



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERÍODO ENERO - JULIO DEL 2014.

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

Autor: Hurtado Esquivel Vinicio Damian

Director: Lcda. Alvarez Lorena.

Latacunga - Ecuador

Abril 2015

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación denominado: **LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERÍODO ENERO - JULIO DEL 2014**, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y recomendaciones, corresponden exclusivamente a Vinicio Damián Hurtado Esquivel.

Latacunga, Abril 2015

.....

Vinicio Damián Hurtado Esquivel

AUTOR

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de director de tesis bajo el título: **LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERÍODO ENERO - JULIO DEL 2014**, de Vinicio Damián Hurtado Esquivel, postulante de la Carrera de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Abril 2015

El Director

.....

Lic. Master. Lorena Alvarez.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Hurtado Esquivel Vinicio Damian, con el título de tesis: **LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERÍODO ENERO - JULIO DEL 2014**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 31 de Marzo 2015

Para constancia firman:

.....
Lcda. Magaly Benalcazar Luna
C.I. 171328376-8
PRESIDENTE

.....
Lcda. Msc. Lourdes Cabrera Martínez
C.I. 171633656-3
MIEMBRO

.....
Lcda. Verónica Peñaherrera Garzón
C.I. 050256945-2
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Esta tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de mis padres, hermanos y de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de la Carrera de Comunicación Social, a sus docentes en especial a la Licenciada Lorena Alvarez, por ser mi tutora y confiar en mí, que con su paciencia y dedicación me ayudo a culminar mis estudios y a realizarme como profesional en la carrera de comunicación Social.

Agradezco a Dios, A la Santa Narcisa de Jesús y al niño de Isinche, que me guiaron a lo largo de mi camino para alcanzar una de mis metas.

Vinicio

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a las personas importantes de mi vida, que siempre estuvieron presente, en especial a mis padres. Luis Humberto Hurtado, mi madre Carmen Enriqueta Esquivel, en quienes vi el ejemplo de perseverancia y lucha constante contra las adversidades, a mis seis hermanos quienes con consejos y el ejemplo lograron que me encamine por el sendero del bien. Agradezco a Dios, A la Santa Narcisa de Jesús y al niño de Isinche, que me guiaron a lo largo de mi camino para alcanzar una de mis metas.

Vinicio



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERÍODO ENERO - JULIO DEL 2014.

Autor: Hurtado Esquivel Vinicio Damián

RESUMEN

El trabajo de investigación se realizó para la obtención de título de licenciado en Comunicación Social, como el objetivo central investigar la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi”, Período Enero - Julio Del 2014, el diseño metodológico del trabajo de investigación que se utilizó en la investigación es la descriptiva, donde se aplicó las estrategias que permitieron enfocar la representación de la mujer en dicho programa, determinando la percepción del público objetivo con respecto al mismo, los resultados obtenidos se representa en tablas y gráficos con sus respectivos análisis e interpretación en las encuestas y entrevistas aplicadas, para luego definir las conclusiones y recomendaciones. Concluyendo con la propuesta, un manual de equidad y relación de género, que enmarca actividades que mejore la identidad y relación. Trabajo que ha permitido enfocar de una manera diferente la representación de la mujer en los programas de televisión y de manera especial en La Rosa de Guadalupe, logrando socializar cada uno de los aspectos que se deben tomar en cuenta, así trabajo en equipo, documentos de apoyo y lecturas reflexivas.

Palabras claves: Representación, televisión y estereotipo.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY
ACADEMIC ADMINISTRATIVE UNIT SCIENCES AND HUMANITIES
Latacunga – Ecuador

TOPIC:

THE REPRESENTATION OF WOMEN IN THE TELEVISION PROGRAM LA ROSA DE GUADALUPE, ON STUDENTS OF FIRST YEAR OF BACHELOR IN "COTOPAXI PROVINCE", SCHOOL PERIOD JANUARY - JULY 2014.

Author: Vinicio Damián Hurtado Esquivel

ABSTRACT

The research was conducted to obtain a bachelor's degree in Social Communication, as the central goal to investigate the representation of women in the television program La Rosa de Guadalupe on students of first year of bachelor in "Cotopaxi Province", school period january - july 2014, the methodological design of the research that was used in the investigation is descriptive, where strategies are applied that focus allowed the representation of women in the program, determining perception target audience with respect to the same, the results shown in tables and graphs with their analysis and interpretation in the surveys and interviews applied, then define the conclusions and recommendations. Concluding with the proposal, a manual of equity and gender relations, framing activities that enhance the identity and relationship. Work that has allowed us to focus in a different way the women's representation in television programs, especially in La Rosa de Guadalupe, achieving socialize each of the aspects to be taken into account so, teamwork, supporting documents and reflective readings. Keywords: Representation, television and stereotype.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y humanísticas: VINICIO DAMIAN HURTADO ESQUIVEL, cuyo título versa **LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL PROGRAMA TELEVISIVO, LA ROSA DE GUADALUPE, EN LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI, PERIODO ENERO - JULIO DEL 2014**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, 02 de Abril del 2015

Atentamente,

Lic. M. Sc. Vladimir Sandoval Vizueté
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 050210421-9

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	2
1.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	5
1.3. MARCO TEÓRICO	6
1.3.1. Programa “La Rosa de Guadalupe”.....	6
1.3.1.1. Estudio de audiencia del programa “La Rosa de Guadalupe” en la zona centro del Ecuador:.....	7
1.3.1.2. Aspectos del Programa La Rosa de Guadalupe.....	8
1.3.2. Construcción de mensajes en la televisión	11
1.3.2.1. La televisión	11
1.3.2.2. El ambiente televisivo	13
1.3.3. Semiótica	14
1.3.4. Comunicación.....	15
1.3.4.1. Tipos de Comunicación.....	17
1.3.4.2. Modelos de la comunicación.....	19
1.3.4.3. Modelo de Lasswell y la teoría funcionalista.....	19
1.3.4.4. Teoría de la mediación social.....	21
1.3.5. Teoría feminista.....	22
1.3.6. Estereotipos de género.....	25
1.3.6.1. Género	25
1.3.6.2. Importancia del concepto de género.....	26
1.3.6.3. Equidad de género.....	28
1.3.6.4. Estereotipos de género	28
1.3.7. Representación de la mujer en la televisión.	31
1.3.7.1. La mujer ¿objeto o sujeto?	32
1.3.7.2. La mujer y los medios de comunicación.....	34
CAPÍTULO II.....	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	36

2.1. CARACTERIZACIÓN DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”	36
2.2. DISEÑO METODOLÓGICO	37
2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	38
2.4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”	40
2.5 . ENTREVISTA APLICADA A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL.....	52
2.5.1. Análisis de los resultados de las entrevistas aplicadas a Profesionales en Comunicación Social.....	59
2.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
2.6.1. Conclusiones.....	62
2.6.2. Recomendaciones	63
CAPÍTULO III	64
PROPUESTA	64
3.1. TEMA: MANUAL DE IDENTIDAD Y RELACIÓN DE GÉNERO	64
3.2. PRESENTACIÓN.	64
3.3. INTRODUCCIÓN.....	66
3.4. JUSTIFICACIÓN	67
3.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	68
3.6. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA	70
3.7. OBJETIVOS	74
3.7.1. Objetivo General.....	74
3.7.2. Objetivos Específicos	74
3.8. DESARROLLO DEL MANUAL	75
TRABAJO EN EQUIPO	79
LA CONVIVENCIA Y LAS RELACIONES HUMANAS.....	79
TRABAJO EN EQUIPO	86
TÍTULO: LA COMUNICACIÓN.....	86
TRABAJO EN EQUIPO	93
TÍTULO: PERSONALIDAD Y VALORES.....	93
TRABAJO EN EQUIPO	100
TÍTULO: LA MOTIVACIÓN.....	100

DOCUMENTO DE APOYO.....	104
TÍTULO: VALORES	104
VALORES Y DOCENCIA.....	108
DOCUMENTO DE APOYO.....	111
TÍTULO: MI PERSONALIDAD FRENTE A LOS DEMÁS.....	111
LECTURAS DE REFLEXIÓN	117
TU VALOR NO CAMBIA	117
SACÚDETE Y SIGUE.....	118
EL VALOR DE LAS COSAS	119
EL VALOR DE UNA MUJER	120
EL VERDADERO VALOR DE LA MUJER	122
EL HOMBRE QUE QUISO SER MUJER	123
EL VALOR DE LAS MUJERES	125
BIBLIOGRAFÍA	127
ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N°		PÁG.
1	Actividad a la que dedica más tiempo	40
2	Tiempo dedicado a mirar televisión	41
3	Programa televisivo que le gusta ver	42
4	Observa el programa La Rosa de Guadalupe.	43
5	Razón por la que ve el programa La Rosa de Guadalupe	44
6	Influencia en su vida con los casos que se presentan en La Rosa de Guadalupe.	45
7	Temas que se abordan en La Rosa de Guadalupe	46
8	La imagen de la mujer en La Rosa de Guadalupe	47
9	La representación de la mujer en La Rosa de Guadalupe	48
10	Influencia en el actuar de las mujeres en la vida real	49
11	Herramientas de orientación para mirar TV	50
12	Herramientas para orientar el programa La Rosa de Guadalupe	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°		PÁG.
1	Actividad a la que dedica más tiempo	40
2	Tiempo dedicado a mirar televisión	41
3	Programa televisivo que le gusta ver	42
4	Observa el programa La Rosa de Guadalupe	43
5	Razón por la que ve el programa La Rosa de Guadalupe	44
6	Influencia en su vida con los casos que se presentan en La Rosa de Guadalupe	45
7	Temas que se abordan en La Rosa de Guadalupe	46
8	La imagen de la mujer en La Rosa de Guadalupe	47
9	La representación de la mujer en La Rosa de Guadalupe	48
10	Influencia en el actuar de las mujeres en la vida real	49
11	Herramientas de orientación para mirar TV	50
12	Herramientas para orientar el programa La Rosa de Guadalupe	51

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación de masas pueden ejercer una gran influencia tanto positiva como negativa en los hábitos de vida, por lo que puede convertirse en auténticos agentes sociales con el poder de influir en la conducta de cada individuo, en esta investigación se pretende identificar la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del colegio experimental provincia de Cotopaxi, período enero –Julio 2014.

El desarrollo del trabajo se basó en la investigación descriptiva la misma que permitió enfatizar aspectos cualitativos observables, además que se fundamentó en la indagación documental - bibliográfica para desarrollar y profundizar conceptos, teorías y criterios de autores con relación al tema.

El trabajo de investigación que se realizó fue de campo, directamente con el público objetivo, a quienes se les aplicó las respectivas encuestas y entrevistas, con el fin de determinar la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del colegio experimental provincia de Cotopaxi, período enero –Julio 2014, los resultados obtenidos son de primera mano.

El análisis e interpretación de los resultados dio paso a la propuesta, un manual de identidad y relación de género, el mismo que enmarca actividades en mejorar la relación entre varones y mujeres. Trabajo que ha permitido enfocar de una manera diferente la representación de la mujer en los programas de televisión y de manera especial en La Rosa de Guadalupe, también como un instrumento capaz de estimular el consumo, pero también como una vía de transmisión de conceptos, valores y actitudes sociales.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Al revisar los registros de trabajos de investigación en la Biblioteca la Universidad Técnica de Ambato, se encontró el tema el machismo en las conductas sexistas de los medios masivos de comunicación en contra de la mujer en la ciudad de Latacunga, Investigadora: Andrea Estefanía Hidalgo Hidalgo, año (2013) tiene como objetivo central determinar la incidencia del machismo de las personas en las conductas sexistas de los medios masivos de comunicación en contra de la mujer. Argumenta que la imagen de la mujer en los medios masivos de comunicación ha cambiado con el tiempo, es cierto que han modificado algunos aspectos en los últimos años puesto que la mujer en la actualidad tiene mejores oportunidades de formarse y de obtener nuevas metas. Algunos anuncios muestran a una mujer independiente, formada y creativa.

Sin embargo estos anuncios siguen alternando con otros donde aparece la imagen de la mujer estereotipada, mostrándolas como madres abnegadas y amas de casa. El resultado es la desvalorización de la mujer. Los medios masivos de comunicación hacen que la mujer sea objeto de venta, burla y consumismo. Por eso se considera importante analizar detenidamente estas conductas sexistas contra las mujeres porque en realidad el daño a la moral del género femenino es preocupante. Para llevar a cabo este proyecto se aplicaron encuestas sobre el machismo a una muestra de la población de la ciudad de Latacunga.

También se encontró el trabajo investigativo con la temática la “Influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de las niños/as de 4 a 5 años de la Unidad Educativa Bilingüe Génesis en el año lectivo 2007 – 2008, realizado por la investigadora Soraya Gabriela Rosero Caza, dicha investigación forma parte de un eje importante en nuestra sociedad y es el derecho a la información concatenada con la responsabilidad social que tiene cada medio de comunicación con su audiencia.

Es un problema que abarca cierta particularidad, por la variedad de fuentes investigativas, además que al término de la investigación las soluciones planteadas servirán no solo a los niños/as en el desarrollo de su inteligencia emocional, sino a quienes se encuentran inmersos en el mundo de la televisión.

Con este aporte se quiere contribuir a mejorar la calidad de vida de las niñas de la Escuela Génesis, aportando una investigación significativa que más allá de ser un trabajo de graduación, sea un aporte que servirá para las futuras generaciones crezcan desarrollando su comportamiento en esquemas reales de una buena comunicación televisiva.

En la Universidad Tecnológica Equinoccial se realizó un estudio denominado la televisión y su influencia en el desarrollo de la sexualidad infantil en los niños y niñas de 5 a 6 Años en el Centro Escolar Experimental San Francisco De Quito. realizado por Diana Soledad Martínez Arciniegas, en el año 2009, argumentando que la falta de información y orientación adecuada para el desarrollo de la sexualidad desde la infancia, ha determinado como consecuencia el manejo insensata de la sexualidad a partir de la adolescencia, ya que los jóvenes al mantener una formación, orientación y sin conocimientos reales practican su sexualidad irresponsablemente, sin entender aún que la sexualidad no se refiere exclusivamente a las relaciones sexuales.

La sexualidad está directamente inmersa en la esencia del ser humano, en el amor, y el respeto de sí mismo, y de los demás, en la consideración y valor de las personas. De esta manera se descubre la sexualidad como un aspecto que tiene que ver con las sensaciones, emociones, el modo de relacionarse con los demás, la forma de ser, la sociedad, la naturaleza, trascendiendo al propio sexo.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

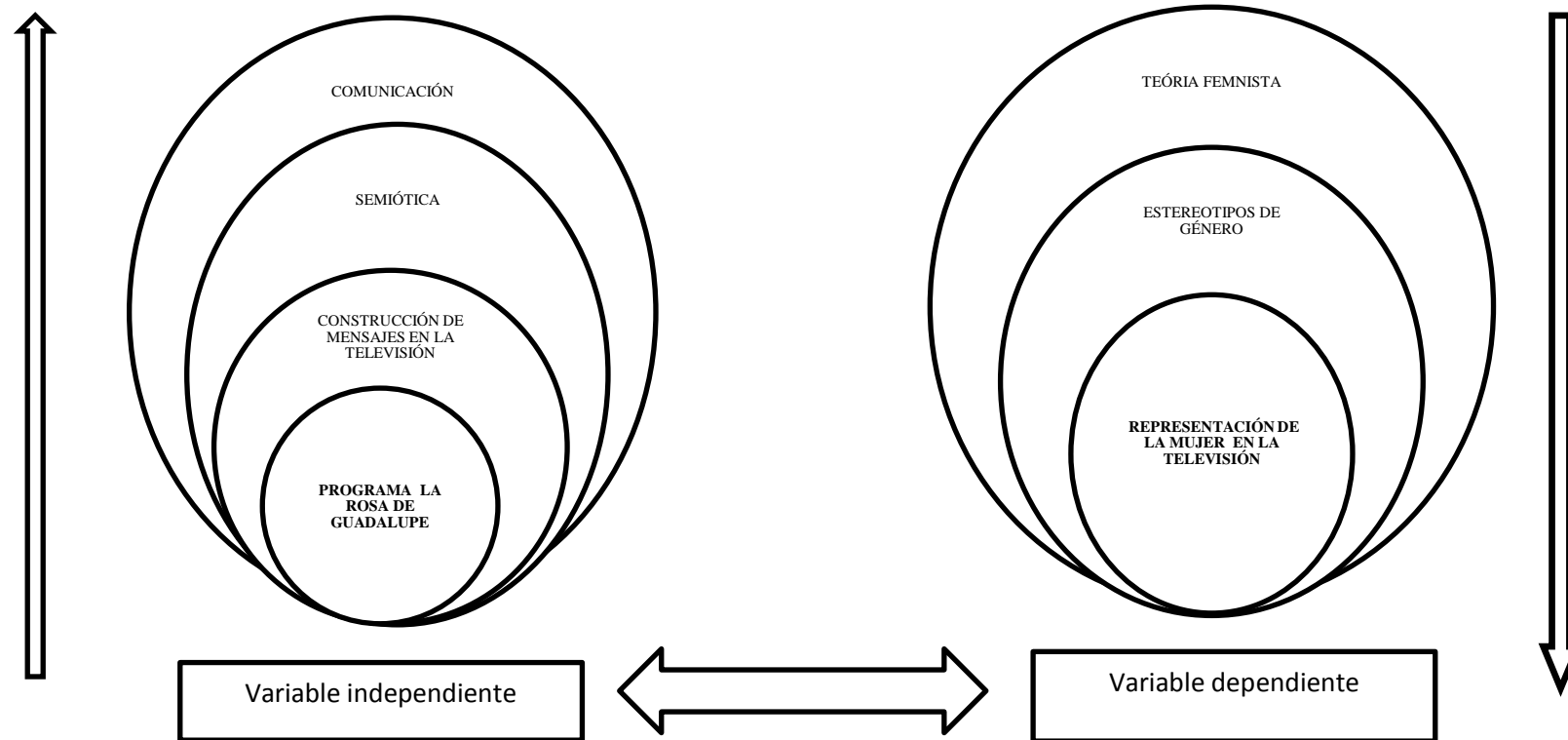


Gráfico N ° 1. Categorías Fundamentales.

Elaborado por: Vinicio Hurtado.

Fuente: Investigación Bibliográfica.

1.3. MARCO TEÓRICO

La televisión es un importante agente de socialización, que cobra relevancia en el estudio de la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de Primer Año de Bachillerato, del Colegio Experimental Provincia de Cotopaxi, en el período enero - julio del 2014.

El presente trabajo de investigación dará mayor efectividad al proporcionar información en cuanto a la identidad y relación, entre hombres y mujeres, por medio de un manual de identidad y relación de género, basado en el análisis de la construcción de género sobre la mujer, en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe.

1.3.1. Programa “La Rosa de Guadalupe”

La Rosa de Guadalupe es una serie mexicana creada por Carlos Mercado Orduña y producida por Miguel Ángel Herros, hace mucho énfasis en religión católica, apostólica y romana, concretamente a la Virgen de Guadalupe. Todos los episodios son diferentes, al igual que sus personajes, dependiendo de las temáticas que se trate en el programa.

El programa da inicio desde el planteamiento del problema, al personaje principal lo presentan como un individuo que tiene una vida normal, después comienza a verse involucrado en varias circunstancias, el personaje inicia a cambiar de actitud o se ve involucrado en escenarios complicados por la economía, salud, entre otros. Varios temas para cada capítulo, mostrando diversas circunstancias que se pueden presentar. Alguna de las personas que rodean al personaje central, por ser devoto(a) a la Virgen de Guadalupe, piden mediante oraciones que le cumpla un milagro, con la finalidad que la persona regrese al buen camino, es evidente que cuando la problemática ya está en su clímax total, una rosa de color blanca aparece sobre la parte física que este ubicada el altar de la imagen de la Virgen de Guadalupe,

perteneciente a la persona que oró, una vez cumplido el milagro desaparece, aduciendo que la virgen dio atención a la petición del devoto/a dando a entender que la aparición de la rosa es porque se cumplió el milagro. Ya una vez que el milagro se dio y las cosas están al punto de solucionarse, el personaje principal siente una pequeña brisa suave y lo hace reflexionar, modificando su conducta, transmitiendo esa buena energía a las personas que le rodean.

Una vez que se armoniza las ventajas de la televisión y de la religión se hace un programa que puede persuadir a los televidentes creando su objetivo, el mismo que busca que la sociedad sea totalmente creyente de la virgen de Guadalupe específicamente y que solo con su ayuda se resolverá la vida.

Pero las tramas presentan casi en un cien por ciento a las mujeres con roles sublimados a los quehaceres domésticos o a ser víctimas del maltrato intrafamiliar, mostrando crudamente como sus denigradas en los diferentes roles que cumplen en dicha trama.

1.3.1.1. Estudio de audiencia del programa “La Rosa de Guadalupe” en la zona centro del Ecuador:

El estudio de audiencia que Gama Tv realiza al programa La Rosa de Guadalupe, que se trasmite en los dos horarios, en televisión abierta a nivel nacional, en el período de 01 de enero del 2014 al 07 de mayo del 2014 es el siguiente.

Según el estudio de audiencia del programa La Rosa de Guadalupe, en la región Sierra, específicamente Quito, el targets total de televidentes esta direccionado para hombre, mujeres, de entre, 18 - 99 años de edad, siendo el target base, las amas de casa y adolescentes.

Según GAMA TV, el estudio se lo realizo a los dos horarios de transmisión del programa, el primero es de 11:00 am, de lunes a viernes, con el 3,0 % de rating que equivale al 17.7 miles de hogares, el 1,3 % de rating que equivale al 7,6 % de miles

de amas de casa y el 1% de rating, que equivale al 14,5 % de miles de hombre y mujeres de entre 18 a 99 años de edad, estos datos son reales en el periodo del 01 de enero al 07 de mayo del 2014.

El segundo horario es de 14:00 pm, de lunes a viernes, con el 6,2 % de rating que equivale al 36.3 miles de hogares, el 2,7 % de rating que equivale al 15,9 % de miles de amas de casa y el 1,9% de rating, que equivale al 27,8 % de miles de hombre y mujeres de entre 18 a 99 años de edad. Estos datos son reales en el periodo del 01 de enero al 07 de mayo del 2014. De acuerdo a la publicación del periódico el Heraldó (2014)

“Una pequeña de tan solo 10 años de edad decidió suicidarse esperando que la virgen de Guadalupe le hiciera el "milagro" de revivirla y de reunir nuevamente a su familia, tal y como lo había visto en un capítulo del programa "La Rosa de Guadalupe", que transmite Televisa.

El lamentable suceso se registró el pasado 16 de agosto, día en que la niña Itzel Elvira Murillo Lobato, festejaba su cumpleaños, cuando tras haber visto un capítulo del mencionado programa, se colgó en el interior de su domicilio, víctima de un acceso de depresión.”

Este artículo presenta el nivel de influencia que tiene el programa en la audiencia que aún no tiene un criterio formado para verlo, las temáticas presentan una realidad ficticia basada en el guadalupanismo que contiene la representación social de la cultura mexicana.

1.3.1.2. Aspectos del Programa La Rosa de Guadalupe

El programa: En primer lugar está el módulo intertextual que le da forma al cuento del mito de la Virgen de Guadalupe, en segundo lugar la aparición de la virgen ante el indio Juan Diego, puntos que los representan simbólicamente con la aparición de

la rosa blanca antes de que se cumpla el milagro, una vez solucionada la problemática la rosa desaparece con una suave brisa que genera paz a quien se le presentó el milagro.

El intertexto se ve inmerso de una gran variedad de elementos simbólicos del programa. Un ejemplo claro es el título La Rosa de Guadalupe que con su aparición presenta la prueba del milagro que la virgen cumple al personaje central de la historia, cambiándole de actitud o solucionado cualquier problema.

El contenido: En el programa es observable representaciones sociales propias de las veneraciones o cultos de la sociedad católica, apostólica y romana, con una gran variedad de mensajes televisivos que llegan directamente a los televidentes, con fuertes contenidos de maltrato social ante la mujer, además se puede observar que la mayor parte de los capítulos los papeles que representan las mujeres son roles sociales de carácter doméstico.

La estructura, el programa presenta una estructura:

- Planteamiento del problema,
- Ruego o petición a la Virgen,
- Solución/milagro.
- Moraleja.

La estructura hace referencia a la narración religiosa ubicándolo al programa como un modelo de parábola transmitido en la televisión. Por lo tanto, deja al libre albedrío del televidente en juzgar si está bien o está mal las acciones que el personaje toma con respecto a la problemática que se desarrolla a lo largo del programa, siendo que solo con una petición a la Virgen de Guadalupe, se dé solución.

Las parábolas son narraciones bíblicas que refieren a experiencias externas (del sujeto de enunciación) situadas en la realidad social. Como forma de comunicación

contiene una estructura sónica y funciones. Desde su estructura se encuentra que la parábola contiene:

- Narraciones enmarcadas en un universo de orden religioso entre el bien y el mal.
- Uso del mal para explicar el bien: función metafórica
- Una trama o intriga que le da sentido a la historia.
- Son historias mundanas que habla de la vida ordinaria.
- El final es sorprendente o paradójico.
- Tiene un desenlace interpretado por el narrador: moraleja.
- Son orientadores de la acción.
- El sentido reside en la praxis.
- La narración remite a experiencias fuera del texto.
- Uso del lenguaje religioso.
- Inclusión del lenguaje religioso en la vida cotidiana.

Las parábolas pasan a ser historias que relatan tipos de males que aquejan a un conglomerado, se puede mencionar que estas narraciones dan uso de un lenguaje metafórico así puede referirse al mal que incomoda a la sociedad. En este sentido, los relatos ponen énfasis en crear una tensión entre lo bueno y lo malo, lo correcto y lo incorrecto, el bien y el mal, para lograr el propósito del programa que es donde todo termina bien.

