



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES
Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**INFORME FINAL DEL PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL
ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.**

AUTOR:

KLEBER AUGUSTO GARCÍA VALAREZO

TUTOR: ING. JORGE DAHIK CABRERA, Msc.

LECTOR: ING. DIEGOMERCHAN LLORÈ, Mg

BABAHOYO – LOS RIOS

2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios por ser quien me da la sabiduría y capacidad para lograr mis metas, a mis padres porque son quienes me impulsan a superarme cada día que con su amor y apoyo incondicional han permitido que yo suba cada peldaño en la vida. A mis hermanos gracias por estar siempre conmigo, a mis sobrinos y en especial a Lesly que es alguien muy importante en mi vida.

Kleber Garcia Valarezo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AGRADECIMIENTO

Les agradezco a mis padres Miguel y Aidee por enseñarme que la mayor satisfacción en la vida es una sonrisa cuando se comparte en familia, gracias por el apoyo constante y su amor para conmigo siempre.

A mis compañeros y porque no decir hermanos de carrera universitaria: Isamara, Joselin, Lisette, Karla, Solange, Jennifer, Kerly y Marvin, y a todos en general con los cuales en cualquier momento formaron parte de mi círculo social y apoyo académico, compartiendo conocimientos, alegrías y tristezas. Todo para llegar a un fin el cual es concluir con esta meta importante.

Kleber Garcia Valarezo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **KLEBER AUGUSTO GARCIA VALAREZO** portador de la cédula de ciudadanía en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL** declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

“MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EN EL AÑO 2017”

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.



KLEBER AUGUSTO GARCIA VALAREZO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ANEXO LIFPI-CG-03

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 17 Abril del 2018

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N.-FCJSE-CS-ST0180 con 10 de noviembre, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E.-SO-010 RES-005.02017, certifico que el Sr. **KLEBER AUGUSTO GARCIA VALAREZO** ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

“MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EN EL AÑO 2017”

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

ING. JORGE DAHIK CABRERA, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ANEXO 2 IFPI-CG-03

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA
SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 03 de mayo del 2018

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N.-FCJSE-CS-ST0180 con 10 de noviembre, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E.-SO-010 RES-005.02017, certifico que el Sr. **KLEBER AUGUSTO GARCIA VALAREZO** ha desarrollado el **Informe Final del Proyecto** de investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas.

TEMA: “MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EN EL AÑO 2017”

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.


ING. DIEGO MERCHÁNLLORÉ, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



RESUMEN

La presente investigación está dirigida a determinar el impacto que generan los medios de comunicación en la construcción del estereotipo gay en los estudiantes de comunicación social, de la Universidad Técnica de Babahoyo. La comunicación es muy importante dentro de la sociedad, ya que permite abrirnos dentro de un amplio campo del saber. Los medios de comunicación principalmente tienen el objetivo de informar, educar y entretener a las sociedades, mediante sus contenidos audiovisuales.

El trabajo es de carácter explicativo y exploratorio, y buscamos respuestas a las implicaciones de este fenómeno en el campo comunicacional, que de una u otra manera viene afectado la conducta de los estudiantes de comunicación gracias a los contenidos que brindan los medios, formándose de esta manera una serie de problemas.

Mediante las encuestas, realizadas a los estudiantes de comunicación, se puede constatar que desconocen sobre temas de homosexualidad y una gran parte de ellos consideran este tema como un problema mental, lo que conlleva a que la información que se difunde mediante los medios de comunicación se tome como negativa.

PALABRAS CLAVES: medios de comunicación, estereotipos, homosexualidad, estudiantes de comunicación, problema social, generación de impacto, construcción de ideas, diversidad de género, grupo glbti.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN,
 TITULADO: TEMA: "MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA
 CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE
 COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EN EL
 AÑO 2017"

Para etiquetar a alguien, toca

PRESENTADO POR EL SEÑOR. ~~SU ENDO~~ AUGUSTO GARCIA VALAREZO

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

Ocho (8.00),

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

Lcda. Amada Zambrano Rodriguez, MSc
 DELEGADO DEL DECANO

Lcdo. Oscar Mora Muñoz, MSc
 DELEGADO DEL COORDINADOR
 DE CARRERA

Lcdo. Víctor Romero Jácome, MSc
 DELEGADO DEL CIDE

Ab. Isabel Berruz Mosquera
 SECRETARIA DE LA
 FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación del Señor **KLEBER AUGUSTO GARCIA VALAREZO** cuyo tema es **TEMA: "MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO GAY EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EN EL AÑO 2017"**.

Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[8%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

URKUND

Documento [urkund.docx](#) (039268034)

Presentado 2018-05-26 09:20:40S (00)

Presentado por klebergarciavalarezo1994@gmail.com

Recibido idahik.utb@analysis.orkund.com

Mensaje profesor hola te envío el marco teórico. [Mostrar el mensaje completo](#)

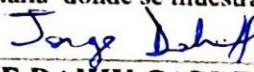
3% de estas 17 paginas, se componen de texto presente en 5 fuentes

Lista de fuentes BI

Categoría

amenaza pública, como un peligro social, de esta manera influyen los medios en la mayoría de audiencia a que también adopten estos estereotipos para la vida real.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


ING. JORGE DAHIK CABRERA, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	iii
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME.....	iv
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME	v
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	v
RESUMEN.....	vi
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vii
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
1.- INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto nacional.....	6
Balance Poblacional	7
1.2.3. Contexto Local.....	8
1.2.4. Contexto Institucional.....	9
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	10
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.4.1. Problema general.....	13
1.4.2. Sub-problema o derivados.....	14
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.7. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.7.1. Objetivo general	16
1.1. Objetivos específicos.....	16
Aspectos Negativos:	37
La prensa y sus condiciones sociales	37
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	67
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	67

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas	67
3.1.2. Análisis e interpretación de datos	70
TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS	71
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	75
3.2.1. Especificas	75
3.2.2. Generales	75
3.3. RECOMENDACIONES S ESPECÍFICAS Y GENERALES	76
3.3.1. Especificas	76
3.3.2. Generales	76
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN	77
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	77
4.1.1. Alternativa Obtenida	77
4.1.2. Alcance de la alternativa	77
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa	78
4.1.3.1. Antecedentes	78
4.1.3.2. Justificación	80
4.2. Objetivos	82
4.2.1. Objetivo general	82
4.2.2. Objetivo específicos	82
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	83
4.3.1. Título	83
4.3.2. Componentes	83
CONSTRUCCION DE LA PROPUESTA	85
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	89
Bibliografía.....	90
TUTOR DE TESIS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Orientación sexual e identidad de género.....	7
Tabla 2 Matriz para interrelacionar problema, objetivos e hipótesis.....	65
Tabla 3 Número de estudiantes encuestados	68
Tabla 4 Recoleccion de datos	69
Tabla 5 Porcentaje pregunta 1.....	70
Tabla 6 Porcentaje pregunta 2.....	71
Tabla 7 Porcentaje pregunta 3.....	72
Tabla 8 Porcentaje pregunta 4.....	73
Tabla 9 Ejemplo Cronograma de capacitaciones.....	85
Tabla 10 Ejemplo Cronograma de capacitaciones.....	86
Tabla 11 Ejemplo Cronograma de capacitaciones.....	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ategoria de Analisis	58
Gráfico 2La homosexualidad es una enfermedad mental.....	70
Gráfico 3Los medios de comunicación y su influencia en la creación de estereotipos	71
Gráfico 4 La aceptacion de los gays en la sociedad	72
Gráfico 5 la incomodidad si estas cerca de un gay	73
Gráfico 6 Componentes de la propuesta	82

1.- INTRODUCCIÓN

En la actualidad unos de los gremios más exceptuados y discriminados es la población GLBTI, a tal punto sociocultural que se encuentran en grandes desventajas dentro de un grupo social. Es por tal motivo que se tomará en cuenta cada paso a analizar debido a que es un punto que se maneja y se mantienen en ciertos casos ya sea en el campo laboral, político, etc.

El mismo que promueven a que se adopten conductas de indiferencia en contra de sus derechos y desconfianza en los sistema de inclusión, por lo que se muestra la necesidad de comprobar las conductas adoptadas por personas que sienten cierto tipo de desprecio y rechazo a un punto homofóbico hacia las personas GLBTI.

A nivel nacional local e internacional se evidencian en muchos casos aptitudes homofóbica y estereotipos que ya son generalizados entre las personas hacia las personas GLBTI, tales como... gay, marica, cabro, entre otros sinnúmeros de apodos que reciben estereotipos de personas tan solo por el simple hecho de demostrar sus sentimientos diferentes a lo que la sociedad piensa. Para dicho desarrollo tomaremos en cuenta los siguientes puntos a tratar, el mismo que se documentara de la siguiente manera:

Como principal desarrollo tomaremos en cuenta el problema, el cual será un vínculo para este proyecto de investigación y poder desglosar cada uno de los puntos tales como el tema de investigación, marco contextual: contexto internacional, contexto nacional, contexto local, contexto institucional, situación problemática, planteamiento del problema, problema general, Sub-problemas o derivados, delimitación de la investigación y objetivos de la investigación: general y específicos.

El Marco teórico o referencial, también forma parte del capítulo la fundamentación teórica como es marco teórico, marco conceptual, marcoreferencial sobre la problemática,

antecedentes investigativos, categorías de análisis, postura teórica, hipótesis: general, sub-hipótesis o derivada y variables.

También se tomará en cuenta la metodología de la investigación, dicho capítulo contendrá aspectos muy importantes, tomando en cuenta que desarrolla la modalidad de la investigación, tipos de investigación, métodos, técnica e instrumentos, población y muestra de investigación, presupuesto y cronograma del proyecto, formando una estructura completa para evidenciar el proceso investigativo de dicha investigación.

En la propuesta de aplicación de resultados se empleará una solución para mejorar el problema encontrado, donde estudiaremos las alternativas, alcances y aspectos básicos de la alternativa, en conjunto a la justificación, objetivos y estructura general de la propuesta. Tomando en cuenta los componentes que ayudarán a estructurar el proceso en estudio planteado.

Todos estos resultados y técnicas son fundamentales para el desarrollo de dicha investigación, tomando en cuenta los contenidos teóricos los cuales permiten generar un criterio preciso que sirva de apoyo y aporte para la sociedad. En vista que en la actualidad el tema homosexual o terminología GLBTI sigue teniendo a nivel general cierto rango de discreción.

CAPÍTULO I.-

DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación y su impacto en la construcción del estereotipo gay en los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

Según el diario El País (2017) manifiesta que en un mundo tan globalizado el concepto GLBTI, enfocándonos en los gay y lesbianas, se podría considerar que es normal para algunas personas, mientras que para otras no lo es. Pero en si existe una estructuras generalizadas en que la homosexualidad es dada en mujeres y hombres con una condición humana que las personas deciden vivir libremente.

En New York por el año 1969 el movimiento Hippie promovió la liberación homosexual, luego de una disputa o enfrentamiento contra la policía en un centro de diversión, hasta entonces el termino homosexualidad era reducido y discreto, pero gracias a este movimiento se pudo comenzar con un movimiento de cambio y de inclusión hacia las personas con diferentes preferencias sexuales.

Logrando de esta manera mediante dicha manifestación sacar a luz propia y mantenerse con la “liberación homosexual”, expandiéndose hacia las potencias occidentales una vez conociendo que en Inglaterra ya se había despenalizado la homosexualidad y en el mismo año se sumaron más países como Canadá, Alemania, Australia, y algunos estados de Norteamérica.

El proceso de aceptación hacia el género sigue y es en 1973 que la asociación Norteamericana de Psiquiatría borro de su manual de diagnóstico a la homosexualidad como una enfermedad como muchos la tildan, de todas formas, la persecución y la discriminación no finalizo allí, y se siguen aplicando los tildados estereotipos.

Así mismo En siglo XVI en California la homosexualidad fue determinada por la Iglesia como un pecado nefando, es decir que no estaba permitido hablar sobre ello. Cuando una realidad social es tildada de tabú, se aleja de ese carácter de realidad para la sociedad, se mantiene inexistente a pesar de que han existido cambios se mantienen.

Por lo tanto no solo era mal visto socialmente dicho gremio, sino que además era excluido de derechos popular en donde en el año 1946, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, una vez que asumió su presidencia firmó un decreto en el cual se excluía del voto a los homosexuales por “razones de indignidad”, un decreto que estuvo vigente hasta la década del '80.

Según Paola Ricaurte (2009) en los últimos años en México, los homosexuales se han hecho visibles en la sociedad, han salido del armario. Y, como consecuencia, un nuevo gay y una nueva lesbiana, con imágenes normalizadoras, han saltado también a los medios de comunicación, buscando de esta manera una aceptación general dentro de la sociedad.

Y así, surge una nueva imagen de la homosexualidad teniendo en cuenta cada criterio personal, son libremente expuestos, pero pocos aceptados en esta sociedad llena de

prejuicios; sin embargo diariamente existen ideas, métodos con el fin de ser comocualquier persona en el mundo sin ser discriminado a pesar de tantos prejuicios hacia los homosexuales existentes.

Los gay ya no son unas locas frívolas, sino hombres que denuncian la desigualdad con la que la ley los trata y que luchan por conseguir la plena equiparación social. Y las lesbianas ya no responden al estereotipo de camionera. Son mujeres decididas a dar la cara para luchar contra la discriminación de la que son objeto y lograr finalmente a poner un alto a la discriminación de género.

Por otra parte aun sabiendo los antecedentes de siglos pasados, en la vida diaria se sigue con el mismo régimen discriminatorio pero se trata diariamente que esto termine, se estima que con diferentes métodos, estrategias, movimientos e ideas se intente mejorar y se proyecte una visualización diferente hacia el género gay y sus derivados.

