede analizar los alcances culturales y sociales propios o ajenos al país que se emite, estas se promocionan en ocasiones bajo estereotipos influyentes que crean personajes que son modelos a seguir, sea por su vestimenta o comportamiento.

Un mecanismo cognitivo de adaptación consiste en seleccionar los datos y proceder a catalogarlos para formar grupos de significados que permitan entender la realidad cambiante y, por tanto, reaccionar rápidamente por el poco tiempo disponible ante tanta demanda sensorial. (Robleto, 2015, pág. 1)

La caracterización de estereotipos se crea junto a el proceso social en los que se envuelve el ser humano, a medida de su movilización y de los instrumentos que tiene la sociedad como: medios de comunicación y actualmente la tecnología. Los estereotipos son creaciones de los medios y sus programaciones en desmedida presentación de hombres o mujeres con atributos perfectos.

Aún persisten elementos discriminatorios anclados en estereotipos clásicos de hombres y mujeres, entre los que destacan los relacionados con la construcción de los personajes y con los vínculos que se establecen entre ellos. Son los personajes, precisamente, los que consiguen una mayor identificación con el espectador, y los que logran fidelizar la audiencia. (Reche, 2015)

A medida que las creencias de la sociedad se fundamentan en bases de estereotipos que nacen desde la concepción de costumbres diferentes como la moda, la utilización de personas con cuerpos esculturales dentro de la televisión, esto hace que la sociedad retenga estas imágenes de manera propia y la adopte sin dudar, aunque también existen figuras televisivas que influyen en el comportamiento de manera positiva.

El Estereotipo produce una generalización de las cualidades o defectos de una persona que se extiende hacia todas las que muestran coincidencias comunes, o incluso puede ser que se asigne una cualidad o defecto a un grupo del que no se tiene ningún contacto o información. En este caso, los medios de comunicación tienen una gran incidencia como principales formadores de opinión en la sociedad. (Alvarado, 2019, pág. 1)

Los estereotipos en su mayoría se crean en base a los contenidos que los televidentes comparan con respecto al estado actual de sus vidas, es muy fácil creerse un Genaro, una suegra que le pega a todo mundo con la chancleta e incluso creer ser el participante más sexi o problemático de un Reality shows, convirtiendo a los personajes figuras a seguir.

“Así que, con estas bases de realidad, recomendadas por los grandes guionistas para crear una historia real partimos hacia un análisis en el que tenemos en cuenta, por un lado, el mundo real, por otro, el mundo ficticio y en una tercera instancia el mundo lúdico” (García, 2010, pág. 1).

Las Producciones en general venden estereotipos desde diferentes puntos de vista, ya sea en productos audiovisuales que permiten a los espectadores de una u otra manera adoptar comportamientos o características en distintas situaciones, por otro parte logran persuadir mediante los programas familiares ya que estos tienen un papel importante que agrupa frente a la televisión a cada uno de sus miembros y los alejan del desarrollo progresivo, por ende la sociedad carecen de educación cultural.

### **2.2.7 Estrato Social**

Una forma de agrupar a los sectores sociales es la estratificación, esta ha permitido conocer las características y forma de vivir de las personas de nivel bajo, medio o alto, por lo cual existen contenidos visuales dirigido para cada target, tomando en cuenta la estructura, el contenido y el proceso de la programación.

El 83,3% de la población de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala se encuentra actualmente en el estrato socio económico medio. A esa conclusión llegó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), luego de realizar una encuesta de los niveles de estratificación en 9 744 hogares de esas cinco ciudades del país. (El Comercio , 2011)

Las estratificaciones sociales en nuestro país y el mundo son un tema de discusión y exposición de diferentes puntos de vistas. En torno a este tema se puede enfatizar que este sirve como un indicador que determina que puede ser tomado en cuenta a la hora de llevar a las pantallas un determinado contenido serial direccionado al estilo de vida que mencionan casos específicos de la forma de vida, trabajo y educarse de estos grupos.

Yendo por tanto más allá de los guiones o las experiencias más alejadas de la realidad que a menudo han caracterizado los géneros de ficción. No obstante, aunque el propio término de lo sugiera, esa realidad televisiva termina siendo una construcción espectacularizada de lo real. (Baladrón & Losada, 2012)

Las propuestas televisivas que muestran circunstancias dramáticas, humorísticas y emotivas son asimiladas por la clase social media baja, quien pasa más tiempo en casa y tiene opciones limitadas y fijas al momento de sentarse a ver la televisión.

En general, el contenido y los personajes resultan determinantes a la hora de seguir asiduamente un programa de ficción, o al menos con una cierta regularidad, aunque la elección de algunos participantes de los «focusgroup» está condicionada por el contexto de la recepción”. (Lacalle, 2012, pág. 4).

El contexto de cotidianidad con los personajes en ocasiones durante el tiempo de su programación; sin embargo esta material en otros casos se posesionan a tal punto de llegar a ser comparativo, es decir si perteneces a un sector rural ya eres identificado con el personaje.

Entendido como pequeñas o grandes productoras audiovisuales, son aquellas empresas dedicadas a ofrecer servicios de preproducción,

producción y postproducción de spots publicitarios, videos institucionales, cine, programas de televisión o cualquier otro tipo de material audiovisual. (Ortiz, Macas, & Coronel, 2013, pág. 5)

## **2.3 Marco contextual**

La comunicación a lo largo de la historia ha sido fundamental tanto para las creaciones de novelas, filmes y series que toman acontecimientos sociales para que ser transmitidos en la televisión y llegue de manera directa el mensaje.

En Ecuador se han implementado formatos en los productos televisivos ante la publicación de Ley Orgánica de Comunicación, lo cual ha permitido que producciones nacionales como novelas o series tengan un espacio, y a su vez sus contenidos sean supervisados y regulados.

Sin embargo, estas producciones en ocasiones indistintamente de ser públicos o privados, persuaden al televidente a adoptar estereotipos que a través de su proyección en base a temas sociales, culturales y de estratificaciones, causan un efecto positivo o negativo.

En los años 50 la televisión marco de manera significativa en la explotación de programas audiovisuales a nivel latinoamericano por lo cual buscaban entrar al mercado de cualquier manera, creando historias presentadas al colectivo social para dar a conocer historias basadas en la literatura que apuntaban al romanticismo y otras a los grandes problemas que causaban las guerras.

En 1986 la serie Mis adorables entenados transmitida por Ecuavisa contribuyo a el desarrollo de las producciones futuras, aunque la serie mostraba situaciones ecuatorianas basadas en las costumbres sociales de la época, esta

permitió que otras series como “Tres Familia”, rescaten el contexto real de las vivencias cotidianas.

Aunque en Mis Adorables entenados se puede observar el caso de una sola familia que muestra sus necesidades y el apoyo mutuo para salir de los problemas sin perder su esencia cultural, en la serie Tres Familia se evidencian las clases sociales y las dificultades que tiene sus personajes ante situaciones que en ocasiones no son totalmente reales.

Al no tener una personalidad formada, los contenidos televisivos pueden persuadir al televidente a adoptar un comportamiento que puede ser permanente o transitorio.

## **2.4 Marco Conceptual**

**Comunicación:** es la ciencia que permite intercambiar ideas o pensamientos con dos o más personas permitiéndose que se dé el proceso de retroalimentación.

**Retroalimentación:** Es un sistema por el cual pasa la información transmitida de una persona a otra, esta permite que sea entendida y respondida con facilidad.

**Comunicación directa:** es la comunicación que se realiza cara a cara con otra persona, utilizando el mismo lenguaje y contexto.

**Percepción:** es la manera de cómo una persona interpreta la información a través de sus sentidos, y como esta a su vez es entendida.

**Jergas:** es una modalidad del lenguaje, donde es comprendida por un mismo grupo social.

**Estereotipos:** son un conjunto de ideas o creencias, que un grupo social es persuadido porque ellos lo aplican en su diario vivir.

**Comportamiento social:** es el actuar de las personas dentro de una comunidad o sociedad, es decir la forma de relacionarse con un colectivo humano.

**Novelas:** son obras literarias creadas para brindar sentimientos en los espectadores, las historias y escenarios se desenvuelven en la ficción o en acciones fingidas.