En la trama: es la encargada de dar sentido a la parábola por medio de la narración y será el contenedor que desembocará el conflicto de la historia para relatar el mal social, es necesario especificar que la parábola no es creada por el personajes o personajes, sin más bien es la intriga que causa determinada crisis y mediante un desenlace termina en una circunstancia cómica o trágica.

La moraleja: es la encargada de dar la explicación después de la parábola. Por su parte, las moralejas pertenecen a las estructuras cerradas del relato, encargadas de especificar el sentido mismo de la historia que se desarrolla en el programa

televisivo, para que no sean víctima de malas interpretaciones por parte del televidente.

Según el investigador, La Virgen de Guadalupe, en el programa se establece como una representación social de supremacía y una de las cualidades que se presentan en el programa es la adaptación a las circunstancias relatadas en las historias con énfasis en los males sociales. Adicionalmente, la superioridad de la imagen y variedad de sentidos le da mayor alcance y penetración a generar espacio en los televidentes, por lo tanto, se podría decir que se establece modelos y prácticas a seguir.

1.3.2. Construcción de mensajes en la televisión

La construcción de mensajes en la televisión tiene como objetivo de trabajo la imagen, que como medio de comunicación masiva genera un enorme poder de influencia logrando ejercer un gran impacto en la sociedad, todo suceso viene acompañado de una serie de mensajes que se transmiten a modo de imágenes. Lo que se observa en televisión repercute directamente en los televidentes, logrando conmover, interesar y receptar la atención de varios, provocando en muchos casos una distorsión de la dinámica social.

1.3.2.1. La televisión

La televisión aparece como un medio de comunicación masivo con un alto nivel de influencia en los televidentes, para lo cual muchos empresarios la han utilizado como una herramienta indiscutible de persuasión para promocionar sus productos y posiblemente para generar conductas en la audiencia, según Rincón, (2002)

“La televisión en la comunicación informativa que se pensaba que ha heredado del cine, nace más cerca de la radio por su carácter de directo, del documento, del testimonio instantáneo.

De ahí evoluciona hacia propuestas de entretenimiento industrial masivo”.

La imagen de la mujer en los medios de comunicación televisivos está sobre presentada, el manejo que se le da es una pequeña gama de estereotipos, con mensajes claros, mediáticos y sintéticos en espacio pequeño de tiempo, que en espacios sociales con poca cultura puede distorsionar el contenido informativo y llegar a crear conductas agresivas sin dar paso a la reflexión antes de actuar.

Históricamente la televisión y los medios de comunicación en general, han tomado la imagen de la mujer, como un medio de explotación comercial, sin importar si lo que informan o comunican, hace daño a la participación de este género en la sociedad. Los medios masivos de comunicación por lo general siempre imponen modelos de mujeres estereotipadas que salen de la realidad actual, presentando a una mujer tradicional que se ocupa de los deberes domésticos asumiendo las disposiciones del varón para su complacencia

La mujer en las últimas décadas ha llegado a ser protagonistas directas de varios cambios sociales, gracias a su participación social como mujer y género, pero los medios de comunicación en general, en especial la televisión ha ayudado a mantener una idiosincrasia errónea del género femenino, con programas de televisión que presentan la imagen de la mujer con roles de ama de casa y que siempre es la mártir que sufre con todos los problemas del hogar. Siendo que los medios informativos deberían tomar la rienda de la educación en valores que permitan la equidad de género en una sociedad más equitativa y digna que permita el buen vivir.

Los medios de comunicación juegan un rol indiscutible en la formación de equidad, entre géneros, abriendo la brecha de análisis y relación entre ellos, sobre todo cuando crean nuevos perfiles de convivencia, afirmando la igualdad, más cuando se trata de definir lo que es ser mujer y varón.

1.3.2.2. El ambiente televisivo

La televisión puede ser generadora de un ambiente habitual para los televidentes, debido a que las imágenes que nos presenta pueden producir en un individuo la sensación de información y entretenimiento, podría generar una fuerte costumbre a la misma. Según Rincón, (2002).

“Este mundo es un ambiente televisión. Sus imágenes, sus historias, sus ídolos, sus estilos, sus formas de habitar la vida asedian al sujeto. La vida sin la tele sería aburrida. Por su poder y seducción se preocupan políticos, maestros, padres de familia y académicos.”

La televisión se ha convertido en el medio central de comunicación, en cuanto hace girar a su alrededor a los medios de comunicación y porque ha devenido el lugar de la visibilidad pública y del juego de las estrategias de poder. La manera de ser, expresión y acción de la televisión se ha transformado en lógica dominante para todos los procesos que se pretende comunicar a la sociedad.

Partiendo de la noción de medios como constructores de realidades y representaciones abandonando aquellas ideas más tradicionales en las que el medio era tomado como espejo o reflejo de la realidad ya que en esta concepción se oculta la actividad productiva de la noticia presentándola como algo ya dado, determinado previamente.

En tal sentido, los medios son vistos como ambientes, que construyen un marco perceptivo que opera en la construcción de nuestra realidad. La idea central es pensar que la prensa escrita, en las condiciones de producción actual da cuenta, a través de distintos dispositivos de contacto, de la hegemonía de un medio como es el televisivo. Las estrategias discursivas han ido cambiando tomando como eje el ambiente creado por los medios audiovisuales.

1.3.3. Semiótica

La semiótica es la disciplina que se dedica al estudio los signos y aborda la interpretación y producción del sentido, pero es necesario aclarar que no define el significado mismo del signo, pues es el grupo social el que da la definición de cada icono conforme a su idiosincrasia social. Según CHARDLER (2001) “la semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.” Es necesario identificar que la semiótica o semiología están encargadas de tratar un complejo sistema de signos y símbolos dentro de un conglomerado social, es necesario identificar la particularidad ideológica que cada sector posee. Por ejemplo: Los individuos que habitan en el Ecuador identifican al signo de ECU911 como señal de emergencias, mientras los mismos signos en el país vecino como Colombia, solo será un conjunto de letras y números que no tienen ningún significado alguno.

Un signo o símbolo cualquiera que fuera se establece en una sociedad tomando un significado determinado por el conglomerado social, estableciendo el sentido, pero solo en ese conglomerado social, más no para otro entorno. Para Saussure la semiótica es "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social" se establece un determinado sentido para cada símbolo dependiendo la idiosincrasia que las personas tenga en conjunto, no siendo un acto de lectura sino más bien de interpretación del signo o símbolos.

Un dato muy importante que necesario citarlo es que el americano Peirce, es considerado el creador de la semiótica y concibe el estudio de la misma como una teoría general de los signos y funciones de códigos complejos.

Según el investigador la lingüística es una parte de la semiología, por que abarca también el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos. Se cae a menudo en el error de considerar equivalentes lenguaje y semiología, y nada más alejado de la realidad; El lenguaje es semiología, pero no toda la semiología es lenguaje.

Para percibir lo que una sustancia significa necesariamente hay que recurrir al trabajo de articulación llevado a cabo por la lengua. Así el semiólogo, aunque en un principio trabaje sobre sustancias no lingüísticas, encontrará antes o después el lenguaje en su camino.

En términos fenomenológicos, sobre todo, de lo que se produce en la mente de un intérprete cualquiera cuando percibe algo, siendo otra cosa aquello que tiene presente en su mente respecto de ese algo. Encontramos aquí la problemática del objeto de la semiótica. Se postula la existencia de una significación única y normativa que se trataría de reencontrar en cada acto singular de interpretación y que permitiría invalidar todas las interpretaciones desviantes.

Las significaciones se constatan, constituyen el producto de actores sociales particulares y no se remiten a una significación única sino en la relación de lo individual a lo colectivo, de lo psicológico a lo social. Esta significación toma entonces valor de institución social, es decir de un estado precario, contingente e históricamente datado.

Las significaciones particulares observadas son los momentos, en el sentido filosófico, de una dinámica social. Ya no se trata de un desvío, que es una categoría complementaria de la norma, sino de una articulación a captar. El tesista considera que el peligro está entonces en hacer de la semiología una ciencia normativa que prescribe las significaciones en lugar de describirlas.

1.3.4. Comunicación

La comunicación es una herramienta necesaria para la interrelación entre los seres humanos, pues permite el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información, puede ser verbal, escrita u otro tipo de señales que permita entenderse entre dos o más individuos. Según GOODMAN, (1995).

“Argumenta que somos primordialmente seres “sociales”, en el sentido de que pasamos la mayor parte de nuestras vidas con otras personas. La comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información”.

Para que el proceso de comunicación se dé entre dos o más individuos existen diversos elementos que pueden facilitar o a la vez dificultar el transcurso de la interrelación comunicativa, estos elementos según GOODMAN, (1995) son:

- **El emisor:** El individuo o individuos que emiten un mensaje.
- **El receptor:** El individuo o individuos que reciben un mensaje.
- **El mensaje:** contenido informativo que se emite para enviarlo al individuo o individuos.
- **El canal:** es el medio por donde se envía el mensaje al el receptor o receptores.
- **El código:** Son los signos y reglas utilizadas para enviar el mensaje al receptor o receptores.
- **El contexto:** Es la situación en la que se produce la comunicación.

La comunicación llega a ser una acción de interrelación entre dos o más individuos siguiendo un debido proceso para que la misma cumpla el objetivo que es comunicar y recibir la retroalimentación que se espera de receptor, el emisor puede valerse de cualquier forma de comunicación pero siempre debe tomar en cuenta que tiene que seguir un lineamiento en el proceso comunicativo. Para BÁEZ (2000).

“La comunicación es la acción y efecto de comunicar o comunicarse, también se entiende como el escrito que se comunica algo. Proceso por medio del cual dos o más animales, casi siempre de la misma especie, se intercambian informaciones. El medio de comunicación puede ser una señal acústica, química, óptica, ultrasónica; en general, cada

especie recurre a varios tipos de señales según los tipos de comunicación”

La comunicación es una herramientas indispensables en el desarrollo de la humanidad, puesto que gracias a ella permite interrelacionarse entre individuos de la misma especie para buscar el bien común de la sociedad en pleno progreso, desde la creación misma necesito de ella, para coordinar un sistema infinito de redes comunicacionales, entre la naturaleza, los seres vivos, seres inertes, el cosmos y el hombre.

La comunicación es la parte más básica que tiene la interrelación entre seres humanos, pero hay que poner mucho énfasis en su producción, para filtrar información a un conglomerado social se debe tomar en cuenta las diversas herramientas y procesos que se dan en la misma, porque existen sectores geoculturales diversos, y cada uno de ellos se distingue por jergas distintas, por ende la elaboración de mensajes debe partir desde el estudio de costumbres, tradiciones, religiosidad, entre otras cualidades que distinguen a un sector, para así poder llegar con la información pertinente al caso que se quiera transmitir.

1.3.4.1. Tipos de Comunicación

La comunicación no se encuentra ligada solo a la producción de mensajes escritos o verbales, tiene una amplia gama de tipos de comunicación que el ser humano y la naturaleza la utiliza para convivir e interrelacionarse entre sus semejantes. Según WIEMANN, (2011).

“argumenta que dentro de los tipos de comunicación está la visual, auditiva, corporal, verbal u oral y táctil. Comunicación visual.- Es aquella por lo regular se transmite mediante imágenes a través de la televisión, carteles, fotografías, periódicos, revistas, etc. comunicación auditiva.- Este tipo de comunicación, la percibimos sin desearlo en algunas

ocasiones con los carritos que perifonean en las calles en diversos horarios y no hay control para bajar el volumen”.

Estudiar los fenómenos de la comunicación significa para quien lo exploran, no solo la apertura de un campo fascinante sino la dura tarea de desaprender mucho de lo aprendido. En efecto, su sentido más general, la comunicación es más antigua como la vida misma y para todos nosotros no es familiar, pues pertenece a lo más básico de la experiencia humana.

La comunicación de masas es un sistema complejo general donde se planifica información para comunicar a un grupo global de personas con distintas características culturales, ideológicas, religiosas, entre otras. La finalidad es determina el orden social en el que se desenvuelve el conglomerado para determinar sus gustos y preferencias, así logra el objetivo de la comunicación, llevando con éxito el mensaje que se les quiere transmitir. Pero se debe asumir roles, ejercer conductas y reglas, para determinar una orden de respeto y dignidad, a la hora de interrelacionarse los seres humanos.

La comunicación periodística está segmentada a la parte informativa de hechos, sucesos o acontecimientos generados en un grupo social o en sus entorno, que afectan de una u otra manera al toda la sociedad, además tienen carácter de interés general.

La comunicación audiovisual es más extensa y complicada por abarcar diversos canales de información tecnológica, en los diversos campos comunicacionales como son: el entretenimiento, el arte, la música, entre otras.

Además que este tipo de comunicación es mediática y globalizada gracias a los grandes pasos de la tecnología, por ende, es más directa cuando se trasmite un mensaje se refiere, facilitándole al receptor, que interiorice la información y la digiera de acuerdo a sus gustos, preferencia o necesidades que el mismo tenga, pudiéndose dar así la retroalimentación de los contenidos.

Según el investigador para que se dé la dinámica del intercambio de mensajes entre individuos, se necesita de la interrelación de dos o más personas, es evidente esta necesidad, puesto que para transmitir información se necesita de varios elementos fundamentales como son: el emisor (persona que emite el mensaje hablado o escrito), el mensaje (lo que se quiere transmitir), receptor (persona que recibe el mensaje), y que para que este fenómeno se dé, necesita de un código (sistema de signos que se emplea para comunicar), canal (el modo que se lo trasmite), y el Contexto (situación o circunstancia sociocultural donde se trasmite el mensaje).

1.3.4.2. Modelos de la comunicación.

La comunicación es muy extensa, y a la vez complicado descifrar, los procedimientos que en ella se da para cumplir con su objetivo comunicar, transformar y educar a la sociedad, para poder identificar como se trata el proceso de socialización entre emisor y receptor, existe muchos conceptos de comunicación, citaremos los siguientes.

1.3.4.3. Modelo de Lasswell y la teoría funcionalista

El modelo de comunicación de Lasswell y la teoría funcionalista busca identificar los componentes que se deben seguir en el proceso comunicativo para que los mensajes lleguen a cumplir con su objetivo que es comunicar para retroalimentar, educar y transformar. DVOSKIN, (2014).

“Recoge todos los componentes pertinentes para el estudio de la comunicación desde el enfoque behaviorista: a) un sujeto estimulador (quién); b) unos estímulos comunicativos (qué) que originan una conducta comunicativa; c) unos instrumentos (por qué canal) que hacen posible la aplicación de los estímulos comunicativos; d) un sujeto experimental (a quien)

que recibe estos estímulos; y e) unas respuestas que corresponden siempre a estos estímulos comunicativos (con qué efectos)”.

Los aspectos más importantes de esta teoría son las funciones que se producen en el proceso de comunicación en la sociedad, tomando en cuenta la vigencia del entorno social, porque al no realizarse un estudio pertinente de lo que se pretende comunicar al determinado sector podría afectar un sin número de valores de la comunidad, al darse estos pasos se lograra la respuesta o reacción esperada por parte del receptor al emisor del mensaje.

En el modelo de comunicación de Lasswell presenta las herramientas más necesarias e indispensables para una comunicación que cumpla con el objetivo de comunicar, educar y transformar a la sociedad, a continuación se explicará los elementos que se requiere para que se dé la comunicación según el modelo de Lasswell.

- **¿Quién va a comunicar?**

En este tipo de investigación se refiere al editor del programa quien es el encargado de la investigación de campo y elaborar un informe con los resultados obtenidos.

- **¿Qué voy a comunicar?**

Hace referencia al mensaje que se pretende comunicar dependiendo las necesidades del sector social al que se pretende llegar.

- **¿A quiénes voy a comunicar?**

Debe conocer al público que se quiere transmitir el mensaje de ahí la necesidad de tener conocimiento de la edad, estatus social, estatus económico, sexo y otros rasgos sociales.

- **¿Para qué voy a comunicar?**

Debe ser evidente los objetivos del mensaje que se pretende comunicara a la sociedad para que cumplan con el propósito de persuadir al receptor.

- **¿Con que efecto?**

Se debe verificar si el objetivo de comunicar se cumplió y se logró persuadir al receptor.

- **¿Qué respuesta se obtuvo?**

Los mensajes que se producen deben persuadir cambios evidentes en el receptor, para que sean evidentes en una evaluación.

El modelo de comunicación de Lasswell, implica al periodista o persona que quiere comunicar un mensaje a la sociedad, acuda a las herramientas de investigación social, para antes de dirigirse al público, pueda identificar sus gustos, cultura, tradición, edad, sexo, procedencia social, situación económica, ocupación, nivel cultural, aficiones, interese, mentalidad, religión, cultura, motivación, logros y de esta manera pueda llegar a la parte emotiva y logre la respuesta deseada. El efecto contrario de no realizar el estudio pertinente, modificaría la conducta y sería otra la respuesta del emisor.

1.3.4.4. Teoría de la mediación social

Las diferentes teorías de comunicación aborda el análisis de cómo se produce los cambios sociales en un conglomerado, explicando cómo se utiliza las herramientas de la comunicación para que se produzca el intercambio de información. Según GALLES, (2000). Considera que:

“La teoría de la mediación considera que lo relevante en el análisis del cambio social, no es que determinado componente del medio humano sea objeto, modelo u objetivo; sino el proceso mismo por el que los objetos son relacionados con los objetivos mediante modelos y el permanente movimiento que lleva a todo modelo a objetivarse, y a todo objeto a constituirse en portador de la mediación”

Según la teoría de mediación, los medios de comunicación tradicionales como son: la televisión, la radio y prensa escrita, cumplen un rol de mediación entre la

realidad del sujeto y su contorno, son encargados de las transformaciones sociales, por medio de la influencia social basándose en la cultura de un entorno geo-social.

Parte de una realidad específica, valiéndose de la cultura del entorno, presentándoles en funciones, ciertos actos que se cumplen en un juego social, estas actuaciones se convierten en ideologías a seguir, convirtiéndose en modelos representativos de un medio social. Varios de estos modelos son adoptados por individuos y puestos en práctica en su realidad.

La inconveniencia en la realidad de una sociedad ocurre cuando los estereotipos que se representan en los medios de comunicación tradicionales no cumplen con la función de comunicar, informar, educar y transformar en bien de la sociedad.

En este programa de televisión, en el caso particular, La Rosa de Guadalupe. Parte de una realidad social, que representan la decadencia del género femenino y el estereotipo que se ha creado a través de la historia de lo que es ser mujer en la vida cotidiana, exponiéndole como ama de casa, subordinándole a tareas de complacencia a su cónyuge, dejando a un lado sus propias aspiraciones personales.

Esta realidad que nos presentan se convierte en estereotipos y modelos que la sociedad machista, copia y las pone en práctica en la cotidianidad. Por este motivo los medios de comunicación deben poner mayor énfasis en el control de sus contenidos informáticos, de entretenimiento e información.

1.3.5. Teoría feminista

La teoría feminista salvaguarda la lucha social que se da contra la desigualdad de condiciones en cuanto a género, según ACKER (2000) “*estructuras teóricas feministas hablan, sobre todo, acerca de la cuestión de la subordinación de las mujeres a los hombres*”. La teoría feminista abarca ámbitos sobresalientes en la sociedad como son: el antropológico, social, ético y político.

La teoría feminista en el ámbito antropológico es defendida por una corriente antiesencialista, lo que significa que no existe esencia femenina ni masculina, sino más bien, una serie de valores y normas de conducta que determina el comportamiento del ser en un grupo social. De ahí que el pensamiento patriarcal define que el comportamiento del individuo está ligado a la diferencia física que existe en hombre y mujer, atribuyendo a la capacidad de procreación susceptibilidad a la dominación, a pesar que al punto que se quiere llegar es indicar que es una condición natural más no de superioridad ni inferioridad.

La teoría feminista en el ámbito social es una lucha constante por la aceptación de la mujer en la sociedad como un ente activo en igualdad de condiciones, su acceso a todos los cargos públicos, seriedad, propiedades, etc. En la actualidad esta lucha a surtido frutos, pues la mujer tiene igualdad de condiciones y ocupan puestos muy importantes en todos los sectores sociales sin distinción de raza o condición social, todos los seres humanos tienen el mismo derecho y obligaciones.

En el ámbito ético-político, las corrientes feministas buscan romper a nivel global las condiciones tradicionales que han sido establecidas en el sector privado y en el doméstico, puesto que en el sector privado se sublima la superioridad del varón sobre la mujer, mientras a la mujer la delegan a el sector doméstico, como la encargada de satisfacer las necesidades del hogar y a las de su cónyuge, evidentemente dando la inferioridad a lo femenino.

Según el investigador, el feminismo surgió como una reivindicación del derecho a la igualdad como consecuencia de la existencia del sesgo androcéntrico de las éticas universales de la ilustración. El término androcentrismo es el más utilizado en la literatura feminista antropológica para referirse a la forma de producir conocimiento desde valores hegemónicos masculinos o posiciones auto centradas en el hombre como eje de la vida social.

En la actualidad existen dos posiciones en cuanto se refiere a lo femenino: una, rechaza la inferioridad natural de lo femenino y la otra, define la femineidad según

características deducidas del supuesto de inferioridad natural. Según ACKER, (2000).

“La meta fundamenta del feminismo liberal es asegurar la igualdad de oportunidades de los sexos. Su intento dentro de la educación es eliminar las barreras que impiden que las chicas alcancen su total potencial, independientemente de que estas barreras se encuentren localizadas en la escuela. En general, hay un intento por alterar las prácticas socializadoras, un cambio de actitudes y el uso de procedimientos legales”.

El feminismo que rechaza la inferioridad natural de la mujer denuncia la situación de las mujeres dentro del patriarcado, ya que ellas aparecen marginadas e invisibilizadas. Es por ello que buscan la igualdad social y política. Pero la igualdad se ha convertido en un concepto altamente controvertido dentro del feminismo. Los problemas a resolver son los mismos, es decir, la cuestión del poder. La separación de las esferas privada y pública, la cuestión del trabajo, y la resignificación de conceptos que aún perviven dominados por estructuras patriarcales.

El núcleo de todo ello es poder transformar el ámbito cultural y simbólico en otro que no implique dominación sobre las mujeres y permita a éstas libertad y subjetividad plena. Cómo hacerlo es básicamente el punto donde empiezan los diferentes enfoques. El objetivo es conseguir la igualdad, entre hombres y mujeres para gozar de las mismas oportunidades en cualquier ámbito de la sociedad.

La consideración de la mujer como sujeto lleva implícita la igualdad de derechos, es decir, el reconocimiento del principio de la igualdad y el derecho a la diferencia. Se precisa un proceso de igualación entre los sexos, sobre todo, más que reivindicar la diferencia o la igualdad, se deben buscar formas no esencialistas de plantear la diferencia. La crítica al principio de igualdad universal implica considerar las diversas perspectivas de las y los diferentes.

Los estereotipos de género vulneran los derechos humanos porque son fuente de discriminación en contra de aquellas personas que no concuerdan con el paradigma que ellos proponen (superioridad de lo masculino sobre lo femenino). Por ejemplo: Si el estereotipo dice que toda mujer de verdad desea ser madre y esposa, valora socialmente más a aquellas que cuadran con este paradigma, favoreciendo el ejercicio de estas funciones y dificultando el desarrollo de la mujer en otros ámbitos como por ejemplo: El ámbito laboral, donde aún la mujer recibe menos paga que el hombre por el mismo trabajo ya que se considera que su trabajo es complementario al del hombre (bajo el estereotipo que toda mujer es primero esposa) y secundario (bajo el estereotipo de que es primero madre)

Los estereotipos son dañinos para la vida social. En primer lugar porque niegan a priori la autonomía de la persona para definirse a sí misma más allá de ellos; segundo, establecen criterios de exclusión por cuestiones de raza, origen, religión, sexo y género; tercero, porque así como el estereotipo pauta que es lo “esperable” de acuerdo al género, también define cual es el ser humano a excluir, cuando no cumple con los requisitos del estereotipo. El estereotipo de género, crea sospecha y violencia sobre el derecho básico a construir una identidad propia y estar incluido en la sociedad de acuerdo a ella.

1.3.6. Estereotipos de género.

Son parte de la estructura social, pues se identifica en las prácticas sociales y se da una discriminación que se sustenta en gran medida sobre los estereotipos que se han ido generando entorno a la idea que tenemos sobre cómo deben comportarse los hombres y las mujeres, los papeles que deben desempeñar en el trabajo, en la familia, el espacio público e incluso en cómo deben relacionarse entre sí.

1.3.6.1. Género

Según Galles (2000), “el género es parte de la estructura social: un juego de prácticas sociales y culturales en el que ambos reflejan y refuerzan suposiciones

sobre las diferencias entre los hombres y mujeres”. Hablar de género para las personas supone el uso de prácticas sociales comunes entre individuos que comparten creencias y costumbres distintivas de un conglomerado social, atribuyendo a conformar una institución social que afectan los roles que juegan hombre y mujer en su contorno, además que interactúa con otras instituciones como son la economía y el poder laboral.

Según (TUBERT, 2003), “Habitualmente se entiende que el sexo corresponde al plano biológico, en tanto que el género es el producto de la construcción socio-cultural”. Cada sociedad establece que es lo propio para las mujeres y que es lo propio para los hombres. Entender esto, permite ver que lo que se creía natural porque pareciera que así ha sido siempre, no lo es, ya que es algo que la sociedad ha ido construyendo, que es diferente si la persona es joven o anciana, y que varía de cultura a cultura, si viven en la ciudad o en el campo, si es indígena o mestiza.

La perspectiva de género es una manera de ver el mundo y las relaciones entre las personas, además es una opción que sirve para generar un cambio en la sociedad buscando relaciones más armónicas entre hombres y mujeres. Adoptar la perspectiva de género implica visualizar, analizar y actuar sobre las situaciones de inequidad, discriminación e intolerancia generadas a partir de la diferencia sexual.