Es visible actualmente como continua vivo el estereotipo de homosexual como amenaza pública, como un peligro social, de esta manera influyen los medios en la mayoría de audiencia a que también adopten estos estereotipos para la vida real, siendo este un problema más para la homofobia y una de las causa de que éste exista.

Los comunicadores Social de muchos países consideraban que el periodismo televisivo estaba ciertamente determinado por el factor género. Se consideraban, en este sentido, masculinas las informaciones sobre política, crímenes y finanzas y femeninas las de interés humano, consumo, cultura y política social.El estereotipo de género se desarrolla como podemos comprobar no sólo desde el mensaje televisivo, es decir, desde los estereotipos de lo que aparece en la televisión, sino también en los agentes que elaboran el mensaje, esto es, en los propios periodistas(Nuñez, 2005).

Hoy en día podemos identificar una evolución en este estereotipo que se asemeja más a la realidad del conflicto de este género. La visibilidad en los medios de comunicación

tomando en cuenta a de personas con estas preferencias sexuales, que abrieron su historia de vida ante la sociedad, literalmente aportando una modificación en la manera de tratar el tema por parte de los mismos medios, logrando erradicar prejuicios que generalmente es utilizado por personas.

1.2.2. Contexto nacional.

En el Ecuador la Constitución que se encuentra en vigencia desde el 2008 testimonia la equidad, igualdad y no discriminación, con el único fin de poder lograr una sociedad que otorgue iguales oportunidades, inclusión y fomente la erradicación de usos y prácticas discriminatorias entre las personas habitantes del Ecuador. El ejercicio de estos derechos se regirá bajo principios de igualdad y no discriminación como lo establece.

Según el **art. 11 N°2** de la constitución dice:

Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. **La ley sancionará toda forma de discriminación**(Constitucion, 2008).

Los derechos de las personas GLBTI, durante el desarrollo del diario vivir han sido prácticamente dominado por el género heterosexual por el cual se busca el análisis correspondiente para normalizar este tipo de casos y poder llegar a un fin social aceptable. “No es una institución fija sino que responde a los intereses del poder

dominante, y que, por lo tanto, al cambiar la matriz social, es posible ampliar los sujetos que la constituyen”(Centeno, 2009).

Balance Poblacional

Por otra parte se rescatan los datos estadísticos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) realizados en el 2013 detalla la igualdad entre hombres y mujeres.

Por tal motivo se toma este fragmento “Se analizó de una manera descriptiva las características generales de 2.805 personas por medio de entrevistas, las cuales reflejan auto - identificadas como gay y transfemenina que componen la mayor proporción en el estudio”(INEC, 2013).

Para la definición se tomó en cuenta el contexto geográfico donde se llevaría a cabo la investigación, por el cual primero se ubicó a las organizaciones o colectivos LGBTI, determinándose así que las ciudades en donde estaban concentrados estos conglomerados fueron las zonas urbanas de Quito, Guayaquil, Portoviejo, Machala, Babahoyo, Ibarra, Santa Elena, Salinas, Libertad y Manta. De esta manera con estos grupos ya clasificados se espera lograr rescatar los resultados en dicha investigación.

TABLA # 1
Orientación sexual e identidad de género

ORIENTACION SEXUAL/ IDENTIDAD DE GÉNERO.	# de casos	Porcentaje
Gay	818	29,9
Lesbiana	662	23,6
Bisexual	446	15,9
Trasfemenina	800	28,5
Transmasculino	35	1,2
Transexual	40	1,4
Otro	4	0,1
Total	2.805	100

Nota. Recuperado de “ INEC - Condiciones de vida, inclusión social y derechos humanos de la población GLBTI del Ecuador” www.inec.gob.ec

Investigador: Kleber Garcia Valarezo

Burla, egoísmo, frialdad, miedo, humillación, violencia, temor y discriminación son prácticas frecuentes y comunes que padecen aquellas personas de las diversidades sexuales y de género en el Ecuador y el mundo, no tan solo en la sociedad sino también en el ámbito laboral muchas veces en la actualidad son negadas las fuentes de empleo simplemente por tener una condición sexual diferente, a pesar de aquello en gran parte de medios de comunicación son aceptados mientras que en otros no.

1.2.3. Contexto Local

En Babahoyo al igual que en todas las ciudades se percibe el mismo ambiente en lo referente al estereotipo que se les brinda a las personas gay o cualquier miembro del grupo GLBTI, a pesar que se trata de erradicar ciertos tabú a cerca de aquello, por lo general se mantiene; pero en cierto punto si se modifica y ayuda a crear procesos que incentiven el cambio general sobre este gremio. A nivel general se crean grupos de apoyo los cuales solo buscan unir fuerzas para generar cambios.

En esta labor los medios de comunicación juegan un papel muy importante, los Mass Medias como portavoces de la opinión pública deberían promover programas que incluyan al género gay y conservarse el heterosexual. Para de esta manera que sea proyectado a la sociedad y comiencen a cambiar la perspectiva que mantienen y a ver la realidad de la vida.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la responsabilidad y la ética de los medios de comunicación se mide en sus continuas acciones, muchas de ellas destinadas no solo para informar sino que también para formar y conllevar una buena convivencia promoviendo el respeto a las personas, sin distinción de clase, sexo, condición sexual o cualquier opción elegida liberalmente con los mandatos constitucionales.

Se puede estimar que según un estudio realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), toma como referencia a la técnica bola de nieve la cual les favoreció para llegar a un final de cuantas personas del grupo GLBTI aproximadamente existían. Considerando el nivel de exclusión y discriminación que estas personas poseen, además se analiza detalladamente las organizaciones y colectivos de sus integrantes y asistente y de esta manera rescatar la mayor cantidad.

Se consideró parte de la sierra a los grupos Causana, Dionisios, Equidad, OEML, Causana Alfil, Rubi Andrade; mientras que en la costa se consideró a los grupos: Silueta X, Diverso Ecuador, Yunta, Equidad, Lesvoz, Mujer y Mujer, AsosTrans, Futpen, tomando en cuenta a generales organizaciones de los Gays, Lesbianas y Trans.

1.2.4. Contexto Institucional

En la Universidad Técnica de Babahoyo en la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Educación en la Carrera de Comunicación Social, se optaría por analizar el trato hacia los gay, en especial tomar en cuenta cual es el tipo de estereotipo que se genera en el ambiente institucional especialmente en los niveles superiores.

Tomando en cuenta que este es una situación normal y no una enfermedad como era catalogada anteriormente se toma en cuenta dicho comentario: “En sentido estricto, la tendencia homosexual no se puede considerar una enfermedad. El sujeto está sano, en cuanto no ha sido víctima de un hecho que en un determinado momento le haya trastocado su equilibrio”(BBC Mundo, 2015)

Para Fernando Chomali (2008) asegura que La homosexualidad es más bien una variante que se sale de la regla es decir, anormal de la orientación sexual. En cuanto tal, la homosexualidad tampoco es una elección, sino un estado en el que por diversas razones la persona se halla, y del que toma conciencia en alguna etapa de su vida. Todo tiene una explicación en la vida y el nacer con un gusto diferente no hace que la persona tenga que

ser excluida del mundo. En efecto, “la homosexualidad, entendida como estructura, se sitúa en la construcción de la personalidad mucho antes del despertar de las elecciones libres y la responsabilidad personal”.

Dicho proceso se desarrollará con el único fin de obtener y comparar los estereotipos existentes y que se puede hacer para mejorar, saber si los medios de comunicación influyen con frecuencia o simplemente es cuestión de culturizarse y aprender a respetar condiciones y preferencias diferentes.

Aplicando el nivel de estudio a los y las estudiantes de comunicación social que son los que en un futuro a través de intervenciones motivarán y sensibilizarán a la sociedad sobre aquellos derechos que tienen las personas indistintamente de su condición sexual, tomando en cuenta cada una de las consecuencias lo que en sí se buscaría es llegar a cambiar el aspecto denigrante y humillante hacia un homosexual y que se sienta aceptado en la sociedad.

En la Universidad Técnica de Babahoyo, se estima estudiar cada uno de los procesos para poder concretar dicha problemática y gracias a las variantes de estudio obtener argumentos más claros y técnicas para luego verificar los resultados de la investigación en desarrollo.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El problema actualmente radica en la sociedad la cual genera y son ecos de diferentes estereotipos hacia los gay, no obstante vale recalcar que son seres humanos tienen sentimientos, deberes y derechos dentro de un mismo mundo al que todos pertenecen, debido a que en la actualidad existen personas homofóbicas y no toleren este tipo de grupos.

En realidad los medios de comunicación también tienen un aporte fundamental con la diversidad sexual, si bien es cierto el tema está “relativamente” en la agenda de los medios, pero a pesar de aquello su cobertura aún carece de un enfoque basado en derechos y aceptación.

Eventualmente en la actualidad al momento de encender la radio, televisión o leer algún artículo hay evidencia de noticias sobre el género glbti, pero son abordados con sensacionalismo, con términos peyorativos que discriminan, estigmatizan y violentan los derechos humanos de la diversidad sexual.

Pese a esto los avances, aunque insuficientes, son constatables. Podemos ver en los diarios de más prestigio y lectores de España, El Mundo y El País, colaboradores habituales, básicamente escritores, que han hecho pública su homosexualidad pero que no sólo hablan de este tema en sus columnas: Eduardo Mendicutti, Luís Antonio de Villena, Juan Goytisolo, Ruth Toledano.

Los debates televisivos sobre la homosexualidad son tediosamente repetitivos:¿por qué siempre que se hacen debates sobre la homosexualidad hay un psicólogo, un clérigo y un médico? El debate se centra en si esta opción sexual es aceptable o no: ¿por qué los debates no giran alrededor de si la homofobia es aceptable o no? ¿Por qué los que tenemos que justificarnos somos nosotros y no los homófobos?

Es por eso muchas veces en la sociedad no son aceptados los gay o cualquier integrante del grupo GLBTI, cometen suicidios auto-eliminándose, algunos deciden abandonar el hogar donde viven, en otros casos los padres al enterarse de la condición sexual de su hijo o hija los botan de las casas, indicándoles que no pueden tener ese tipo de personas en la familia.

Son antecedentes que en realidad marcan razones vivas existentes y el vínculo primordial podría ser la falta de información, de comunicación por el cual se siga con el mismo criterio. Existen personas que no se preocupan por entender la situación, más bien deciden por aplicar el primer pensamiento en mente, sin pensar el daño y el nivel de frustración que crean.

Es preciso aclarar lo que se entiende por prejuicio: se relaciona específicamente con grupos sociales o individuos caracterizados por la pertenencia a una categoría social o por el hecho de presentar un atributo propio de esta categoría. Es el pensamiento y actitud, por lo general negativa, que una persona o un individuo tienen ante otra persona o grupo de personas a los que consideran ajeno a su grupo de referenciarse habla de prejuicio de color, raza, sexo.

Es considerado como la expresión de una posición diferenciadora, por parte de la persona que lo manifiesta y que puede acompañarse de desprecio, o incluso hostilidad, o, por el contrario, de una actitud positiva con respecto a los individuos o a los grupos que conciernen al prejuicio. (Borrilo, 2003)

El prejuicio es una actitud cercana al estereotipo. Se basa en ideas subjetivas o generalizaciones de observaciones aisladas, muchas más que en la experiencia y la información objetiva. Es característica del prejuicio la persistencia tenaz, inflexible y no reflexiva, que es por lo general, muy nociva para la sociedad, aunque en algunos casos puede ser beneficiosa.

Un ejemplo muy claro de prejuicio es la homofobia, misma palabra que muchas veces es no es comprendida entre sí por el cual se define como: “la hostilidad general, psicológica y social, respecto a aquellos y aquellas de quienes se supone que desean a individuos de su propio sexo o tienen prácticas sexuales con ellos” (Borrilo, 2003)

Es por esto que se realiza esta investigación para tomar en cuenta la importancia y relación que tienen los medios de comunicación para mantener un mismo criterio en la sociedad hacia los GLBTI y por ende si existe una analogía significativa entre las causas y efectos correspondientes al tema planteado. Por otra parte esto ayuda a equiparar datos y estrategias aplicables en dicha investigación en conjunto con cada una de las actividades programadas en mención al tema a investigarse.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente se vive y estamos involucrados en una sociedad que exactamente define como de debe actuar y como debemos pensar. Los reglamentos establecidos de lo correcto y lo incorrecto. Es por tal motivo que ser diferente en un mundo así y más aún rodeado de la sociedad misma perteneciente a un país no desarrollado y machista, se llega a un fin de que es mucho más complejo entender.

Justamente el ser diferente trae muchas consecuencias, y una de ellas el cómo ser visibilizado socialmente, estigmatizado, prejuiciado, discriminado, marginado y más aún cuando esta diferencia atenta contra las normas establecidas. Una vez que ya esté establecido el paradigma correspondiente y no es respetado, inmediatamente es considerado como cuestión perversa, enfermedad, o algo no debidamente correcto.

1.4.1. Problema general

¿Cuál es el efecto que produce el estereotipo homosexual transmitidos en los medios de comunicación en los prejuicios de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo?

1.4.2. Sub-problema o derivados

¿De qué manera influye en la sociedad el estereotipo homosexual difundido en los medios de comunicación?

¿Qué tanto influyen los medios de comunicación sobre los prejuicios emitidos por los heterosexuales hacia los gais?

¿Cómo influye la falta de conocimiento sobre el uso de estereotipos gais en la sociedad?

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación y análisis se realizará en las instalaciones de la Universidad Técnica de Babahoyo, analizando el modelo que actualmente se expone en la sociedad estudiantil de esta área. Enfocando temas de relación entre estudiantes heterosexuales, hacia el gay y rescatando el enfoque discriminatorio o aceptable que se le otorga, para de esta manera obtener un nivel crítico dentro del espacio de estudio.