## **2.5 Marco Legal**

### **Reglamento General A La Ley Orgánica De Comunicación**

#### **Capítulo VI**

(Producción Nacional) Art. 72.- Espacios para la difusión de producción audiovisual nacional.- A efectos de implementar los espacios para la difusión progresiva de producción audiovisual nacional y nacional independiente, establecida en el Art. 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, se seguirán los siguientes parámetros:

- 1.** El porcentaje total de la producción nacional que se difundirá en los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, será mínimo del 60% de la programación diaria de la franja familiar o apta para todo público, que va de 06:00 a 18:00 horas.
- 2.** Son imputables al porcentaje establecido para la difusión de producción nacional, los productos audiovisuales realizados por productores nacionales independientes.

**3.** El porcentaje total de la producción nacional independiente que se difundirá en los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, será del 10% de la programación diaria difundida en las tres franjas horarias establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 77.- Medida administrativa.- Para todos los casos en los que se comentan infracciones a la Ley Orgánica de Comunicación y este reglamento que no tengan expresamente definida una medida administrativa que la sanciones, la Superintendencia de la Información y Comunicación aplicará la medida administrativa que se establezca en el último párrafo del Art. 29 de la Ley Orgánica de Comunicación para cualquier conducta que restrinjan ilegalmente la libertad de información, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a las que pudiera haber lugar.

## **LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN**

### **TITULO II Principios y derechos**

#### **CAPITULO 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;

c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

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

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

c. Evitar la representación positiva o 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,

## **CAPÍTULO III**

### **3. Marco Metodológico**

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

Este presente trabajo de investigación está estructurado en el diseño cualitativo y cuantitativo, el mismo que permitirá a través de los resultados obtenidos en las encuestas y las entrevistas los datos idóneos para sustentar la información.

#### **3.2 Tipos de Investigación**

##### **3.2.1 Investigación cualitativa**

Este tipo de investigación permite describir las características, causas y efectos mediante la observación y los diferentes puntos de vista extraídos de la población y el aporte del análisis no cuantificable.

##### **3.2.2 Investigación cuantitativa**

La medición en cuanto a este tipo de investigación facilita obtener los resultados mediante las encuestas, evidenciando la asertividad de la hipótesis y su parecido con la realidad en estudio.

#### **3.3 Método de Investigación**

##### **3.3.1 Método Inductivo**

El método inductivo es uno de los más usados en las diferentes investigaciones, por medio de este se pueden adquirir los resultados deseados

a partir de premisas de forma particular. Su principal característica es analizar la situación mediante la observación y la conclusión real del tema en estudio.

### **3.3.2 Método Deductivo**

El método deductivo tiene como finalidad extraer conclusiones de forma coherente, de manera directa e inmediata usando bases y reglas ya establecidas desde lo general a lo particular.

### **3.4 Software que se utilizaron**

Este proceso de investigación ha tomado en cuenta los recursos tecnológicos que han permitido evidenciar la comprensión y las necesidades principales para organizar la información:

- Microsoft Word 2010
- Microsoft PowerPoint 2010

### **3.5 Técnicas e Instrumento de Investigación**

Para organizar la recopilación de datos en este proceso investigativo se recurrieron a las técnicas de fácil manejo y comprensión en cada etapa, para optimizar los resultados en base a la comparación de los diferentes puntos de vista de los especialistas y las características reales del problema en estudio.

- Entrevista
- Encuesta

#### **3.5.1 Entrevista**

Esta técnica permite mediante un dialogo obtener información directa y de importancia de una o varias personas entendida en la materia de estudio. Esta

parte es indispensable para lograr el objetivo deseado y conocer la relevancia y trascendencia de lo investigado.

### **3.5.2 Encuesta**

Es una técnica que permite recopilar información, evidenciando los diferentes o igual puntos de vista, a través de preguntas direccionadas a un grupo de personas para indagar sobre información que permita facilitar el trabajo de investigación.

## **3.6 Población y Muestra**

### **3.6.1 Población**

La población a investigar es aproximadamente 379 personas, en el sector Buena Suerte, cantidad de habitantes proporcionada por el INEC.

### **3.6.2 Muestra**

El rango de edades escogida como muestra, es desde 15 hasta 40 años, dejando como punto de partida la cantidad de 191 personas para la recopilación.

### **3.6.3 Muestreo Aleatorio Simple**

Con la muestra aleatoria simple se puede obtener información y mostrar con rapidez y exactitud los resultados de la población y definir las características principales de la misma.

### 3.6.2 Formula de Calculo Muestral

|  |
|--|
| <p><b>N=</b> Población</p> <p><b>n=</b> Muestra</p> <p><b>z=</b> Nivel de confianza</p> <p><b>p=</b> Probabilidad</p> <p><b>q=</b> No probabilidad</p> <p><b>e=</b> Error</p> <p><b>n= ?</b></p> |
| <p>n= 379</p> <p>N= 191</p> <p>Z= 1.96<sup>2</sup></p> <p>p= 0.5</p> <p>q= 0.5</p> <p>E= 0.05<sup>2</sup></p>  |

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 379}{(379 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 378}{0.945 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{365.0312}{0.945 + 0.9604} = \frac{363.0312}{1.9054}$$

**n = 191**

### 3.7 Operacionalización de las Variables

| Variable                            | Dimensiones                                   | Indicadores                     |
|-------------------------------------|---|---------------------------------|
| Contenido de las Series Televisivas | Percepción de la serie                        | Grados de percepción            |
| Influencia Televisiva               | Modismos<br>Comportamientos<br>Concienciación | Tipos de léxicos<br>Esteretipos |
| Influencia en el comportamiento     | Tratos sociales<br>Tratos familiares          | Estratificaciones               |

**Tabla # 1** Las Variables  
**Elaborada por:** Elizabeth Arreaga

### 3.8 Análisis de los Resultados de los Instrumentos Aplicados

En los siguientes ítems, se evidenciarán los resultados cuantitativo y cualitativo del trabajo de investigación.

### 3.9 Análisis de las Encuestas

**“Análisis del contenido de la serie “tres familias” y su influencia en el comportamiento de los habitantes del sector buena suerte del cantón de salitre periodo 2017 -2018”**

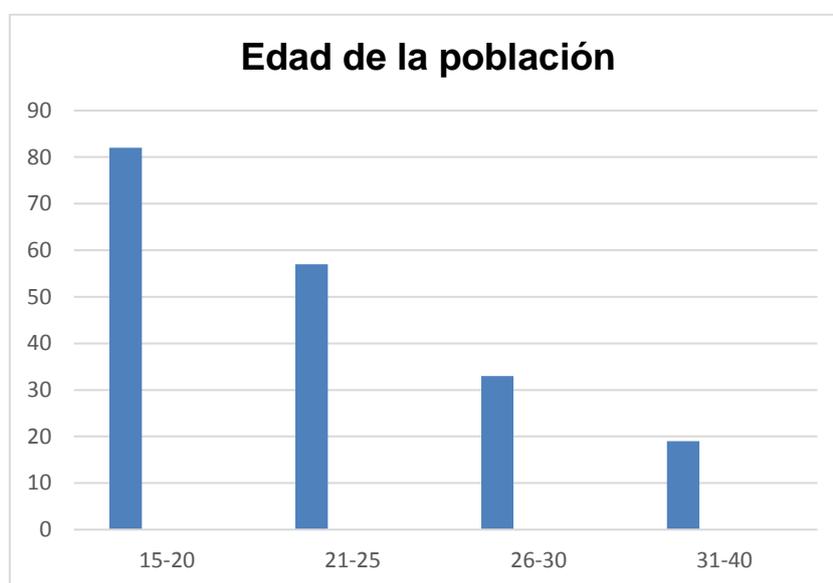
**Tabla # 2**

| Edad de la Población |     |
|----------------------|-----|
| 15-20                | 82  |
| 21-25                | 57  |
| 26-30                | 33  |
| 31-40                | 19  |
| Total                | 191 |

**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

**Figura # 9**



**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

**Análisis:** De las personas encuestadas el 82% es de 15 a 20 años, seguido del 57% que es de 21 a 25 años el 33% es de 26 a 30 mientras que el 19% es de 31 a 40 años.

1 ¿Con qué frecuencia usted ve la serie “TRES FAMILIA”?

Tabla # 3

| ALTERNATIVAS              | AUDIENCIA  | %           |
|---------------------------|------------|-------------|
| Todos los días            | 114        | 60%         |
| Tres veces a la semana    | 36         | 19%         |
| Una vez a la semana       | 23         | 12%         |
| Ninguna de las anteriores | 18         | 9%          |
| <b>Total</b>              | <b>191</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura # 10



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 60% todos los días; el 19% tres veces a la semana; el 12% una vez a la semana y un 9% ninguna de las anteriores.

2 ¿Considera usted que el lenguaje utilizado en la serie es?