1.3.6.2. Importancia del concepto de género

En la cotidianidad es indispensable saber la importancia que tiene el concepto de género, porque en la mayoría de las sociedades da inicio la desigualdad de género poco después de la concepción del bebe, pues es común escuchar ¿es niño o niña? y los padres inconscientemente preparan a los niños/as en manera sutil para los roles sexuales tradicionales. Según LAGARDE, (1997).

“La perspectiva de género no es una teoría ni una metodología. Es, básicamente, una manera de mirar los diferentes hechos y procesos sociales enfatizando en las

asimetrías, desigualdades, inequidades y/o exclusiones resultantes de concepciones, percepciones, normas, prejuicios, mitos, sentimientos y valores respecto de la condición femenina y/o masculina”.

El enfoque de género permite visualizar y reconocer la existencia de relaciones de jerarquía y desigualdad entre hombres y mujeres, expresadas en: opresión, injusticia, subordinación, discriminación hacia las mujeres en la organización genérica de las sociedades. Esto se concreta en condiciones de vida inferiores de las mujeres en relación con las de los hombres.

Hablar de género significa dejar de creer que los roles sociales y culturales asignados a hombres y mujeres son naturales. El enfoque de género trata de humanizar la visión del desarrollo. El desarrollo humano debe basarse en la equidad de género. Es importante diferenciar entre sexo y género, pues los dos términos, con frecuencia, se utilizan como sinónimo. Según ASTELARRA,(2003).

“Primero: el género es la institución social, como familia, religión y otras instituciones, y afecta los roles que hombres y mujeres juegan en la sociedad. El género también interactúa con otras instituciones, como la economía, por ende por la fuerza laboral”. Segundo: “el género involucra las diferencias de poder: como la raza y la clase social. El género asigna roles que permiten dar a las mujeres menos oportunidades y privilegios que los hombres disfrutaban”. Tercero: “el género es una construcción cultural, el determina la vida de las personas en la sociedad, además las suposiciones que existen en las expectativas para hombres y mujeres varían ampliamente”.

El género en la sociedad se ha estandarizado en una institución social, con un rol muy indispensable a la hora de tomar decisiones en la participación como ente activo en la misma, dependiendo del sector cultural. Refiriéndose a un lugar en

específico, tendrán diferentes normas conforme a la distinción biológica e ideológicas, lo cual designara roles desiguales para cada individuo, más aun donde predominando la idiosincrasia machista, la superioridad del varón sobre la mujer.

El género femenino, en la mayor parte de sectores geo-culturales, es asignado a tareas domésticas y de reproducción, a pesar de la gran participación que como entes activos han tenido en la evolución de la sociedad, incluso llegando a superar la contribución que el varón con sus atributos físicos y biológicos a aportado a su entorno social.

En verdad la mujer, con todos los atributos que conjuga la palabra es, ha sido y será el eslabón fuerte de la cadena evolutiva de la sociedad, que conjuntamente en igualdad de condiciones entre el hombre y mujer han llegado a complementarse conformar la base de la sociedad, la familia.

1.3.6.3. Equidad de género

Por equidad de género se entiende el trato imparcial de mujeres y hombres, según sus necesidades respectivas, ya sea con un trato equitativo o con uno diferenciado pero que se considera equivalente por lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades. Cada una de las definiciones tiene una connotación de ecuanimidad e igualdad social con responsabilidad y valoración de la individualidad, llegando a un equilibrio entre las dos cosas, la equidad es lo justo en plenitud.

1.3.6.4. Estereotipos de género

Al referirse a estereotipo de género hay que direccionarse a las dos tendencias que definen conceptos distintos con respecto a la temática: los sociólogos consideran que la estratificación de género se debe a las desigualdades en los aspectos sociales, mientras los funcionalistas defienden que la estratificación es por las diferencias biológicas que existen entre los sexos.

Para LIPPMAN, (2014) la palabra estereotipo es para “designar un determinado mecanismo de percepción inevitable y eficiente, elaborado por el individuo o su grupo, que se tiene en cuenta en el momento de percibir otro objeto o contenido similar”. Con dicho término, parecía referirse al contenido de la percepción construida por el individuo así como al proceso mismo. Acuñado el término, las primeras investigaciones llegarían en los años treinta aunque, según Cano (1993) “con probabilidad éstas hubieran tenido lugar igualmente sin el precedente de Lippman, quizás bajo otro nombre”.

La discriminación se sustenta en gran medida sobre los estereotipos que se han ido generando entorno a la idea que tenemos sobre cómo deben comportarse los hombres y las mujeres, los papeles que deben desempeñar en el trabajo, en la familia, el espacio público e incluso en cómo deben relacionarse entre sí. A este conjunto de ideas preconcebidas que utilizamos para analizar e interactuar con otros hombres y mujeres les llamamos estereotipos de género.

Para el estereotipo femenino envuelve una gran necesidad de dependencia, cuidados y afiliación, cada cultura tiende a reinterpretar los estereotipos de género lo que demuestra que las percepciones que tenemos sobre los hombres y las mujeres están socialmente construidas. Existen estereotipos que se vivencian como verdades objetivas y que influyen de forma decisiva sobre las actitudes, las creencias y las conductas.

Los estereotipos son un instrumento que nos ayuda a comprender las relaciones sociales y a justificar ciertas actuaciones que no están contrastadas, los estereotipos son aprendidos por la socialización. Por ejemplo, cuando el lenguaje popular dice "esto es más propio de mujeres" estamos justificando unas funciones sin que exista una justificación racional, pero hemos aprendido desde nuestros primeros años que todo nuestro entorno apoya esta tesis. El problema de los estereotipos es que nos influyen tanto en las actitudes como en las conductas, según ENGLISH, (1977).

“Determina que el género sirve para establecer y mantener determinados patrones de conducta, por lo que tiene un claro papel de aprendizaje, de este modo las personas que se desvían de la conducta considerada apropiada de su sexo, reciben de la propia sociedad cierta coerción para que no se desvíen de la norma. De este modo, se establecen una serie de tópicos o estereotipos propios de cada sexo, que no hacen otra cosa que limitar la libertad individual de las personas al no poder salirse de un determinado guion impuesto”.

El investigador considera que el género podría designar una serie de papeles que son interiorizados por individuos de un determinado conglomerado social, estableciendo un sistema dual donde la mujer ejerce la complementariedad del hombre y designa una distribución de tareas y funciones en función del género. En este sentido, las mujeres quedan relegadas al ámbito doméstico y cuando participan en el mercado laboral suele ser una extensión de sus funciones como ama de casa y cuidadora de la familia, en trabajos relacionados con los Servicios Sociales, la sanidad, educación, etc.

Los roles que se designan al género en la sociedad son asignados dependiendo la ideología de un conglomerado, determinado sector determina tareas y hábitos a seguir, pero gracias a que la sociedad ideológicamente ha evolucionado ha roto esa brecha permitiendo que las mujeres desempeñen sus cualidades en igualdad de condiciones dejando a un lado las desigualdades sociales.

Utilizar la palabra género como una categorización social no sería un error, porque se atribuye una división desigual en equidad de condiciones en un conglomerado social, debido a la asignación de atributos de género ideológicamente de cada grupo social, por la transferencia hereditaria de la crianza.

De esta manera se puede considerar que la mujer es generalmente la responsable de las tareas del hogar para que el hombre pueda incorporarse libremente al mercado

laboral. Esta explotación permite que el varón se desarrolle en la esfera pública y refuerce su estatus, mientras que la mujer se ve abocada a desempeñar trabajos poco valorados y depender económicamente del marido, a quién deberá proporcionar cuidado emocional, satisfacción sexual y descendencia para mostrar su gratitud.

Se puede establecer una "reciprocidad asimétrica"; en un intercambio horizontal, el género introduce un elemento desigual, un escalón, es necesario tomar conciencia de que esta asimetría es antinatural, para ello hay que volver a replantearse muchas cuestiones como las cargas familiares, las relaciones matrimoniales, e incluso en el ámbito laboral existen empresas que reproducen esta discriminación aún de forma indirecta. Por lo tanto, es posible acabar con dicha discriminación invirtiendo los procesos, ya que mujeres y hombres compartimos el mismo objetivo común.

1.3.7. Representación de la mujer en la televisión.

La televisión es una ventana abierta al mundo mostrando posibles realidades donde cada individuo puede sentirse identificado con la perspectiva que nos presenta conforme al rol social que este desempeña, es preocupante la imagen que se ha dado en los diferentes escenarios televisivos, conforme a la representación de la mujer en televisión, en gran parte los espacios del programas son enfocados a presentar a una mujer doméstica, mientras tanta la total de espacios se la lleva la representación masculina, por ejemplo: el deporte masculino tiene gran mercado en todos los canales de televisión.

La imagen que la televisión ha mostrado de la mujer siempre ha ido ligada a estereotipos de género, en la mayor parte como una mujer abnegada a su hogar y en muchas ocasiones se la ha utilizado como lucro comercial, mostrando a mujeres perfectas que publicitan marcas comerciales incitando al consumo de sus productos, persuadiendo al consumidor final, sin importar la destrucción del verdadero significado de mujer.

1.3.7.1. *La mujer ¿objeto o sujeto?*

Históricamente la mujer ha tenido que luchar contra las desigualdades sociales, porque siempre ha sido vista como un complemento del hogar designada a tareas domésticas, mientras el hombre es el único que prevalece sobre ellas, pero gracias a la perseverancia en buscar la igualdad entre varón y mujer en la actualidad se desempeñan en igualdad de condiciones, según NEW, (1996).

“La mujer como sujeto y sujeto-objeto contrasta con la mujer como objeto en la psique masculina, al considerar la posición que ésta ocupa en el tiempo socio-histórico que le corresponde y al concebirla como objeto de categorización o atribución cultura”.

En siglos pasados la mujer ha sido considerada como sujeto – objeto en el subconsciente del ser humano generado por las herencias de cada sector geocultural, exponiendo a la mujer como un individuo que no poseía la igualdad de condiciones para la competencia del desarrollo social.

En la actualidad la mujer ocupa roles muy importante en todos los roles sociales, como un ente en igualdad de condiciones y oportunidades, además han llegado a ocupar sitios muy significativos en la política y la económico. Sin dejar a un lado lo sublime de ser mujer. Según LORETI, (1997).

”Estamos siempre frente a una mujer representada y un hombre-representado, que el dimorfismo originante de actividades ha configurado predominantemente como objeto de placer e instrumento de reproducción y como sujeto de saber – poder. Pero sigue siendo sujeto: el sujeto es la condición de posibilidades eficiente del intercambio; se intercambia un objeto, un individuo que no tiene identidad

sino por referencia al sujeto que le confiere existencia como posesión, la mujer”.

Parece que el conflicto entre sociedad patriarcal y valores femeninos ha transitado en nuestra historia durante siglos y es inherente al modelo moderno del mundo, los valores masculinos de dominación, economicismo, éxito, se han impuesto como valores generalizados a toda la sociedad. Pero desde el mundo femenino ha habido una constante resistencia y rechazo frente a ellos, una verdadera anticipación de la emergente sociedad postmoderna en la que tantas mujeres están alcanzando la auténtica condición de sujetos activo en la sociedad

La utopía femenina tiene, pues, una parte de realidad cumplida y un mucho todavía de sueño por cumplir. Ella nos sigue guiando y, al hacerlo, se convierte en un instrumento de cambio que invita a reorientar la vida colectiva. Entonces, cuando eso sucede, se hace presente la posibilidad que el cambio femenino conlleva convertirse en un factor de reorganización del sistema global para la emergencia de nuevos valores y prácticas sociales, según MORIN, (1994).

“En ese escenario podemos explorar, sin simplificaciones, el camino que la utopía nos trazó tiempo atrás para guiarnos, y es así y ahora, desde estos planteamientos, como la utopía femenina se hace parte de un proyecto postmoderno al que están llamados hombres y mujeres. Un proyecto cuya razón esencial de ser es dominar el dominio”.

Según el investigador los efectos son destructivos de algunos programas porque establecen ideales de feminidad distorsionados y convierten a las mujeres en objetos para promocionar sus negocios, así el uso de la figura femenina para tal propósito las transforma en un símbolo erótico que se exhibe para beneficio de los fabricantes y comerciantes.

Hoy, gracias a como se explotan los atractivos de la mujer en los medios, estamos cada vez más asociados con la seducción y la vulgaridad que con el amor. La publicidad de la sociedad consumista ha llevado a que las mujeres pasen de ser sujetos a objetos, no solo de placer sensual, sino de uso comercial, y así se deshumaniza y denigra la dignidad femenina.

1.3.7.2. La mujer y los medios de comunicación

La mujer con relación a los medios de comunicación siempre ha estado ligada a la venta comercial de su imagen, desde el punto de vista económico, superficial y estereotipado, esta desigualdad se ha venido superando gracias a la gran participación activa que como ser humano en igualdad de condiciones ha venido cumpliendo en los diferentes roles sociales. Para BELLAVISTA (2002).

“Argumenta que El tratamiento de la mujer en/por los medios de comunicación, ya hablemos de radio, televisión o medios escritos es claramente diferente al que se le ofrece al varón. Los motivos que llevan a este trato desigual, en algunos casos degradantes, de la mujer, en los medios de comunicación no mantienen unas causas o motivos claros. Uno de ellos podría encontrarse en la incorporación tardía de la mujer en los escenarios públicos”.

La participación y presencia de la mujer en los medios de comunicación es cada vez mayor. Pero este incremento no ha provocado un cambio automático en las reacciones de los medios de comunicación con respecto al trato de la imagen de la mujer en la sociedad. Estos siguen contando a través de los programas televisivos historias que exponen realidades de mujeres que viven la siguen contando los hombres desde su visión, desde su perspectiva, ofreciendo una imagen distorsionada, conservadora, convencionalista, que refleja las normas y valores dominantes y que favorece los prejuicios sexistas respecto del papel que las mujeres debemos desempeñar en la sociedad.

Así que los medios de comunicación no podrán reflejar toda la riqueza informativa y de matices que hay en nuestras sociedades hasta que las mujeres no tengan también acceso a dirigirlos. Porque las élites del periodismo siguen perteneciendo principalmente a los hombres lo que contribuye a reforzar los estereotipos de género en nuestra sociedad, en nuestra cultura y esto se hace desde lugares que, como la televisión, son capaces de configurar opinión, aptitudes e incluso sentimientos.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1. CARACTERIZACIÓN DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”.

EL Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi” es una institución pública ecuatoriana de educación secundaria que ofrece bachilleratos en ciencias de la educación, brinda un servicio de educativo de calidad a la juventud de todo el cantón Pujilí y la provincia de Cotopaxi, con profesionales responsables, justos y equitativos, basados en principios y valores que fundamenta el desarrollo de las capacidades científicas y humanísticas de sus estudiantes.

El colegio “Provincia de Cotopaxi” cuenta con 80 aulas de estudio, una biblioteca especializada en literatura educativa, con un consultorio médico para sus educandos y educadores, un bar con alimentos nutricionales, además cuenta con su propio parqueadero. La institución alberca un total aproximado de 1600 educandos, en sus dos jornadas educativas, diurna y nocturna.

Ubicación: La institución educativa como su nombre lo antecede se encuentra en la provincia de Cotopaxi, a la entrada noreste del cantón Pujilí, sus instalaciones están ubicadas en la avenida Velasco Ibarra, diagonal al destacamento de policía.

2.2. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo se basó en la investigación descriptiva, ya que se aplicaron las estrategias, que permitieron enfocar la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi” en el período enero a julio del 2014, además se enfatizó aspectos cualitativos de categorías bien definidas del fenómeno observado.

La investigación realizada fue de campo, realizándose en la institución educativa mencionada, en contacto directo con quienes fueron los gestores del problema que se investigó. Aquí se obtuvo la información de primera mano en forma directa. Al igual que se fundamentó en la investigación documental-bibliográfica, para ampliar y profundizar conceptos, teorías y criterios de distintos autores sobre los diferentes temas que se abordó en la investigación sobre la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi” en el período enero a julio del 2014.

Además se utilizaron los métodos: Descriptivo, Inductivo y Deductivo, técnicas que permitieron realizar los análisis pertinentes de las encuestas y entrevistas aplicadas tanto a los/as estudiantes y profesionales de Comunicación Social.

2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro N°1 Variable independiente: Programa La Rosa de Guadalupe.

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas de instrumentación
Representación de la mujer de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe.	<ul style="list-style-type: none"> • Influencia psicológica. • Influencia cultural. • Influencia social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje denigrante. • Violencia física. • Lenguaje obsceno. • Maltrato físico. • Maltrato verbal. • Violencia psicológica. • Superioridad masculina. • Lenguaje ofensivo. • Violación física. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amenazas emocional. • Maltrato emocional. • Inequidad de género. • Idiosincrasias. • Tendencia machista. • Prejuicios. • Estereotipo de género. • Jerarquización social. • Desigualdad, limitaciones • Coerción social (actitud de dominio) 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. • Encuentras. • Observación directa de los programas. • Observación directa de los programas. • Encuestas.

Elaborado por: El investigador.

Fuente: El investigador

Cuadro N°2 Variable dependiente: Representación de la mujer en la televisión.

Contextualización	Categorización	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas de instrumentación
Manejo de la imagen de la mujer en el programa La Rosa de Guadalupe.	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación. • Programas televisivo. • Estereotipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Violación a los derechos de la mujer • Imagen sexista • Imagen discriminatoria. • Imagen comercial. • Generalización de estereotipos. • Imagen de superioridad del hombre sobre la mujer. • Desigualdad de género 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Manejo de la imagen como mujer? • ¿En qué grado utilizan la imagen de la mujer en la representación de la vida cotidiana? • ¿Generan desigualdad de género en los programas? 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación directa de los programas. • Encuestas. • Encuentras. • Observación directa de los programas. • Encuestas

Elaborado por: El investigador.

Fuente: El investigador.

2.4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”

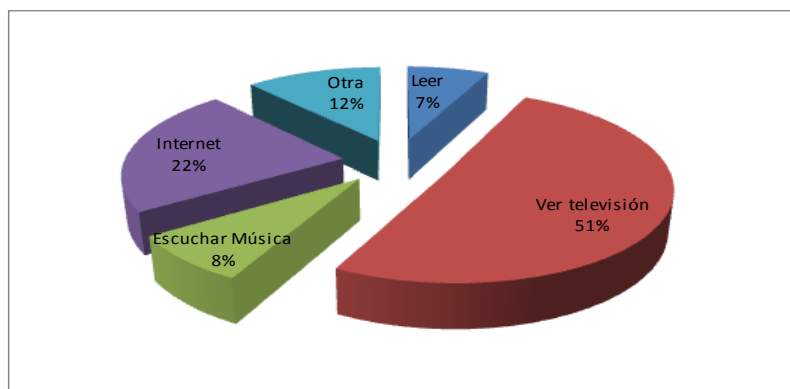
1. De las siguientes actividades: ¿A cuál le dedica mayor tiempo?

TABLA N° 1		
Actividad a la que dedica más tiempo		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Leer	27	7,11
Ver televisión	192	50,53
Escuchar Música	31	8,16
Internet	85	22,37
Otra	45	11,84
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 1



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 51% manifiestan que la actividad a la que dedica más tiempo es ver televisión, el 22% Internet, 12% otras, 8% escuchar música, y el 7% a leer.

Por lo que el investigador enfoca que ver televisión es la actividad que mayor prevalencia tiene, teniendo que guiar y orientar los programas que deben ver los estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi”.

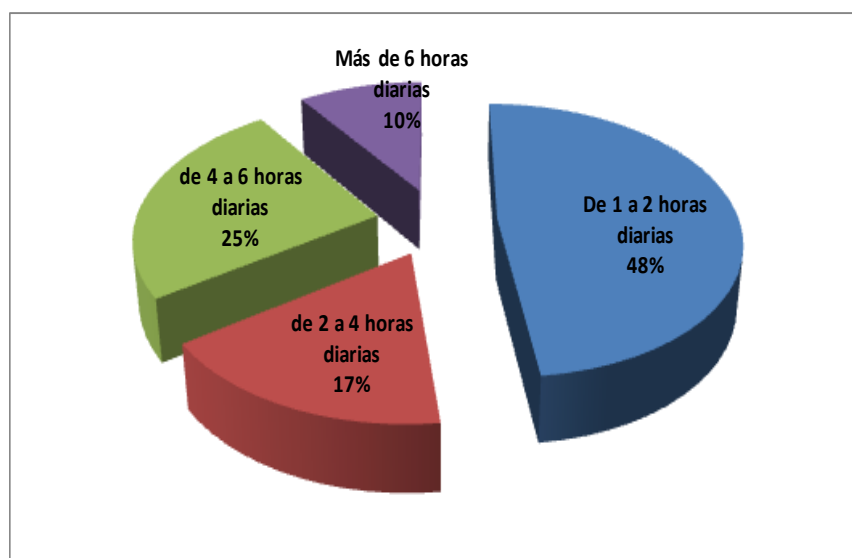
2. ¿Cuánto tiempo se dedica a mirar televisión?

TABLA N° 2		
Tiempo dedicado a mirar televisión		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 horas diarias	183	48,16
de 2 a 4 horas diarias	65	17,11
de 4 a 6 horas diarias	95	25,00
Más de 6 horas diarias	37	9,74
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 2



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 48.% mira televisión de 1 a 2 horas diarias, el 25% de 4 a 6 horas diarias, 17% de 2 a 4 horas diarias, 10% más de 6 horas..

Por lo que el investigador deduce que más de la mitad de los estudiantes miran la televisión de 1 a 2 hora diarias, el resto del tiempo lo dedican a actividades varias. El 10 % de los estudiantes mira la televisión más de 6 horas volviendo su vida sedentaria.

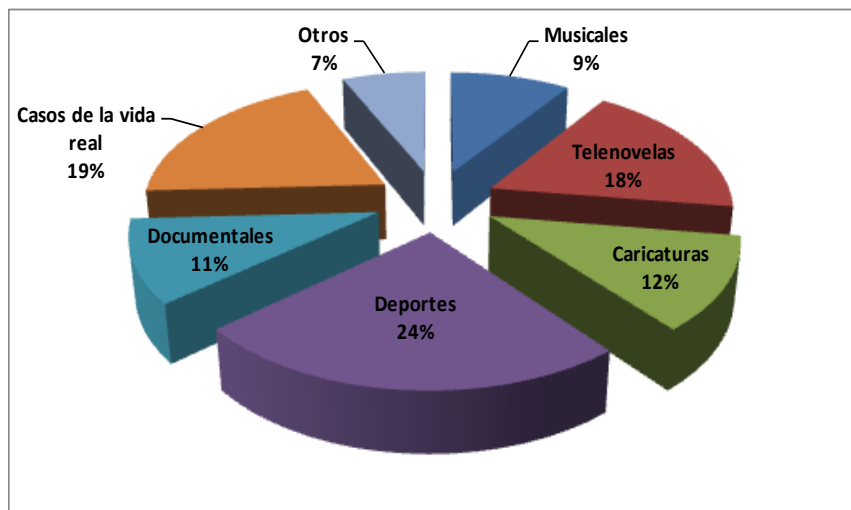
3. ¿Qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

TABLA N° 3		
Programa televisivo que le gusta ver		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Musicales	36	9,47
Telenovelas	68	17,89
Caricaturas	45	11,84
Deportes	93	24,47
Documentales	40	10,53
Casos de la vida real	73	19,21
Otros	25	6,58
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 3



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 24% ven programas de deportes en la televisión, 19% casos de la vida real, 18% novelas, 12% caricaturas, 11% documentales 9% musicales, y el 7% otros.

Por lo que el investigador manifiesta que les gusta ver los deportes, seguido del programa “casos de la vida real” y las novelas, donde se puede deducir que los estudiantes buscan entretenimiento y representaciones reales que contrasté con su diario vivir.

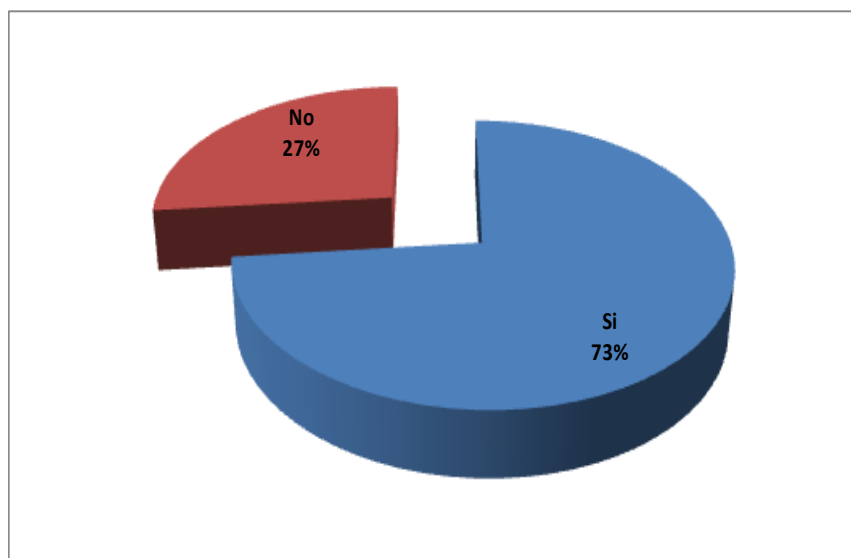
4. ¿Usted ve en la televisión “La Rosa de Guadalupe”?

TABLA N° 4		
Observa el programa "La Rosa de Guadalupe"		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	279	73,42
No	101	26,58
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 4



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 73% manifiestan que Si ven el programa “La Rosa de Guadalupe” en la televisión y el 27% No.

Por lo que el investigador puede informar que la gran mayoría de encuestados si observan el programa “La Rosa de Guadalupe”, que en cierta forma enfoca lo que sucede en las diferentes familias conforme a su realidades.