Espacio: Escuela de Comunicación Social, FCJSE - UTB.

Tiempo: 2017

Campo: Estereotipo Gay.

Área: Cultural, personal.

Aspecto: Desarrollo profesional.

Líneas de investigación de la Universidad: Educación.

Líneas de investigación de la facultad: Comunicación Social

Líneas de investigación de la carrera: Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías.

Sub-líneas de investigación: Medios de comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/as.

La delimitación se debe efectuarse en cuanto al tiempo y espacio, para situar el problema de un contexto definido y homogéneo. Por ende, delimitar una investigación significa, especificar en términos concretos las áreas de interés de la búsqueda y establecer un enlace y definir el espacio que se le impondrá al estudio.

1.7. JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación se realiza ante la necesidad de identificar las características de estereotipos gay en los contenidos audiovisuales de los medios de comunicación nacional con la finalidad de visibilizar el impacto de los mismos en los procesos de interacción de los estudiantes de la carrera de comunicación social para conocer su influencia en procesos de discriminación y violencia de género.

Con la investigación se busca sensibilizar a los estudiantes de Comunicación Social para que al desarrollar procesos comunicacionales lo hagan con una perspectiva de género amparado en los marcos legales y la diferencia de los seres humanos. Se considera importante reconocer la influencia de los medios de comunicación y la construcción de mensajes elaborados desde una perspectiva androétnico, con cierto tinte machista que legitima estereotipos que promueven discursos homofóbicos.

A través de este estudio se pretende conocer también cual es el criterio y la apreciación que tienen los estudiantes de comunicación social con respecto al género gay, para de esta manera determinar cuánto influye de la televisión en dicho proceso. Es por eso que se pretende que los seres humanos cambien su perspectiva básicamente en ser ecos de los estereotipos con los cuales se califican a los gay.

Por su parte se recalca el nivel de frecuencia e inconsciencia con que emplean el insulto hacia personas homosexuales, logrando un nivel máximo de discriminación, como por ejemplo “Mariconazo”, es una palabra que se utiliza usualmente por las personas para calificar a gais.

Es muy a menudo ver que en entidades académicas y en la vida diaria reprimen verbalmente estos insultos, pero no es habitual que se aproveche la ocasión para explicar porque los insultos pueden ser tan hirientes, una opción podría ser la falta de aceptación la cual la gente al tildar no regulan dichas consecuencias.

1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

- Determinar de qué manera el estereotipo homosexual difundido en los medios de comunicación influye de forma negativa, en el comportamiento de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

1.1. Objetivos específicos.

- Determinar estrategias para mejorar el estereotipo que tiene la sociedad hacia los homosexuales.
- Analizar si los medios de comunicación influyen en el prejuicio de los heterosexuales hacia los gais.
- Examinar las causas sobre la falta de conocimiento por el cual los gais siguen siendo víctimas de bullying y rechazo social.

CAPÍTULO II.-

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco conceptual

¿Qué son los medios de comunicación?

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. En algunos casos son inutilizados para comunicar de forma masiva con referencia a millones de personas, como es el caso de la televisión, así como también los medios impresos o digitales, para transmitir información en pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o instituciones.

En la actualidad los medios de comunicación favorecen en cierto punto y van en evolución cada día y además crean una estructura de dominación, bajo la apariencia de una 'conciencia feliz' que inhibe la posibilidad de cambio hacia la liberación. “Los medios de comunicación, a través de un lenguaje informal, no dan explicaciones ni ofrecen conceptos, sino que aportan imágenes. Descontextualiza, niega la referencia histórica. Lejos de moverse entre la verdad o la mentira, se limita a imponer un modelo”(Marcuss, 2005)

Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señal es empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura

se toma como hito de inicio de la historia. Debido a mucho tiempo de evolución se llega a la conclusión que los medios de comunicación son “canales artificiales que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a auditorios representativos”. Su existencia misma, indica un desarrollo tecnológico y además, un funcionamiento corporativo o empresarial.

La importancia de los medios de comunicación no solo reside en el hecho de que sea una herramienta más útil para una de las necesidades más primarias del ser humano, la interacción social, sino que además han jugado un papel imprescindible en la información de la opinión pública. En otras palabras, sin la existencia de los medios de comunicación no existiría la posibilidad de estar comunicados y estar en interacción diariamente.

Para Pedro Rojo (2005) define a los medios de comunicación como: “un instrumento de socialización, de los cuales se puede obtener información vital para seres humanos, donde se modelan los sentimientos, las creencias, facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas”. Todas las personas en el mundo tienen necesidades que son satisfechas por la comunicación desde las más simples hasta las más complejas, en si los medios de comunicación en el mundo masivo son los que permiten ser parte del territorio en el que se vive.

Los mismos nos ayudan a relacionarnos con el mundo y nos conducen a una sociedad cada vez más global, los grandes medios de comunicación actuales se podrían nombrar: Prensa, radio, televisión, internet y cine. Son los que nos acercan más a estar actualizados, su función informativa, se orienta a la creación de opinión.

Según Sergio Com, et al (2011) indica que como disciplina científica, las Ciencias de la Comunicación tienen como matriz a la Sociología: los primeros estudios en comunicación, sobre todo masiva, formaron parte de la preocupación sociológica. Es esta rama del conocimiento la que provee de las herramientas conceptuales para los primeros estudios comunicacionales llevados a cabo de forma metódica. Su nacimiento está

estrictamente vinculado al auge de los medios masivos de comunicación durante el siglo XX.

La curiosidad despertada por el impacto de los mensajes difundidos masivamente originó las primeras reflexiones, que giraron en torno a la manipulación del público a través de lo dicho por los medios masivos y la posibilidad de calcular con cierta precisión sus efectos. Para ser más precisos, fue durante la década de 1920 cuando se realizaron las primeras investigaciones sobre el poder de la propaganda para generar determinados comportamientos; esto se dio en el contexto de Europa sumergida en los avatares de la Primera Guerra Mundial y enmarcada con el vertiginoso ascenso de los regímenes fascistas de Alemania e Italia.

La comunicación es un proceso que consta de un sujeto que emite un mensaje con una intención y un receptor que es quien lo recibe. A este intercambio e interacción se le llama comunicación. A través de la historia, el ser humano ha buscado mejorar y transformar los medios por los que lleva a cabo el proceso de la comunicación, y teniendo en cuenta la importancia del conocimiento público de ciertas temáticas de interés mundial, surge la necesidad de implementar los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son canales con los cuales se difunde una información de manera masiva. Estos tienen como propósito informar, educar, entretener y formar opinión, todo siempre dependerá de la intencionalidad con la que transmita el mensaje o la información. Por esta razón, es muy importante formar una visión crítica y una actitud de indagación frente a la información presentada, tener conocimiento de los medios masivos de comunicación y cuál es el proceso dentro del proceso informativo, esto facilitará la comprensión de la realidad y la estructuración de argumentos para la toma de decisiones.

La información es un medio indispensable para alcanzar importantes premisas y objetivos de la democracia. De esta forma, a través de la información se pueden obtener los elementos cognitivos necesarios para entender, contextualizar y evaluar los eventos políticos, así como las decisiones gubernamentales; conocer y juzgar los procesos y

resultados de programas y políticas de un gobierno; facilitar la comprensión de las auténticas causas, razones u objetivos de los mensajes y propuestas políticas; analizar las respectivas justificaciones de un gobierno, instituto u organización políticos, de alguno de sus miembros o representantes y de otros actores políticos, respecto a sus decisiones o acciones; promover el debate ciudadano y brindar a la sociedad elementos indispensables para la solución de sus problemas.(Velasco, 2004, pág. 9)

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad. Sin embargo, para otros sectores de la sociedad, estos mismos medios de comunicación son entendidos como una herramienta política o como un vehículo de manipulación social.

Según Ramón Salaverria(2006)Los medios tradicionales -prensa, radio y televisión- se consumen a través de dos únicos sentidos corporales: la visión y el oído. El periódico es un producto exclusivamente visual: suministra información a través de textos e imágenes estáticas. La radio, por su parte, es un medio meramente sonoro. La televisión, por último, integra elementos visuales (estáticos y dinámicos) y sonoros.

Para Graciela Carbone (2009) manifiestan que el desarrollo del periódico, la radio y el cine aportaron contribuciones sustantivas a la nueva cultura. Cada uno de ellos, también, y sus mutuos intercambios generaron nuevos contenidos y nuevos lenguajes que encontraron apego en los receptores. La escuela leyó esos cambios y los evaluó como desvíos de la cultura que los ciudadanos debían incorporar. Comienza también a perfilarse, desde la educación, una tendencia crítica a dirigir la mirada hacia los medios, que no es correspondida por estos desde su campo, ni en la teoría ni en la práctica.

Se debe hacer una distinción entre los medios de comunicación interpersonales, como el teléfono, de los medios de comunicación de masas, gracias a los que una sociedad entera

puede recibir información. En los primeros medios, se produce un intercambio de mensajes o devolución de ideas, en el que el interlocutor pasa a ser el locutor respondiendo al primero; mientras que los segundos tienen la capacidad de transmitir una información a una colectividad que no puede retroalimentar de forma inmediata esa información.

Características

Los medios de comunicación construyen el origen en su desarrollo a las denominadas masas, de donde estaría concentrada el mayor porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea.

- Favorecen al intercambio de ideas, debido a que propician el conocimiento de una gama de diversas culturas, ideales y realidades. De esta manera transforman las ideas locales llevándolas a un plano general.
- Se caracterizan por ser generadores de nuevas tendencias sociales, comenzando desde las actitudes políticas, hasta las normas o valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo, en sí, gestionan cada parte del diario vivir.

Están conformados los medios de comunicación con tres funciones básicas las mismas que se detallan a continuación:

Entretener: proporcionar un espacio de diversión.

Enseñar: así la población conoce mejor la realidad y aprende.

Formar: opinión o influir en ella: concienciar, manipular, sensibilizar o movilizar.

Medios masivos

Televisión: es un medio el cual permite desarrollar la creatividad total, ya que se pueden combinar tanta imagen sonido y movimiento. Los canales de televisión abarcan a grandes distancias, ya que se encuentran direccionadas por cables, satelital y emisión directa.

Su importancia es tan obvia, que el volumen de receptores aumenta constantemente y cada vez aparecen nuevas señales de televisión. Se podría considerar que hoy en día, la televisión se ha convertido en un elemento indispensable para la sociedad en el mundo entero y constituye uno de los avances más espectaculares y potentes de la generación del siglo actual.

Para Miguel Robles (2014) indica que: “la televisión es el medio trivial que penetra en la audiencia a través del entretenimiento”. Es que en realidad desde mucho tiempo a tras la televisiónha sido muy seleccionado por gran parte del público uno de cada dos personas eligen la televisión por encima de la radio y la prensa diaria, y el número de televidentes es muy superior al de los oyentes y lectores.

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la T.V. es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite.

Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el

propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes.

Este es un medio de comunicación que distorsiona la realidad ya que está sustentado sobre la base de acciones que no se permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos en la televisión como son los crímenes y la violencia en general. Por otra parte, demanda atención y presenta una realidad fragmentada y breve, un ejemplo de ello son los comerciales, produciendo en poco tiempo una serie de estímulos.

Cuando hablamos de televisión hablamos también de la industria cultural más efectiva, global y socializadora que existe. Sabemos que todos bebemos de la televisión cada día, incorporamos valores que nos muestra, a partir de los cuales creamos nuevas formas de comportamiento social; quizás un 90 por ciento de la información que nos llega es por vía de la televisión, filtrada, versionada. Aprendemos de la televisión cada día. Gracias y por culpa de ella podemos incorporar unos patrones culturalmente compartidos, y contrastarlos con otros de culturas lejanas sin movernos de casa. (Dolç & Josep Deó, 2006, pág. 4)

La señal de la imagen contiene la información de ésta, pero es necesario, para su recomposición, que haya un perfecto sincronismo entre la deflexión de exploración y la deflexión en la representación. La exploración de una imagen se realiza mediante su descomposición, primero en fotogramas a los que se llaman cuadros y luego en líneas, leyendo cada cuadro.

Para determinar el número de cuadros necesarios para que se pueda recomponer una imagen en movimiento así como el número de líneas para obtener una óptima calidad en la reproducción y la óptima percepción del color (en la TV en color) se realizaron numerosos estudios empíricos y científicos del ojo humano y su forma de percibir. Se obtuvo que el número de cuadros debía de ser al menos de 24 al segundo (luego se emplearon por otras razones 25 y 30) y que el número de líneas debía de ser superior a las 300.

La televisión ha cambiado diametralmente su función educativa e informativa, variando hacia el entretenimiento soez, vulgar, ficticio, amoral y promiscuo. Este fenómeno comúnmente llamado “televisión basura” por quienes no tanto lamentan la caída estrepitosa de una televisión medianamente aceptable sino el haberse quedado fuera de ella, muestra en su programación un verdadero circo, que inteligentemente se lo protege afirmando que solo refleja la realidad. (Kucharky, 2009, pág. 6)

Según Yolanda Montero (2006) La función barba de la televisión consiste en convertirse en mediadora de lenguajes, en situarse en el centro de la cultura, en remitir a valores y símbolos que comparten los miembros de una determinada comunidad. En este sentido, la televisión está profundamente radicada en la sociedad, en su papel de ilustrar acontecimientos y de hacerlos accesibles a todos, reforzando así el patrimonio cultural común

Radio: es uno de los medios de comunicación que mejor ha sabido sobrellevar la crisis, debido a que los costos son más baratos. Sus principales ventajas son, buena aceptación local, selección geográfica elevada y demográfica, costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y además es adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez.