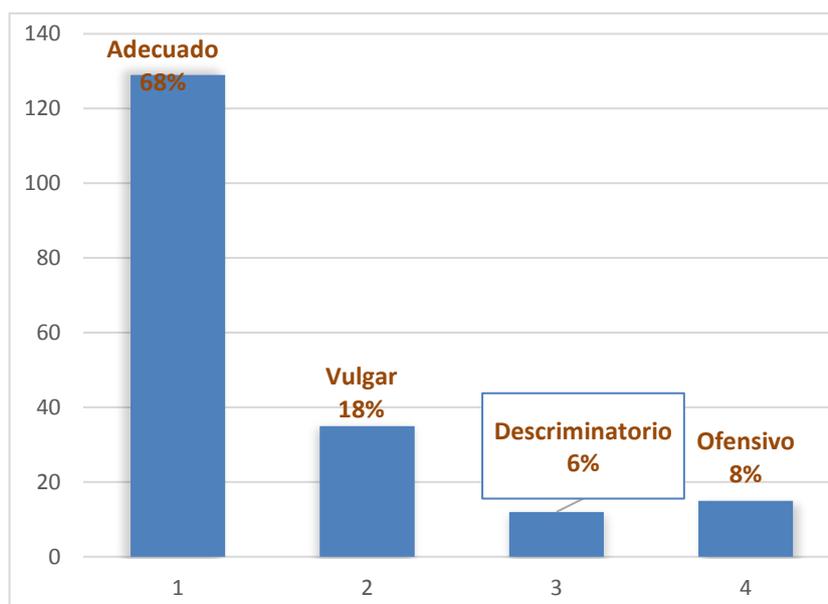
Tabla# 4

| ALTERNATIVAS    | AUDIENCIA | %    |
|-----------------|-----------|------|
| Adecuado        | 129       | 68%  |
| Vulgar          | 35        | 18%  |
| Discriminatorio | 12        | 6%   |
| Ofensivo        | 15        | 8%   |
| Total           | 191       | 100% |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura #11



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 68% adecuado; un 18% vulgar; el 6% discriminatorio; y un 8% ofensivo.

3 ¿Cuál cree usted que es el tipo de contenido empleado en la serie?

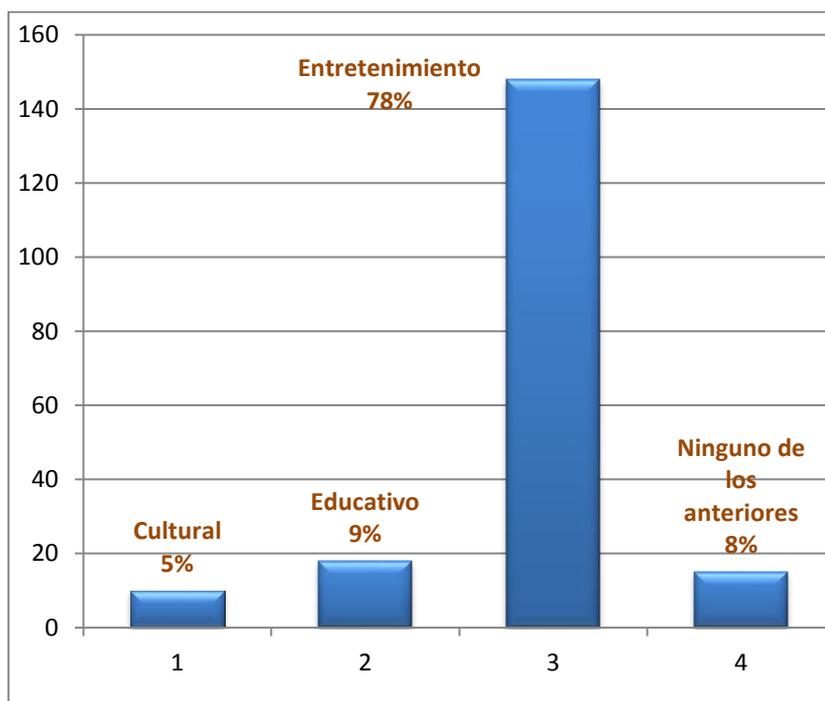
Tabla # 5

| ALTERNATIVAS              | AUDIENCIA | %    |
|---------------------------|-----------|------|
| Cultural                  | 10        | 5%   |
| Educativo                 | 18        | 9%   |
| Entretenimiento           | 148       | 78%  |
| Ninguno de los anteriores | 15        | 8%   |
| Total                     | 191       | 100% |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura #12



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron el 5% cultural un 9% educativo: el 78% entretenimiento: y un 8% ninguno de los anteriores.

4 ¿De qué forma influye la serie “TRES FAMILIA” en los moradores del sector Buena Suerte del Cantón Salitre?

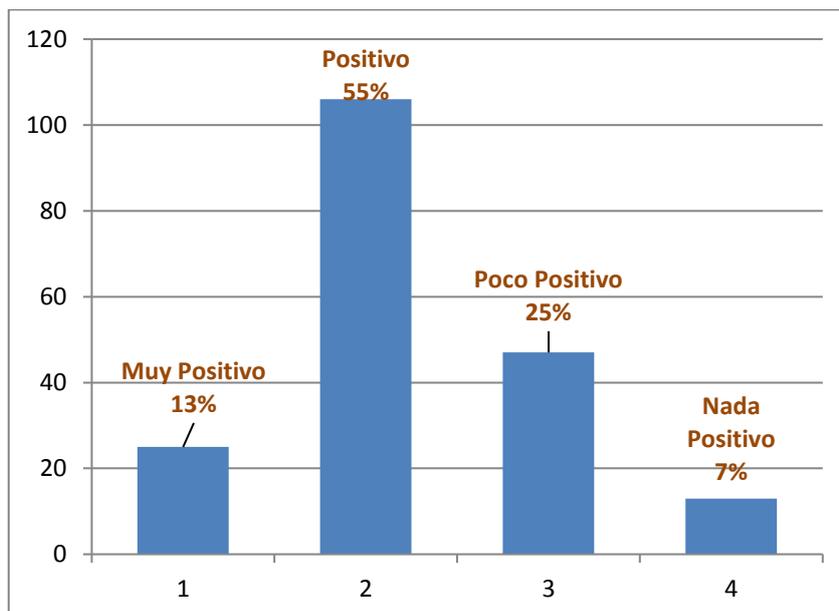
Tabla # 6

| ALTERNATIVAS  | AUDIENCIA | %    |
|---------------|-----------|------|
| Muy positivo  | 25        | 13%  |
| Positivo      | 106       | 55%  |
| Poco positivo | 47        | 25%  |
| Nada positivo | 13        | 7%   |
| Total         | 191       | 100% |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura #13



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron el 13% muy positivo: un 55% positivo: el 25% poco positivo: y otro 7% nada positivo.

5 ¿Cree que la serie “TRES FAMILIA” contribuye al desarrollo social y cultural del país?

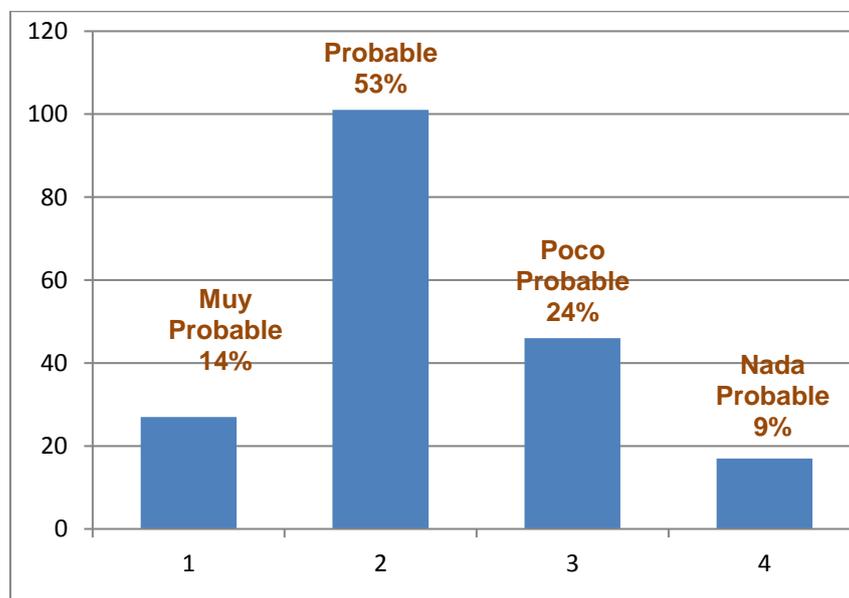
Tabla # 7

| ALTERNATIVAS  | AUDIENCIA  | %           |
|---------------|------------|-------------|
| Muy probable  | 27         | 14%         |
| Probable      | 101        | 53%         |
| Poco probable | 46         | 24%         |
| Nada probable | 17         | 9%          |
| <b>Total</b>  | <b>191</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura # 14



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron el 14% muy probable: un 53% probable: el 24% poco probable: y otro 9% nada probable.