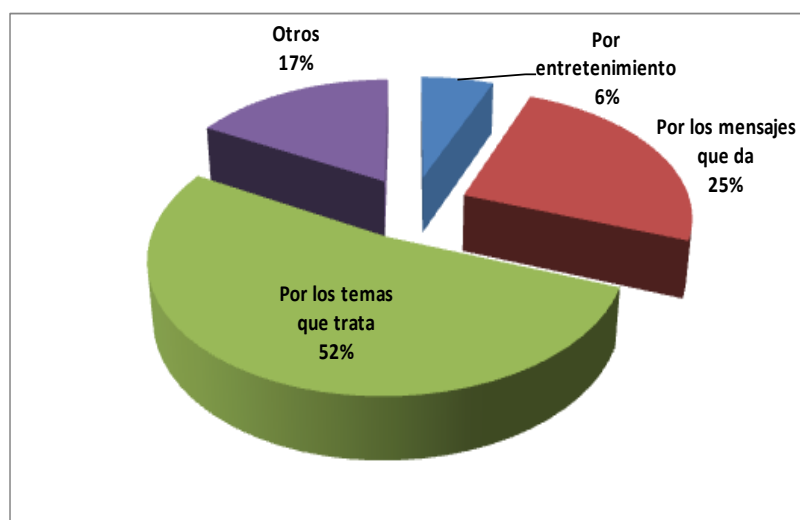
5. ¿Por qué ve el programa “La Rosa de Guadalupe”

TABLA N° 5		
El programa "La Rosa de Guadalupe" lo ve		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por entretenimiento	23	6,05
Por los mensajes que da	94	24,74
Por los temas que trata	199	52,37
Otros	64	16,84
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 5



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 52% manifiestan ven el programa “La Rosa de Guadalupe” por entretenimiento, el 25% por los mensajes que da, 17% otras, y el 6% por entretenimiento.

Por lo que el investigador puede deducir que la gran mayoría de estudiantes ven el programa para entretenerse, pero que además un gran porcentaje de ellos les gusta los mensajes que aportan en su vida, que de cierta manera va dirigido a toda clase de televidentes.

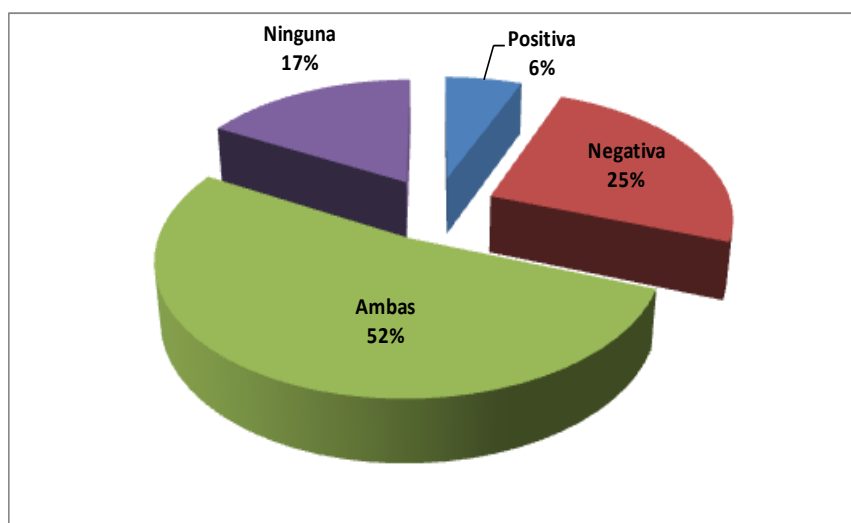
6. **¿De qué manera influye en su vida los casos que se presentan en "La Rosa de Guadalupe"?**

TABLA N° 6		
Influencia en su vida con los casos de "La Rosa de Guadalupe"		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Positiva	23	6,05
Negativa	94	24,74
Ambas	199	52,37
Ninguna	64	16,84
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 6



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados influye, el 52% positiva y negativamente, el 25% negativa, 17% ninguna de las opciones y el 6% es positiva.

Por lo que el investigador determina que la gran mayoría de encuestados consideran que el programa la Rosa de Guadalupe encierra temáticas negativas con relación a su cotidianidad y otra parte de los encuestados mencionan que el programa transmite mensajes positivos en cuanto a la reflexión que presenta al final de cada capítulo.

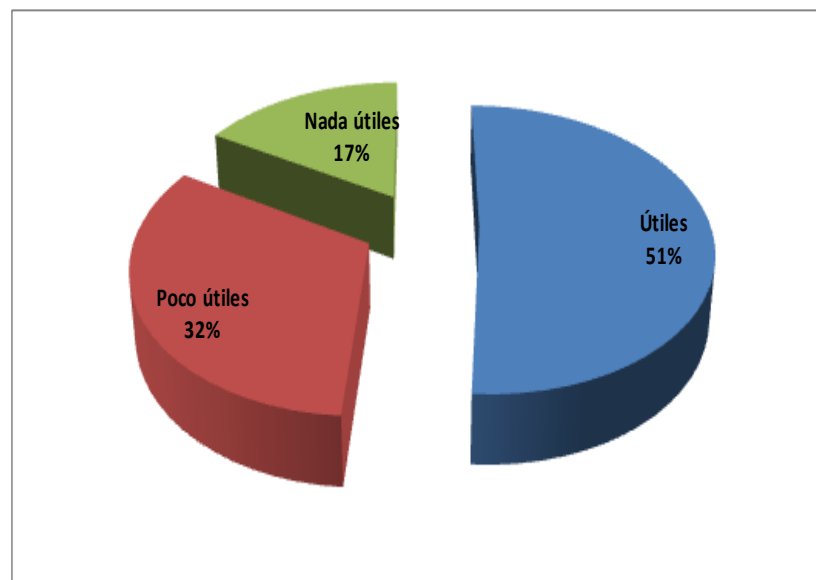
7. ¿Los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe", son?

TABLA N° 7		
Temas de la "La Rosa de Guadalupe" son		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Útiles	194	51,05
Poco útiles	123	32,37
Nada útiles	63	16,58
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 7



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 51% manifiestan los temas de abordan "La Rosa de Guadalupe son útiles, el 22% poco útiles, y 17% nada útiles.

Por lo que el investigador deduce que los jóvenes consideran que los temas son útiles, por los mensajes que abordan, es evidente que se consume el programa como educativo más no de entretenimiento. ya que enfocan las acciones que realizan muchas personas y que se toma de la vida real.

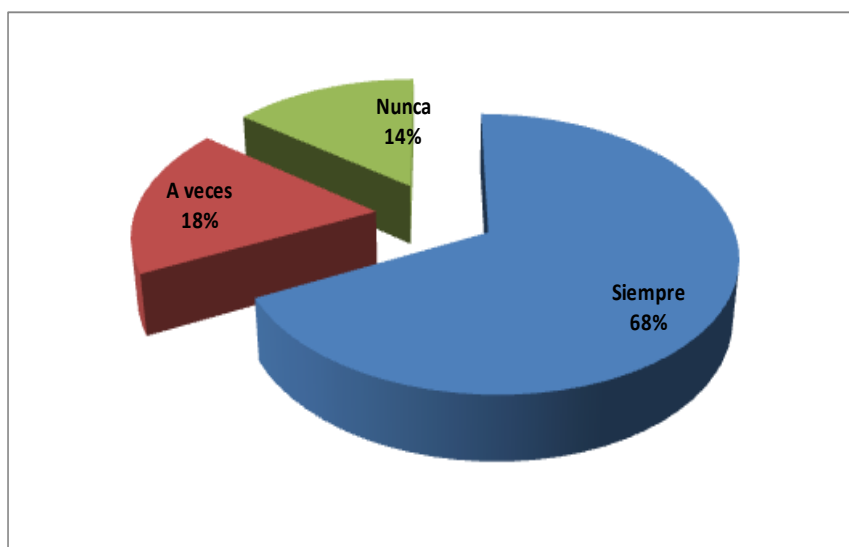
8. ¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos “La Rosa de Guadalupe”?

TABLA N° 8		
Se utiliza la imagen de la mujer en "La Rosa de Guadalupe"		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	257	67,63
A veces	68	17,89
Nunca	55	14,47
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 8



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 68% manifiestan siempre es utilizada de la imagen de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe”, el 18% a veces, y el 14% nunca.

Por lo que el investigador expresa que la gran mayoría de encuestados consideran que la imagen de la mujer es utilizada en el programa, ya que siempre está enfocada en la vida de la mujer como madre, amiga, familia o en cualquier aspecto.

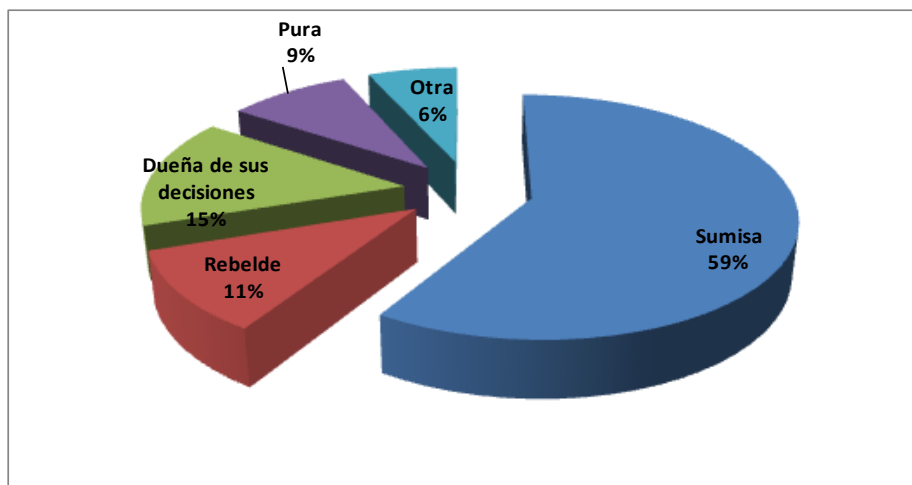
9. ¿Cree que la imagen que se muestra de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe” es de una persona?

TABLA N° 9		
La representación de la mujer en "La Rosa de Guadalupe" es		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sumisa	224	58,95
Rebelde	41	10,79
Dueña de sus decisiones	56	14,74
Pura	34	8,95
Otra	25	6,58
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 9



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 59% manifiestan que la imagen de la mujer se muestra como una persona sumisa, el 15% dueña de sus decisiones, 11% rebeldes, 9% pura, y el 6% a otras.

Por lo que el investigador puede deducir que la gran mayoría de mujeres del programa son sumisas, dando un mensaje para los estudiantes que la mujer debe ser la que acepta todo, la que no puede reclamar, es decir la débil, la que cumple todo lo que quieren los demás.

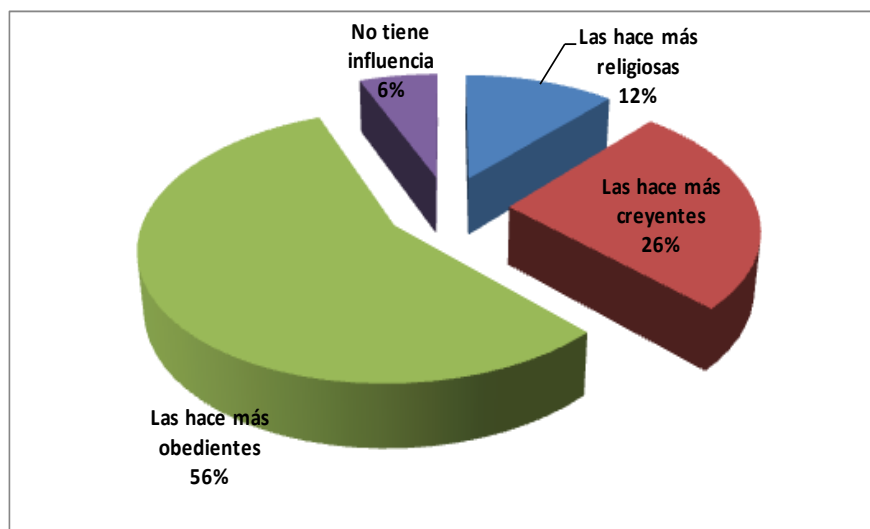
10. ¿El programa influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

TABLA N° 10		
Influencia en el actuar de las mujeres en la vida real		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Las hace más religiosas	44	11,58
Las hace más creyentes	99	26,05
Las hace más obedientes	214	56,32
No tiene influencia	23	6,05
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 10



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 56% manifiestan que el programa “La Rosa de Guadalupe”, hace a las mujeres sean más obedientes, el 26% más creyentes, 12% más religiosas, y el 6% no tiene influencia.

Por lo que el investigador puede argumentar que a la gran mayoría de mujeres al ver el programa les hace más obedientes, es decir que el mensaje que reciben es personas manejables y muchas veces que se las puede manipular al gusto de los demás.

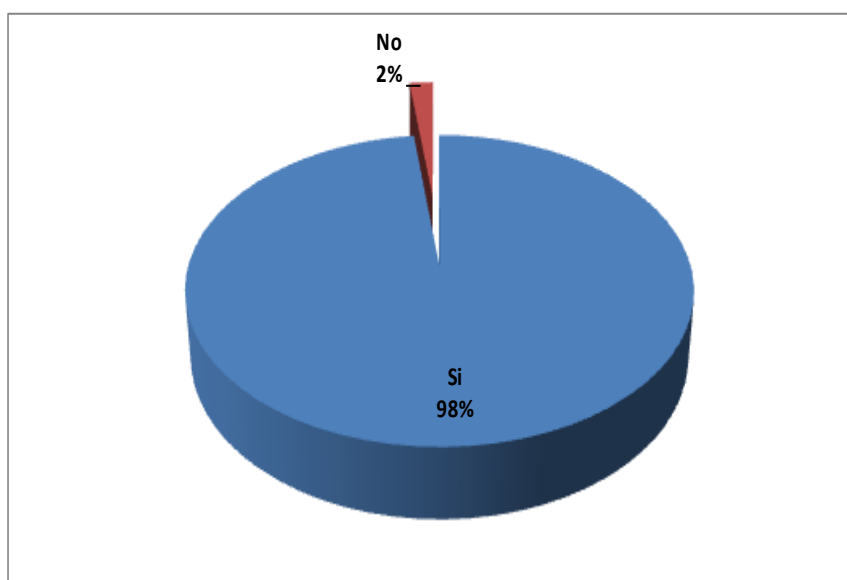
11. ¿Cree que se debería contar con herramientas de orientación para mirar los programas de TV?

TABLA N° 11		
Se debe contar con herramientas de orientación para mirar TV		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	373	98,16
No	7	1,84
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 11



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 98% manifiestan que Si se debe contar con herramientas para orientar el programa “La Rosa de Guadalupe”, y el 2% No.

Por lo que el investigador puede argumentar que es necesario contar con herramientas que de cierta forma vaya orientados programas televisivos, mucho más aquellos que están relacionados con la vida real.

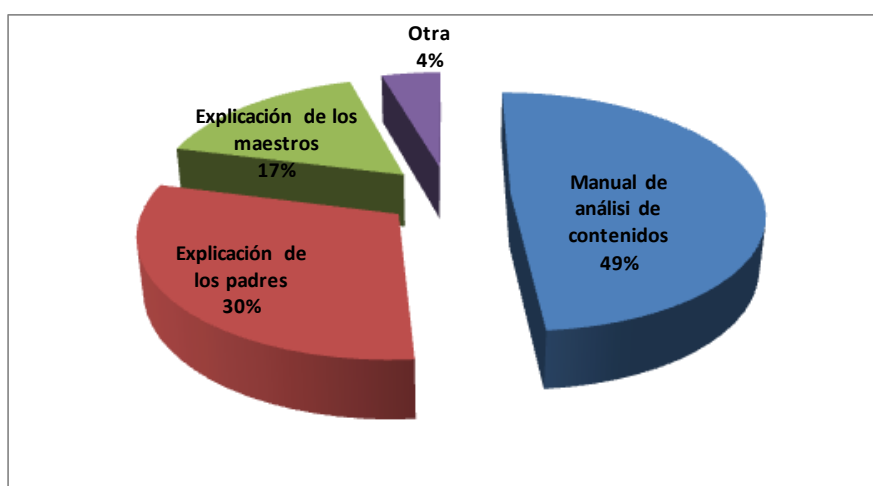
12¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa “La Rosa de Guadalupe”?

TABLA N° 12		
Herramientas de orientación el programa "La Rosa de Guadalupe"		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manual de análisis de contenidos	185	48,68
Explicación de los padres	115	30,26
Explicación de los maestros	63	16,58
Otra	17	4,47
TOTAL	380	100,00

Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

GRÁFICO N° 12



Fuente: Estudiantes de 1er Año de Bachillerato del Colegio Experimental "Provincia de Cotopaxi"

Elaborado por: El Investigador

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados, el 49% manifiestan la herramienta para orientar el programa “La Rosa de Guadalupe” es un manual de análisis de contenidos, el 30% explicación de los padres, 17% explicación de los maestros, y el 4% otras.

Por lo que el investigador deduce que un manual de análisis de contenidos es la mejor herramienta para orientar los programas televisivos que ayuden a tener conocimiento de los verdaderos mensajes o lo que es más a relacionar positivamente los casos de la vida real.

2.5 . ENTREVISTA APLICADA A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista N°1

Licenciado: Cristian Marcelo Vallejo

Lugar ocupacional: Ministerio de Salud área N° 5, Pujilí.

¿Usted considera que los adolescentes dedican mucho tiempo a mirar programas televisivos?

-Efectivamente los jóvenes de este tiempo dedican mucho tiempo a ver televisión, prácticamente desde su aparición se convirtió en la niñera de los hogares.

¿Cómo profesional en Comunicación Social, cree que el programa La Rosa de Guadalupe, es visto continuamente por los adolescentes?

- Empíricamente puedo decir que si, porque es el caso de mi hogar tengo un hermano adolescente que se priva por ver capítulo a capítulo de La Rosa de Guadalupe, me hago a la idea que en la mayoría de hogares pasa casos similares, pues es muy común escuchar la socialización de los casos del programa en los jóvenes.

¿La juventud de ahora qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

-En la actualidad los jóvenes les gusta ver programas que se identifican con su actitud.

¿Por qué cree, que los jóvenes ven el programa La Rosa de Guadalupe?

-Los jóvenes que dedican mucho tiempo a ver televisión se sienten atraídos a este programa porque se sienten identificados con las temáticas que tratan.

¿Cuál es su criterio referente a la influencia de los casos que se presentan en La Rosa de Guadalupe conforme a la vida real?

-En el estado de adolescencia que se encuentran los jóvenes buscar comprender el

mundo real y en su estado de inmadurez lo asocian inconscientemente con su realidad y al no tener una guía adulta se dejan influir por las temáticas del programa.

¿Cuál considera que sea la utilidad en la vida de los adolescentes, los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe"?

-En verdad si presenta programas de casos reales pero más de ser útiles son para reflexionar en el ámbito religioso y no asociarlos con la vida real.

¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos "La Rosa de Guadalupe"?

-Los casos son varios, pero si hacen énfasis en la participación de la mujer en sus capítulos.

¿Para usted qué imagen se muestra de la mujer en el programa "La Rosa de Guadalupe"?

-La imagen de la mujer que se presenta en el programa es de carácter doméstico mas no lo presentan con roles activos en la sociedad

¿Considera que el programa La Rosa de Guadalupe influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

-Los adolescentes que observan este programa en el estado de inmadurez por la edad llegan a influenciar inconscientemente en su actitud predisponiéndoles para el futuro como una mujer abnegada al trabajo doméstico.

¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa La Rosa de Guadalupe?

-La responsabilidad es directamente de los padres de familia, pues son los encargados de controlar los contenidos televisivos que pueden ver sus hijos, pero al ser una tarea difícil se debería complementar con la ayuda de las instituciones educativas concientizando por medio de charlas que los contenidos televisivos más de reflexión que de asociación con la vida real.

Análisis e Interpretación

El investigador deduce que el entrevistado si considera que los adolescentes si dedican mucho tiempo a ver programas de televisión, y uno de esos programas que con más frecuencia es visto es La Rosa de Guadalupe, porque en él se representa casos reales, identificándose con la actitud de los adolescentes, además que se sienten atraídos por las temáticas que tratan y al estar en un estado de formación la relacionan con su vida.

El entrevistado manifiesta que se debería tener más control en el hogar con respecto a los programas que son vistos por los adolescentes, pero que además el complemento educativo en valores es responsabilidad de las instituciones educativas y que se debería complementar con charlas explicativas referente a los contenidos televisivos que abordan este tipo de temáticas.

Entrevista N°2

Licenciada: Patricia Valladares

Lugar ocupacional: Radio Nueva El Sol del cantón Pujilí.

¿Usted considera que los adolescentes dedican mucho tiempo a mirar programas televisivos?

-Si definitivamente la televisión sé a convertido en el factor indispensable en un hogar.

¿Cómo profesional en Comunicación Social, cree que el programa La Rosa de Guadalupe, es visto continuamente por los adolescentes?

-Para mi criterio si, por que el programa trata temáticas más relacionadas a las vivencias juveniles y la relación entre género.

¿La juventud de ahora qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

Es difícil identificar específicamente la programación que prefieren por su carácter de transición de la adolescencia a la adultez, pero por lo general lo más comunes son de

ciencia ficción y programas relacionados a su edad.

¿Por qué cree, que los jóvenes ven el programa La Rosa de Guadalupe?

-La mayor parte de jóvenes para mi criterio ven este programa por que los adolescentes se sienten identificados con las temáticas que se tratan, como son juveniles lo asimilan a su contemporaneidad.

¿Cuál es su criterio referente a la influencia de los casos que se presentan en La Rosa de Guadalupe conforme a la vida real?

-Yo creo que la influencia de los contenidos televisivos depende de la supervisión en sus hogares, obviamente si no la tienen, no solo este programa los influirá en su comportamiento”.

¿Cuál considera que sea la utilidad en la vida de los adolescentes, los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe"?

-Los jóvenes que sin supervisión de adultos observan los capítulos de La Rosa de Guadalupe lo asumen como una situación real no ficticia y la asociaran a circunstancias de su cotidianidad”

¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos “La Rosa de Guadalupe”?

-Para mi criterio si, por que las mujeres son las protagonistas principales de las temáticas que se trata en el programa”.

¿Para usted qué imagen se muestra de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe”?

-El programa La Rosa de Guadalupe presenta una mujer con roles tradicionales del hogar y además hay capítulos donde son víctimas de violaciones y de maltratos físicos.

¿Considera que el programa La Rosa de Guadalupe influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

-Yo creo que todo depende del control y guía del hogar conforme a la programación

que observen en la televisión, además se complementa con la guía académica que los adolescentes reciben en su segundo hogar, las instituciones educativas, la responsabilidad de la educación en valores decae en toda la sociedad.

¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa La Rosa de Guadalupe?

-Lo principal una buena orientación en el hogar por parte de los padres de familia y se podría complementar con una guía en la institución educativa a la que pertenezca los adolescentes”

Análisis e Interpretación

El investigador deduce que la entrevistada considera que los adolescentes han convertido a la televisión en un factor indispensable en los hogares por que se dedican a ver mucho tiempo televisión, y uno de esos programas que con más frecuencia es visto es La Rosa de Guadalupe, porque en él se representa casos reales, identificándose con la actitud de los adolescentes, además que según ella los programas que más llama la atención son los de ciencia ficción y los que se identifican con su edad.

La entrevistada manifiesta que el programa La rosa de Guadalupe se representa a la mujer con roles tradicionales del hogar y que además hay capítulos donde son víctimas de la violencia y que se debería tener más control en el hogar con respecto a los programas que son vistos por los adolescentes, pero que además el complemento educativo en valores es responsabilidad de las instituciones educativas y que se debería complementar con charlas explicativas referente a los contenidos televisivos que abordan este tipo de temáticas.

Entrevista N°3

Licenciada: Tania Villalba

Lugar ocupacional: Docente en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

¿Usted considera que los adolescentes dedican mucho tiempo a mirar programas televisivos?

-Definitivamente si, la nueva generación de adolescentes en esta época ven a la televisión como su principal entretenimiento.

¿Cómo profesional en Comunicación Social, cree que el programa La Rosa de Guadalupe, es visto continuamente por los adolescentes?

-No tengo mucho conocimiento del programa más de una a dos ocasiones que lo he visto, pero tengo una adolescente en casa, mi sobrina que tiene una referencia muy fuerte del programa la rosa de Guadalupe.

¿La juventud de ahora qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

-A la juventud de ahora le gusta ver programas de farándula, entretenimiento y acción, terror entre otros que satisfagan sus necesidades de entretenimiento.

¿Por qué cree, que los jóvenes ven el programa La Rosa de Guadalupe?

-Siempre les hacen falta una guía paternal o maternal, y ven estos programas porque a la final les terminan dando una moraleja, en ausencia de estas guías de los padres, los jóvenes se refugian en este tipo de programa para asumir la vida real y lo que sucede en el programa lo relacionan con su cotidianidad.

¿Cuál es su criterio referente a la influencia de los casos que se presentan en La Rosa de Guadalupe conforme a la vida real?

-Tengo dos posiciones muy claras con respecto al programa una positiva, porque al ser mi sobrina televidente de este programa asume un percepción responsable de la vida, mientras la negativa es que el programa presenta situaciones que no son para todos los contextos del mundo, el programa es de México y la misma realidad social no es

generalizado, crea un choque interpretativo entre estas dos culturas.

¿Cuál considera que sea la utilidad en la vida de los adolescentes, los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe"?

-Los jóvenes que sin supervisión de adultos observan los capítulos de La Rosa de Guadalupe lo asumen como una situación real no ficticia y la asocian a circunstancias de su cotidianidad.

¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos "La Rosa de Guadalupe"?

-Me hubiese gustado mucho ver más de dos o más programas, pero creo que no, porque presentan diferentes programas con temáticas sobre familia y problemas familiares.

"¿Para usted qué imagen se muestra de la mujer en el programa "La Rosa de Guadalupe"?

-Considero que la imagen de la mujer en el programa televisivo le presenta como una mujer sumisa que no puede resolver sola sus problemas.