La radio ha sido, sin duda alguna, uno de los inventos más importantes del ser humano. Por primera vez en la historia, la gran parte de la población podía estar informada en tiempo real. Actualmente, un aparato de radio casi no ocupa espacio gracias a los avances electrónicos, pero no siempre ha sido así. Por ejemplo, la primera radio portátil pesaba 10.

La gramática de la radio exige unos modos de producción, que necesariamente imponen grandes desafíos para construir esa otra comunicación de ese otro mundo posible expresado en los proyectos comunicacionales de las radios comunitarias, y las relaciones comunicativas con los actores sociales de su contexto, que les diferencien de los modos de producción de la cultura dominante. (Cohen & Pereyra, 2006, pág. 28)

Dicen que muchos de los grandes inventos de la historia se descubrieron por casualidad o por lo menos que las aplicaciones para los cuales fueron pensados derivaron en usos completamente distintos. Algo así sucedió con la Radio. A finales del siglo XIX se vivían años de incertidumbre política en gran parte del mundo (situación que parece no haber mejorado con el tiempo), con guerras que amenazaban la estabilidad de las grandes naciones de la época, lo que impulsó a una gran parte de científicos, universidades y laboratorios a tratar apresuradamente de encontrar un nuevo sistema de comunicaciones que no necesitase cables para transmitir la información, el principal inconveniente del telégrafo.

El rey de estos primeros receptores económicos fue la radio de galena. Basado en un cristal semiconductor de sulfuro de plomo (galena), era capaz de captar señales moduladas en amplitud (posteriormente también se descubrió que podían recibir señales FM) en la banda de onda media y onda corta. Su principal ventaja era su bajo coste y que no necesitaba alimentación externa, ya que toda la energía la recibía de las propias ondas de radio. Esto tenía como resultado un bajo nivel del audio, que además variaba con el nivel de señal que se captaba.

La radio es cuestión de intimidad, casi como una relación pasional entre emisor y oyente. Este palpito lo hemos sustituido por la rutina informativa, la narración fosilizada y el contenido predeterminado. Nuestra radio trabaja la actualidad como la única forma posible de realidad, pero lo real es lo permanente; no lo contingente, lo fugaz. Cada día la narración es más rígida, más escueta, menos fresca. Hay mucha gente que “habla por la radio” y muy poca que hace radio al hablar.

Hemos perdido gran parte de la capacidad de sorprender, de impulsar la imaginación, de medir el tiempo del relato –e incluso su oportunidad–; de entretejer la realidad y la emoción del verbo, la actualidad y la estética, el esencial informativo... y lo hemos sustituido por el monótono dar en el mismo clavo durante horas, cada día de la semana.

Información a golpe de rueda de prensa y notas de los gabinetes de comunicación. Pues bien, los tiempos han cambiado.(Belau, 2006, pág. 5)

Para Diego Acosta (2002) manifiesta que forzando la imaginación, puede pensarse en un mundo que durante miles de años de historia no tuvo radio. Cuántas voces de imprescindible memoria se perdieron en los estrechos auditorios que marcaban los gritos que pudieran surgir de sus gargantas. Es lícito pensar que en muchas ocasiones la historia, tal como hoy está escrita, a lo mejor hubiera sido diferente.

El vértigo y velocidad de las comunicaciones de hoy tal vez hubieran alterado episodios que marcaron indeleblemente a países y hombres en todo el mundo. Episodios memorables, plenos de grandezas o de miserias, de alegrías o de dolor, eran conocidos por sus contemporáneos, suavizados por los días pasados, por las versiones de quienes los anunciaban, por el espíritu y el impacto que habían causado esos hechos en quienes resultaron sus portavoces.

Periódicos: son medios visuales masivos, por lo general su periodicidad es diaria y se caracterizan como más importantes los de información general. Sus ventajas son flexibilidad, actualidad, buena cobertura de mercados locales, accesibilidad directa, credibilidad alta.

El periódico y también llamado diario, es un escrito que tiene un orden cronológico o viene dividido por temáticas donde se expresan noticias, información y comentarios de acontecimientos relevantes, los cuales ocurren a diario en un determinado espacio de tiempo. También, se presentan diversos artículos sobre acontecimientos y movimientos del transcurso de un día.

En épocas antiguas, el periódico hacía referencia a la vida, acontecimientos, eventos y sucesos más importantes de la vida de una persona, a esto también se le llamaba diario íntimo o simplemente se tomaba como una bitácora donde se presentaban registros de

novedades e incidentes. Un claro ejemplo de los orígenes de los primeros periódicos es el Journal d'un bourgeois de Paris, este era un diario de un burgués parisino que se dio en el periodo entre 1405 y 1431, posteriormente fue continuado por otro ciudadano de Paris desde 1431 hasta 1449.

El inicio de los primeros periódicos escritos sobre actualidades se dio en orden cronológico, ubicando las opiniones y artículos por orden de suceso, tiempo después se empezó a presentar el periódico en divisiones que hacían alusión a diversos temas. De esta nueva presentación es que se da el origen al nombre periódico, como un soporte en papel que contiene diversa información de interés social.

La llegada de la tipografía (impresión de tipos de metal) de Johannes Gutenberg, en el siglo XV, supuso una gran revolución para la publicación de material escrito. Pronto, empezaron a aparecer hojas con información sobre puertos, eventos políticos, sucesos... El primer periódico impreso fue Nuremberg Zeitung, y se publicó en Alemania en 1457. Poco a poco, estas publicaciones fueron adquiriendo una periodicidad determinada, bien diaria, semanal, y en el siglo XVII, se extendieron por toda Europa y América los periódicos publicados regularmente.

El medio de mayor antigüedad es el periódico como consecuencia del invento de la imprenta de tipos móviles por Johann Gutenberg en 1438. Este suceso revolucionó las comunicaciones mundialmente. El primer periódico impreso, el Weekley News of London, que fue el primer periódico inglés publicado en 1622. El anuncio pionero en un diario británico apareció en 1625.

El origen de la prensa en Venezuela se remonta a 1806 con la llegada de la prensa al país a manos de Francisco de Miranda. En 1808 el 24 de octubre sale en Caracas el primer número de la Gaceta de Caracas. La prensa venezolana fue en sus orígenes más que todo un instrumento político para expresar las ideas revolucionarias y realistas de la época, en otras palabras, la imprenta iba recorriendo el país buscando imprimir distintos periódicos,

aun no diarios, que reflejaran el pensamiento político del momento. Los inicios de la prensa venezolana se caracterizaron por ser polémicos en especial por las querellas entre republicanos y realistas.

Teniendo como epicentro a Caracas la prensa se fue diseminando a lo largo del territorio a partir de 1.811 cuando en Cumaná se imprime El venezolano y después en Ciudad Bolívar con el correo del Orinoco el 27 de octubre de 1.818, Maracaibo con el Correo Nacional en febrero de 1.822, en Puerto Cabello en 1.825.

La prensa, como medio de comunicación, sería el vehículo ideal de transmisión para las ideas anteriores. Así que al mismo tiempo que profundizábamos en la comprensión de toda la pluralidad cultural de nuestro centro, aprenderíamos a conocer los mecanismos de elaboración de un periódico, partiendo del análisis de algunos de ellos. (Muñoz, 2006, pág. 5)

La prensa nació casi con el descubrimiento de América y ahora está presente en casi todo el mundo, plasmando en sus páginas a lo largo del tiempo la historia de la humanidad y comunicándola a la gente por tanto que hoy es el medio de comunicación social más popular del mundo (en cuanto a información se refiere). Pero muchas veces se desconoce cómo funciona un periódico, por eso ahora mediante esta investigación se informará un poco más de este valioso medio informativo, señalando mediante un periódico en específico, las características del mismo y su desenvolvimiento en la sociedad.

Revista: a diferencia de los diarios y periódico, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas se clasifican en: especializadas, informativas, de entretenimiento y científicas. Sus limitaciones serían larga anticipación para comprar un anuncio, costo elevado.

La evolución de los Medios Gráficos de Comunicación siguió su curso a medida que cada vez más imprentas se difundían por el mundo y a su vez llegaban adelantos tecnológicos que incrementaban su calidad, y fue así que desembarcó un nuevo género que no tenía una publicación cotidiana sino que tenía una periodicidad más prolongada: La Revista, también llamada Magacín por su castellanización del término Magazine del idioma inglés.

Existen distintas temáticas que son desarrolladas por estas publicaciones, siendo las más populares las Revistas de Actualidad que están ligadas al mundo de los Espectáculos, donde se realizan reportajes a celebridades, actores, músicos y artistas que forman parte del Interés General de una sociedad determinada, como también a las grandes estrellas del mundo.

A diferencia de los Periódicos, las revistas en lugar de narrar hechos o sucesos que han acontecido en el día a día de una sociedad, pueden ofrecer un análisis a fondo de un suceso en particular, pudiendo encontrarse Reportajes y Entrevistas a personajes de interés como también la realización de Artículos de Investigación donde se destacan además los textos de Divulgación Científica, que promueven el conocimiento científico de un tema en particular pero adaptado a la lectura de quienes no son especialistas en el tema.

En la actualidad y con el auge de la Web 2.0 se ha dado lugar a la aparición de una gran cantidad de Revistas Digitales que ofrecen los mismos contenidos que una Revista en Papel pero sin costo alguno (o con un costo inferior) y una gran cantidad de artículos de interés para ser disfrutados por los lectores.

Según Pedro Faria Batlle (2006) dice que la prensa colaboró en un triple sentido: a) Generando un clima democrático consecuente con el grado de desarrollo cultural y socioeconómico; b) Sustituyendo la carencia de instituciones democráticas; y c) Apoyando decididamente, primero el proyecto de Reforma y, posteriormente, en las elecciones legislativas, las diversas opciones parlamentarias. Observemos cada una de estas funciones de la prensa en la transición.

Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos. En la actualidad, el público consumidor ha relegado el papel de los medios impresos debido a varios factores: aparte de que para acceder a ellos se necesita de una cantidad de dinero considerable, con la aparición de los medios de comunicación audiovisuales, el interés por la lectura y por la información presentada de manera escrita pasó a un segundo plano.

Los consumidores de medios de comunicación han comenzado a acceder a varios de los contenidos publicados en medios impresos a través de internet, lo que ha generado cambios fundamentales en el acceso a la información. Los complejos sistemas de distribución de los medios impresos, además, no han podido cubrir en su totalidad al público lector en todas las regiones.

Por otro lado, en el mundo tecnológico de finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, caracterizado por la inmediatez en el flujo de la información, la lectura de textos extensos comenzó a perder interés en el público. Sin embargo, los medios impresos han buscado nuevas maneras de transmitir la información cotidiana, apelando al uso de recursos audiovisuales; hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, también los hay para los jóvenes, los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, a la literatura, a la tecnología, a los negocios, entre otros.

Internet: En la actualidad es normal que exista el internet, es considerado como uno de los medios de comunicación masiva y alternativa más utilizados. Los medios tradicionales como la prensa escrita y televisiva, poseen varias características que hacen diferentes al internet. La característica más importante es que en el internet la información es almacenada y se mantiene por años, sin daños, hasta que la fuente que suministro la información la retire de ahí, lo cual sucede pocas veces.

La información transmitida o visualizada a través de internet es en lo más común actualizada, debido a que las mismas fuentes se encargan de dicha tarea, en cambio el resto de medios de comunicación masiva, en especial la prensa escrita no puede actualizarse, esto sino hasta la próxima edición de medio. “El internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontal producción y recepción, alterando de una forma indeleble la ecología de los medios” (Piscitelli, 2002)

Es un medio por el cual tiene la capacidad y la particularidad de combinar dos funciones muy importantes como son: ser un conducto de distribución para los medios tradicionales y proporcionar un espacio de expresión para emisores emergentes de diversa índole.

Por otra parte, dicho medio de comunicación asegura ese contacto de comunicación bidireccional por medio de lo que conocemos como: Facebook, Twitter, blogs, entre otras redes sociales, los individuos como tal pueden exponer un tema e intercambiar datos opiniones e incluso otras fuentes de información.

Es importante tener en cuenta que a pesar de que exista el internet, igual los otros medios se mantienen vigentes. Solo que el internet es completo en un solo ámbito y es que abunda la comunicación en todos los ámbitos, desde la publicidad, entrevistas, artículos, videos, chats, emails, pero también se intercambian datos, música, libros, imágenes, etc.

Internet es un medio de comunicación complejo y diferente a sus antecesores. Tiene la particularidad y capacidad de combinar dos funciones básicas: ser un canal de distribución para los medios tradicionales (generalista), y proporcionar un espacio de expresión para emisores emergentes de diversa índole (temáticos o no). Estas condiciones se cruzan con la modalidad económica de acceso: suscripción, pago por tiempo de uso del servicio, libre de costos, tarjetas propagadas, entre otras, que configuran distintos tipos de navegación.

A pesar de ser un condicionante, el costo de acceso diverso no es novedad: esto mismo ocurre con los demás medios, por ejemplo la prensa ante la pérdida de lectores se ha visto obligada a incursionar en la red y a buscar nuevas formas de financiamiento. Internet rápidamente se ha ganado un puesto clave como el canal de distribución más nuevo del mercado y ha venido a fomentar la libre competencia. La oportunidad de negocio que proporciona es indudable y está al alcance de cualquiera que desee ofrecer algún producto o servicio al mercado, sin que sea necesaria la construcción de ninguna oficina comercial física, que solía ser el medio tradicional de atención al cliente. (Silvo, 2004, pág. 2)

Cine: Es un medio masivo audiovisual que permite expandirse a una gran cantidad de personas cautivas, pero con baja selectividad, unas de sus ventajas primordiales es que está conformado por una audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color, en cambio en sus desventajas se considera poco selectivo en cuanto a sexo, edad, nivel socioeconómico y es un poco costoso. Los defensores del cine en el medio publicitario se pronuncian indicando que este medio de comunicación es el más completo que existe, reúne el sonido de la radio, el color de las revistas, el texto e imagen de la prensa y el tamaño gigantesco de las vallas.