6.- Señale, según el contenido de la serie “TRES FAMILIA” ¿Cuáles son los estereotipos que crean en la sociedad?

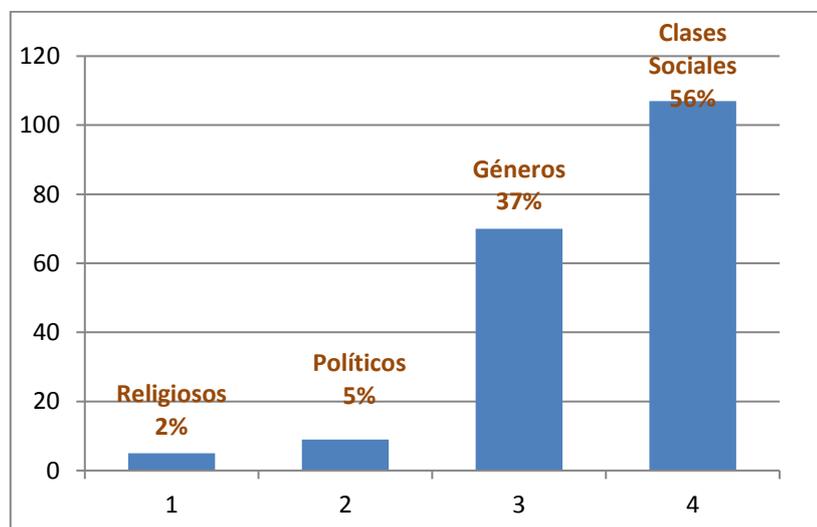
Tabla # 8

| ALTERNATIVAS    | AUDIENCIA  | %           |
|-----------------|------------|-------------|
| Religiosos      | 5          | 2%          |
| Políticos       | 9          | 5%          |
| Géneros         | 70         | 37%         |
| Clases sociales | 107        | 56%         |
| <b>Total</b>    | <b>191</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura # 15



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Análisis: Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 2% religioso: un 5% político: el 37% géneros: y el 56% clases sociales.

7.- ¿Cuál de estos rangos de edades considera que es persuadido con facilidad a través de lo que transmiten en la serie?

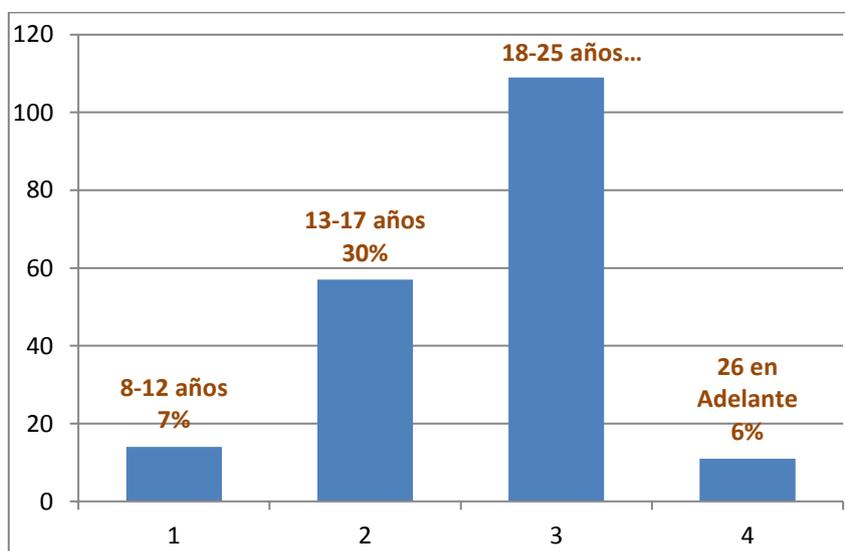
Tabla # 9

| ALTERNATIVAS   | AUDIENCIA | %    |
|----------------|-----------|------|
| 8 – 12 años    | 14        | 7%   |
| 13 – 17 años   | 57        | 30%  |
| 18 – 25 años   | 109       | 57%  |
| 26 en adelante | 11        | 6%   |
| <b>Total</b>   |           | 100% |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura # 16



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 7% son persuadidos de 8-12: el 30% de 13 a 17 años: y un 57% de 18 a 25 años: y el 6% de 26 años en adelante.

**8.-¿Considera usted que la producción nacional fomenta a través de sus programaciones historias reales del Ecuador?**

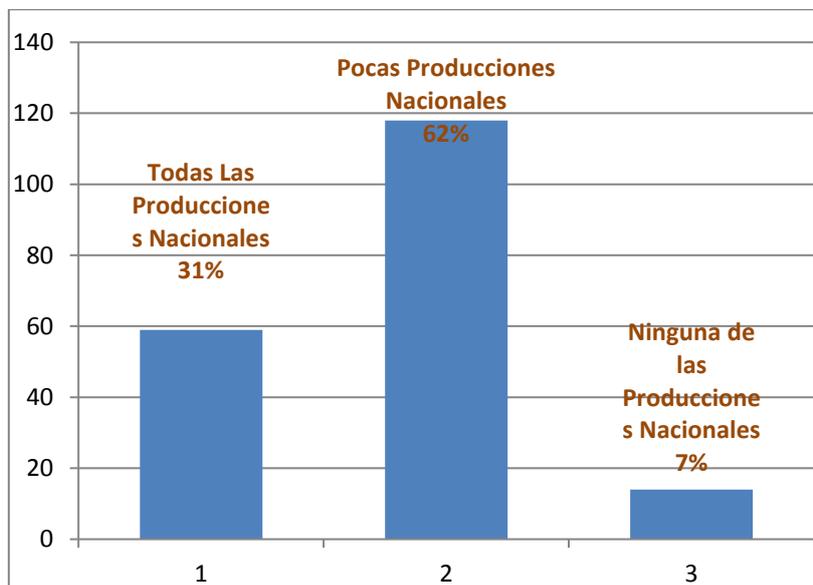
**Tabla #10**

| ALTERNATIVAS                           | AUDIENCIA  | %           |
|--|------------|-------------|
| Todas las producciones nacionales      | 59         | 31%         |
| Pocas producciones nacionales          | 118        | 62%         |
| Ninguna de las producciones nacionales | 14         | 7%          |
| <b>Total</b>                           | <b>191</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

**Figura # 17**



**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

Análisis: Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 31% dicen que todas las producciones nacionales: el 62% menciona que pocas producciones nacionales: y un 7% dice que ninguna de las producciones nacionales.

9.-¿Considera usted que el contenido de la serie TRES FAMILIA ayuda en la comunicación familiar y en el desarrollo social?

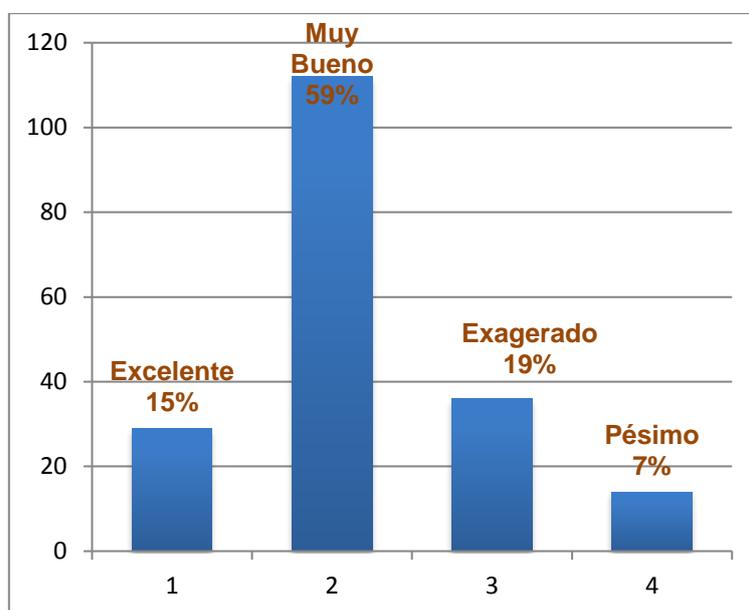
**Tabla #11**

| ALTERNATIVAS | AUDIENCIA | %   |
|--------------|-----------|-----|
| Mucho        | 29        | 15% |
| Poco         | 112       | 59% |
| Nada         | 36        | 19% |
| Ninguna      | 14        | 7%  |
| Total        | 191       |     |

**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

**Figura # 18**



**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

**Fuente:** Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 15% excelente: el 59% muy bueno: un 19% exagerado: y el 7% pésimo.