¿Considera que el programa La Rosa de Guadalupe influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

-Considera que si influye en el comportamiento de actuar de los adolescentes, porque considero que los adolescentes asumen las temáticas que trata el programa y las relacionan con su vida real llevándoles al punto de actuar igual.

¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa La Rosa de Guadalupe?

-Hay que trabajar mucho en las instituciones educativas pues se debería hacer focos grupales, manuales de equidad, charlas, en las instituciones para explicarles a los adolescentes que el contexto que nos presenta el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, no es el mismo y que no hay que referirse a un programa para asumir una vida en la realidad, tienen que identificar la realidad con la ficción que nos presentan

los medios de comunicación.

Análisis e Interpretación

El investigador deduce que la entrevistada considera que la nueva generación de adolescentes ven a la televisión como su principal entretenimiento, y que referente al programa La Rosa de Guadalupe, tiene gran referencia por su sobrina que es fanática del mismo, además de los programas de farándula, acción y terror, para satisfacer las necesidades de entretenimiento.

Según la entrevistada aduce que el programa representa a una mujer tradicional sumisa con papeles de ama de casa, además si influyen en el modo de actuar porque los adolescentes asumen las temáticas del programa y la relaciona con la vida real.

La entrevistada manifiesta que se debe trabajar mucho en las instituciones educativas pues considera que se debería hacer grupos focales, manual de identidad y charlas para explicar a los adolescentes que los contenidos se presentan en el programa La Rosa de Guadalupe, no es el mismo y que además no se debe referir a un programa para asumir la vida real.

2.5.1. Análisis de los resultados de las entrevistas aplicadas a Profesionales en Comunicación Social

¿Usted considera que los adolescentes dedican mucho tiempo a mirar programas televisivos?

Los entrevistados manifiestan que los adolescentes dedican mucho tiempo a ver televisión, ya que encuentran programas que les divierten o que pueden ser empleados en su vida para un cambio positivo o negativo.

¿Cómo profesional en Comunicación Social, cree que el programa “La Rosa de Guadalupe”, es visto continuamente por los adolescentes?

Los entrevistados concuerdan con que el programa “La Rosa de Guadalupe”, lo ven los jóvenes muchas veces porque no tienen más alternativas, o porque en muchos de ellos se refleja su diario vivir

¿La juventud de ahora qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

Los entrevistados manifiestan que a la juventud, les gusta ver programas de ciencia ficción, terror, para aprender a defenderse o para adquirir nuevos estereotipos, de cierta forma los programas no tienen una regulación adecuada de orientación.

¿Por qué cree, que los jóvenes ven el programa “La Rosa de Guadalupe”?

Los entrevistados consideran que los jóvenes observan el programa “la Rosa de Guadalupe porque se cierta forma van ajustándose a lo que viven diariamente y lo que es más les gustaría que tengan un final igual al que se mantiene en el programa

¿Cuál es su criterio referente a la influencia de los casos que se presentan en “La Rosa de Guadalupe” la vida real?

Los entrevistados argumentan que la influencia en los estudiantes en referencia a cada uno de los casos que se presentan el “La Rosa de Guadalupe” es relativa a la madurez de cada uno de ellos, ya que depende del estado emocional, para poder asimilar lo que verdaderamente se enfoca en cada uno de los casos

¿Cuál considera que sea la utilidad en la vida de los adolescentes, los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe"?

Los entrevistados profesionales de Comunicación Social, enfocan que la vida de los estudiantes es muy subjetiva, por lo que la utilidad de los temas del programa son útiles, pero no todos ya que hay algunos que no tienen mucho enfoque a la vida real, sino la de mensajes de catolicismo.

¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos “La Rosa de Guadalupe”?

Los entrevistados manifiestan que lamentablemente la imagen de la mujer es la más utilizada en los programas televisivos, en todos los aspectos, por lo que en este programa no está libre la mujer de ser la protagonista de todos los problemas y su vez de toda solución

¿Para usted qué imagen se muestra de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe”?

Para los entrevistados, la imagen de la mujer que se muestra en el programa es de mujer consentidora, fiel, obediente, pero a su vez luchadora, persistente.

¿Considera que el programa “La Rosa de Guadalupe” influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

Los entrevistados consideran que el programa si influye en la manera de actuar de las mujeres, ya que el comienzo de todo caso la mujer es la mala, la sumisa, la sufridora y luego se transforma en la heroína o en la persona que siempre está al frente de los problemas y que los soluciona.

¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa “La Rosa de Guadalupe”?

Los entrevistados en calidad de Comunicadores Sociales consideran que debe darse orientaciones de parte de los profesores y padres de familia cuando los adolescentes observan cualquier tipo de programa, sin descartar que debe existir guías para orientar también a los maestros y padres y ellos sean los portadores para sus hijos

2.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber concluido con el análisis e interpretación de resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de primer año de bachillerato del colegio experimental “Provincia de Cotopaxi”, llegamos a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

2.6.1. Conclusiones

- La mayor parte de estudiantes miran televisión en un promedio de más de dos horas diarias.
- Los estudiantes observan el programa “La Rosa de Guadalupe”, por los temas que se tratan.
- La gran mayoría de encuestados consideran que el programa “La Rosa de Guadalupe” influye de una manera positiva en las reflexiones que presenta conforme a su realidad, y negativa la influencia que ejerce en su vida conforme a la realidad ficticia de la televisión.
- Los encuestados en un alto porcentaje manifiestan que los temas que aborda el programa “La Rosa de Guadalupe” son útiles y que siempre utilizan la imagen de la mujer de una manera sumisa.
- Un porcentaje elevado de los encuestados expresan que el programa influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real de una manera obediente.
- Consideran los encuestados que es necesario contar con herramientas de orientación para mirar los programas de televisión, siendo indispensable un manual de identidad y relación de género.

2.6.2. Recomendaciones

- Acrecentar la influencia de la televisión en el fortalecimiento de las relaciones sociales pues arroja temas que sirven a las personas para interactuar con otros “televidentes”, conformando una comunidad en torno a la pantalla.
- Aprovechar los temas que se presentan el programa La Rosa de Guadalupe para que las mujeres, valoren sus atributos como personas y ser un espejo donde verse representadas.
- Rescatar el valor de la mujer para que sus atributos intelectuales sean representados en la imagen que se presenta de ella, en televisión.
- Concientizar que la imagen positiva o ideal de las mujeres de la pantalla se asocie con una visión más integral del género, en la cual la mujer es capaz de destacar por elementos como la inteligencia y no a través de una imagen fragmentada.
- Socializar el manual de identidad y relación de género, para poder direccionar el verdadero valor de las mujeres dentro de la sociedad con todos sus atributos.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. TEMA: MANUAL DE IDENTIDAD Y RELACIÓN DE GÉNERO



“HAY QUE SABER EN DÓNDE ESTOY, QUIÉN SOY, QUÉ ESTOY HACIENDO, PARA QUÉ LO HAGO”

3.2. PRESENTACIÓN.

El manual de identidad y relación de género, está dirigida a todas las personas que de cierta manera se encuentren inmersas en tener un cambio de actitud frente al contenido del programa La Rosa de Guadalupe, en relación a la representación de la mujer, y especialmente para los docentes, padres de familia y estudiantes de Primer Año de

Bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi. El propósito fundamental es proporcionar un conjunto de actividades de apoyo para poder orientar el argumento de cada uno de estos programas.

Dicho manual fue diseñado y socializado en la formación de género y la transformación de las prácticas sexistas en los respectivos programas, pensando especialmente en quienes imparten todas las asignaturas ya que todos deben ser orientadores incluyendo a los estudiantes, en un núcleo social, donde cada vez se marca la representación de la mujer como símbolo sexual.

Además cuando se habla de medio de comunicación de masas, se predispone al menos dos cosas para su respectivo análisis, en este caso la primera sería que: atrae la mirada en la televisión es un asunto de comunicación. La segunda, que la televisión pasa a ser una herramienta de manipulación del deleite de quien dirige la programación de los medios de comunicación masivos, facilitando el análisis de que es lo que manipulas los medios en un conglomerado social.

Dejándonos que pensar que la televisión se implanta como un instrumento de comunicación social y comercial, cuyo objetivo independiente del rol informador o entretenedor cumple además un papel comercial a través de la publicidad, que por medio de la misma pretende manipular al televidente en masa, pero este fenómeno no solo se da en la televisión, más bien es generalizado a todo tipo de medio de comunicación, pero la ventaja se lleva la proyección de imágenes que retroalimentándole al televidente retroalimentándole con imágenes artificiales, modelos y símbolos sociales que crean estereotipos sociales.

3.3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la televisión ha llegado a ocupar uno de los puestos más importantes en los medios de comunicación de masas, por su consumo informativo y de entretenimiento. Es también un mecanismo de socialización, pues transmite pautas y modelos socioculturales que son receptados por la gran mayoría de los televidentes y dichos mensajes pueden ser, incluso, transmitidos de manera inadvertida.

El alcance que ha logrado la televisión en transmitir mensajes pone en posición privilegiada al momento de comunicar acerca del “así deber ser”, influyendo desde el más pequeño de casa al más adulto. Así, la televisión parece ejercer casi tanta influencia como la familia, la escuela, el colegio y los diferentes ámbitos donde surge la socialización entre seres humanos.

Dentro de los significados más importantes difundidos por la televisión, se encuentran las significaciones de género, es decir, aquellos modelos culturales que constituyen “el cómo deben ser y comportarse” hombres y mujeres, condicionando las relaciones entre ambos géneros.

De esta manera, las visiones de género como categoría cultural, son transmitidas a las personas a través de la pantalla. Sin embargo, la televisión no sólo reproduce y transmite determinadas significaciones culturales, sino que, además, produce otros significados que es de relevancia analizar.

Donde la televisión se convierte en un agente importante a la hora de la socialización, es que cobra relevancia el estudio cualitativo que permita ahondar en las percepciones de las mujeres precisamente sobre estos modelos de mujer exhibidos por las pantallas de televisión encargadas de comunicar a las grandes masas sociales.

El presente manual busca que los televidentes tengan una percepción de las mujeres sobre la transmisión de imágenes y la representación de género, con el fin de descubrir cuál es el imaginario que la televisión está transmitiendo culturalmente como imagen femenina.

3.4. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación permitirá evidenciar como los contenidos del programa de televisión aporta a determinar la representación de la mujer en la sociedad, de acuerdo a la interrelación que existe entre individuos, en cuanto a lo que es “ser mujer” en la vida cotidiana. El tema es de gran relevancia social, porque los contenidos de género que el programa La Rosa de Guadalupe, contiene varios códigos idiosincráticos, de cómo se concibe a lo femenino desde un punto de vista androcéntrico. La investigación se basa en la identificación del elemento común en este programa de televisión maneja, y como le da el tratamiento a la vida cotidiana de la mujer.

Además que la investigación permitirá demostrar si los contenidos que se tratan en los diferentes tópicos de este programas aportan en el desarrollo de equidad de género en la participación ciudadana, como individuos pertenecientes a un conglomerado social.

La investigación es factible ya que cuenta con una gran variedad de fuentes de investigación, necesarias para el desarrollo del mismo, brindando la posibilidad de reflexionar acerca de los contenidos de estos programas, e identificar las causas, efectos que los mismo muestran en la realidad social que nos presentan y, se podrá determinar si la realidad que nos exhiben influyen en la sociedad actual en la forma de concebir a lo femenino.

La nueva ley de comunicación del Ecuador del año 2013. En el capítulo IV de la regulación de contenidos, en inciso de Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Mientras las nuevas leyes de comunicación ponen énfasis en la no producción de programas que evidencien la desigualdad de género, los programas aluden estas restricciones y construyen idiosincrasias androcéntricas de lo femenino o mujer en la vida cotidiana en una sociedad que evidentemente aún es patriarcal.

Por esta razón el objetivo de la investigación es Identificar la representación de la mujer en el programa televisivo La Rosa de Guadalupe, en los/as estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi”.

3.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La televisión crea, a través de la imagen, una construcción artificial, que es para el espectador una construcción y extensión de su propia realidad, el espectador cree lo que ve y le otorga a la imagen un valor verídico, es decir que el nivel de impacto de la televisión logra efectivamente movilizar distintas áreas en el individuo. En este sentido, impacta cognitiva, racional y afectivamente. Las personas se sienten parte de ella y creen, a modo de espejo, verse reflejados.

Esto puede explicar una cierta dependencia de las personas con la televisión, que finalmente logra asentarse como una integrante más de nuestras vidas. En el Ecuador, al igual que en los demás países de la región, la violencia contra la mujer dentro del hogar no era considerada como una infracción, por tanto la estructura jurídica e institucional no contemplaban disposiciones legales al respecto, ni existían espacios o instancias para denunciarla.

La imposición de una sanción a un marido agresor era simplemente impensable, pues la violencia hacia la mujer era considerada un problema privado, de alguna manera indicado por disposiciones legales como aquella que obligaba a la mujer a guardar

obediencia a su marido o a seguirla a donde él establecía su domicilio, tales normas estaban contempladas en el Código Civil vigente hasta 1989, año en que se reformó dicho cuerpo legal, estableciéndose formalmente la igualdad de hombres y mujeres. Sin embargo, en las prácticas individuales e institucionales subsiste en gran medida la creencia de que el hombre es el jefe del hogar y de que una “buena mujer” debe obedecerlo.

En tanto la violencia contra la mujer no se encontraba tipificada como delito o contravención ni era contemplada en el Código Penal, estas agresiones no podían ser denunciadas. Además, bajo el justificativo de preservar la unidad familiar, el Código de Procedimiento Penal prohibía expresamente cualquier denuncia entre cónyuges, padres, hijos y hermanos. Debido a estos obstáculos, las mujeres que sufrían violencia se limitaban a presentar exposiciones sobre los malos tratos recibidos, ante los comisarios nacionales de policía, con el fin de solicitar que se convoque a audiencia al marido agresor, para suscribir un acta de mutuos respetos.

La atención en las Comisarías Nacionales de Policía dejaba mucho que desear. No mostraban ningún tipo de sensibilidad en la atención a mujeres víctimas de violencia en su relación de pareja, más bien mantenían una actitud culpabilizadora y en el mejor de los casos “apoyaban” a que la pareja se reconcilie y que no destruyan su hogar.

Desde esa concepción familista, las actas de mutuo respeto, generalmente conllevaban renuncia de derechos por parte de las mujeres quienes, a más de haber sido agredidas, tenían que firmar un acta comprometiéndose a no provocar a su marido y a buscar la armonía en su hogar; mientras su pareja únicamente se comprometía a no volver a agredirla obviamente, la mujer quedaba igual o peor que antes, pues no conseguía ningún tipo de protección y tampoco cambiaba la situación de violencia que vivía, menos aún se hacía justicia.

Como se evidencia, la situación de las mujeres que sufrían violencia no tenía salida legal ni de otro tipo, debido a la ausencia total de leyes y de instancias de justicia o de protección. Sin duda, estos hechos sumados a los señalados en los párrafos anteriores,

incidieron para que el movimiento de mujeres levante la bandera en contra de la violencia doméstica, trabaje por cambiar la legislación, y plantee la necesidad de contar con espacios especializados para atender y sancionar los malos tratos que recibían por parte de su pareja. Fue así como se demandó y concretó el funcionamiento de las comisarías de la mujer y la familia, como también la promulgación de la Ley 103 y de otras normas legales orientadas a garantizar los derechos y la ciudadanía plena de las mujeres.

En el contexto ya precisado, se empieza a impulsar una corriente muy fuerte nacional e internacional para que el Estado asuma compromisos orientados a eliminar y sancionar. La violencia de género, hasta que se logra la suscripción de la que fue ratificada por el Ecuador el 30 de junio de 1995. Este instrumento se constituyó en el principal antecedente inmediato para la elaboración de la Ley contra la violencia a la mujer y la familia que se aprobó ese mismo año, cuerpo legal que recoge los principios, las definiciones sobre violencia contra la mujer y su tipología; lo que le otorgaba mayor fuerza legal a la hora de su aplicación en el país.

3.6. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA

La presente propuesta se fundamenta en el paradigma constructivista debido a que garantiza un análisis de las diferentes situaciones reales entre estudiantes y contenido del programa La Rosa de Guadalupe y la representación de la mujer. Aquí los estudiantes pueden utilizar operaciones mentales de orden superior como; juzgar, inferir, deducir, investigar, seleccionar, sistematizar, y otras habilidades que le permiten formar estructuras cognitivas y personales para la vida diaria.

Como dice Piaget, (1947) el constructivismo tiene como fin que el estudiante construya su propio aprendizaje a través de ciertos recursos, entonces, el profesor en su rol de mediador debe apoyar al estudiante para; enseñarle a pensar, desarrollar un

conjunto de habilidades cognitivas y permitir el desarrollo de proceso de razonamiento.

Si bien las responsabilidades apuntan a aspectos distintos, lo que une a ambas es la necesidad que tiene una de otra, lo que establece una relación de retroalimentación entre la televisión y estas mujeres. Ambas se utilizan para conseguir sus fines: rating, fama y dinero.

En la Actualización y Fortalecimiento Curricular de bachillerato tiene como objetivo desarrollar la condición humana y preparar para la comprensión, para lo cual el accionar educativo se orienta a la formación de ciudadanos

Para lograr el mejoramiento de la calidad de la educación, es necesario eliminar comportamientos sexistas y discriminatorios para la educación, incorporando el enfoque de género como un eje transversal porque atraviesa y está presente en las diferentes etapas educativas y áreas que componen el currículo.

La categoría de Género se constituye en un eje transversal del currículo, porque se reconoce que el género es una construcción social, que se genera y mantiene a través de los ámbitos simbólico de la cultura y el lenguaje, por lo tanto el abordaje del género en la educación ayudará a reformular aquellos ámbitos que hoy refuerzan patrones discriminatorios.

Permitiéndole a este eje demostrar como los conglomerados sociales, a partir de las diferencias biológicas construyen los conceptos de masculinidad y feminidad, complementando simbólicamente características, posibilidades de actuación y de valoración diferentes a las mujeres y a los hombres, produciendo en la mayoría de las sociedades, sistemas sociales no equitativos, dando paso a la generación de procesos de toma de conciencia que posibiliten cambiar actitudes conforme a la relación de ambos géneros, para facilitar la solidaridad, el respeto, la valoración y la equidad entre seres humanos de una misma especie.

El trabajo en el aspecto pedagógico, permitirá acceder a la identidad real de las áreas de conocimiento que supuestamente parecen justos e equitativas, cuando en la realidad se muestra un sesgo profundamente machista, sexista que servirá de guía para reinterpretar la realidad social de su entorno de un conglomerado humano, regularizando su óptimo aprendizaje en igualdad de condiciones de ambos géneros.

La convivencia humana se trata de una interrelación social entre los individuos de un conglomerado social, que comparten actividades afines que posee grados de órdenes jerárquicos, que se basan principalmente en la propia relación entre cada miembro de la sociedad y la comunicación es la facilitadora de esta relación.

El éxito que experimentemos en nuestra vida depende en gran parte de la manera como nos relacionemos con las demás personas, y la base de estas relaciones interpersonales es la comunicación. Cuando estés hablando de alguien, siempre pregúntate: ¿Cómo se sentiría esta persona si estuviera presente, escuchando lo que estoy diciendo de ella? ¿Se sentiría bien o mal? ¿Mejoraría su autoestima o empeoraría? Recuerda que todos y cada uno de nosotros estamos en capacidad de impactar positivamente las vidas de aquellos con quienes entramos en contacto. Entonces, cuando estés refiriendo a otra persona, para y piensa en lo que vas a decir. Y esto no quiere decir que no podamos expresar nuestra discordia o nuestro enojo con otras personas por alguna situación en particular. Sin embargo, recuerda siempre reprochar o criticar la acción o los resultados y no la persona.

La orientación del trabajo docente que generalice la actuación de todos los recursos es bastante difícil ya que existen tantos estilos y formas de ser maestro/a como realidades educativas, lo que sí puedo afirmar es que el trabajo del maestro/a se caracteriza por el establecimiento de un conjunto de relaciones: entre personas, con el conocimiento, con la realidad social, económica y cultural que le rodea, con la institución donde labora y con otras instituciones.

La gestión educativa es responsabilidad del docente, por lo mismo supone un trabajo intelectual, creativo, eficiente, comprometido que apunte a mejorar la calidad de los

aprendizajes de los estudiantes, tomando en cuenta sus características individuales y grupales, el contexto, el avance científico y tecnológico y las demandas de la sociedad, en sí la convivencia escolar, de manera especial en el colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi”

En este contexto es indiscutible el rol que juega el/la docente en desarrollo del proceso educativo, su participación en los de innovación constituyen un aporte valioso para equilibrar lo ideal con lo real, lo utópico con lo factible, lo teórico con lo práctico.

3.7. OBJETIVOS

3.7.1. Objetivo General

- Diseñar un manual de identidad y relación de género para los docentes y los/as estudiantes de primer año de bachillerato del Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi” con un conjunto de actividades para asimilar de manera positiva el contenido del programa La Rosa de Guadalupe, en relación a la representación de la mujer.

3.7.2. Objetivos Específicos

- Determinar la importancia que tiene la representación de la mujer en los programas televisivos.
- Transmitir actividades que fomenten el respeto a la identidad y relación de género.
- Aplicar el manual según la realidad de los y las estudiantes en el proceso de enseñanza, como apoyo en el convivir diario.

3.8. DESARROLLO DEL MANUAL

La buena disposición de los seres humanos, en la escuela, colegio o universidad, depende del más básico de todos los conocimientos, el de CÓMO aprender, se cita una lista de siete ingredientes claves de esta capacidad crucial, todos ellos relacionados con la Inteligencia Emocional:

- a) La confianza. La conmoción de controlar y dominar la parte física e intrínseca del cuerpo que se experimenta en la comprensión del mundo que nos rodea.
- b) La curiosidad. La emoción que se siente al descubrir cosas nuevas como algo positivo, además lleva al placer emocional.
- c) La intencionalidad. La sensación y la capacidad de complacer un deseo con un impacto fuerte que produce el efecto de competencia en el ser humano para ser mejor y eficaz.
- d) El autocontrol. La capacidad del ser humano que tiene para modular y dominar las acciones propias según el desarrollo emocional de la edad, suministrando una sensación de control interno.
- e) La relación. La sensación de compromiso que cada ser humano tiene para comprometerse con otros, basada en la satisfacción de entender a los demás.
- f) La capacidad de comunicación. La habilidad verbal que el ser humano tiene para intercambiar ideas, pensamientos conceptos y sentimientos con los demás. Este punto se relaciona con una sensación de confianza en los demás y de placer en comprometerse con los demás, incluso con los adultos.
- g) La cooperatividad. La capacidad que posee el ser humano para nivelar las propias necesidades con las de los demás en una actividad grupal.

La educación debe de ser un producto pensado, porque de lo contrario no tiene ningún fin ético y profesional. Ante todo debe la teoría anteponerse sobre la praxis, ya que si no solo llegásemos a un subdesarrollo educativo. Es importante que el/la docente reconozca los valores y virtudes de los estudiantes pero aún más, él formarlos y que el alumno tome conciencia y reflexione. Se debe enseñar a pensar, a que saque sus propias conclusiones y que llegue a una verdad por medio de diferentes métodos, algo de mayéutica, de contradicciones y diferencias para retroalimentarse el alumno como el docente.

El docente tiene que llegar a dominar la creatividad, como un pez en el agua, para que el alumno se sienta conforma trabajando individualmente y en grupo sin que ellos pierdan la atención de las necesidades que cada uno necesita en las actividades grupales. Hay que tomar en cuenta que la educación es un compromiso conjunto, entre los docentes , el alumno, su familia, la sociedad, el gobierno y el estado, llevando a la conclusión de que es un trabajo en grupo, todos deben poner su granito de arena para logra el desarrollo equitativo en la educación de calidad que todos quieren en la sociedad.

El trabajo del docente nunca llega a su fin, más bien le conduce a un preparación constante profesionalmente y personal para mejorar la educación, llevándole a la reflexión sobre si su quehacer didáctico es el más adecuado al cambio que se genera día con día. Y lo invita a hacer un análisis de su práctica cotidiana, observando principalmente si su labor es la más apropiada al contexto y características de los alumnos a los que educa profesionalmente y emocional.

Llega un punto donde todo es importante sobre todo la interrelación entre alumno y docente, para que participen con una actitud activa y razonada en la retroalimentación de los aprendizajes, y lo interrelacionen con el medio que rodea a cada uno de los estudiantes, observando que cambios de conducta se producen en el individuo y la valoración que se produce en sus procesos de recepción del conocimiento.

Se debe potencializar al grupo y al individuo a través de metas bien definidas conforme a la participación en trabajo grupal, en equipos e individual, socializará y dará respuesta a la resolución de problemas con posibles soluciones como equipo, e individuo, valorando la funcionalidad de cada grupo y la convivencia escolar.

Los docentes actuales tiene la obligación profesional y moral de revalorizar su función actica como educador, pues debe encontrar nuevas herramientas que le permitan ser más creativo a la hora de educar, para que sea las clases dictadas más interactivas y dinámicas, motivando el aprendizaje optimo a los alumnos/as, mediante ese aprendizaje crear actitudes favorables para que el alumno reaccione positivamente a las ideas nuevas e innovadoras que el mundo por medio de los medios de comunicación le dan a conocer, con comportamientos imaginativos, espontáneos y originales, que no se modifiquen con los estereotipos que observan en televisión. La educación debe enfocarse en la realidad conforme a la ficción que transmiten los medios de comunicación por televisión.

La equidad de género y la convivencia permite:

- Fortalecer las posibilidades de comunicación abierta y de diálogo tanto entre maestros como entre éstos y las autoridades y de los demás niveles de administración educativa.
- Cambiar los propios puntos de vista sobre enfoques educativos.
- Pasar del análisis crítico al ejercicio creativo.
- Sustituir la competencia con la colaboración.
- Acercarse a su propia práctica con una actitud de búsqueda de alternativas para solucionar problemas de aula.