El cine representa una forma muy importante de transmisión de la cultura universal en los tiempos actuales. Nuestra sociedad se va formando e informando a través del cine y la televisión, películas de ficción, reportajes o documentales, que permiten otro tipo de acercamiento al complejo mundo del ser humano. Una película intenta documentar, dar testimonio de una realidad, en algún caso retratar y relatar una historia para transmitir a través de ella un mensaje.

Emplea con este motivo espacio y tiempo, imagen y palabra, realidad y ficción, conocimientos y sentimientos con los que trata de influir sobre la vista, el oído y otros sentidos generando empatía en los observadores sobre la situación que viven los actores. El cine es un “auténtico imperio de los sentidos”, donde se ve y se oye y su capacidad de rememoración hace además que se huelga, se deguste, se palpe y, en definitiva se sienta.

El cine que se producía mientras en el estudio de Edison era más teatral: números circenses, bailarinas y actores dramáticos que actuaban para las cámaras. Pero para entonces el equipamiento elemental ya había sido estandarizado siguiendo el modelo del cinematógrafo de los hermanos Lumière, y las películas se comenzaron a comercializar a escala internacional. (Piña, 2009, pág. 5)

La expresión cinematográfica construye un relato más completo y perfecto que reúne el arte de la reproducción y el arte de la encantación, es decir por expresar la realidad mediante la figuración. La magia del cine ha creado otro método para capturar la realidad que organiza y otorga significados a los objetos y prácticas de la vida cotidiana (ayuda a establecer reglas o convenciones útiles para el desarrollo de nuestra vida social), que estimulan nuevas formas de pensar sobre los roles sociales, sexo, concepciones del honor, del patriotismo, a la vez que sirve para proclamar injusticias, la explotación, los problemas que afectan a un determinado lugar del mundo, riesgos laborales, etc.

Para Yetzali Colina (2009) asegura que la técnica del cine consiste en hacer pasar ante nuestros ojos varias imágenes por segundo, dándonos así la ilusión del movimiento; en efecto las imágenes percibidas por nuestra retina no se borran instantáneamente. Esta es la razón por la que nuestro ojo no percibe más que una línea continua de fuego cuando agitamos un tizón en la oscuridad. La observación de este fenómeno se remonta en la Antigüedad, pero fue necesario que los hombres necesitasen fotografiar las sucesivas fases del desplazamiento para que de una observación naciese una invención que iba a convertirse en un nuevo medio de expresión.

El poder reproductivo y productivo de la imagen en movimiento marca el carácter emergente del cine, y lo distintivo del mismo, algo sólo posible gracias a la fotografía en movimiento. La particular temporalidad y especialidad del cine, su capacidad casi infinita de montaje y remontaje, de inversión y de colocación de elementos, la estructura de sus recortes, etc., es lo que marca la diferencia.

La imagen digital de reciente aparición ha propiciado un gran cambio en el campo audiovisual que afecta de forma muy directa al documento y permite entrar en regiones de privacidad que antes eran inaccesibles. Con la digitalización, el cine se ha abierto a un nuevo tipo de realismo, más revelador de la condición humana y no es sólo una forma muy directa de abaratar costos y de crear mundos virtuales.

Ventajas de los medios de comunicación

En la actualidad la tecnología ha revolucionado el modo en el que funcionan los medios de comunicación, es más; una rama de la tecnología se encarga del desarrollo de dispositivos y programación orientada a las mejoras de los sistemas de comunicación e información. Todo esto muy importante en el desarrollo del diario vivir. Se consideran ventajas de los medios de comunicación los siguientes:

- Comunicación a distancia
- Son inmediatos
- Globalización
- Económicos
- difusión masiva de comunicación.

Muchos medios de comunicación son masivos, tales como la radio, televisión y el periódico. En este sentido permiten con toda claridad transmitir e difundir información de manera rápida y efectiva, llegando a gran parte de la población con aceptación y responsabilidad en cada una de las tareas comunicacionales.

Así mismo mantienen sus desventajas tales como: dependen de la tecnología, crean dependencia, no siempre son confiables, menos interacción cara a cara, etc. Cada parte es indispensable a pesar de sus desventajas siguen en la sociedad formando parte de cada actividad, aunque unos más que otros, tratan de equiparar sus resultados.

A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (imprenta -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

Hoy en día, los medios están presentes en nuestro alrededor y acompañan activamente en los procesos comunicativos. Por lo general necesitan para su desarrollo de organizaciones estables, profesionales y complejas. “En otras palabras, se requiere de vigilancia financiera, de considerable personal humano especializado en diversas áreas y de controles normativos y administrativos”. (Pasquali, 2006)

Ayudan a educar a la gente ya que por medio de los programas transmitidos se aprende acerca de salud, el ambiente y los valores. Esto es beneficioso también para los niños porque incluso su vocabulario, sus habilidades para comunicarse y sus conocimientos generales pueden incrementarse cuando se encuentran en una edad temprana. Las noticias se conocen al instante, ya que en una época en la que todos están conectados es imposible no saber lo que pasa en el mundo.

Pero más allá de esos reconocimientos, hay autores que consideran prioritario el mensaje, por encima del medio mismo. Se considera en creer que el desarrollo tecnológico de los modernos medios de comunicación es el factor desencadenante de un problema de comunicaciones antes inexistentes. Para ese autor, “el problema esencial sigue siendo el de la comunicación humana y no el de los medios o de su desarrollo” (Pasquali, 2012).

Además de los aparatos tradicionales, se cuenta con los celulares, de manera que también se puede llegar a cualquier lugar. Las formas de entretenimiento que podemos admirar por estos medios sólo tienen como límite la imaginación humana. Aquí se aprovecha claramente el Internet ya que si se tiene talento se puede mostrar desde la habitación de uno mismo hasta cualquier rincón del mundo.

Permite un intercambio cultural que es posible gracias a las barreras que se rompen al transmitir programa de diferentes culturas. De esta forma se conocen costumbres, tradiciones e incluso los idiomas de diferentes lugares. En cuanto a los negocios los medios de comunicación son efectivos para alcanzar una gran cantidad de clientes potenciales. La publicidad puede estar presente en los mismos programas o en los comerciales, se garantiza que lo vea al menos una persona.

Tipos de medios de comunicación

- **Primarios**, es cuando se refiere a los mecanismos o procesos que permiten la comunicación de ideas y conceptos, sin el uso de aparatos ni instrumentos. Es el caso del habla o de las señales.
- **Secundarios**, son aquellos que permiten la transmisión de información, sin la necesidad de utilizar aparatos u objetos especiales para su reproducción o lectura. Son ejemplos libros, revistas y periódicos.
- **Terciarios**, precisamente necesitan de un dispositivo o aparato para poder acceder a la información, por el cual es el caso de la televisión y la radio, por el cual necesitan de un medio receptor para poder acceder a la información.

La vida en las sociedades avanzadas está totalmente mediatizada. Conocer los medios o instrumentos que se utilizan en la mediación social los puede dirigir hacia objetivos positivos o negativos, Existen medios fundamentales o principales, por los cuales es más efectiva determinada campaña y muy importante para la sociedad.

Aspectos Positivos:

La información llega a diferentes lugares del planeta en forma inmediata, por ejemplo a través de noticias que nos informa sobre los acontecimientos más relevantes de cada país, además de entretenernos. También estos medios hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o por lo menos, no desaparezcan por completo.

Aspectos Negativos:

Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico, ya que los medios de comunicación masivos están siendo controlados por las ideologías políticas, religiosas y económicas de éstos que modifican la manera en que los seres humanos conocen y comprenden la realidad que nos rodea.

La prensa y sus condiciones sociales

Estos son los temas más destacados en un informe de elaboración propia sobre las noticias relacionadas con homosexualidad durante seis meses (de octubre del 2002 a marzo del 2003) de los dos diarios con más lectores de España pero a pesar de estar en estas condiciones está relacionado socialmente.

El País y El Mundo. Y este estudio se ha realizado delante el vacío en investigación sobre homosexualidad y comunicación que sólo suple el libro Miss Media de Ricardo Llamas, y a falta de estudios más exhaustivos y de carácter científico como los que realiza el Instituto de la Mujer sobre mujer y medios de comunicación.

Entre las 171 noticias sobre homosexualidad halladas destacan las noticias relacionadas con la reivindicación de derechos suponen un 35%. Los temas que copan el ámbito reivindicativo son el matrimonio y derecho de adopción (19,3%), frente a otros temas que son casi ignorados: el tratamiento de la diversidad sexual en los medios o la enseñanza, o las discriminaciones laborales.

En segundo lugar los outings (salidas del armario) como estrategia del movimiento gay promovida por Zero que suponen el 29% de las noticias. Las formas de entretenimiento qué podemos admirar por estos medios sólo tienen como límite la imaginación humano cuando ser gay deje de ser noticia habremos dado un salto cualitativo, su éxito mediático nos indica que aún hay carencias. En tercer lugar están las discriminaciones o agresiones homofóbicas suponen un 13% de las noticias.

En cuarto lugar y en un contexto preelectoral hay un 10% de las noticias que hablen sobre política y homosexualidad. En quinto lugar noticias relacionadas con la cuota de mercado gay con más de un 6%: locales, turismo y cine específico para homosexuales, porcentaje que sería mayor si nos refiriéramos sólo a reportajes. Otros temas son marginales puesto que suponen menos del 5%.

La mayoría de noticias van referidas a gay exclusivamente (56%) que copan la visibilidad, frente a las que la hacen de una manera genérica (40%) y sólo a transexuales un 3,5%. Menos del 1% habla exclusivamente de lesbianas. En el dossier se ha investigado sobre las noticias relacionadas con personajes públicamente homosexuales con el interés de saber si sólo se hablaba de ellos por su condición sexual, o también por su tarea profesional.

Como referencia he tenido los personajes de Los 25 homosexuales famosos que salieron del armario, publicado el 5 de noviembre de 2002 por El Mundo. La mayoría de las ocasiones estos personajes no son interrogadas por su condición sino por su trabajo profesional. El 26% de las noticias generadas por estos personajes giraban alrededor de opción sexual, un porcentaje elevado pero no exagerado. (Social, 2014)

Pese a esto aún hay algún problema, Jesús Vázquez afirmó en declaraciones a Lecturas el 21 de junio de 2002, respecto a que el hecho en sí de ser gay sea noticia: “Me cansa un poco que insistan en el tema. Toda España sabe que soy gay, ahora lo que pido es que me acepten como soy y me dejen vivir tranquilo”. Aunque ahora mismo su situación ya no es ésta. Es verdad en la actualidad son más visibles los casos de niños y niñas que se definen con cualquier género perteneciente al grupo GLBTI.

Pero a pesar de aquello ya no depende de la edad en sí, más bien se pondría en análisis los derechos de cada persona y la libertad en conjunto con la no discriminación ante dicho estigma. Por otra parte La homosexualidad fue eliminada de la lista de enfermedades del Manual de Diagnóstico y Estadístico de Desórdenes Mentales, luego de un análisis realizado por la OMS (Organización Mundial de la Salud)(OMS, 1990).

Devolviendo vigor y fuerza a este trabajo de información, de investigación y de explicación, sobre el terreno y de contextualización, es hoy posible defender el periodismo al tiempo que se lo invita a cuestionarse en una cooperación inédita con los lectores contributivos. Gracias a Internet, decir que una prensa realmente libre es la de sus fieles lectores puede no ser ya palabras vanas, un argumento demagógico o un cliché comercial. Aunque a condición de escapar a la masa anónima para construir un público consciente e implicado, que comparta valores comunes y entable una conversación democrática.(Plenel, 2013, pág. 25)

Para sus públicos, la prensa amarilla retrata a pobladores que usualmente se encuentran en las márgenes, en los espacios de sombra de lo que es importante y de lo que es protagónico

en la ciudad. Estos diarios, de cierta manera, les dan visibilidad y representatividad, dando a su vida cotidiana dimensiones épicas que de otro modo se perderían en la memoria de su entorno inmediato. En conclusión, la prensa amarilla es la solución perversa que da el mercado y la política a la exclusión de los sectores populares, es la forma a través de la cual adquieren protagonismo y son actores de la épica social, que provienen de los géneros de acción, en desmedro de los géneros melodramáticos históricamente anclados en nuestra cultura.

Definición de Estereotipo:

Se hace referencia a una idea o expresión direccionado a un modelo estereotipado de cualidades o conducta. Un estereotipo en si es el rango de clasificar de manera directa un acto, es por tal motivo se toma una cita relacionada al tema de investigación para desarrollar la variable, para así tener una idea más clara y específica.

Según González afirmo que:

Los estereotipos no son, en definitiva más que fieles reflejos de una cultura y una historia y como tales van a nacer y mantenerse porque responden a las necesidades que tiene tal contexto de mantener y preservar una norma social ventajosa para la persona. (Gonzalez, 2015)

La palabra estereotipo viene del griego “stereós”, sólido, y “typos”, impresión o molde; siendo la percepción exagerada y con pocos detalles, simplificada, que se tiene sobre una persona o grupo de personas que comparten ciertas características, cualidades y habilidades, y que buscan “justificar o racionalizar una cierta conducta en relación a determinada categoría social”.

Por lo general, cuando algún caso se concreta es porque ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conductas. Los estereotipos son alegatos comunes del pasado. Incluyen una amplia variedad de alegaciones sobre diversos grupos raciales y predicciones de comportamientos basadas en el estatus social o la riqueza. Son esquemas de pensamientos o esquemas lingüísticos pre-construidos que comparten los individuos de una misma comunidad social o cultura.