10.-¿De las producciones de Ecuavisa para usted cual es la que tiene mejor calidad de contenido y vocabulario?

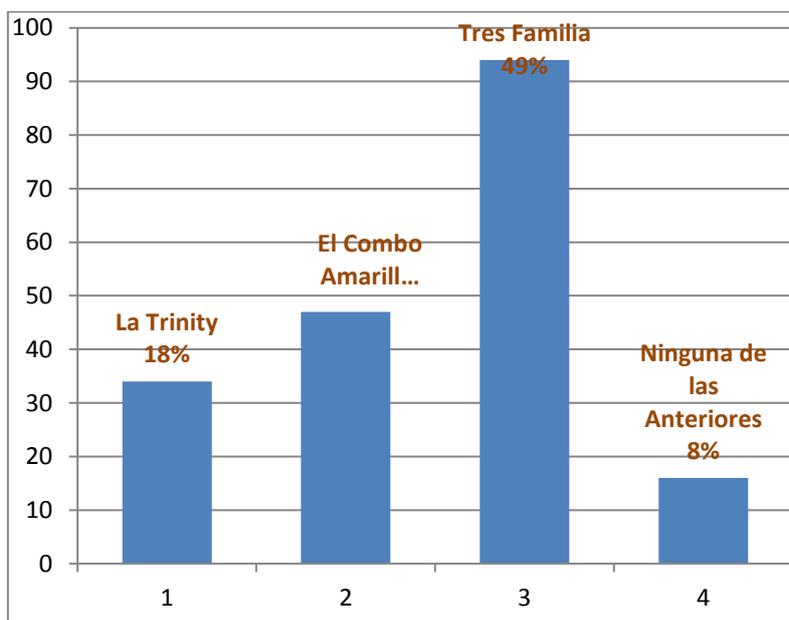
Tabla # 12

| ALTERNATIVAS              | AUDIENCIA | %    |
|---------------------------|-----------|------|
| La Trinity                | 34        | 18%  |
| El Combo Amarillo         | 47        | 25%  |
| Tres Familias             | 94        | 49%  |
| Ninguna de las anteriores | 16        | 8%   |
|                           | 191       | 100% |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

Figura # 19



Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

Fuente: Encuestas a Moradores

**Análisis:** Los habitantes del sector Buena Suerte respondieron un 18% la Trinity: el 25% el combo amarillo: un 49% Tres familias: y el 8% ninguno de las anteriores.

### 3.10 Entrevistas a Especialistas

**Lenin Santiago Molina**  
**MSc. En Cine Documental**  
**Lcdo. En Comunicación Social**

#### **Qué opina sobre las producciones Nacionales como Series, Humorísticas, Películas y cortometrajes?**

Hay una gran diferencia entre películas, cortometrajes y series humorísticas los formatos en los que se trabaja son muy distintos, la televisión está pensada con el objetivo muy clara de obtener audiencia de hacerla comercial de hacerla vendible las películas y los cortometrajes no tienen ese afán de hacerse éxitos ni nada de ese tipo de cosas, **la tele serie** es un mundo aparte de lo que tiene que ver con el cine y con un trabajo audiovisual más coherente, lo importante es saber que la tele serie, las películas y los cortometrajes, son dos mundos distintos la películas y el cortometraje es una versión artística.

#### **Cuál es la Visión de la Teleserie?**

La visión de la teleserie es una cuestión únicamente vendible y de entretenimiento para la gente ,recuerda que la televisión es una caja que no tiene sentido que lo único que brindan es basura y más basura, en cambio una película si te genera una reflexión tiene otro sentido, entonces frente a eso el cine nacional ha tenido un montón de logros, con películas muy bien elaboradas; el problema de lo que veo en tu tesis es que las teleseries si dejan mucho que desear las teleseries ecuatorianas son pensadas para entenderlas nosotros, es decir las teleseries cualquiera de las que he visto son historias solo localistas que solo nosotros la podríamos entender , no son exportable eso implica que no tiene la calidad , dentro de las cosas que he visto los temas de los que hablan los chicos siento que son series muy per juiciosas muy, racistas muy xenofóbicas es un problema muy grande porque se identifica.

Una vez me contaban que había una serie que tenía un súper mercado que era atendido solo por personas de raza negra y el jefe ere mestizo, ese ya es un gran problema entorno a los estereotipos que tiene este tipo de cosas, si la serie sigue recriminando al gay a la lesbiana no nos permite avanzar como

sociedad pero claramente no te olvides que es una teleserie no tiene mucho sentido intelectuales una cuestión armada con inteligencia únicamente para venderse y generar rating.

### **¿Aportan estas producciones, en especial la Serie Tres Familia al desarrollo Socio Cultural?**

Este tipo de cosa no genera nada para mí no de ninguna manera hace poquito esta un éxito esa novela Sharon un dio la vi y sabe que para mí dentro de la cuestión técnica lo que es cámara está bien, al igual que el sonido se escuche perfectamente en eso si no hay ningún problema, pero lo que falta es contenido y se nota esa mala actuación eso sumado a la falta de trabajo en guion, esa falta de un humor inteligente de hacer guiones inteligentes y contar historias universales se nota porque ninguna de estas teleseries es exportables en cambio mira cómo es Colombia y México ellos piensan las series como un mundo como una cuestión más universal nosotros no tenemos ese canse.

### **¿Como cree usted que deberían tratarse los temas sociales específicamente de estratificaciones en las series televisivas?**

Antes de cualquier serie que tome los temas sociales creo que tiene que haber una investigación súper rigurosa para no caer en errores de pensar que porque es un barrio alejado o porque es un barrio periférico hay drogas hay negros solo problemas por uno cuando va con ese prejuicio haber te lo explico mejor , te lo explico mejor nosotros vivimos en la ciudad hay gente que vive en la periferia nosotros vivimos de una forma y ellos vive de otra por la cuestión de los servicios, las inseguridades y ese tipo de cosas pero si nosotros creemos que tendríamos como que la verdad de cómo debe de vivir una sociedad hay ya hay un problema entonces creo que antes de realizar cualquier serie se necesita investigar con especialista en sociología en filosofía algún educador que permita comprender que es lo que está pasando que esa información de investigación

previa a quien haga el guion diga ya en este lugar pasa esto, mi guion debe de estar realizado de esta forma para evitar estos mismos perjuicios.

### **¿Entonces que se necesita para mejorar los contenidos?**

Para mi es necesario que se realice una investigación muy bien elaborada con todos los paradigmas con todas las teorías para quien haga una serie diga ya aquí pasa esto pero no voy a cometer el error en este guion ,si una tele serie cualquiera que venga genera que dejemos de pensar de que todo los negros son malos o todo los gay son malos o todas la lesbianas son malas ya ahí aportaría porque nos permitiría avanzar como sociedad y que se convierta en un reto hoy le decía a los chicos un reto de inteligencia es la capacidad de comprender sin juzgar y estas series juzgan mucho a la mujer a el negro al chiquito al blanco al gordo constante mente están juzgando y eso la gente que lo ve no.

### **¿Los Contenidos audiovisuales hasta qué punto pueden influir en el comportamiento de las personas de 15 a 40 años?**

No es que influya más bien incide en cierto punto, pero no es que veo una novela y me voy a vestir así me da hasta vergüenza generan ciertos modelos y de ahí que la gente los tome o no es cuestión aparte porque imagínate alguien va a ver una película huy que vacan como mato yo también quiero matar quiero hacer lo mismo, mentira no pasa ya es una cuestión de cómo relacionamos a el personaje ,recuerda que el personaje no existe es una creación para ese momento en este tipo de cosas es importante pensar la vestimenta la vestimenta bien o mal habla de cómo es la persona es decir yo puedo ir al centro comercial en pantaloneta pero pese a eso que buscar una camiseta unos zapatos que combinen para que la sociedad me normalice, pero es distinto si voy mal vestido

,en teoría de lo que me dices tú esta serie ejemplificaría de cómo es el guayaco, esta estratificación debe ser mejorada porque están cayendo en muchos prejuicios yo no es que por ser pobre mi camino es delincuente o drogas o alcohol uno se debe de dar oportunidades por que mira en las series si a la gente humilde se la vuelve a hundir no tendrá ganas de superarse la teleserie es una burla y esto complica a la gente de clase baja.