- Avanzar en el conocimiento de otros conceptos y metodologías; pensar junto con otros compañeros en las formas de aplicar lo aprendido e innovar sus prácticas de aula.
- Intercambiar experiencias con relación a la convivencia de género.

TRABAJO EN EQUIPO

LA CONVIVENCIA Y LAS RELACIONES HUMANAS

SALUDO:

El coordinador del evento da la bienvenida a los presentes y solicita la participación de todos para un mejor aprovechamiento de los talleres

Tiempo: 3 minutos

OBJETIVO:

Aprender a convivir con los semejantes

DINÁMICA:

(Rompe hielo, participa todo el grupo)

EL OBJETO MÁS QUERIDO

Cada participante sacará el objeto que lo considere “más querido” que en ese momento lleve consigo y lo colocará en el centro del grupo.

El facilitador pedirá que de ese conjunto de objetos queridos, cada uno tome el objeto que más le llame la atención y que no sea el propio.

Una vez que todos tienen un objeto querido que no es el suyo, buscarán al dueño del objeto para entregarlo, aprovechando la oportunidad para conversar:

- ¿Por qué éste es su objeto querido?
- ¿Cuánto tiempo lo conserva?
- ¿Quién lo dio?, etc.

Tiempo: 15 minutos

ENFOQUE DEL TEMA:

En los últimos años se ha popularizado a gran prisa el uso del término “Relaciones Humanas”, sin embargo, el uso indiscriminado del término ha ocasionado confusiones y malentendido acerca de su significado y alcance.

Algunos conceptos de relaciones humanas:

- Son las que establecen los seres humanos en la convivencia con sus semejantes. De allí que en el mismo momento en que se establece contacto con otro ser humano, se inician las relaciones humanas.
- Son las normas que regulan la intervención, las personas y los grupos.
- Es el conjunto de reglas para el logro de buenas relaciones, obrero, patronales o bien se les confunde la administración de personal.
- Son las normas y hábitos que nos convierten en personas útiles y agradables a nuestros semejantes, representando todo acto de comprensión, o de servicios, en un motivo de satisfacción para quien lo práctica.
- Es el trato con las personas en el hogar, en el trabajo, en la sociedad es lo que en resumidas cuentas son las Relaciones Humanas

No siempre las relaciones humanas resultan satisfactorias. Frecuentemente, sin darnos cuenta, dificultamos nuestras relaciones debido a barreras que puedan ser, entre otras, la falta de una buena comunicación interpersonal.

Las relaciones humanas, es un fenómeno más de lo que parece, es la integración de actividades de una situación de trabajo, de manera de que el alumnado y el empleado se motiven en forma productiva, de manera que ellos cooperen con satisfacciones psicológicas, sociales y pedagógicas.

Es preciso recordar que cada persona es diferente y que esas diferencias es el producto de diversas culturas y ambientes familiares, que cada persona posee diferentes personalidades, habilidades, gustos actitudes cuando se convive con otra. En estos factores se encuentra la edad, el sexo, la apariencia física, la educación, la religión, la política, etc.

El hombre y la mujer actual es un ser social, pues para satisfacer sus necesidades se relaciona con otros seres humanos, teniendo la oportunidad a la vez de satisfacer las necesidades de ellos. Las capacidades que poseemos de desenvolvernos y darnos a

conocer con otros individuos dentro de una sociedad se llaman Relaciones Humanas, y deben ser desarrolladas de manera que faciliten nuestra convivencia con las personas que forman nuestro entorno familiar y laboral, tomando en cuenta que en el nivel en que sea buena o mala la ínter actuación que tengamos con otras personas se nos hace fácil o difícil vivir en armonía, las buenas relaciones humanas se logran través de una buena comunicación y así también dependen de la madurez humana que poseamos.

Factor muy importante en las relaciones humanas es la aceptación, la misma que está compuesta por tres partes, y se desarrolla en el orden que se enumeran a continuación:

- Aceptación de sí mismo
- Aceptación de los demás
- Aceptación por los demás

De estos tres tipos de aceptación, nacen los objetivos primordiales de las relaciones humanas:

- Mediante su propio conocimiento y el de los demás, procurar mejorar la convivencia con ellos.
- Promover la eficacia y facilitar la comunicación interpersonal.
- Buscar armonía individual y social, eliminando las causas de las fricciones.
- Hacer de la relación con los demás un motivo de expansión del ego y de esta forma contribuir al crecimiento personal.
- Buscar en todo momento el bienestar individual y proyectarlo al nivel del bien social.
- Aceptar las limitaciones humanas como algo natural y saber que está influido por las diferencias individuales.

Resumiendo todo esto podemos decir que el resultado de una conducta social acertada no es la ausencia de conflictos sino la minimización de consecuencias desfavorables.

¿Por qué? ¿Para qué? perfeccionar las relaciones humanas.- El fin del ser humano es vivir en sociedad. Y allí su requerimiento máximo es el de disfrutar de relaciones humanas armónicas. En efecto, todo el mundo sabe muy bien de lo satisfactorio y placentero que es el disfrutar de buenas relaciones humanas y de la tragedia que significa el no tenerlas. El tan inquietante y comentado "estrés" (tensión) en los seres humanos es prácticamente siempre producto de experiencias de relaciones humanas insatisfactorias o del riesgo de que así ocurra. Es decir, malas relaciones humanas implican una amenaza claramente comprobada de problemas de salud tanto mental como orgánica.

No es necesario ser un experto para saber cómo afectan a las personas los conflictos conyugales, las problemáticas familiares (relaciones padres-hijos, relaciones entre hermanos, crisis de adolescencia, etc.) o las relaciones humanas insatisfactorias en el trabajo.

Para tener una vida feliz es requisito indispensable el gozar de buenas relaciones humanas.

Para poder desenvolvemos bien en nuestro lugar de trabajo, debemos de tener en cuenta que además de las presiones y el ritmo de vida acelerado, el ínter actuación con los demás es otra fuente de estrés para muchas personas. Aprender a defender los propios derechos sin agredir ni ser agredido es una estrategia útil para lograr relaciones interpersonales más relajadas y positivas y así poder vivir mejor y realizar nuestras labores cotidianas con una conducta social acertada con nuestros compañeros de labores y así mismo tener mejores resultados satisfactorios para nosotros mismos y para la empresa en donde trabajamos.

En resumidas palabras para poder trabajar y vivir en armonía con nuestros compañeros de trabajo debemos conducirnos apropiadamente. A continuación se muestran algunos puntos de mucha importancia que nos podrían ser de mucha utilidad para poder lograr el éxito y tener una mejor estabilidad laboral así como económica.

- Tenga un buen concepto de sí mismo. Recuerde siempre que usted es tan importante como los demás.
- Sea educado. Considere los puntos de vista de los demás y educada, pero firmemente, exponga su opinión.
- Discúlpese solo cuando sea necesario. Así no disminuye ni el valor de una disculpa ni el propio, y los demás lo tomarán en serio.
- No arrincone a los demás. Esto provoca cólera y resentimiento. Para asegurarse la cooperación de otros, de siempre una salida.
- Nunca recurra a las amenazas. Afirme tranquilamente los pasos que está dispuesto a seguir y asegúrese de cumplirlos.
- Acepte la derrota cuando sea necesario. Si se le ve aceptar situaciones cortésmente tras una discusión, la gente le respetará más.

Como relacionarse con la gente difícil.-Tenemos claro que el ser humano es un ser racional y por lo tanto sabemos que no todas las personas se comportan del mismo modo ya que lo que diferencia a una persona de la otra es su forma de expresarse y comportarse con los demás individuos que lo rodean. Por lo mismo tenemos que aclarar que en la vida de todo ser humano existen muchas conductas que el mismo se forma o le forman cuando es todavía un niño y que a través de los años estas conductas van creciendo y desarrollándose a través de su vida afectándole para bien o para mal, afectando todo esto de alguna manera en la personalidad y comportamiento de la persona.

Para muestra, podemos hablar de dos conductas de todo ser humano que le pueden llegar a afectar de una manera positiva o negativa en su vida, según sea esta la que el individuo domine más.

Conducta pasiva, son socialmente pasivas las personas que transgreden sus propios derechos al no ser capaces de expresar sentimientos y opiniones o hacerlo con falta de confianza, de modo que los demás pueden no hacerle caso. Esta actitud muestra falta de respeto hacia las propias necesidades. Su objetivo es evitar conflictos a toda costa.

Quien es objeto de esta conducta tiene que adivinar constantemente lo que realmente está diciendo la otra persona, lo cual puede generar frustración e incluso ira hacia la persona pasiva.

Conducta agresiva, esta conducta se da cuando se defienden los derechos personales de manera inapropiada e impositiva, puede expresarse de manera directa o indirecta.

La agresión verbal directa incluye ofensas verbales, insultos, amenazas y comentarios humillantes.

El componente no verbal incluye gestos hostiles o amenazantes, como puños apretados, miradas intensas y ataques físicos. La agresión verbal indirecta se da con comentarios sarcásticos y murmuraciones.

Las víctimas de personas agresivas acaban por sentir resentimiento y evitarlas.

La persona madura ha desarrollado ciertas actitudes en relación consigo misma y con su medio ambiente que le permiten elevarse sobre las “niñerías” de pensamientos y conducta.

He aquí algunas características de la persona que ha alcanzado madurez humana.

- Acepta las críticas con agradecimiento, pues sinceramente se alegra que le den esas oportunidades, de mejorarse.
- No se compadece a sí mismo, ha comenzado a sentir como las leyes de compensación trabajan en todos los aspectos de la vida.
- No espera recibir consideraciones especiales de ninguna persona.
- Controla su mal genio.
- Se enfrenta a las emergencias con serenidad.
- No siente lastimada su vanidad fácilmente.
- Acepta la responsabilidad de sus propios actos sin intentar presentar excusas.

- Ha dejado atrás la etapa de “todo o nada”, reconoce que ninguna persona o situación es “ni completamente buena ni completamente mala”.
- No se impacienta con los atrasos razonables. Ha aprendido que él no es el árbitro del universo y que con frecuencia debe acomodarse a la conveniencia de otras personas y a sus particulares.
- Sabe perder, puede aceptar la derrota y la decepción sin lamentaciones ni quejas.
- No se exagera por aquellas cosas que no tienen remedio.
- Se alegra sinceramente del éxito y buena fortuna de que gozan otras personas. Ha superado la etapa de la envidia y los celos.
- Tiene una actitud mental y receptiva y amplia que le permite escuchar con respeto e interés las opiniones de otras personas.
- No está continuamente buscando errores y defectos en los demás.
- Planea las cosas importantes por adelantado en vez de confiarlas a la inspiración del momento.

Tiempo: 35 minutos

RECESO

Tiempo: 10 minutos

ACTIVIDADES:

- Formar 3 grupos de 6 personas por sorteo
- Entregar fotocopias del enfoque del tema
- Lectura comprensiva de material entregado
- Elaboración de 1 resumen por grupo
- Socialización

Tiempo: 40 minutos

RECURSOS:

- Fotocopias

COMPROMISO:

Compartir el trabajo docente en forma mancomunada

TRABAJO EN EQUIPO

TÍTULO: LA COMUNICACIÓN

SALUDO:

La persona responsable da la bienvenida a los presentes y recomienda poner atención por cuanto es un tema que concierne a todos y vamos a comunicarnos de diferentes maneras.

Tiempo: 3 minutos

OBJETIVO:

Cambiar de conducta al comunicarnos con los demás.

DINÁMICA:

Participa todo el grupo

TELÉFONO DAÑADO

El facilitador explica al grupo que se va a transmitir un mensaje verbal, de compañero a compañero, hablándose al oído y en voz baja .El facilitador dice al oído de la persona que está a la izquierda, y así sucesivamente. El facilitador, una vez que todos han terminado, dice la frase original y la última persona el mensaje recibido.

Los participantes opinan sobre lo que sucedió con el mensaje:

- Número de palabras
- Supresión, aumento, cambio de palabras.
- Contenido del mensaje
- Sacar conclusiones

Tiempo: 10 minutos

ENFOQUE DEL TEMA:

Algunos términos básicos de la comunicación:

- Es el proceso a través del cual los individuos condicionan recíprocamente su comportamiento.
- Trato o correspondencia entre dos o más personas.
- En un análisis de tal proceso y para lograr mayor efectividad, lo que primero debe hacerse es enfocarlo sobre el propósito que se persigue, a fin de poder determinar si nuestra conducta nos está llevando a lograr el resultado deseado. La mayoría de las veces los escritores descuidan su tarea pensando que su labor consiste en redactar informes técnicos más que en lograr un cambio en la conducta de los lectores. Los profesores pierden de vista la influencia que querían ejercer sobre los estudiantes y concentran su atención en "cumplir con programas" o en llenar su horario.
- Por comunicación interhumana se entiende el conjunto de procesos según los cuales se transmiten y se reciben diversos datos, ideas, opiniones y actitudes que constituyen la base para el entendimiento o acuerdo común. En esta situación, definiremos la comunicación como un proceso mediante el cual transmitimos y recibimos datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción. La comunicación es indispensable para lograr la necesaria coordinación de esfuerzos a fin de alcanzar, los objetivos perseguidos por una organización.

No es posible el desarrollo humano individual si permanecemos mental, social o físicamente aislados. Pongamos como ejemplo a cualquier hombre del que tengamos memoria y que haya destacado como líder, científico, empresario, etc. Si analizamos la cantidad de cosas que Comunicaron al mundo y que les fueron comunicadas, podríamos darnos cuenta que la esencia de su desarrollo personal radicó precisamente en esta actividad de proyección exterior. La comunicación de muchos de estos hombres sigue viva a través de los siglos.

Importancia de la Comunicación, gracias a la comunicación es posible transmitir las experiencias de una generación a otra para que puedan ser asimiladas y continuadas. Sin esta posibilidad (de comunicaciones), el avance no hubiera sido posible en ningún sentido.

Se ha demostrado que en las grandes ciudades, la mayoría de la gente pasa aproximadamente el 70% del tiempo que está despierta en alguna forma de comunicación, ya sea leyendo, escuchando, hablando o escribiendo.

Características de la comunicación, en ella se debe utilizar palabras y gestos apropiados a lo que queremos transmitir.

- Se exteriorizan sentimientos positivos (amor, respeto, sinceridad, simpatía, consideración, estimación, etc.).
- En la comunicación se responde con sentimientos y actitudes positivas, en forma serena y adulta, aun cuando los mensajes vengan cargados de sentimientos y actitudes negativas.
- Se emiten ideas claras, concisas y convincentes; con sentimientos positivos; en forma oportuna y sin interferencias de ruidos físicos prejuicios psicológicos.

La comunicación dentro las relaciones humanas, se puede establecer la relación entre individuos por medio de la interrelación entre dos o mas individuos para que asi se asegure un claro entendimiento entre los padres e hijos, maestros y alumnos, hermanos entre sí, amigos, compañeros de estudios, de trabajo, etc. Es decir, en todo tipo de actividad realizada por el hombre, es necesaria la comunicación y con ella la interacción, ya que el ser humano no puede vivir aislado porque es por naturaleza un ser gregario.

La falta de habilidad para comunicarse entre sí afecta las Relaciones Humanas. En cambio la buena comunicación hace cada vez más eficiente la administración de cualquier organización, pues la armoniosa marcha de los grupos está en función de la información que posean acerca de los motivos que lo mueven como tales.

Por la razón de que la comunicación es una gran necesidad para la sociedad, no se debe aplicar técnicas inadecuadas para ejecutar la misma; se debe emitir y recibir información, por eso los individuos deben conocer las normas de cortesía, como la

típica norma de escuchar a quien habla; debemos ser tolerantes con nuestro prójimo y sobre todo tratar de llevársela muy bien con las personas, por muy cargadas las palabras que se reciba de parte del receptor.

La información que nos corresponde dar como emisores, debe ser preciso, claro, explicativo y directa, si acatamos todas las pautas de comunicación, ésta será eficaz, de lo contrario la comunicación entre las personas se perderá, la clave para que una comunicación sea afectiva y efectiva es la credibilidad. No importa lo que se diga, nada va a significar mucho para la mente de la persona que escucha a menos que una persona sea creíble y digna de confianza. No puede haber acción donde no haya credibilidad. La habilidad de la comunicación interpersonal significa la capacidad de hacer que constantemente, todo lo que comunicamos sea creíble y verosímil.

Existen nueve habilidades que deben ponerse en práctica para que la comunicación interpersonal sea afectiva y efectiva. A continuación se enumeran y explican brevemente en que consiste cada una de ellas.

Comunicación visual: Una habilidad a aprender es mirar a la otra persona con sinceridad y sin titubear. Haga de esto un hábito; en las en las comunicaciones individuales, la comunicación visual debe ser de 5 a 15 segundos. En las comunicaciones grupales de 4 a 5 segundos.

La comunicación visual es la habilidad más importante entre sus herramientas de impacto personal. Un simple contacto visual no es suficiente para la buena comunicación, es necesario que ese contacto sea muy humano y transmita sensación de bienestar al que escucha.

Postura y movimiento: Al comunicarnos debemos tratar de ser espontáneos, manteniéndonos erguidos y moviéndonos con suavidad y naturalidad: Debemos evitar estar “flojos” o muy “rígidos”.

Gestos y expresiones de la cara: El objetivo de cuidar sus gestos es para que aprenda a estar relajado y actuar con naturalidad cuando habla. Una buena forma es tener los brazos a sus costados de manera natural cuando este descansando.

Sus gestos deben ser naturales cuando este animado y entusiasmado. Usted debe aprender a sonreír bajo presión, de la misma manera natural que cuando está contento. Ante todo sonría, recuerde “aquel que quiera tener amigos, que se muestre amigable”.

El aspecto personal, su forma de vestir: Usted nunca tiene una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión. Debe intentar vestir y asearse y tener un aspecto apropiado para el medio al que pertenece y para usted mismo. Las personas nos causan una impresión inmediata y fuerte con solo verlas cinco segundos. Durante otros cinco minutos se causa el 50% más de impresión (positiva o negativa), además de la que tuvimos en los primeros segundos. Aquí se habla más de una impresión emocional que de una impresión intelectual.

Su voz y la variedad vocal: Es importante aprender a usar su voz como un instrumento sonoro y resonante, especialmente cuando está comunicándose con otros en persona, por teléfono o en el marco de una reunión. Es importante que su voz atraiga la atención y no que se convierta en una barrera contra la acción.

Su voz debe transmitir energía, emoción, entusiasmo. Además recuerde que el 80% de la efectividad de su mensaje la transmite el tono y la calidad de su voz.

Uso del lenguaje, pausas y muletillas: El lenguaje se compone tanto de palabras como de muletillas. Las personas se comunican mejor cuando son capaces de seleccionar las palabras correctas. Esto requiere un amplio vocabulario que se pueda usar adecuadamente en cada situación. Su vocabulario se ampliara con la práctica, y usted lo puede lograr incorporando constantemente nuevas palabras a su forma de expresarse. No use palabras en “calo” o “jerga”, ya que eso dice mucho de su cultura general.

Evite usar muletillas como “aj”, “eh”, “este” ni tampoco cualquier otro “sustituto de pausas” innecesario.

Aprenda además a usar sus pausas. Un comunicador eficiente, usa pausas naturales entre frases. Un excelente comunicador usa las pausas para causar efectos emocionales que espera.

Atraer la atención del que escucha: Se debe hacer un esfuerzo especial para involucrar y mantener el interés activo de las personas con la que usted se está comunicando, cada vez que hable.

Use el humor para crear lazos: Es importante crear un ambiente que rompa la tensión entre el receptor y usted, valiéndose del humor, para no desviar la atención, esto ocasionará que cuando usted este direccionándose a sus oyentes se sientan atraídos a los temas que trate en cualquier dialogo, con el único objetivo que será causar una sensación de bienestar a las personas que lo rodean. El humor es una herramienta fundamental de socialización natural que posee el ser humano para ser agradable y simpático.

Ser uno mismo: Se debe intentar, ser uno mismo en todas las situaciones de comunicación, comprendiendo y usando sus fuerzas naturales y venciendo sus debilidades para la comunicación. Aunque todos sabemos que somos seres únicos, muchas personas no lo aplican y pretenden ser copias pálidas de originales irrepetibles. Debemos poner nuestro sello personal a nuestra comunicación para poder hacer contactos más humanos.

La buena comunicación es un proceso de toda la vida, por lo que ninguna persona será un comunicador efectivo para siempre, sino que siempre surgirán nuevos hábitos indeseables o se retomaran algunos antiguos. También encontraremos nuevas fuerzas mientras maduramos y experimentamos con varias habilidades del comportamiento. A veces sucede que un hábito recién adquirido trabajara para mejorar a uno viejo.

Lo que se quiere indicar es que solo por el hecho de saber hablar, no se asegura ser un comunicador eficaz, y que el serlo no es un estado final, sino se puede volver a los viejos malos hábitos, por lo que debemos estar siempre alertas para ir mejorando y no recaer en el uso de malos hábitos, lo que nos ayudara a mantenernos como comunicadores efectivos.

Tiempo: 30 minutos

RECESO

Tiempo: 10 minutos

ACTIVIDADES:

- Organizar 3 grupos de 6 personas para trabajar.
- Realizar un sociodrama sobre la comunicación y las relaciones humanas, utiliza una temática del programa la Rosa de Guadalupe. (observado por los alumnos).

Tiempo: 45 minutos

RECURSOS:

- Materiales que se encuentren en el aula.

COMPROMISO:

Fomentar una buena comunicación dentro y fuera de la comunidad educativa.

Concientizar a los estudiantes a la interpretación de los mensajes que emiten los programas de televisión, en especial La Rosa de Guadalupe.

TRABAJO EN EQUIPO

TÍTULO: PERSONALIDAD Y VALORES

SALUDO:

La persona responsable da la bienvenida a los presentes y solicita la colaboración de los mismos, para poder desarrollar el presente trabajo.

Tiempo: 3 minutos

OBJETIVO:

Dar a conocer nuestra personalidad por medio de los hechos.

DINÁMICA:

Participa todo el grupo

EL DETALLE CAMBIADO

El facilitador escoge a una persona para que salga del grupo. Este examina atentamente, antes de salir el atuendo de las personas.

Una vez que ha salido, las demás personas del grupo cambian algún detalle de su atuendo.

La persona que salió fuera del grupo, regresa y tratará de adivinar el atuendo cambiado en cualquiera de las personas.

Si acierta, la persona aludida tendrá que salir fuera del grupo y realizar el mismo proceso anterior.

Tiempo: 10 minutos

ENFOQUE DEL TEMA:

Su personalidad es el espejo que refleja nuestro ser interior, es decir la capacidad máxima de las características propias del individuo. Este último ejercicio es de suma

importancia ya que facilita catalogar las características cotidianas de los individuos. Los hábitos se pueden obtener asumiéndolos y cambiarlos, lo que significa que diariamente se puede añadir nuevas modalidades de aprendizaje en nuestro comportamiento para ser más sociales y respetar la igualdad de condiciones.

Algunos de estos cambios se realizan conscientemente; otros, inconscientemente

Las dimensiones de la personalidad:

El extrovertido: está direccionado al mundo exterior. Es característico que se vuelque hacia afuera y que espontáneamente le interese más reestructurar su medio que analizar los efectos de éste sobre su ser interior. Tiene impulsos vigorosos y se consagra con entusiasmo a la realización de tareas.

El introvertido: representa la condición inversa del extrovertido, se orienta hacia el mundo interior de la psique; tiende a mostrarse tímido, retraído e inhibido en las relaciones sociales. El introvertido es generalmente un individuo introspectivo y, por eso mismo, le interesa mucho más el mundo de las ideas que los asuntos prácticos.

El desarrollo de la personalidad: Las fuentes básicas del desarrollo de la personalidad son la herencia y el ambiente.

Personalidad = herencia x ambiente. Estos dos factores causales no se adicionan sino que se relacionan como multiplicadores y multiplicandos. Si alguno de ellos tuviese el valor 0, no habría personalidad.

Hay partes del contenido de la personalidad que están más sujetas que otras a la herencia o a la influencia del ambiente y el aprendizaje.

La herencia y el ambiente, son así, coextensivas en el tiempo, actuando desde el primer momento, en una inseparable interacción, los científicos concuerdan de que no

hay ningún rasgo ni cualidad que sea exclusivamente hereditaria o exclusivamente ambiental en su origen.

La herencia influye en la determinación de unos rasgos más que en el de otros y es quizá más evidente en las características físicas, aunque también cumple una función decisiva en las tendencias primarias de reacción, como nivel de actividad, sensibilidad y capacidad de adaptación. La herencia no solo proporciona las posibilidades del desarrollo y conducta, características de la especie, sino que es también el origen de las diferencias individuales.

También debemos distinguir entre lo heredado y lo innato.

Lo heredado es lo que depende de las células reproductivas, de los padres en el momento de la fecundación.

Lo innato es lo que depende del seno materno.

Lo innato es más amplio que lo heredado. Todo lo que está presente en el momento del nacimiento, es innato.

El medio ambiente es el segundo factor fundamental en la construcción de la personalidad y se podría considerar al seno materno como perteneciente a él.

Podríamos, entonces afirmar, que el medio ambiente empieza a ejercer su influencia aún antes del nacimiento.

El hombre puede ser definido, de una manera breve como "un ser como los demás en el mundo". Es imposible aislar al hombre del mundo de las personas y de las cosas que lo rodean, desde su llegada a este mundo.

Vivir significa estar en relación. El medio ambiente es el conjunto de los estímulos provenientes del ambiente físico y social que afectan al sujeto. También cuando dormimos, seguimos dando y recibiendo del ambiente en que vivimos.

Dentro de lo que definimos como medio ambiente encontramos:

La cultura: para pasar de la influencia heredada a la aprendida, la personalidad de un individuo también depende de las circunstancias de su vida. Sea que se críe en una ciudad o en otra, que críen en un ambiente urbano o rural, en clase socio económica alta o baja.

La cultura determina ampliamente las experiencias que una persona posee, las frustraciones y ajustes que debe enfrentar y las normas de conducta que se le exigen. Cada cultura posee sus valores distintivos, su moral, y sus formas de comportamiento.