Para Andrés del Campo & Eguizábal Maza(2005) comentan que en resumen, el término nació en el siglo XVIII, dentro del mundo de artes gráficas, para designar las impresiones salidas de un molde. Conviene tener presente este significado original para después comprender su uso cada vez más extensivo, aplicable a todo lo que parece "salido de un molde, ya hecho, invariable" (Robert, 1986, p. 965).

Esta acepción aparece ya en 1834 en Francia, dentro del significado del adjetivo stéréotypé (estereotipado) aunque la Academia Española de la Lengua no la reconocerá hasta 1984. Hoy en día, el uso del término es mucho más generalizado y extensible a expresiones y a las visiones de grupos sociales

Los estereotipos funcionan como generalizaciones o reglas empíricas, atribuyendo idénticas características a todos los miembros de un grupo, olvidando las variaciones existentes dentro de este. Estas características incluyen muchos atributos, tales como las características físicas (por ejemplo, los hombres son más altos que las mujeres), los rasgos de personalidad.

Función de los estereotipos

Existe una tripartición que nos permite entender cómo funcionan los estereotipos en las sociedades.

- **Componente cognitivo:** Nos permite reconocer un estereotipo, porque encuadra con conocimientos previos que ya tenemos sobre el mismo, es una categoría que nos permite identificar y reconocer fácilmente a ciertos grupos.
- **Componente afectivo:** Por otro lado, también existe un componente afectivo, donde entran en juego los sentimientos que experimentamos en relación a ese estereotipo, que pueden ser de prejuicio u hostilidad, o bien, ser positivos.
- **Componente comportamental:** Finalmente, en todo estereotipo hay un componente comportamental que supone llevar a la práctica acciones asociadas a esos sentimientos experimentados frente a ciertos estereotipos. Por ejemplo, cuando se le niega un trabajo a alguien por pertenecer a un grupo determinado.

¿Qué es ser gay?

Se podría llegar a la conclusión que GAY, es un vocablo cultural, indiscutiblemente propio de la sociedad en general para dirigirse a aquellas personas generalmente hombres que mantienen relación sexo – afectiva con otro hombre. Se podría decir que gay es sinónimo de la palabra homosexualidad, aunque la etimología histórica nos muestre las diferencias.

A pesar de todo aquello se busca tener especificado la palabra en sí sin prejuicios ni discriminación. Autores importantes definen en otras palabras lo que significa gay: “Son considerados homosexuales los individuos que en la edad adulta prueban y se sienten motivados por la atracción sexual neta y preferencial por las personas del mismo sexo, y quienes tienen habitualmente (pero no obligadamente) relaciones sexuales con ellas.”(Giunchedi, 1994)

Existen tres grandes tipologías de orientación sexual Heterosexualidad: capacidad de una persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo y a la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con estas personas.

Homosexualidad: Capacidad de cada persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un mismo género y a la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con estas personas. Se utiliza generalmente el término lesbiana para referirse a la homosexualidad femenina y gay para referirse a la masculina.

Bisexualidad: Alude a la capacidad de una persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo o también de su mismo género, así como la capacidad de mantener relaciones sexuales con ambas. Este es el producto de una persona común con gustos hacia lo masculino y lo femenino sin diferencia alguna.

La falta de información en la adolescencia, la discriminación de la sociedad en general hacia los y las homosexuales son medios por el cual forman una idea herrada, lo que promueven a que los adolescentes tomen y se enfrasquen en situaciones de incertidumbre, curiosidad y riesgos.

En el proceso diario de la vida cada persona tiene su concepto correspondiente para cada caso indistintamente de lo que se trate, cada quien define cada sujeto u objeto como desea, en tal motivo si hablamos del tema gay, según la página Somos más en su publicación del 19 de agosto del 2014. Indican que existen 11 estereotipos los cuales se cuestionan de la siguiente manera.

1. “No hay niños, ni niñas LGTB” o “Los niños y las niñas LGTB no saben lo que quieren o están muy jóvenes para decidir”.
2. “Los gays y lesbianas son enfermos mentales”.
3. “Todos los hombres gay, son enfermos de SIDA y tienen prácticas sexuales riesgosas”.
4. “Los hombres gay y lesbianas no forman relaciones estables”.
5. “Los hombres gay y las lesbianas no tienen hijos o hijas”.
6. “Los hombres gay son violadores y abusan de niños”.
7. “Los hombres gay y lesbianas, no son capaces de darle a los niños y niñas lo que necesitan”.
8. “Los hombres gay y lesbianas confundirán a sus hijos e hijas”.
9. “Los gay y lesbianas buscan convertir o seducir a todos”.
10. “Las personas bisexuales no existen. Son personas gay que no se deciden”.
11. “Las personas trans son enfermos mentales”.

En tal manera se podría llegar a la conclusión de que todos estos puntos muchas veces son imaginados por personas sin conocer la verdad ante todo, en tal motivo al explicar cada ítem se verifica que la realidad es otra y además poder diferenciar que por lo general la decisión de decidir lo que es y lo que quiere, es cada persona misma y una vez que se tenga responsabilidad de decisión.

El primer componente a analizar corresponde al tipo de sistema cultural predominante, pues este define las relaciones entre los demás miembros del sistema comunicacional, y por tanto, si este posee deficiencias, ellas tienen su explicación en el modelo de sociedad existente.

Lo predominante en nuestro país es un pensamiento oficial que institucionaliza sus ideas de desarrollo en distintos ámbitos utilizando principalmente para ello el poder del Estado con sus tres funciones clásicas: legislativa, ejecutiva y judicial, para establecer un régimen legal, lo cual se viene combatiendo durante varios años y en la actualidad se sigue en pie de lucha.

Vistas así las cosas, se deduce que todo lo contrario al tipo de desarrollo dominante es calificado de marginal, anti-moderno o subdesarrollado, siendo, por supuesto, los homosexuales un sector ubicado en dichas categorías. En efecto, los homosexuales hemos sido negados o discriminados desde diversos frentes. Por un lado la religión nos tacha de pecadores y por otras ciertas áreas de la psicología nos ve como enfermos.

De igual forma, el Estado Chileno nos veía como delincuentes y los medios de comunicación tienden a caricaturizarnos. Lo más dramático es que el peso de la cultura es tan fuerte, que las “visiones institucionalizadas”, se encuentran instaladas en la conciencia de todas las personas, sean heterosexuales u homosexuales.

Otra explicación biológica resulta de considerar los niveles hormonales en adultos, llegándose a afirmar que las personas gays tendrían más hormonas femeninas y las personas lesbianas más hormonas masculinas que lo habitual en cada sexo. Estas teorías han sido también refutadas. Parece que el nivel de hormonas puede modificar la intensidad de la atracción sexual, pero no su orientación. (Irala, 2009, pág. 24)

Existen muchas teorías acerca de los orígenes de la orientación sexual de una persona. La mayoría de los científicos en la actualidad acuerdan que la orientación sexual es más probablemente el resultado de una interacción compleja de factores biológicos, cognitivos y del entorno.

En la mayoría de las personas, la orientación sexual se moldea a una edad temprana. Además, hay pruebas importantes recientes que sugieren que la biología, incluidos los factores hormonales genéticos o innatos, desempeñan un papel importante en la sexualidad de una persona. Es importante reconocer que existen probablemente muchos motivos para la orientación sexual de una persona y los motivos pueden ser diferentes para las distintas personas.

La historia de la percepción social de la homosexualidad está muy ligada a su conceptualización como enfermedad mental. Desde los comienzos, de su estudio, a finales del siglo XIX, pasando por los movimientos de liberación en Alemania y otras naciones europeas, en Estados Unidos y recientemente en todo el planeta, el concepto de enfermedad mental y de homosexualidad han estado muy ligados. (Ardila R. , 2008, pág. 7)

Por homosexual se entiende la persona cuyas atracciones primarias afectivoeróticas son con personas del mismo género. Bisexual es la persona cuyas atracciones afectivoeróticas son por miembros de ambos géneros, tanto varones como mujeres. Heterosexual es la persona cuyas atracciones afectivoeróticas son con personas del otro género.

Derechos Humanos

Por otra parte se podría tomar en cuenta el dato estadístico del INEC que dentro de la investigación, se preguntó respecto al conocimiento que se tiene del art. 11 numeral 2), de la Constitución del Ecuador, 2008, el cual menciona que: “Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de sexo, identidad de género orientación sexual. La ley sancionará toda forma de discriminación.” El 78,5% respondió afirmativamente. También se indagó sobre el conocimiento de las reformas al Código Penal realizadas en el

año 2009 que tipificó los crímenes de odio por orientación sexual, frente a lo cual el 61,6% señala conocerlas. (INEC, 2013)

El principio de la universalidad de los derechos humanos es la piedra angular del derecho internacional de los derechos humanos. Este principio, tal como se destacara inicialmente en la Declaración Universal de Derechos Humanos, se ha reiterado en numerosos convenios, declaraciones y resoluciones internacionales de derechos humanos.

En la Conferencia Mundial de Derechos Humanos celebrada en Viena en 1993, por ejemplo, se dispuso que todos los Estados tenían el deber, independientemente de sus sistemas políticos, económicos y culturales, de promover y proteger todos los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Los derechos humanos se basan en el principio de respeto por el individuo. Su suposición fundamental es que cada persona es un ser moral y racional que merece que lo traten con dignidad. Se llaman derechos humanos porque son universales. Mientras que naciones y grupos especializados disfrutan de derechos específicos que aplican sólo a ellos, los derechos humanos son los derechos que cada persona posee (sin importar quién es o dónde vive) simplemente porque está vivo.

Sin embargo, muchas personas, cuando se les pide que nombren sus derechos, mencionarán solamente la libertad de expresión y creencia y tal vez uno o dos más. No hay duda de que estos derechos son importantes, pero el alcance de los derechos humanos es muy amplio. Significan una elección y una oportunidad. Significan la libertad para conseguir un trabajo, elegir una carrera, elegir al compañero con quien criar a los hijos. Entre ellos está el derecho de circular ampliamente y el derecho de trabajar con remuneración, sin acoso, abuso o amenaza de un despido arbitrario. Incluso abarcan el derecho al descanso.

Según Álvaro Márquez Fernández (2011) asegura que el acceso a las subjetividades y a las intersubjetividades de los sujetos que interactúan desdibuja cualquier dogma de valores éticos preconcebidos e impuestos sobre el decurso de la realidad que no es estática sino dinámica. Así, aparecen nuevos derechos humanos que tiene un fuerte referente de valoración desde la ética pública, pues los ciudadanos han sido víctimas de derechos negados, obstruidos, conculcados, en una palabra, alienados; ahora, reaparecen o se crean otros derechos como consecuencia de un activismo político que le ha permitido a las ciudadanías emergentes recuperar y/o descubrir y/o construir nuevas identidades y/o representaciones sociales.

Los derechos humanos también se caracterizan por ser irrevocables (no pueden ser abolidos), intransferibles (un individuo no puede “ceder” sus derechos a otro sujeto) e irrenunciables (nadie tiene el permiso para rechazar sus derechos básicos). Aun cuando se encuentran amparados y contemplados por la mayoría de las legislaciones internacionales, los derechos humanos implican bases morales y éticas que la sociedad considera necesaria respetar para proteger la dignidad de las personas.

Los derechos humanos han sido creados a partir del concepto de dignidad. El diccionario define dignidad como calidad de digno, respetabilidad y corrección. Así, reconocer la dignidad del ser humano es respetarlo tal y como es. Por eso los derechos humanos nos permiten ser libres a la hora de decidir cómo somos (ideas, creencias, opiniones). Atentar contra los derechos humanos es atentar contra la dignidad humana. (Chust, 2016, pág. 14)

La homosexualidad en las series de televisión

Tanto en series y programas audiovisuales la homosexualidad en general han ido introduciendo personajes homosexuales femeninos, y que son esenciales para el avance de esta representación, los mismos que van teniendo cada vez más presencia en la televisión, aunque va de poco apoco.

No obstante, se llega a un fin de comprobar que todavía la hetero-normatividad gobierna la mayoría de las series, pues el número de series con personajes homosexuales es inferior al número de series que no presentan ninguno. Dichos programas en sí dan cabida a personas homosexuales tomando en cuenta la calidad y trato del estereotipo sin discriminar y que desempeñe su papel como se debe.

Según el archivo de información se rescata que los primeros besos lésbicos en series de televisión data en los 90 y el principio del 2000. Sin embargo eran escenas de besos sin importancia, muchos como un ciclo de experimentación por partes de personajes heterosexuales y por otros que solamente protagonizaban una sola vez dicho papel.

Actualmente, la televisión está en su tercera evolución, la hipertelevisión. En sí es un camino similar de la neotelevisión y comienza a hablarse de ella a partir de la primera década del siglo XX, logrando así mejorar cada día y brindar contenidos de actualidad y novedoso que sea de agrado de todo público.

La comunidad gay se enfrenta a una discriminación en la sociedad, eso no se puede dudar a pesar de la modernidad, todavía hay que luchar por la igualdad de derechos, por informar y educar a la población, que aunque existan diferencias todos somos ciudadanos y humanos que merecemos el respeto que cualquier persona se merece. La televisión muchas veces representan a la comunidad gay de una manera irónica, a nuestra minoría social de una manera equívoca, y mientras esto suceda, la comunidad GLBT no tiene posibilidades de ser vista de otra manera.

La televisión es un medio de comunicación masivo y activo que debe ayudar en la educación de la población, por eso es que se deben crear más personajes gays que reflejen su realidad. Es un trabajo arduo y difícil porque sabemos que la televisión se rige muchas veces, por no decir la mayoría de las veces, por los numeritos de los rankings o de las mediciones de popularidad y no por la concientización o la formación que debe tener las empresas televisivas con sus usuarios o los televidentes.