**Gretta Córdova Aragundi**  
**Lcda. En Comunicación Visual y Diseño Gráfico**  
**Lcda. En Ciencias de la Comunicación Social**  
**MSc. en Ciencias Internacionales y Diplomacia**

### **Qué opina sobre las producciones Nacionales como Series, Humorísticas, ¿Películas y cortometrajes?**

Las producciones nacionales han luchado por ganar espacio entre las producciones extranjeras. Y en mi opinión este es el caso de Tres familias, una telenovela transmitida por el canal Ecuavisa durante los horarios nocturnos de mayor audiencia, la novela ha llegado al público con gran impacto. En una opinión personal este trabajo audiovisual cumple con entretener a sus espectadores, con un lenguaje coloquial y humorístico hace que un grupo de la población logre sentirse cómodo. Sus historias fragmentadas relatan la vida de familias de diferentes estratos sociales y tratan de hacerlo con su mayor característica; el humor.

### **¿Aportan estas producciones, en especial la Serie Tres Familia al desarrollo Socio Cultural?**

Desde mi perspectiva no aportan al desarrollo sociocultural, si hablamos específicamente de esta novela que sólo busca y logra el entretenimiento; proyecta o intenta proyectar la realidad de los diferentes grupos económicos de

una comunidad pero no funciona como fuente de desarrollo cultural para la sociedad.

**¿Como cree usted que deberían tratarse los temas sociales específicamente de estratificaciones en las series televisivas?**

Esta serie logra transmitir con humor algunas situaciones cotidianas. Quizá existe una sobreactuación de los personajes que le aporta el toque dramático a cada familia, creo que se debe equilibrar estos detalles para que sea graciosa y real al mismo tiempo. Pienso que es probable que cierta forma de hablar de los personajes ofenda a las clases representadas por el mismo y se genere una discrepancia más que eso no creo que tenga un efecto negativo en el desarrollo personal o profesional.

# CAPÍTULO IV

## 4. Propuesta

Mediante un material informativo (Folleto) sustentado con temas, sociales culturales y de identidad para los habitantes del sector Buena Suerte del Cantón Salitre. Se busca que a través de proyecciones y charlas, mostrar la incidencia de las series televisivas y su influencia en el comportamiento interno y externo de los miembros de las familias.

### 4.1 Introducción

Las convivencias, los paseos, las costumbres y el reunirse en familia son actividades esenciales para mantener una comunicación activa. En la actualidad estas rutinas ya no son totalmente ejecutadas de forma activa sino pasiva, es decir de vez en cuando, todo esto debido al consumo televisivo que hace más interesante pasar una, dos o hasta tres horas viendo contenidos propios y ajenos a nuestra realidad.

Es por esta razón que ante la necesidad de rescatar la comunicación, la convivencia y sobretodo concienciar sobre la persuasión que tienen las series televisivas ante el comportamiento y la identidad de los miembros de las familias, proponer un material informativo sobre temas que aborden hasta dónde es prudente apropiarse de los personajes y que tanto se comparan o se igualan a ellos.

Ante esta problemática es importante indagar que tanto contribuye al crecimiento sociocultural y la exposición de las supuestas formas de vidas en base a las estratificaciones sociales.

## **4.2 Descripción de la Propuesta**

El material informativo (folleto) denominado “Identidad Propia e Identidad Ajena” contiene 3 temas principales estos se dividen en 2 subtemas cada uno con un tés de medición y un taller, direccionado a cada grupo familiar con la guía del capacitador, dentro de esta propuesta también se toma en cuenta las dinámicas y la entrega del material.

## **4.3 Justificación de la Propuesta**

Ante la necesidad de buscar un equilibrio entre el consumo televisivo y la convivencia familiar, es importante proponer materiales de información comparativos, decir retomar el antecedente de las actividades cotidianas de hace 10 años, las aspiración profesional, y la comunicación familiar para saber que tanto se ha progresado o que tanto se han desaparecido. Implementar dentro del material físico un tés que permita evidenciar el estado actual de las familias ante el consumo de las series televisivas y saber de qué forma influyen en el comportamiento ante la exposición de propuestas humorísticas que muchas veces ridiculizan a las personas de la clase social media -baja; sin embargo también recalcar que en las dos últimas temporadas de la serie en estudio ya se ha tomado en cuenta tratar temas sociales con la seriedad del caso.

## **4.4 Datos Informativos**

**Nombre:** Televisión - Televidentes, Identidad Propia e Identidad Ajena.

**Eslogan:** Receptor o Imitador

**Medio de distribución:** Físico

**Distribución:** En las Instalaciones de la Unidad Educativa: Medardo Ángel Silva

## 4.5 Objetivo General

Diseñar e implementar un material informativo (folleto) para las familias, que puedan sociabilizarse de manera comprensiva y a su vez aporte a la comunicación y al desarrollo sociocultural colectivo.

## 4.6 Objetivo Especifico

- Informar sobre temas de interés mediante actividades participativas.
- Incorporar a los miembros de las familias en las actividades grupales mediante los talleres formativos.
- Proponer al comité barrial y a la directora de la institución que realicen convivencias familiares tomando en cuenta el contenido de esta propuesta.

## 4.7 Responsables

Tabla #13

|              | <b>Talento Humano</b>    | <b>Cantidad</b> | <b>Total</b>  |
|--------------|--------------------------|-----------------|---------------|
| <b>1</b>     | <b>Capacitador</b>       | <b>1</b>        | <b>150,00</b> |
| <b>2</b>     | <b>Diseñador Grafico</b> | <b>1</b>        | <b>95,00</b>  |
| <b>3</b>     | <b>Un fotógrafo</b>      | <b>1</b>        | <b>50,00</b>  |
| <b>TOTAL</b> |                          |                 | <b>295,00</b> |

**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

## 4.8 Contenido de la Propuesta

Tabla #14

| <b>Televisión Televidentes, Identidad Propia e Identidad Ajena.</b>  |  |   |
|--|--|---|
| <b>❖ Comunicación de Masas, Causa y Efecto.</b>  | <b>❖ Las series Televisivas Y su Influencia</b>                        | <b>❖ Estereotipos Sociales</b>  |
| <p>➤ Efectos de la Comunicación Social en torno al Comportamiento.</p> <p>➤ Efectos en el comportamiento familiar.</p> | <p>➤ Influencia en la Sociedad.</p> <p>➤ Influencia en la Familia.</p> | <p>➤ Estereotipos Sociales y Culturales: Cómo Surgen, Tipos y Ejemplos.</p> <p>➤ Tés de Medición.</p> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

## 4.9 Diseño de la propuesta

**Tabla# 15**

| <b>TIEMPO</b> | <b>ACCIONES</b>   |
|---------------|---|
| 1 día         | Elaboración de material audiovisual explicativo   |
| 1 día         | Sociabilización del material informativo  |
| 1 día         | Verificación de nóminas de participantes para la distribución del material informativo. |
| 1 día         | Capacitación a los docentes y miembros de apoyo.  |
| 1 día         | Convivencia familiar  |
| 1 día         | Medición de resultados ( Encuestas )  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>6 días</b>   |

**Elaborado por:** Elsy Arreaga Carpio

#### 4.10 Recursos Material

Tabla #16

| Cantidad     | Equipos y Material  | Cantidad | Inversión     |
|--------------|---------------------|----------|---------------|
| 1            | Proyector           | 1        | 390,00        |
| 2            | Computador Portátil | 1        | 350,00        |
| 3            | Parlantes           | 1 Par    | 75,00         |
| 4            | Pendrive            | 1        | 18,00         |
| 5            | Micrófono           | 1        | 35,00         |
| 6            | SOFTWARE Premier    | 1        | 49,99         |
| <b>TOTAL</b> |                     |          | <b>917.99</b> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

#### 4.11 Recursos de apoyo

Tabla #17

| Cantidad     | Material             | Cantidad | Inversión   | Inversión Total |
|--------------|----------------------|----------|-------------|-----------------|
| 1            | Material Informativo | 50       | 1,50        | 75,00           |
| 2            | Lápices              | 50       | 0,10        | 5,00            |
| <b>TOTAL</b> |                      |          | <b>1,60</b> | <b>80,00</b>    |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