Así la cultura influye en la personalidad porque impone muchas de las características que una persona va a adquirir. El proceso de adquirir los rasgos de personalidad que son típicos de los miembros de una cultura particular, se denomina socialización.

La cultura es la encargada de moldea la personalidad, porque proporciona soluciones ya preparadas y ensayadas. Para muchos de los problemas de la vida. La cultura se convierte con el tiempo en un modo de vida.

La familia: como el pilar fundamental de la sociedad es un factor dominante del ambiente durante los años tempranos de la vida del individuo, cuando su personalidad se está modelando con mayor rapidez, la familia es el principal agente en el proceso de socialización. El poder de influencia que la familia tiene para moldear la personalidad es sumamente fuerte en la mayor parte de las culturas con: ambiente familiar, aprendizaje en la conjunto familiar, actitudes de los padres.

Fuera del hogar, los adolescentes ingresan a diferentes grupos sociales más o menos organizados donde cada sujeto encuentra su lugar para posesionarse en ese lugar. El lugar que ocupará, ya sea dominado o dominante, dependerá hasta determinado punto conforme a las cualidades de socialización que posea. Además dependerá también de las necesidades que el conglomerado social quiera del individuo produciendo un estado de satisfacción al grupo.

Una vez que se le ha asignado su papel, se le anima a hacer su parte y una de dos: o gana satisfacción en hacerlo o encuentra el mínimo de tensión en su camino. Los rasgos habituales se forman así. Hacemos lo que esperan de nosotros y repetimos lo que nos da aprobación social.

Todas las personas tienen siempre dependencia de otras personas o grupos de personas para sobrevivir, pero más aún tienen dependencia del trabajo, como medio para conseguirse un lucro como también como manera a desarrollarse como persona o como profesional.

Ocasionalmente una persona se obliga a sí mismo a dejar un papel, y cambiarlo por otro, pero lo hace en contra de la presión social. Algunas de las actividades de un individuo, son de su propia elección, pero la mayoría es impuesta.

Con la demostración de que las fuerzas sociales pueden cambiar el curso del desarrollo de la personalidad de un individuo, algunas veces en forma muy dramática, no es extraño que algunos estén listos para declarar que la personalidad es el producto enteramente de su medio ambiente social.

Los Actos Humanos. Son ejecutados consciente y libremente, es decir, en un nivel racional. Son originados en la parte típicamente humana del hombre, es decir, en sus facultades específicas, como son la inteligencia y la voluntad. Estos son el objeto material de la Ética y son los que pueden ser juzgados como buenos o malos desde el punto de vista de la Moral.

Cuando se dice que un acto humano tiene un valor moral, se está implicando que este valor moral puede ser de signo positivo o de signo negativo. Trabajar, por ejemplo, tiene valor moral positivo, pero asesinar tiene un valor moral negativo. Normalmente hemos designado al valor moral negativo como "inmoral", pero esta palabra, en su etimología, indica más bien un desligamiento del valor moral y los únicos actos que están desligados de los valores morales son los actos del hombre, pero estos ya han

sido calificados como "amorales". La excelencia depende más de las competencias emocionales que de las capacidades cognitivas.

Características y rasgos de las personas de éxito: Las investigaciones que a lo largo de las décadas han tratado de rastrear los talentos de los trabajadores "estrella" nos indican que existen dos habilidades que se han vuelto cruciales en los noventa: la formación de equipos y la capacidad de adaptarse a cambios.

Existen un conjunto completamente nuevo de capacidades que están comenzando a perfilarse como rasgos distintivos de los trabajadores estrella, entre las que cabe destacar la capacidad de servir de catalizador del cambio y el aprovechamiento de la diversidad.

Descubrimos que existen algunas competencias que diferenciaban a los trabajadores estrella de los otros. A saber: empatía, autodisciplina, iniciativa.

Para afrontar adecuadamente las situaciones emocionales en sumo grado hace falta ser un buen mediador, es decir, hay que ser capaz de despertar la confianza de los demás y de establecer un adecuado reporte con ellos, es decir, saber escuchar, ser capaz de persuadir y saber aconsejar. En palabras de este mismo directivo: "para poder alentar la confianza de los demás usted debe ser consciente de sí mismo, asumir el punto de vista de los demás y ser también capaz de estar plenamente presente". La única habilidad cognitiva que diferencia a los directivos "estrella" de los mediocres es la capacidad de reconocer pautas, es decir la capacidad de extraer la información necesaria para comprender las tendencias más relevantes y forjarse una "visión global" que permita planificar estrategias de acción para el futuro.

Los mejores siempre están dispuestos, por ejemplo, a quedarse un tiempo extra para ayudar a sus compañeros a concluir un proyecto y no se guardan para sí los pequeños descubrimientos que pueden facilitar el trabajo sino que los comparten abiertamente. Son personas que no compiten, sino colaboran.

Las competencias emocionales más relevantes para el éxito caen dentro de los tres grupos siguientes:

- Iniciativa, motivación de logro y adaptabilidad
- Influencia, capacidad para liderar equipos y conciencia política
- Empatía, confianza en uno mismo y capacidad de alentar el desarrollo de los demás.

Tiempo: 35 minutos

RECESO:

Tiempo: 10 minutos

ACTIVIDADES

- Organizar a los participantes en 3 grupos de 6 personas
- Dramatización una temática observada en La Rosa de Guadalupe, enfocada a la personalidad y valores.
- Relacionar la dramatización con la vida real.

Tiempo: 40 minutos

RECURSOS

- Materiales disponibles en el aula

COMPROMISO

Resaltar nuestra personalidad en base a valores y poner al servicio de los demás nuestros conocimientos.

TRABAJO EN EQUIPO

TÍTULO: LA MOTIVACIÓN

SALUDO:

La persona responsable da su saludo de bienvenida y expresa el agradecimiento a cada uno de los participantes por un cambio de actitud relevante e inculca el seguir trabajando en bien de la institución.

Tiempo: 3 minutos

OBJETIVO:

Cambio de conducta frente a los problemas y la búsqueda de solución a los mismos.

DINÁMICA:

Participa todo el grupo

MI TÍA MEQUECA

Los participantes estarán sentados en círculo, junto con el facilitador que formulará una pregunta: ¿CONOCEN A LA TÍA MEQUECA? Todos responden: NO.

El facilitador dice: la tía Mequeca sufre de tembladera. Empieza a hacer temblar sus manos. Toca el codo al participante de su derecha, el cual debe imitarlos, tocando a su vez al siguiente, y así sucesivamente hasta que llegue al facilitador que agregará otro detalle que se acumula al anterior.

La tía Mequeca es media “lela” (saca la lengua), “es muy curiosa” (mueve la cabeza hacia los lados), “estudia baile” (levanta y baja la pierna derecha), “baila rumba” (mueve a ritmo las caderas), etc.

Tiempo: 15 minutos

ENFOQUE DEL TEMA:

“La motivación me indica hacer algo porque resulta muy importante para mí hacerlo”.

Jones

“La forma en que la conducta se inicia, se energiza, se sostiene, se dirige, se detiene, y con el tipo de reacción subjetivo que está presente en la organización mientras sucede todo esto”. Dessler

“El deseo que tiene una persona de satisfacer ciertas necesidades”. Kelly

“Tiene algo que ver con las fuerzas que mantienen y alteran la dirección, la calidad y la intensidad de la conducta”. Stephen Robbins

“Voluntad de llevar a cabo grandes esfuerzos para alcanzar metas organizacionales, Condicionadas por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad individual”.

En todas las áreas está presente la motivación, si va de la mano con el trabajo. El resultado de la motivación es obtener un mayor rendimiento. Y esto se da través de que el empleado se sienta a gusto con su trabajo y la empresa. Permitiendo que esta acción se la trasmita al resto.

Para comprender el comportamiento humano es fundamental conocer la motivación humana. El concepto de motivación se ha utilizado con diferentes sentidos. En general, motivo es el impulso que lleva a la persona a actuar de determinada manera, es decir que da origen a un comportamiento específico. Este impulso a la acción puede ser provocado por un estímulo externo, que proviene del ambiente, o generado internamente por procesos mentales del individuo. En este aspecto la motivación se relaciona con el sistema de cognición del individuo. Cognición o conocimiento representa lo que las personas saben respecto de si mismos y del ambiente que las rodea. El sistema cognitivo de cada persona incluye sus valores personales y está

profundamente influido por su ambiente físico y social, su estructura fisiológica, los procesos fisiológicos, y sus necesidades y experiencias anteriores. En consecuencia, todos los actos del individuo están guiados por su cognición por lo que siente, piensa y cree.

El ambiente psicológico (el ambiente de comportamiento) es la situación que la persona percibe e interpreta respecto de su ambiente externo más inmediato. Es el ambiente relacionado con sus necesidades actuales. En el ambiente psicológico, los objetos, las personas o situaciones adquieren valencias que determinan un campo dinámico de fuerzas psicológicas.

La motivación representa la acción de fuerzas activas o impulsoras: Las necesidades humanas. Las personas son diferentes entre sí en lo referente a la motivación. Las necesidades humanas que motivan el comportamiento humano producen patrones de comportamiento que varían de individuo a individuo aún más, tanto los valores y los sistemas cognitivos de las personas, como las habilidades para alcanzar los objetivos personales son diferentes. Y como si fuera poco, las necesidades, los valores personales y las capacidades varían en el mismo individuo en el transcurso del tiempo.

A pesar de todas estas grandes diferencias, el proceso que dinamiza el comportamiento humano, es más o menos semejante en todas las personas. Existen tres premisas relacionadas entre sí, para explicar el comportamiento humano:

El comportamiento humano tiene causas. Existe una causalidad en el comportamiento. Tanto la herencia como el medio influyen decisivamente en el comportamiento de las personas. El comportamiento es causado por estímulos internos o externos.

El comportamiento humano es motivado. Existe una finalidad en todo comportamiento humano. El comportamiento no es causal ni aleatorio, sino orientado o dirigido hacia algún objetivo.

El comportamiento humano está orientado hacia objetivos personales. Tras todo comportamiento siempre existe un impulso, deseo, necesidad, tendencia, expresiones que sirven para designar los motivos del comportamiento.

Si estas tres premisas fueran correctas, el comportamiento humano no sería espontáneo ni estaría exento de finalidad: Siempre habría algún objetivo implícito o explícito que oriente el comportamiento de las personas.

La motivación es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento hasta alcanzar la meta u objetivo deseado. Si nos ponemos a pensar en la historia del hombre, los objetivos y las metas siempre estuvieron, por lo tanto siempre existió la motivación.

Tiempo: 30 minutos

RECESO:

Tiempo: 10 minutos

ACTIVIDADES

- Se organizará grupos de 3 personas
- Cada grupo realizará una dinámica con todo el grupo, para un tiempo de 5 minutos
- Reflexionar sobre la necesidad de motivar al docente y relacionar con la motivación que necesitan los discentes.

Tiempo: 45 minutos

RECURSOS

- Materiales que se encuentren en el aula u objetos personales.

COMPROMISO

Cambio de actitud frente a la vida.

DOCUMENTO DE APOYO

TÍTULO: VALORES

OBJETIVO:

Concienciar la importancia del conocimiento de los valores

ENFOQUE DEL TEMA:

LOS VALORES

La filosofía se origina a partir de que el hombre experimenta asombro, admiración y curiosidad frente a la realidad, lo que lo llevo a la reflexión sobre diversos fenómenos, por lo que problemas de física, lógica, matemáticas y ética, entre otras, se discutieron en el ámbito de la filosofía, ya que aún no se configuraban las ciencias. Platón y Aristóteles fueron los iniciadores de la Ética, al preguntarse por la maldad o bondad de los actos humanos en general.

Aunque se dieron pródigas discusiones en torno a valores como justicia, belleza, valentía, vocación, felicidad y valor, no se delimito con claridad la rama del saber que habría de estudiarlos, y fue hasta el siglo XIX cuando se inicia un estudio profundo sobre los valores.

Así aparece la Axiología, que es la parte de la filosofía encargada de estudiar el ámbito de los valores, es decir, brinda las nociones de valor contenidos en las creaciones humanas, definiendo "lo valioso", en campos tales como, la estética y lo verdadero, a partir de la esencia y cualidades de lo valorado.

Esto nos lleva a decir que el objeto de estudio de la Axiología es amplio, ya que es parte de nuestra vida diaria, pues el orden y aplicación de los valores varían dependiendo de cada sociedad, grupo y hasta individuo, lo que conlleva a una discusión constante de los mismos.

Esta establece características y núcleos axiológicos o valores derivados. Así, se puede hablar de virtudes éticas aceptadas desde la antigüedad y los valores que de ellas se han derivado.

VIRTUDES O VALORES ÉTICOS	CARACTERIZACIÓN	VALORES QUE PUEDEN DERIVARSE
VERACIDAD	Aptitud práctica para decidir con honestidad entre la conducta digna e indigna, fidelidad a la verdad	Sinceridad en el amor; voluntad de verdad científica; entusiasmo artístico; honradez en el trabajo
VALENTÍA	Acto realizado con arrojo, valor o audacia. Obrar consciente-mente ante los peligros inminentes de la acción.	Valor de verdad, lealtad, fidelidad; heroísmo (el héroe no lucha por sí mismo, sino por los ideales colectivos y a ellos).
AUTODOMINIO MORAL	Regulación de las necesidades vitales (como instinto). Dominio de los deseos primarios.	Honestidad, templanza, sobriedad, frugalidad.
JUSTICIA	Se distingue la Justicia Distributiva, es decir, dar a cada uno lo que es debido; de la Justicia Conmutativa, que es devolver un bien recibido por su equivalen-te. Estricta equiparación de los individuos ante la ley moral.	Imparcialidad, templanza, rectitud, verdad y energía en pro de la comunidad. En la justicia anclan las virtudes cívicas. Es la cristalización de todas las virtudes.

El término “valor” concretamente proviene del latín valere, verbo que se define como estar sano y fuerte. A lo largo del tiempo supero la noción meramente física, abarcando todas las esferas de la actividad humana -social, psicológica, artística, ética, y económica, entre otras-.

Diferentes pensadores preocupados por dar una definición más actual han propuesto diferentes formas. Para Raths (1967) un valor representa algo importante en la existencia humana; Mantovani (1962) piensa que el ser humano es un ser dotado de voluntad y de cultura, cuyo proceso de convertirse en persona es el que lo incorpora a participar del mundo de los valores. Por lo que “valor” es lo que es válido para el hombre, y vale para el hombre lo que tiene significado en su vida.

Existen muchas más percepciones, pero la mayoría de los autores coinciden en que los valores tienen dos características básicas: Su origen humano, y su naturaleza abstracta, lo primero se percibe en la herencia cultural de cada sociedad, pues es donde se encuentran insertados; lo segundo manifiesta su existencia ideal. Se debe partir de cuatro puntos básicos para estudiarlos valores:

IDEAL: por ser una creación humana, es decir, es un bien cultural, su campo de aparición es la esfera de lo abstracto donde los valores nacen. Desde este ángulo los valores son parámetros de comportamiento que una sociedad acepta y se mantienen como lo que se debe alcanzar, la meta a lograr. Estos reflejan los elementos estéticos, comportamiento aceptable, relaciones humanas, la moral y la ética, entre otros.

EMPÍRICO: es donde el hombre aplica los valores. Los valores que trasmite cada sociedad a sus miembros de manera directa con el comportamiento, por lo que son aceptados como algo “natural”, y no como algo “aprendido” y “razonado”. En algunos casos son incuestionables.

PERSONAL: el ser humano es quien le atribuye un valor a los elementos de su entorno, siempre y cuando el objeto le signifique algo, por su esencia y lo que representa en sí mismo, como cualidad de un bien cultural. Por ejemplo, el trabajo

tiene un valor por el producto obtenido, y otro por la satisfacción de haberlo hecho bien; o un objeto tiene un valor por su forma y otro por lo que nos significa (recuerdo, regalo, cariño).

CULTURAL: en todos los grupos sociales los valores son el ideal a seguir, el máximo estadio del espíritu humano, es decir, es la aspiración a buscar lo mejor, lo más alto; como respetar la naturaleza para tener un mejor entorno; ser honesto en la profesión, ser responsable como padre, hijo y hermano; entre otros.

CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES

Los valores son criterios de comportamiento y motivos de conducta y sus características fundamentales son:

Polaridad: los valores siempre se manejan en dos extremos, uno positivo y otro negativo (desvalor, contravalor); según el grado de indiferencia del sujeto, su atracción o aversión; por ejemplo, el bien y el mal, honestidad y deshonestidad, pudor e impudicia, por citar algunos ejemplos.

VALORES Y ANTIVALORES

Valor	<i>Antivalor</i>	Valor	<i>Antivalor</i>	Valor	<i>Antivalor</i>
Bueno	Malo	Listo	Tonto	Amor	Odio
Ilustre	Villano	Valentía	Cobardía	Agrado	Desagrado
Sabiduría	Ignorancia	Gozo	Sufrimiento	Matrimonio	Divorcio
Abundancia	Miseria	Alegría	Tristeza	Bello	Feo
Verdad	Mentira	Pulcritud	Suciedad	Abstinencia	Gula
Sinceridad	Hipocresía	Cordura	Locura	Creyente	Ateo
Ardiente	Frígido	Amistad	Enemistad	Cortesía	Grosería
Libertad	Esclavitud	Gloria	Infierno	Alabar	Difamar
Castidad	Lujuria	Sencillez	Vanidad	Austeridad	Ostentación

VALORES Y DOCENCIA.

Los valores educativos aspiran a formar, y corresponden a la cultura cívica nacional.

Alducín la define como:

La depositaria de las normas creencias, opiniones, valores, prácticas y acuerdos que cada sociedad establece para ordenar su quehacer,... determinar prioridades, dirimir conflictos, organizarse y asignar funciones, responsabilidades, deberes y derechos. Se plasma en gran medida en las leyes

La educación se enmarca como laica, democrática (como sistema de vida), nacional y social, además de promover el aprecio a la familia, el sentido de la solidaridad, y los principios de igualdad y fraternidad entre los hombres.

José Vasconcelos dijo que la educación debe enmarcarse en la corriente filosófica humanista, que considera al hombre en su totalidad, por lo que propuso un nacionalismo que permita revalorizar el mestizaje, como base de la conciencia histórica nacional y latinoamericana.

Se agregan valores de una educación para la paz, la democracia y la justicia social, donde la educación debe desarrollar todas las facultades del ser humano de manera armónica, y fomentar en él, la conciencia social, la solidaridad internacional, el respeto a la independencia, la justicia y el amor a la patria.

En un intento de clasificar los valores mencionados en función del área a desarrollar en el educando, se utiliza una combinación de elementos

a) Como base Filosófica que lleva al desarrollo intelectual, encontramos:

- Adquisición y acrecentamiento de cultura universal
- Conceptos generados por los avances científicos, que erradican la ignorancia y sus efectos.

- Integración del conocimiento
 - Pensamiento analítico, observador y reflexivo.
 - Comunicación y libertad de expresión
 - Práctica y gusto por la lectura
 - Participación activa del educando
 - Resolución de problemas
 - Estimulación de la iniciativa en la investigación e innovación científica y tecnológica
 - Impulso a la creación artística
 - Respeto absoluto a la dignidad de la persona.
 - Laicismo
- b) Educación para la libertad, apoyando el desarrollo psicomotriz y afectivo.
- Confianza en sí mismo, que le permiten evitar fanatismos, prejuicios y servidumbres.
 - Desarrollo integral del individuo para un ejercicio pleno de sus capacidades.
 - Estimulación de la educación física y deporte
 - Resolución de problemas
 - Capacidad de comunicación
 - Integración del niño a la escuela y a la familia.
 - Integridad familiar
 - Mejor convivencia humana
 - Rechazo a los vicios
 - Libertad
- c) La visión comunitaria, que conlleva a la madurez psicosocial.
- Conciencia de nacionalidad y soberanía
 - Identidad y unidad nacional

- Amor a la patria, respeto a los valores patrios, historia e instituciones nacionales
- Defensa de la independencia política y económica.
- Democracia como sistema de vida
- Sentido de responsabilidad social
- Actitudes solidarias y positivas hacia el trabajo, ahorro y bienestar general
- Equidad social
- Eliminar la discriminación por: Raza, etnia, sexo, condición física y credo
- Fraternidad e igualdad de derechos entre los seres humanos.
- Respeto a la cultura propia y ajena
- Idioma común respetando lenguas indígenas
- Respeto y conservación de tradiciones culturales regionales
- Respeto a los recursos naturales y protección del ambiente
- Justicia
- Observancia de la Ley
- Preservación de la salud
- Planeación familiar y paternidad responsable.
- Solidaridad nacional e internacional.
- Calidad y Competitividad

Hay que señalar que los valores educativos son el núcleo de la Axiología educativa. La escuela debe ofrecer al estudiante la oportunidad de elaborar su escala de valores mediante las sugerencias de sus profesores. Pero si el maestro no posee su propia escala de valores, es imposible que fomente en el estudiante el deseo e interés de construir la suya.

COMPROMISO

Fomentar la práctica diaria de valores de docentes y discentes.

DOCUMENTO DE APOYO

TÍTULO: MI PERSONALIDAD FRENTE A LOS DEMÁS

OBJETIVO:

Dar a conocer nuestra personalidad por medio de los hechos.

ENFOQUE DEL TEMA:

La imagen que se presenta de un individuo a los demás es el reflejo interior de nuestra personalidad, el universo de las características internas del ser humano. Este último aserto es muy importante, pues implica que es posible inventariar y analizar las características habituales, lo cual es cierto. Un hábito puede adquirirse y también modificarse. Desde luego, nuestras características habituales raramente son estáticas. Diariamente añadimos o sustraemos nuevas modalidades a las mismas.

Algunos de estos cambios se realizan conscientemente; otros, inconscientemente

Las dimensiones de la personalidad:

El extravertido: se orienta hacia el mundo externo. Es característico que se vuelque hacia afuera y que espontáneamente le interese más reestructurar su medio que analizar los efectos de éste sobre su ser interior. Tiene impulsos vigorosos y se consagra con entusiasmo a la realización de tareas.

El introvertido: representa la condición inversa del extravertido, se orienta hacia el mundo interior de la psique; tiende a mostrarse tímido, retraído e inhibido en las relaciones sociales. El introvertido es generalmente un individuo introspectivo y, por eso mismo, le interesa mucho más el mundo de las ideas que los asuntos prácticos.

El desarrollo de la personalidad: Las fuentes básicas del desarrollo de la personalidad son la herencia y el ambiente.

Personalidad = herencia x ambiente. Estos dos factores causales no se adicionan sino que se relacionan como multiplicadores y multiplicandos. Si alguno de ellos tuviese el valor 0, no habría personalidad.

Hay partes del contenido de la personalidad que están más sujetos que otros a la herencia o a la influencia del ambiente y el aprendizaje.

La herencia y el ambiente, son así, coextensivas en el tiempo, actuando desde el primer momento, en una inseparable interacción, los científicos concuerdan de que no hay ningún rasgo ni cualidad que sea exclusivamente hereditaria o exclusivamente ambiental en su origen.

La herencia influye en la determinación de unos rasgos más que en el de otros y es quizá más evidente en las características físicas, aunque también cumple una función decisiva en las tendencias primarias de reacción, como nivel de actividad, sensibilidad y capacidad de adaptación. La herencia no solo proporciona las posibilidades del desarrollo y conducta, características de la especie, sino que es también el origen de las diferencias individuales.

También debemos distinguir entre lo heredado y lo innato.

Lo heredado es lo que depende de las células reproductivas, de los padres en el momento de la fecundación.

Lo innato es lo que depende del seno materno.

Lo innato es más amplio que lo heredado. Todo lo que está presente en el momento del nacimiento, es innato.

El medio ambiente es el segundo factor fundamental en la construcción de la personalidad y se podría considerar al seno materno como perteneciente a él. Podríamos, entonces afirmar, que el medio ambiente empieza a ejercer su influencia aún antes del nacimiento.

El hombre puede ser definido, de una manera breve como "un ser como los demás en el mundo". Es imposible aislar al hombre del mundo de las personas y de las cosas que lo rodean, desde su llegada a este mundo.

Vivir significa estar en relación. El medio ambiente es el conjunto de los estímulos provenientes del ambiente físico y social que afectan al sujeto. También cuando dormimos, seguimos dando y recibiendo del ambiente en que vivimos.

Dentro de lo que definimos como medio ambiente encontramos:

La cultura: para pasar de la influencia heredada a la aprendida, la personalidad de un individuo también depende de las circunstancias de su vida. Sea que se críe en una ciudad o en otra, que críen en un ambiente urbano o rural, en clase socio económica alta o baja. La cultura determina ampliamente las experiencias que una persona posee, las frustraciones y ajustes que debe enfrentar y las normas de conducta que se le exigen. Cada cultura posee sus valores distintivos, su moral, y sus formas de comportamiento.

Así la cultura influye en la personalidad porque impone muchas de las características que una persona va a adquirir. El proceso de adquirir los rasgos de personalidad que son típicos de los miembros de una cultura particular, se denomina socialización.

La cultura moldea la personalidad, porque proporciona soluciones ya preparadas y ensayadas. Para muchos de los problemas de la vida. La cultura se convierte con el tiempo en un modo de vida.

La familia: Como factor dominante del ambiente durante los años tempranos de la vida del individuo, cuando su personalidad se está moldeando con mayor rapidez, la familia es el principal agente en el proceso de socialización. El poder de la familia para moldear la personalidad es sumamente fuerte en la mayor parte de las culturas con: Calor familiar, Aprendizaje en la familia, Actitudes de los padres, Imitación.

Fuera del hogar, el niño entra a un grupo o grupos sociales más o menos organizados donde cada individuo debe encontrar un lugar. El lugar que ocupará, ya sea dominante o sumiso, en la brillantez o en la sombra, dependerá hasta cierto punto de las cualidades que ya tenga. Depende también de lo que el grupo desea de él y en donde produce la tensión menor y la satisfacción más grande.