Según Álvarez-Gayou Jurgenson & Camacho y López (2013) manifiestan que la homosexualidad ha sido afrontada casi siempre desde la psiquiatría y la psicología clínica. De este hecho se deriva, en gran parte, la consideración de la homosexualidad como fenómeno patológico, así como el amplio desarrollo de teorías etiológicas y psicoterapéuticas al respecto.

El valor de muchos de estos estudios psicológicos y clínicos es, sin duda, incuestionable. Sin embargo, también ha contribuido a crear una limitación importante en el análisis de la temática homosexual. Han sido frecuentes, a veces hasta grotescas, sus deficiencias metodológicas.

Como es de esperar, la homosexualidad no ha sido bien vista en televisión hasta hace relativamente poco. Series como 'Queer As Folk' o 'The L Word' ayudaron a que ese salto se diera de una vez por todas y que estos personajes pasaran de ser secundarios graciosos a complejos protagonistas. 'The 100', por ejemplo, ha sido de las últimas en añadir tanto una pareja gay como una lesbica a sus tramas y el público las ha acogido con tremendo entusiasmo.

¿Qué son los derechos sexuales?

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, los denominados derechos sexuales incluyen el derecho de toda persona libre de restricciones, discriminación y violencia; alegrar el más alto nivel de salud en relación con la sexualidad, incluyendo acceso a servicios de salud sexual y reproductiva. Por otra parte “ la libertad para escoger pareja; decidir ser o no sexualmente activo/a; consentir las relaciones sexuales; consentir el matrimonio; decidir si quiere tener hijos o no y cuándo; buscar una vida sexual placentera, segura y satisfactoria.(Unidas, 2012).

Por otra parte todos los seres humanos nacen libres e iguales. Por eso, todas las personas deben tener garantizada la misma libertad, igualdad y dignidad: los llamados Derechos Humanos. Los derechos los ejercen las personas y es el Estado quien tiene la obligación de garantizarlos y promoverlos a través de legislación y políticas públicas adecuadas. Los Derechos Sexuales y Reproductivos son parte de los Derechos Humanos. Es decir que son propios a todas las personas, sin discriminación alguna.

1. El derecho a la libertad sexual. La libertad sexual abarca la posibilidad de la plena expresión del potencial sexual de los individuos. Sin embargo, esto excluye toda forma de coerción, explotación y abuso sexuales en cualquier tiempo y situación de la vida.

2. El derecho a la autonomía, integridad y seguridad sexuales del cuerpo. Este derecho incluye la capacidad de tomar decisiones autónomas sobre la propia vida sexual dentro del contexto de la ética personal y social. También están incluidas la capacidad de control y disfrute de nuestros cuerpos, libres de tortura, mutilación y violencia de cualquier tipo.

3. El derecho a la privacidad sexual. Este involucra el derecho a las decisiones y conductas individuales realizadas en el ámbito de la intimidad siempre y cuando no interfieran en los derechos sexuales de otros.

4. El derecho a la equidad sexual. Este derecho se refiere a la oposición a todas las formas de discriminación, independientemente del sexo, género, orientación sexual, edad, raza, clase social, religión o limitación física o emocional.

5. El derecho al placer sexual. El placer sexual, incluyendo el autoerotismo, es fuente de bienestar físico, psicológico, intelectual y espiritual.

6. Derecho a la expresión de las emociones sexuales: La expresión sexual es más que sólo placer erótico o el acto sexual. Los individuos tienen derecho a expresar con comunicación, tacto, emoción y amor.

7. Derecho para la libre asociación sexual: Se refiere a la posibilidad de casarse o no, divorciarse o no, así como establecer otros tipos de asociaciones.

8. Derecho para elecciones reproductivas libres y responsables: Consta sobre la decisión de tener hijos, el tiempo entre el nacimiento de cada uno ellos, así como al acceso a la regulación de la fertilidad.

9. Derecho a la información sexual basada en datos científicos: Implica que se debe generar a través de un proceso científico ético y diseminarse por las vías apropiadas a todos los niveles sociales.

10. Derecho a educación sexual comprensiva: Es un proceso de toda la vida, desde el nacimiento, y que continúa a lo largo de la vida, el cual debe involucrar todas las instituciones sociales.

11. Derecho al cuidado de la salud sexual: Esto debe de estar disponible para la prevención, tratamiento de todas las preocupaciones, problemas o desórdenes sociales.

Según la Amnistía Internacional(2015) manifiesta que el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas (CESR) es el órgano encargado de supervisar el cumplimiento del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales por parte de los estados parte. Este comité se ha referido a la salud sexual y reproductiva en relación con el derecho a la salud establecido en el artículo 12 del Pacto. De acuerdo con el Comité, el derecho a la salud implica la libertad de “controlar su salud y

su cuerpo, con inclusión de la libertad sexual y genésica” y el derecho a “un sistema de protección de la salud que brinde a las personas oportunidades iguales para disfrutar del más alto nivel posible de salud.”

La identidad comporta dos roles de género:

- Hombres: a lo largo de la historia se les ha atribuido la fortaleza, vigorosidad. Han de ser activos y poco sentimentales.
- Mujeres: a ellas, en cambio, se les ha ido identificando como débiles, pasivas, excesivamente sentimentales y como responsables del cuidado del hogar.

Los roles de género son culturales y personales. Estos roles son los que determinan cómo los hombres y mujeres deben pensar, hablar, vestirse e interactuar dentro del contexto de la sociedad. Son una construcción teórica dentro de la rama de las ciencias sociales y humanas que nos explica las normas sociales y de comportamiento dentro de una cultura o país, apropiados para las personas dependiendo del sexo. Se refiere también a la imagen de una persona frente a las demás y frente a la sociedad.

El término rol de género fue acuñado por primera vez por John Money en 1955, durante el curso de su estudio de individuos intersexuales, para describir las maneras en que estos individuos expresaban su condición de hombre o mujer en una situación en la que no existía una asignación biológica clara. La palabra rol es un vocablo que procede de la palabra en inglés “role”, aunque su origen etimológico se halla en el francés rôle. La palabra se refiere a la función o el papel que tiene un individuo en un determinado contexto.

Mientras que varios agentes de socialización tales como los padres, profesores, compañeros, películas, televisión, música, libros y religión, enseñan y refuerzan los roles

de género a lo largo de la vida, es probable que los padres ejerzan la mayor influencia, especialmente cuando sus hijos están pequeños y en etapa de aprendizaje. El aprendizaje juega un papel en este proceso de dar forma a los roles de género.

De esta forma, múltiples culturas adoptaron una forma específica de organización de la división sexual del trabajo. Según esta, le correspondió a la mujer el espacio del hogar por su capacidad para gestar y amamantar a los hijos debido al cuidado que estos requieren, se le asignó el tiempo en que era imprescindible su presencia, e incluso más. Por su proximidad espacial, se ocupó del resto de las funciones vinculadas al espacio de la casa, mientras que el hombre se dedicara a la agricultura, la cacería, la domesticación de animales y la guerra.

Por ello, las mujeres, hasta hoy, han sido educadas sobre todo para las labores domésticas y el cuidado y la educación de los hijos, en comparación con los hombres, que lo han sido para ser los proveedores y protectores del hogar. (Aguilar Montes de Oca, Valdez Medina, González-Arratia López-Fuentes , & González Escobar, 2013)

Los medios de comunicación se clasifican y están muy relacionados tanto como los números de párrocos, militares y guardias civiles. Aunque su repercusión mediática es mínima comparada con los gays televisivos: Boris Izaguirre y Jesús Vázquez. Es notoria la falta de referentes lésbicos de los que sólo la escritora Ruth Toledano y lesbianas militantes son ejemplo.

Frente a estos modelos dominantes podemos observar aún muchos silencios. Muchos homosexuales que son personajes públicos pero que no han hecho pública su condición sexual por miedo. Estos silencios construyen la imagen que, de los homosexuales, tiene la sociedad e incluso la que los gays tienen de ellos mismos: una imagen con mucha gente oculta y por tanto parcial.

El silencio es el referente que muchos hemos tenido en nuestra adolescencia, y que nos ha hecho crecer, y aún hace crecer a muchos, solos, desorientados y con miedo a ser descubiertos. Se llega a un punto de no mostrarse en la sociedad por miedo al rechazo y la poca aceptación.

- **Los rasgos de personalidad:** dentro de los rasgos esperados “normalmente” por la sociedad, se espera que las mujeres sean complacientes, amorosas y emocionales, y que los hombres sean masculinos, fuertes, confiados, seguros y agresivos.
- **El comportamiento doméstico:** En este aspecto influye grandemente lo que conocemos como machismo. Algunas personas esperan que las mujeres sean las únicas que se encarguen de los niños, los eduquen, preparen los alimentos y que funcionen simplemente como amas de casa, mientras que, para los hombres, se espera que sean los que se encargan de las finanzas, del automóvil y de las reparaciones del hogar.
- **Las diferentes ocupaciones:** En este ámbito también observamos como el sexo masculino trata de imponerse ante el sexo femenino. Se espera que las mujeres adquieran puestos laborales más sencillos y femeninos, tales como la docencia y la enfermería, mientras que quienes se dedican a la medicina, la administración, a la ingeniería o a pilotar aeronaves son hombres.
- **El aspecto físico:** Los estereotipos del mundo actual esperan que las mujeres sean delgadas y elegantes, mientras que se espera que los hombres sean altos y musculosos. También se espera que los hombres y las mujeres se vistan y se arreglen de forma estereotipada según su género.

2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICAS DE INVESTIGACIÓN.

2.1.2.1. Antecedentes investigativos.

La homosexualidad siglos atrás fue vista como algo tabú, prohibido y en muchos casos una práctica maligna. La realidad es que el ser homosexual hasta antes de la segunda mitad del siglo XX era un peligro. Médicos y psiquiatras catalogaban la homosexualidad como una enfermedad y en algunas regiones se veía como un crimen que merecía la pena de muerte. “Salir de closet” implicaba marginación social y un peligro a las personas.

No se sabe con exactitud la fecha en la que inició la homosexualidad o si es algo natural al ser humano, se sabe que ha estado presente desde tiempos muy remotos lo cual nos lleva a pensar que es parte de la naturaleza humana. Existen teorías que señalan a algunos personajes históricos como homosexuales tales son: Alejandro Magno, acusado de haber sido bisexual pues se casó con varias princesas mientras sostenía relaciones sentimentales con amigos y compañeros; otro ejemplo de posible homosexualidad es Leonardo Da Vinci, aunque no existen pruebas definidas para asegurar su preferencia, hay teorías que hablan sobre su posible homosexualidad.

Para el siglo XXI, la relación existente entre los medios de comunicación y la homosexualidad, está inclinada más hacia el lado positivo, que al negativo. El estereotipo de “maricón”, o “el afeminado” se ha quedado atrás. La homosexualidad ha dejado de ser sinónimo de inmoralidad y la discriminación sin razón cada vez se aleja más de la realidad.

En esta labor los medios de comunicación juegan un papel primordial. Los mass media como portavoces de la Opinión Pública deben elaborar un discurso en que ambas partes se

vean identificadas, pero la realidad es más gris de lo que aparenta, ya que la prensa, la radio y la televisión, en lugar de emitir un mensaje social de progreso, se dedican a retrasar a la sociedad, ya que para vender sus productos utilizan los mismos estereotipos que utilizaban los políticos del siglo XIX y principios del XX para no incluir a la mujer dentro de sus actuaciones.

El desarrollo de los medios masivos y la creciente adopción de nuevas tecnologías, marcan la oferta y el consumo de medios. Además, han ido ocupando un papel cada vez más relevante en diferentes aspectos de nuestra sociedad moderna y las identidades de sus miembros. Esta problemática genera interesantes desafíos investigativos, a las ciencias sociales en general y a la comunicación social en particular.

El impacto de los medios en las audiencias es de gran trascendencia, porque contribuye a formar creencias, opiniones y actitudes sobre la realidad social. Sin embargo, a través de los medios también se legitiman y reproducen ideologías de discriminación hacia diferentes grupos sociales vulnerabilizados, incluyendo a los que expresan identidades de género y orientaciones y prácticas sexuales no normativas. Tales ideologías son la homofobia, la lesbofobia, la bisexfobia, la travestofobia y la transfobia, además del sexismo, el racismo, el clasismo y la xenofobia, entre otras.

Lady Gabriela Masabanda Banda (2014-2015), En la universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social de la carrera de Diseño Gráfico, realizó la investigación del tema: La homofobia y su incidencia en el comportamiento de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la FACSOS de la universidad de Guayaquil.

La autora de esta investigación procura dar a conocer los temas sobre las relaciones que se tienen con personas de diferencia tendencia sexual los cuales están llenos de prejuicios homófonos. Los cuales intentan descubrir si esto erradica en la falta de información o falta de interés en el aprendizaje.

Rommel Sebastián Bedón Noboa(2015), En la universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social de la carrera de Comunicación Social, realizó la investigación del tema: Guía Básica de términos LGBTI para el tratamiento periodístico de la diversidad sexual y de género en la construcción de la noticia en periódicos impresos ecuatorianos.

Dicho proyecto tenía como fin desarrollar un medio por el cual exista una guía para los periódicos en la construcción de noticias con enfoques de género y diversidad sexual, sin discriminación y sin promoción de violencia. La misma que permitirá codificar adecuadamente un lenguaje para evitar que los textos periodísticos incurran en homofobia, discriminación, reforzamiento de estereotipos y violencia.