## 4.12 Presupuesto

Tabla # 18

| RECURSO HUMANO    |                      |       |                         |                 |
|-------------------|----------------------|-------|-------------------------|-----------------|
| 1                 | Capacitador          | 1     | 150,00                  | 150,00          |
| 2                 | Diseñador Grafico    | 1     | 95,00                   | <b>95,00</b>    |
| 3                 | Un fotógrafo         | 1     | 50,00                   | <b>50,00</b>    |
| <b>TOTAL</b>      |                      |       |                         | <b>295,00</b>   |
| RECURSO MATERIAL  |                      |       |                         |                 |
| 1                 | Proyector            | 1     | 390,00                  | 390,00          |
| 2                 | Computador Portátil  | 1     | 350.00                  | 350.00          |
| 3                 | Parlantes            | 1 Par | 75.00                   | 75.00           |
| 4                 | Pendrive             | 1     | 18.00                   | 18.00           |
| 5                 | Micrófono            | 1     | 35.00                   | 35.00           |
| 6                 | SOFTWARE Premier     | 1     | 49.99                   | 49.99           |
| <b>TOTAL</b>      |                      |       |                         | <b>917,99</b>   |
| RECURSOS DE APOYO |                      |       |                         |                 |
| 1                 | Material Informativo | 50    | 1.50                    | 75,00           |
| 2                 | Lápices              | 50    | 0.10                    | 5.00            |
| <b>TOTAL</b>      |                      |       |                         | <b>80,00</b>    |
|                   |                      |       | <b>Recurso humano</b>   | <b>295,00</b>   |
|                   |                      |       | <b>Recurso humano</b>   | <b>917,99</b>   |
|                   |                      |       | <b>Recurso de apoyo</b> | <b>80,00</b>    |
|                   |                      |       | <b>Total General</b>    | <b>1.292,99</b> |

Elaborado por: Elsy Arreaga Carpio

#### **4.13 Financiamiento**

El financiamiento del material Informativo y de distribución físico esta direccionado y aprobado por los integrantes de la Asociación de pequeños agricultores del Cantón Salitre en un 40 % que equivale 517,19 , el comité Barrial Buena Suerte con el 10% que seria 129,30 y el 50% restante la Asociación de Ganaderos Buena suerte del Cantón Salitre 646,50.

## Conclusión

Mediante la recopilación de información y datos directa de la población se puede concluir lo siguiente:

- La televisión como medio de comunicación influye de manera directa e indirecta en el comportamiento y la convivencia familiar, no específicamente de forma negativa si no en cuanto persecución
- Las propuestas televisivas de los programas nacionales (series humorísticas) están direccionadas a crear estereotipos sociales que miden la aceptación de los contenidos en un 56% en las personas entre 15 a 40 años, datos tomados de las encuestas de la pregunta 6, al igual que el 60% del grupo de personas ante mencionada muestra que la convivencia familiar gira entorno a el consumo televisivo, haciendo de la comunicación un ente pasivo a la hora de relacionarse.
- La exposición de las relaciones sociales de forma humorísticas (estratificaciones) pueden ser asimilado dependiendo el nivel cultural con que estén formado cada miembro de las familias.
- Los contenidos sociales abordan el 90%de las series televisivas donde la transmisión de los mensajes deben ser proyectados en bases reales para que el televidente pueda diferenciar hasta qué punto puede ser perjudiciales o beneficiosos, aclarando que no tiene nada que ver con el estilo y forma de vivir de las familias

## Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones se puede mencionar las siguientes que:

- Dentro del proceso de ante proyectos se trabaje más en el marco teórico específicamente en la parte del citado.
- Los estudiantes que realizan sus proyectos de Aula ejecuten las propuestas que son viables y de esa manera se puede medir un efecto en los trabajos ya sustentados.
- En la Facultad se realicen programas pilotos que en algún momento sean propuestos a canales de señal abierta.
- Se inviten a conversatorios sobre estos temas a estudiantes de colegio.

## Referencias bibliográficas

### BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, C. (2017). Ordenamientos de Género en torno al consumo Televisivo . *CNTV*, 26-31.
- Alejandro, R. (19 de Enero de 2019). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/estereotipos-sociales/>
- Alsina, M. .: (Febrero de 2017). *Universidad Oberta de Catalunya* . Obtenido de cv.uoc.edu: [http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID\\_00245228/PID\\_00245228.html](http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245228/PID_00245228.html)
- Alvarado, A. (22 de Enero de 2019). Estereotipos y sus defectos. *El Herald*o, pág. 1. Obtenido de El Heraldo.
- Arago, M., Adrina, R., & Benavides, M. (2015). Los Axiomas de la Comunicacion Humana en Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson y su relación con la Terapia familiar Sistématica. *Función Universitaria Luis Amigó*, 42.
- Baladrón, A., & Losada, J. (2012). Audiencia Juvenil y los lideres de la Telerrealidad. *Injuve*, 4-12.
- Begoña, G., María, R., & lCamino, G. M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portuga*, 3-19.
- Bykova, N. (25 de Agosto de 2015). *A las Tres empunto*. Obtenido de alastresenpunto.com: <http://alastresenpunto.com/que-es-comunicacion-visual/>
- Cambria, A. (2 de Mayo de 2016). *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Obtenido de [www.ieee.es](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEE042-2016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf): [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2016/DIEEE042-2016\\_Comunicacion\\_Estrategica\\_AntonioCambria.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEE042-2016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf)
- Casado, F. (2005). La realidad Televisiva como modelo de comportamiento Social una propuesta didáctica. *Dialet*, 8-10.
- Cora, G. (2009). ESTEREOTIPOS SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Questión*, 1-6.

- COSTA, J. (15 de Enero de 2014). DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUA: EL NUEVO PARADIGNA. *GRAFICA*, 6-19. Obtenido de *GRAFICA*: <https://revistes.uab.cat/grafica/article/viewFile/v2-n4-costa/pdf>
- Costa, J. (16 de Enero de 2019). *GRAFICA*. Obtenido de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/viewFile/v2-n4-costa/pdf>
- Día, H. d. (22 de Abril de 2014). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD*. Obtenido de <http://www.hospitalinfantamargarita.es/saludmentalhdia/?p=699>
- Ecuavisa. (28 de Noviembre de 2018). *Youtube* . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=s8iXi9Bc5UY>
- El Comercio . (22 de Diciembre de 2011). El nivel socioeconómico no solo se define por el ingreso. *El Comercio* , pág. 1.
- Fominaya, C. (12 de 12 de 2012). *ABC.es*. Obtenido de <https://www.abc.es/Media/201212/14/jovenes--644x362.jpg>
- Garcia, L. (2010). REALIDAD, FICCIÓN Y LOS ESTEREOTIPOS MÁSCULINOS Y FEMENINOS EN DOS SERIES DE HBO: “LOS SOPRANO” Y “SEXO EN NUEVA YORK”. *TONOS*, 1.
- Haiek, E. (15 de Diciembre de 2017). *RRPPNET*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/efectostv.htm>
- Javier, P. F. (2018). ¿Cómo influye la televisión en nuestro estilo de vida? *Aleteia*, 1.
- Jesuarez. (17 de Enero de 2019). *Ecuavisa* . Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/articulo/producciones/produccion-tv/140526-equipo-detras-tres-familias>
- Lacalle, C. (2012). Género y edad en la recepción de la ficción Televisiva. *Dialnet*, 4-8.
- Manuel, S., & Gumucio, A. (2011). El lugar de la teoría de la comunicación entre los saberes. *Latinoamericano de Comunicación CHASQUI*, 1-7.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (15 de Enero de 2013). *MRE Metabase de Recursos Educativos*. Obtenido de <http://metabase.uaem.mx/handle/123456789/254>
- Mendoza, M. (31 de AGOSTO de 2013). *UDLAP*. Obtenido de [web.udlap.mx: http://web.udlap.mx/co21502/2013/08/31/comunicacion-de-masas/](http://web.udlap.mx/co21502/2013/08/31/comunicacion-de-masas/)
- Monguer, M. (1 de Junio de 2014). *Comunicación Política en las Redes Sociales*. Obtenido de <file:///D:/Users/user/Downloads/tesis-manuel-moguer-terol.pdf>