Una vez que se le ha asignado su papel, se le anima a hacer su parte y una de dos: o gana satisfacción en hacerlo o encuentra el mínimo de tensión en su camino. Los rasgos habituales se forman así. Hacemos lo que esperan de nosotros y repetimos lo que nos da aprobación social.

Todas las personas tienen siempre dependencia de otras personas o grupos de personas para sobrevivir, pero más aún tienen dependencia del trabajo, como medio para conseguirse un lucro como también como manera a desarrollarse como persona o como profesional.

Ocasionalmente una persona se obliga a sí mismo a dejar un papel, y cambiarlo por otro, pero lo hace en contra de la presión social. Algunas de las actividades de un individuo, son de su propia elección, pero la mayoría es impuesta.

Con la demostración de que las fuerzas sociales pueden cambiar el curso del desarrollo de la personalidad de un individuo, algunas veces en forma muy dramática, no es extraño que algunos estén listos para declarar que la personalidad es el producto enteramente de su medio ambiente social.

Los Actos Humanos. Son ejecutados consciente y libremente, es decir, en un nivel racional. Son originados en la parte típicamente humana del hombre, es decir, en sus facultades específicas, como son la inteligencia y la voluntad. Estos son el objeto material de la Ética y son los que pueden ser juzgados como buenos o malos desde el punto de vista de la Moral.

Cuando se dice que un acto humano tiene un valor moral, se está implicando que este valor moral puede ser de signo positivo o de signo negativo. Trabajar, por ejemplo, tiene valor moral positivo, pero asesinar tiene un valor moral negativo. Normalmente hemos designado al valor moral negativo como "inmoral", pero esta palabra, en su etimología, indica más bien un desligamiento del valor moral y los únicos actos que están desligados de los valores morales son los actos del hombre, pero estos ya han sido calificados como "amorales". La excelencia depende más de las competencias emocionales que de las capacidades cognitivas.

Características y rasgos de las personas de éxito: Las investigaciones que a lo largo de las décadas han tratado de rastrear los talentos de los trabajadores "estrella" nos indican que existen dos habilidades que se han vuelto cruciales en los noventa: la formación de equipos y la capacidad de adaptarse a cambios.

Existen un conjunto completamente nuevo de capacidades que están comenzando a perfilarse como rasgos distintivos de los trabajadores estrella, entre las que cabe destacar la capacidad de servir de catalizador del cambio y el aprovechamiento de la diversidad. Descubrimos que existen algunas competencias que diferenciaban a los trabajadores estrella de los otros. A saber: empatía, autodisciplina, iniciativa.

Para afrontar adecuadamente las situaciones emocionales en sumo grado hace falta ser un buen mediador, es decir, hay que ser capaz de despertar la confianza de los demás y de establecer un adecuado reporte con ellos, es decir, saber escuchar, ser capaz de persuadir y saber aconsejar. En palabras de este mismo directivo: "para poder alentar la confianza de los demás usted debe ser consciente de sí mismo, asumir el punto de vista de los demás y ser también capaz de estar plenamente presente".

Los mejores siempre están dispuestos, por ejemplo, a quedarse un tiempo extra para ayudar a sus compañeros a concluir un proyecto y no se guardan para sí los pequeños descubrimientos que pueden facilitar el trabajo sino que los comparten abiertamente. Son personas que no compiten, sino colaboran.

Las competencias emocionales más relevantes para el éxito caen dentro de los tres grupos siguientes:

Iniciativa, motivación de logro y adaptabilidad

Influencia, capacidad para liderar equipos y conciencia política

Empatía, confianza en uno mismo y capacidad de alentar el desarrollo de los demás.

COMPROMISO

Resaltar nuestra personalidad y poner al servicio de los demás nuestros conocimientos.

LECTURAS DE REFLEXIÓN

TU VALOR NO CAMBIA

Un orador inició su seminario mostrando al auditorio un billete de \$20 dólares. Dirigiéndose a los 200 espectadores preguntó:

“¿Quién quiere este billete?”. Muchas manos se levantaron.

Luego dijo: “Se los voy a dar a alguno de ustedes, pero primero permítanme hacer esto...”, y lo hizo bolita dejándolo arrugado.

Entonces insistió: “¿Quién todavía lo quiere?”. Las manos volvieron a subir. “Bien, dijo. “¿Y si le hago esto?”, y lo dejó caer al suelo y lo empezó a hollar contra la tierra con su zapato. Al recogerlo lo mostró al auditorio. Así, todo arrugado y sucio, preguntó: “Y así, ¿Todavía lo quieren? Las manos se mantuvieron arriba.

“Amigos, han aprendido una lección muy valiosa: No importa todo lo que le haya hecho al billete, ustedes de cualquier manera lo quieren porque su valor no ha disminuido. Sigue valiendo los mismos 20 dólares. Muchas veces en nuestras vidas caemos, nos arrugamos y nos revolcamos en la tierra por las decisiones que tomamos y por las circunstancias que nos rodean. Llegamos a sentir que no valemos nada. Pero no importa lo que hayamos pasado o cuanto pueda ocurrirnos, nunca perdemos el valor que tenemos ante los ojos de Dios. Sucios o limpios, abatidos o finamente alineados, para Él somos invaluable.

SACÚDETE Y SIGUE

Por muchas y fuertes que sean las caídas y dificultades, nunca te dejes vencer.

Se cuenta de cierto campesino dueño de una mula ya muy vieja, la misma que un día cayó en un pozo que había en la finca. El hombre escuchó los rebuznos del animal y corrió para descubrir el motivo. Le dio penar ver a su fiel servidora en esa condición, pero después de analizar cuidadosamente la situación, creyó que no había modo de salvar al pobre animal, y más valía sepultarla de una vez en el mismo pozo.

El campesino llamó a sus vecinos para que le ayudaran a enterrar a la mula y así evitar que continuara sufriendo. Al principio, la mula se puso histérica, pero a medida que aquellos humanos continuaban paleando tierra sobre su lomo, una idea vino a su mente: cada vez que una pala de tierra cayera sobre sí, ¡ella debía sacudirse y subir sobre la tierra! Esto hizo la mula, parada tras palada. “Sacúdete y sube, sacúdete y sube, sacúdete y sube”, repetía la mula para alentarse a sí misma.

No importa cuán doloroso fueran los golpes de la tierra y las piedras sobre su lomo, en medio de la tormentosa situación la mula luchó contra el pánico, y continuó “sacudiéndose y subiendo”. A sus pies fue elevándose el nivel del piso, los hombres, sorprendidos, captaron la estrategia de la mula y eso les alentó a continuar paleando. Poco a poco llegó el punto en que la mula, cansada y abatida, pudo salir con un brinco de aquel pozo. La tierra, que parecía le enterraría, se convirtió en su bendición, todo por la manera en que ella enfrentó la adversidad. ¡Así es la vida!

Si enfrentamos nuestros problemas y respondemos positivamente, haciendo a un lado el pánico, la amargura y las lamentaciones de nuestra baja autoestima, todas las adversidades que vienen a nuestra vida a tratar de enterrarnos, nos dará el potencial para “seguir subiendo” hasta recuperar la calma.

EL VALOR DE LAS COSAS

La felicidad no está en los años, meses, en las semanas, ni siquiera en los días. Solo se la puede encontrar en los momentos. "Hoy es el mañana de ayer"

Se cuenta que en el siglo pasado, un turista americano fue a la ciudad de El Cairo, en Egipto, con la finalidad de visitar a un famoso sabio.

El turista se sorprendió al ver que el sabio vivía en un cuartito muy simple y lleno de libros. Las únicas piezas de mobiliario eran una cama, una mesa y un banco.

¿Dónde están sus muebles? - preguntó el turista.

Y el sabio, rápidamente, también preguntó: -¿Y dónde están los suyos...?

¿Los míos? - se sorprendió el turista. ¡Pero si yo estoy aquí solamente de paso!

Yo también... - concluyó el sabio.

"La vida en la tierra es solamente temporal... Sin embargo algunos viven como si fueran a quedarse aquí eternamente y se olvidan de ser felices."

"El valor de las cosas no está en el tiempo que duran sino en la intensidad con que suceden. Por eso existen momentos inolvidables, cosas inexplicables y personas incomparables."

EL VALOR DE UNA MUJER

Cuentan que dos marineros que iban navegando por los mares del sur, desembarcaron en una preciosa isla para descansar.

Los habitantes de la isla les recibieron con gran entusiasmo y durante varios días les agasajaron con fiestas.

Uno de los días, los marineros decidieron dar un paseo por la isla y se encontraron con una muchacha que estaba lavando ropa en el río.

Uno de los marineros se acercó a ella y le preguntó: “¿Cómo te llamas?”

La muchacha no respondió. El marinero pensando que no le había escuchado le volvió a preguntar: “¿Cuál es tu nombre?”.

La muchacha se giró y le dijo: “Lo siento no puedo hablar contigo sin estar casada antes”.

” Entonces me casaré contigo”, le respondió el marinero.

El otro marinero le dijo: “¡Estás loco!””¡Apenas la conoces!” ” Además hay otras muchachas mucho más bellas que ella”.

“Me casaré con ella”, le respondió el amigo “y espero que te quedes para mi boda ya que yo ya no me marcharé”.

“Como tú quieras amigo”, le respondió el marinero.

Y así se dirigieron a hablar con el padre de la muchacha para pedirla en matrimonio.

“Señor”, le dijo el marinero “deseo casarme con su hija”

El padre se mostró encantado y le dijo: “forastero si te quieres casar con una de mis hijas tendrás que pagarme una dote de 9 vacas”. “¿con cuál de mis hijas deseas casarte?”

“Quiero casarme con la muchacha que lavaba ropa en el río”, le respondió el marinero.

Sorprendido ante la elección del marinero ya que sus otras hijas eran mucho más hermosas, le dijo” en ese caso sólo tendrás que darme 3 vacas “.

El marinero le replicó, “Te pagaré las 9 vacas”.

Y así fue. El marinero se casó con la muchacha que lavaba ropa en el río y su amigo se quedó a presenciar la boda para posteriormente zarpar de nuevo.

Pasado un tiempo el marinero volvió por la isla y decidió ir a visitar a su amigo, Sentía curiosidad por saber cómo le iban las cosas y si seguía casado.

Al llegar a la isla, vio a un grupo de hombres y mujeres que iban cantando y bailando.

En el centro iba una mujer hermosísima con el cabello adornado con unas flores.

Se detuvo para contemplar la imagen y ver la belleza de la mujer.

Al cabo de un rato encontró a su amigo.

Se saludaron con gran entusiasmo y el marinero le preguntó si seguía casado.

“¡Por supuesto!”, le dijo él. ” De hecho te habrás cruzado con ella de camino”.

El marinero no recordaba haberse cruzado con ella.

“Sí”, le dijo el amigo. “Hoy es su cumpleaños y están celebrándolo”

¡Era la mujer que iba en el centro bailando!

“¿Cómo es posible?”, le dijo el marinero. “Esa mujer no se parece en nada a la muchacha que yo conocí”.

“Muy sencillo”, le contestó el amigo. “Me dijeron que valía 3 vacas y yo la traté como si valiese 9 vacas”

Trata a un hombre como lo que es y seguirá siendo como es; trátalo como puede y debe ser y se convertirá en lo que puede y debe ser. S/A

EL VERDADERO VALOR DE LA MUJER

Como es que la mujer ha dejado de valorarse por lo que es... por cuestiones de moda y estereotipos se ha manejado a la mujer como simplemente un símbolo de belleza, haciendo a un lado lo que se encuentra dentro de ella... Es decir, donde quedan los sentimientos, nuestros pensamientos, donde queda lo que soñamos, por lo que luchamos...

En donde está nuestro valor, nuestro tesoro, ¿Por qué nadie lo toma por lo que es? ¿Por qué solo importa lo que se ve? Que nosotras no podemos ser más que unas piernas perfectas, una cintura pequeña, una cara bonita... No podemos ser, un ser humano que piensa y cree en la verdadera belleza de nuestro ser...

Como es posible que hasta nosotras mismas nos hayamos rebajado a creer lo que ellos dicen... lo que "la sociedad" nos dice... que si estás gorda, o muy flaca, que si te pintas o te dañas...

Que si te arreglas eres bella... si te valoran eres un artículo de lujo para los demás, el cual valoran por su apariencia superficial... es que es imperdonable como somos nosotras las que provocamos que lo que ellos dicen, se vuelva parte de nuestra realidad. Porqué no ponerle un fin, decir no soy un maniquí, no existen estereotipos lo suficientemente fuertes para no ser derrumbados por nuestras creencias.

Somos más las que creemos que no hace falta una cara bonita, un cuerpo perfecto para sobresalir, que no hace falta vestir de marca ni usar un perfume caro, somos más las que creemos que las mujeres valemos por lo que somos capaces de hacer, de construir lo que nadie se atreve, por miedo a derrumbar esos estereotipos ridículos que denigran nuestra identidad...

El valor de la mujer no es un lindo vestido, tampoco unos zapatos, no es un maquillaje, ni un corte de cabello, no son unos lentes o una nariz perfecta, no es si nosotras nos negamos a que lo sea...

EL HOMBRE QUE QUISO SER MUJER

La educación de los hijos, las tareas del hogar, etc. siguen corriendo a cargo de las mujeres. Al padre le corresponde llevar el sustento a casa.

Un hombre estaba harto de tener que ir a trabajar todos los días y que su esposa se pudiera quedar en casa.

Quería que ella viera por lo que él pasaba todos los días, así que rezó:

"Señor: Yo voy a trabajar cada día, durante 8 horas mientras mi esposa se queda en la casa tranquilamente.

Quiero que ella sepa por lo que tengo que pasar todos los días, entonces permíteme cambiar de cuerpo con ella por un día.

... Amén".

Dios, en su infinita sabiduría le concedió el deseo al hombre.

A la mañana siguiente, se despertó como mujer.

Se levantó, hizo el desayuno para su cónyuge, despertó a los niños, sacó su ropa para ir al colegio, les dio desayuno, empacó los almuerzos, los llevó al colegio, volvió a casa, recogió la ropa para la lavandería y la llevó.

En el camino paró en el banco a hacer un retiro y fue al supermercado a comprar víveres.

Entonces regresó a casa, guardó los víveres, hizo los cheques para pagar las cuentas y cuadró la cuenta del banco.

Limpió la caja del gato y bañó al perro.

Para entonces ya era la 1 P.M. y corrió a hacer las camas, puso la ropa sucia en la lavadora, sacudió, aspiró, lavó el baño, barrió y trapeó el piso de la cocina.

Salió corriendo a recoger a sus hijos en el colegio, y tuvo una discusión con ellos de vuelta a casa.

Sacó leche y galletas para los niños y los organizó para que hicieran las tareas.

Puso la tabla de planchar y se puso a planchar mientras veía televisión.

A las 4:30 empezó a pelar papas, lavar las verduras para la ensalada, adobó la carne, y puso el arroz a cocinar.

Cuando su cónyuge llegó preguntando por la comida, ésta ya estaba lista y servida.

Después de comida, limpió la cocina, lavó los platos sucios, sacó la ropa de la

lavadora y la puso a secar.

Bañó a los niños y los acostó.

A las 9 P.M. estaba exhausto aunque no había terminado todavía sus quehaceres, se fue a la cama donde estaban esperándolo para hacer el amor, lo cual logró hacer sin quejarse.

A la mañana siguiente se despertó e inmediatamente se arrodilló al lado de la cama y dijo, "Señor, yo no sé qué estaba pensando.

Estaba muy equivocado al envidiar a mi esposa por poder quedarse en casa todo el día. "Por favor Señor, por favor, vuélvenos a cambiar".

El Señor, en su infinita sabiduría, contestó:

"Hijo mío, creo que has aprendido la lección y será un placer para mí volver las cosas a como estaban antes.

Sin embargo, vas a tener que esperar nueve meses. Anoche quedaste embarazado".

EL VALOR DE LAS MUJERES

Las mujeres tienen cualidades especiales. Ellas sonríen si quieren gritar, cantan si quieren llorar, lloran si están contentas y ríen si están nerviosas.

Las mujeres tienen fuerzas que asombran a los hombres, ellas cargan niños, penas y cosas pesadas, sin embargo, tienen espacio para la felicidad, el amor y la alegría. Ellas sonríen cuando quieren gritar, cantan cuando quieren llorar, lloran cuando están contentas y ríen cuando están nerviosas.

Las mujeres esperan una llamada por teléfono de su hombre avisando que llegó sano y diciéndole que la extraña.

Las mujeres tienen cualidades especiales. Se ofrecen para las causas buenas, son voluntarias en hospitales, llevan comidas a los necesitados.

Ellas trabajan como niñeras, amas de casa, abogadas y solucionan disputas entre niños y vecinos. Usan trajes, vaqueros, uniformes y minifaldas.

Las mujeres recorren largos caminos para conseguir la mejor escuela para sus hijos y la mejor atención para la salud de su familia.

Ellas no aceptan un "no" como respuesta cuando están convencidas que hay una solución.

Las mujeres escriben una carta de amor a su hombre y saben pedir perdón y perdonar, son inteligentes y saben de su poder, sin embargo, sabe usar su lado suave cuando quieren conseguir algo.

Las mujeres se alegran o lloran cuando se enteran de un nacimiento o matrimonio. Saben que un abrazo, un beso y un "te amo" puede sanar un corazón roto.

Una mujer puede lograr, que una mañana, una tarde o una noche romántica sean inolvidables.

Las mujeres vienen en todos los tamaños, colores y formas; viven en casas, cuartos, cabañas.

Ellas corren, manejan, caminan o usan el e-mail, el corazón de una mujer es lo que hace girar el mundo.

Todo lo que ellas quieren es un abrazo, un beso, una caricia, las mujeres tienen mucho que decir y mucho para dar.

La belleza de la mujer no está en la ropa que lleve, la figura que tenga o la forma en que se peine.

La belleza de una mujer debe verse en sus ojos, a través de ellos, porque es la puerta a su corazón, el lugar donde el amor reside. También se refleja en su alma, es el cuidado que ella le da a la pasión para estar con el que ama a quien se entrega inocentemente.

BIBLIOGRAFÍA

- ACKER, S. (2000). *Género y educación: reflexiones sociológicas sobre mujeres, enseñanza y feminismo*. Madrid: NARCEA S.A.
- ASTELARRA, J. (2003). *Estado y políticas de igualdad de oportunidades*". Santiago de Chile: CIPAF.
- BÁEZ, C. (2000). *La comunicación efectiva*. Santo Domingo R.D.: Búho.
- BALLESTA Pagán, J. (2002). *Medios de comunicación para una sociedad global*. España: F.G. Graf.
- CHANDLER, D. (2001). *Semiótica para principiantes*. Quito - Ecuador: Abya - Yala.
- DVOSKIN, R. (2014). *Fundamentos de marketing*. Mexico : Granizo.
- Galles, R. J. (2000). *estratificación por género* . En R. J. Galles, *Sociología* (pág. 377). Mexico : Printed in Mexico.
- GOODMAN, K. (1995). *El lenguaje Integral*. Argentina: AIQUE.
- Heraldo, E. (2014). *Niña de 10 años se suicida tras ver LA ROSA DE GUADALUPE*. *El Herald*o , 282(282).
- http://eap.gobex.es/external/guia_ formacion_ igualdad/contenido/cap2/6completar_la_ clas e.html. (8 de Mayo de 2014).
http://eap.gobex.es/external/guia_ formacion_ igualdad/contenido/cap2/6completar_ la_ clase.html. Recuperado el 8 de Mayo de 2014
- http://www.inmujer.df.gob.mx/wb/inmujeres/que_es_eso_de_genero. (6 de mayo de 2014).
http://www.inmujer.df.gob.mx/wb/inmujeres/que_es_eso_de_genero.
- <http://www.nodo50.org/mujeresred/IMG/pdf/estereotipos.pdf>. (6 de Mayo de 2014).
<http://www.nodo50.org/mujeresred/IMG/pdf/estereotipos.pdf>. Recuperado el 6 de Mayo de 2014, de <http://www.nodo50.org/mujeresred/IMG/pdf/estereotipos.pdf>.
- <http://www.plannedparenthood.org/esp/temas-de-salud/orientacion-sexual-y-genero/genero-e-identidad-de-genero/>. (6 de Mayo de 2014).
<http://www.plannedparenthood.org/esp/temas-de-salud/orientacion-sexual-y-genero/genero-e-identidad-de-genero/>. Recuperado el 6 de Mayo de 2014
- http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa5/078.La_Representacion_Social_del_Guadalupanismo_en_el_programa_de_television_La_Rosa_de_Guadalupe.pdf. (14 de Mayo de 2014).
http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa5/078.La_Representacion_Social

_del_Guadalupeismo_en_el_programa_de_televisión_La_Rosa_de_Guadalupe.pdf.
Recuperado el 14 de Mayo de 2014

KLINKENBERG, J. (2006). *Manual de Semiótica general*. Colombia: Panamericanas Formas.

LAGARDE, M. (1997). *identidad de género y feminismo*. Sevilla: IEMUNSI.

LORETI Mena, J. (1997). *El orden femenino: origen de un simulacro cultural*. Barcelona:
Anthropos.

MORIN, E. (1994). *Ciencia con consciencia*. Barcelona: Anthropos.

NEW, j. (1996). *Guía de Freud*. Gran Bretaña: Cambridge University Press.

RINCÓN, O. (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Colombia: Grupo Norma.

TUBERT, S. (2003). *Del sexo al género: los equívocos de un concepto*. España - Madrid:
Cátedra.

VARIOS AUTORES. (2005). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Calpe S.A.

WIEMANN, M. (2011). *La comunicación en las relaciones interpersonales*. España: Aresta.



ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS/AS ESTUDIANTES DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO EXPERIMENTA “PROVINCIA DE COTOPAXI”

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Conocer su criterio referente a la representación de la mujer en el programa televisivo, “La Rosa de Guadalupe”. Como aporte fundamental para el desarrollo de tesis de la Carrera de Comunicación Social.

INDICACIONES:

Muy comedidamente, solicito a usted se sirva contestar las siguientes preguntas, marque con una X la que sea de su preferencia.

1. De las siguientes actividades: ¿A cuál le dedica mayor tiempo?

- () Leer.
- () Ver televisión.
- () Escuchar música.
- () Internet
- () Otra: ¿Cuál?

2. ¿Cuánto tiempo se dedica a mirar televisión?

- () De 1 a 2 horas diarias
- () De 2 a 4 horas diarias
- () De 4 a 6 horas diarias
- () Más de 6 horas diarias

3. ¿Qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?

- () Musicales
- () Telenovelas

- Caricaturas
- Deportes
- Documentales
- Casos de la vida real
- Otra: Especifique:

4. ¿Usted ve en la televisión “La Rosa de Guadalupe”?

- Si
- No

5. ¿Por qué ve el programa “La Rosa de Guadalupe”?

- Por entretenimiento
- Por los mensajes que da
- Por los temas que trata
- Otra razón. ¿Cuál?

6. ¿De qué manera influye en su vida los casos que se presentan en "La Rosa de Guadalupe"?

- Positiva
- Negativa
- Ambas
- Ninguna

7. ¿Los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe", son?

- Útiles
- Poco útiles
- Nada útiles

8. ¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos “La Rosa de Guadalupe”?

- Siempre
- A veces
- Nunca

9. ¿Cree que la imagen que se muestra de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe” es de una persona?

- () Sumisa
- () Rebelde
- () Dueña de sus decisiones
- () Pura
- () Otra. ¿Cuál?:

10. ¿El programa influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

- () Las hace más religiosas
- () Las hace más creyentes
- () Las hace más obedientes
- () No tiene influencia

11. ¿Cree que se debería contar con herramientas de orientación para mirar los programas de TV?

- () SI
- () NO

12. ¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa “La Rosa de Guadalupe”?

- () Manuales de identidad y relación de género
- () Explicación de los padres
- () Explicación de los maestros

Otra. -----



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENTREVISTA ESTRUCTURADA DIRIGIDA A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer el criterio referente a la representación de la mujer en el programa televisivo, “La Rosa de Guadalupe”. Como aporte fundamental para el desarrollo de tesis de la Carrera de Comunicación Social.

1. ¿Usted considera que los adolescentes dedican mucho tiempo a mirar programas televisivos?
2. ¿Cómo profesional en Comunicación Social, cree que el programa “La Rosa de Guadalupe”, es visto continuamente por los adolescentes?
3. ¿La juventud de ahora qué tipos de programas le gusta ver en la televisión?
4. ¿Por qué cree, que los jóvenes ven el programa “La Rosa de Guadalupe”?
5. ¿Cuál es su criterio referente a la influencia de los casos que se presentan en “La Rosa de Guadalupe” la vida real?
6. ¿Cuál considera que sea la utilidad en la vida de los adolescentes, los temas que se abordan en "La Rosa de Guadalupe"?
7. ¿Considera que es utilizada la imagen de la mujer en los casos “La Rosa de Guadalupe”?
8. ¿Para usted qué imagen que se muestra de la mujer en el programa “La Rosa de Guadalupe” es de una persona?

9. ¿Considera que el programa “La Rosa de Guadalupe” influye en la manera de actuar de las mujeres en la vida real?

10. ¿Qué herramientas podrían orientar la observación del programa “La Rosa de Guadalupe”?

FOTOGRAFÍAS

FACHADA DEL COLEGIO EXPERIMENTAL “PROVINCIA DE COTOPAXI”



ENTRADA PRINCIPAL DE LA INSTITUCIÓN



DOCENTES DE LA INSTITUCIÓN



PARTE POSTERIOR DE LA INSTITUCIÓN



ESTUDIANTES EN EL RECESO



ESTUDIANTES EN RECESO



AULAS DEL PLANTEL



INVESTIGADOR OBSERVANDO UN PROGRAMA DE “LA ROSA DE GUADALUPE”



APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA



DIÁLOGO CON LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS