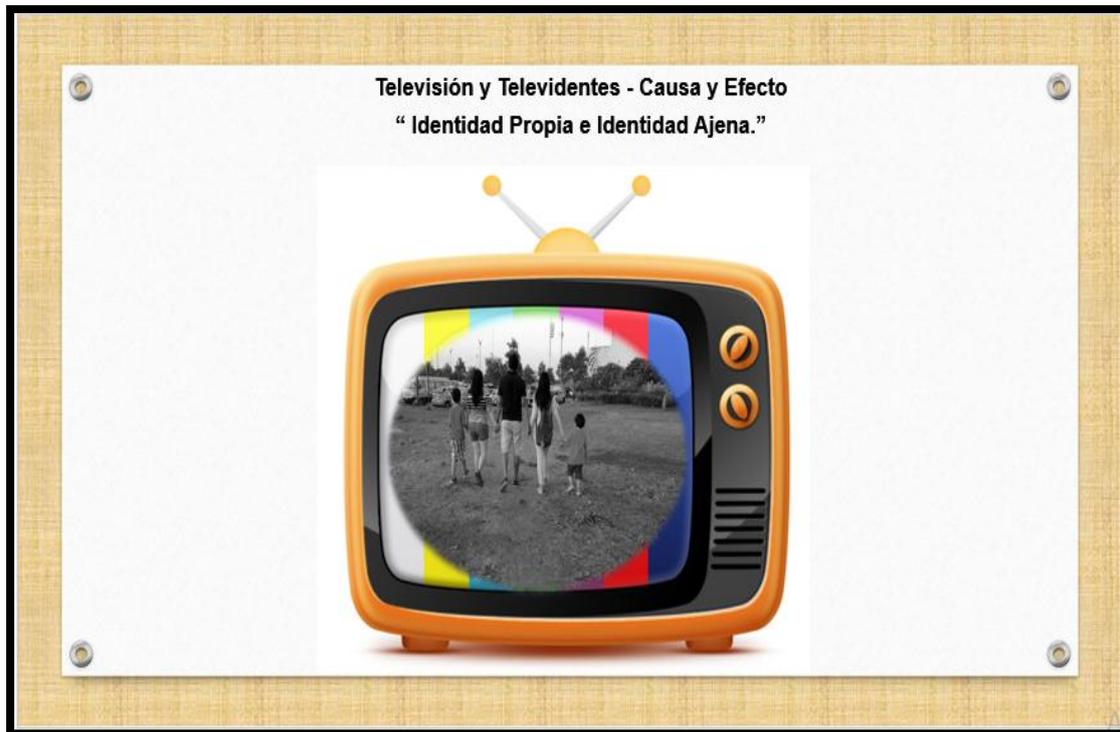
- Nandu de, D. (5 de Febrero de 2018). *La influencia de los medios de comunicación de masas en las sociedades contemporáneas*. Obtenido de <http://www.resumenlatinoamericano.org/2018/02/05/la-influencia-de-los-medios-de-comunicacion-de-masas-en-las-sociedades-contemporaneas/>
- Ortiz, C., Macas, J., & Coronel, G. (2013). Análisis de las parrillas de programación. *Revista Latina* , 5-23.
- Reche, E. (Julio de 2015). *Universidad de Cantabria*. Obtenido de Facultad de Educación:  
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/Roch eDiezElena.pdf?sequence=1>
- Rietman, G., Besada, A., Cañete, M., & Battisti, B. (Julio de 2015). *Universidad de Palermo- Facultad de Diseño y Comunicación*. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=11784&id\\_libro=568](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=11784&id_libro=568)
- Robleto, J. (13 de Agosto de 2015). Los estereotipos. *La Nación*, pág. 1.
- Rodriguez, C., & Nunez, V. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos – Chile. *Scielo*, 1.
- Santos, D. (22 de Enero de 2019). *Red Tercer Milenio*. Obtenido de [aliat.org.mx: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf)
- Serrano Martín, M. (2011). El Lugar de la Teoría de la Comunicación entre los saberes. *FLACSO- ANDES*, 7-8.
- Universidad de Palermo* . (s.f.).
- Vivanco, E. (Noviembre de 2018). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de [dspace.uce.edu.ec: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16888/1/T-UCE-0009-CSO-065.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16888/1/T-UCE-0009-CSO-065.pdf)

# ANEXOS

## Entrevistas

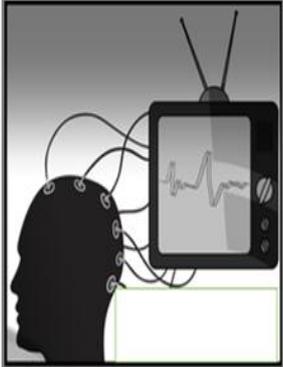


## Folleto



**Comunicación de Masas, Causa y Efecto.**

- ❖ Efectos de la Comunicación de Masas en el comportamiento social.
- ❖ Efectos en el comportamiento familiar.



## Las series Televisivas y su Influencia

- ❖ Influencia en la Sociedad.
- ❖ Influencia en la Familia.



## Estereotipos Sociales

- ❖ Estereotipos Sociales y Culturales.
- ❖ Cómo Surgen los estereotipos, Tipos y Ejemplos.



## Oficios entregados y recibidos



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



Salitre, 20 de Diciembre de 2018

Sr.  
Wilmer Vera Acosta  
Presidenta de la Asociación de Ganaderos Buena Suerte.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, reciba un cordial saludo, y a la vez conocedora de su espíritu de ayuda con la comunidad estudiantil, solicito a usted me conceda una cita para tratar sobre un tema social que esta direccionado a las familias y a su desarrollo comunicacional, el mismo que está ligado a mi tema de Licenciatura y tiene como nombre "**ANALISIS DE LA SERIE NACIONAL TRES FAMILIA Y SU INCIDENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTON SALITRE**".

De antemano agradezco la atención prestada a mi solicitud y me despidio deseándole éxitos personales o profesionales.

**NOTA:** Adjunto breve información del tema propuesto

Atentamente,

Elsy Arreaga Carpio  
Estudiante de FACSO  
C.I.No. 0927612176



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



Salitre, 14 de noviembre de 2018

Sra.  
Sonia Cornejo Castro  
Presidenta del comité barrial.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, reciba un cordial saludo, y a la vez solicito a usted me conceda autorización para realizar unas encuestas para sustentar mi trabajo de investigación previa a la Licenciatura en Comunicación Social, el mismo que tiene como nombre "**ANALISIS DE LA SERIE NACIONAL TRES FAMILIA Y SU INCIDENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR BUENA SUERTE DEL CANTON SALITRE**".

Agradecida por apoyar a la comunidad estudiantil, deseo éxitos en cada actividad que desarrolle, sean éstas personales o profesionales.

Atentamente,

  
Elsy Arreaga Carpio  
Estudiante de FACSO  
C.I.No. 0927612176



**ASOCIACIÓN DE GANADEROS  
"BUENA SUERTE -SALITRE"**



Salitre, 15 de Enero 2019

Srta.  
Elizabeth Arreaga Carpio  
Ciudad.-

Estima señorita:

De parte de quienes conformamos la asociación de Ganaderos "Buena Suerte -Salitre" reciba un cordial saludo y al mismo tiempo detallo resolución sobre lo expuesto y propuesto de parte de usted como estudiante de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil:

- Se tomara en cuenta la propuesta a futuro, colocando el presupuesto estipulado en los gastos sociales anuales.
- Al ser ejecutada avisar con anterioridad para la debida organización.
- Si el cargo de presidente es direccionado a otra persona se deberá realizar el proceso de solicitud nuevamente.

Si más deseo se sigan aportante al desarrollo de la sociedad.

Atentamente,

*wilmer vera A*

Wilmer Vera Acosta  
C.I.No.0912553484





**ASOCIACIÓN DE GANADEROS  
"BUENA SUERTE -SALITRE"**



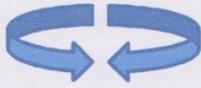
Salitre, 8 de Enero 2019

Srta.  
Elizabeth Arreaga Carpio  
Ciudad.-

Yo, Wilmer Vera Acosta cedula de identidad 0912553484 en mi calidad de presidenta de la Asociación de Ganaderos Buena Suerte, agendo su solicitud para el 11 de enero a las 10:00 a.m. se solicita puntualidad.

Atentamente,  
*Wilmer Vera A*  
Wilmer Vera Acosta  
C.I.No.0912553484





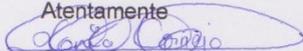
COMITÉ BARRIAL  
"BUENA SUERTE"

Salitre 19 de Noviembre de 2018

Srta.  
Elizabeth Arreaga Carpio  
Ciudad.-

Reciba saludos fraternos, como de presidenta del comité barrial Buena Suerte le autorizo y me pongo a sus órdenes en la ayuda respectiva el día y hora ya establecido.

Atentamente

  
Sonia Cornejo Castro  
C.I.No.0914272430

## Personas Encuestadas