Eduardo Andrés Silva Turner (2015), “En la universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Social, realizó la investigación del tema: Estereotipos de masculinidad identificados por la comunidad de adultos emergentes homosexuales de la ciudad de Guayaquil”.

Se desarrolló una investigación realizada precisamente para conocer los tipos de estereotipos que actualmente se mantiene en la sociedad con el fin de indicar y exponer que el grupo GLBTI siempre estuvo y ha formado parte de la historia dentro de la sociedad, antes penalizado y ahora con una transparencia mayoritaria.

Si antes no eran aceptados y visto como una enfermedad y adicional penalizado, ahora lo que se busca con gremio u organizaciones es que este estereotipo sea regulado y que los gay sean aceptados por el mundo y no sean tildados con prejuicios discriminatorio que el principal paso es la depresión y en algunos casos hasta la muerte. Por otra parte, también continua vivo el estereotipo de homosexual como amenaza pública, como peligro social de esta manera catalogado por personas.

2.1.2.2. Categoría de análisis.

Gráfico 1

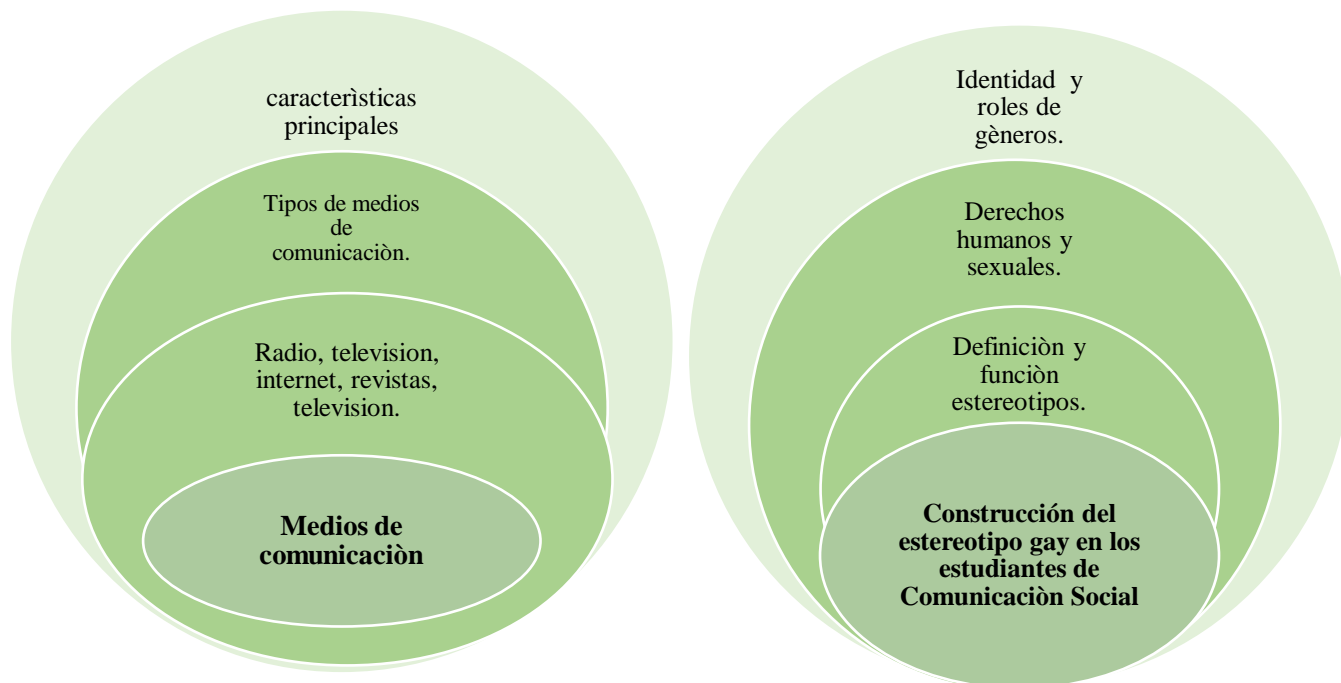


Gráfico **Gráfico2. Variable dependiente**

Pertenece a las variables dentro de la categoría de análisis

Elaborado por: Kleber García. Postulante

2.1.3. Postura teórica.

Estudios y documentación teórica de investigación establece unión entre las variables correspondientes, de modo que las causas y los efectos conllevan una interacción completa hacia la problemática, por el cual se estima una visión científica la cual tiene fuerza en analizar dicha propuesta.

La homosexualidad no es un trastorno mental o físico, y las profesiones de salud mental no consideran la orientación hacia el mismo sexo como algo perjudicial, indeseable o algo que requiera intervención o prevención. Es parte esencial de la identidad de una persona, tal y como la orientación heterosexual lo es para una persona heterosexual.

Todas las organizaciones profesionales de salud más importantes, incluidas la Asociación Americana de Psiquiatría, la Asociación Americana de Psicología (American Psychological Association) y la Asociación Nacional de Trabajadores/as Sociales (National Association of Social Workers).

Por otra parte estudios revelan que el ser lesbiana o gay no produce obstáculos inherentes para tener una vida feliz, saludable y productiva, y que la inmensa mayoría de las personas lesbianas y gay funcionan bien en la amplia gama de instituciones sociales y relaciones interpersonales. (Lambda, 2013)

Como hemos mencionado anteriormente, aunque la disciplina de la teoría de comunicación ha crecido muy rápidamente en los últimos años, no parece contar con un objeto de estudio claramente definido ni con un sistema coherente de aproximaciones teóricas. Lo que sí se da, es un conjunto variopinto de teorías clasificables de diversos modos, que presuponen principios epistemológicos y ontológicos muy alejados entre sí. Todos los procesos correspondientes para mantener una generalización e igualdad de género.

Postura Psicológica

Según la Psicóloga Isabel Lantigua (2005) "La homosexualidad no es ningún trastorno mental y así lo afirma la comunidad científica internacional", explica a 'elmundo.es' Fernando Chacón, decano del Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. De hecho, la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) retiró en 1973 la homosexualidad de su

manual de diagnóstico y la Organización Mundial de la Salud (OMS) dejó de considerarla una enfermedad en 1990.

Entonces, se puede ser hombre o mujer pero con distintas orientaciones sexuales. Es falso que una persona “por nacer varón tiene que ser heterosexual, le tiene que gustar la mujer, o el hombre con pene y la mujer con vulva deben sí o sí tener sexo para reproducirse”. La verdad es que no todos los hombres y mujeres desean tener sexo solamente para reproducirse (sino no existirían los anticonceptivos), no a todas las personas les gusta el otro sexo y ello no está para nada mal, al contrario, es algo normal que sucede en la especie humana (y en otras especies animales).

La homosexualidad se consideró una conducta punible por la ley debido a que atentaba contra los valores de la sociedad y la familia, dado que no conducía a la reproducción y, por tanto, al mantenimiento de la estructura social. Es importante señalar que la mayoría de los homosexuales se casaron, tuvieron hijos, llevaron una vida ajustada a los cánones de su sociedad y no fueron ningún peligro para nadie.(Ardila R. , 2008, pág. 4)

Existen muchos estudios, y aún se continúa investigando, sobre el origen de la homosexualidad. Muchos de ellos hablan de hormonas, genética, biología, estructuras cerebrales, identidad sexual, etcétera. Todavía no hay ninguno definitivo, por la simple razón de que en el ser humano confluyen muchos factores: emociones, pensamientos, vivencias, fantasías, familia, entorno cultural y social, y un largo etcétera. Explicar cualquier fenómeno humano implicará mirarlo desde los puntos de vista social, psicológico y biológico.

Pocos son los estudios que a lo largo del tiempo no se hayan contaminado de prejuicios, aunque -eso sí- teñidos de un barniz científico, sobre la orientación sexual humana. La sexualidad en sí misma no es tal sin tener en cuenta el individuo que la vivencia. Sería mucho más productivo hablar, en plural, de “sexualidades” y desde este lugar ver la homosexualidad como una variación normativa dentro del repertorio de la conducta sexual

humana. Y partiendo de esta base: ¿no sería más productivo para todos estudiar las causas de la “discriminación”?

Postura Social

La cultura también afecta la percepción sobre la homosexualidad. Algunas sociedades la aceptan y otras la desaprueban, pero la toleran. Otras, sin embargo, la consideran una ofensa criminal que puede ser punible con pena de muerte. Lo que cada persona aprende sobre la homosexualidad mientras crece, afectará lo deseable o lo reprobable que después encuentre las relaciones entre personas del mismo sexo.

Según el portal la Red 21 (2013) en su publicación manifiesta que dentro del ámbito homosexualidad podemos encontrar distintos, no sé si llamarlos nombres, apodos, o adjudicaciones de sobrenombres, creo yo ofensivos, se encuentran los travestis que son hombres vestidos de mujeres, o mujeres de hombres.

Pero casi siempre la primera es la más vista, luego están los gais o lesbianas que son aquellos hombres que se sienten mejor sintiendo, actuando y viviendo como mujeres, y aquellas mujeres que actúan, sienten y viven como hombres, y luego están los transexuales, que son aquellos que cambian su sexo natural, o sea con el que nacieron, para vivir más cómodos con su entorno

Los alelos -grupos de genes- que a veces codifican la orientación homosexual pueden tener en ocasiones un beneficio reproductivo, que compensaría a los gais y aseguraría la continuación de la característica, ya que los heterosexuales pasarían el gen. Hay dos formas de que ocurra. Una, que el alelo confiera una característica psicológica por la cual los hombres heterosexuales son más atractivos a las mujeres o viceversa.

La comparación entre hombres y mujeres denota rasgos significativos diferentes; los rasgos dimórficos que se tratan de un conjunto de diferencias morfológicas y fisiológicas que caracterizan y diferencian a los dos sexos de una misma especie en mayor o menor grado, es la diferencia física entre machos y hembras.

Por lo cual el grado de dimorfismo sexual suele variar mucho entre unas especies y otras; es definido como las variaciones en la fisonomía externa como: forma, coloración o tamaño, entre machos y hembras de una misma especie. La homosexualidad es un rasgo dimórfico atípico, por ello los homosexuales presentan rasgos atípicos de su sexo.

En el terreno de los estudios de la homosexualidad, y en un contexto sociopolítico específico, enterarse de que más del 60 por ciento de algunas culturas estudiadas y reportadas por trabajos como los de Ford y Beach "aceptan" a la homosexualidad puede tomar un cariz importante y tomarse como un estandarte que incline la balanza hacia la "aceptación" de la homosexualidad en las sociedades modernas. Es decir, hablamos aquí de la posibilidad de construir un a priori sostenido en malas lecturas etnográficas, en imprecisiones, o bien en militancias exacerbadas.

Y en este sentido, no basta con tratar de ubicar a cada una de las "experiencias" de la homosexualidad en los marcos explicativos de las culturas (también específicas); también hay que entender su significación, los momentos en que cobra tal significación y los sistemas construidos a partir de ella. El reporte Ford y Beach y su intento de "validar" a la homosexualidad

2.2.HIPÓTESIS.

2.2.1. Hipótesis general.

Si se analiza la forma negativa sobre contenidos homosexuales transmitidos en los medios de comunicación, mejorará el prejuicio que actualmente mantienen los estudiantes de comunicación social.

2.2.2. Sub-hipótesis o derivadas.

- Determinando estrategias la sociedad cambiará el comportamiento calificativo hacia los gays. .
- Analizando los contenidos homosexuales que transmiten los medios de comunicación se terminara con el prejuicio hacia los gays.
- Calificar a homosexuales con estereotipos equivocados genera discriminación y rechazo social.

2.2.3. Variables.

Independiente:Medios de Comunicación.

Dependiente: Construcción del estereotipo gay en los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo.

MATRIZ PARA INTERRELACIONAR PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

TABLA # 2

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el efecto que produce el estereotipo homosexual transmitidos en los medios de comunicación en los prejuicios de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo en el año 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar si el estereotipo homosexual transmitidos en los medios de comunicación influye de forma negativa en el comportamiento de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo en el año 2017.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Si se analiza la forma negativa sobre contenidos homosexuales transmitidos en los medios de comunicación, mejorará el prejuicio que actualmente mantienen los estudiantes de comunicación social.</p>
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS

ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECIFICAS
<p>¿De qué manera influye en la sociedad, el estereotipo homosexual difundido en los medios de comunicación?</p> <p>¿Qué tanto influyen los medios de comunicación sobre los prejuicios emitidos por los heterosexuales hacia los gays?</p> <p>¿Cómo influye la falta de conocimiento sobre el uso de estereotipos gays en la sociedad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar estrategias para mejorar el estereotipo que tiene la sociedad hacia los homosexuales. <p>Analizar si los medios de comunicación influyen en el prejuicio emitidos por los heterosexuales hacia los gays.</p> <p>Examinar las causas sobre la falta de conocimiento por el cual ellos siguen siendo víctimas de bullying y rechazo social.</p>	<p>Determinando estrategias la sociedad cambiará el comportamiento calificativo hacia los gays.</p> <p>Analizando los contenidos homosexuales que transmiten los medios de comunicación se terminara con el prejuicio hacia los gays.</p> <p>Calificar a homosexuales con estereotipos equivocados genera discriminación y rechazo social.</p>

Matriz para interrelacionar problema, objetivos e hipótesis.

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

CAPÍTULO III.-

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

La población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo. Es por eso que en dicha investigación se tomará una muestra principal, la cual nos ayudará para el desarrollo del proyecto, la elección de la muestra es muy importante para que los resultados que se extraigan de ella se puedan generalizar a toda la población

En este proyecto la población de estudio serán 380 estudiantes matriculados en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo en el año 2017. Cuya cantidad una vez aplicada la fórmula se analizará la muestra probabilística de la población estudiada, al tanto de conseguir los objetivos planteados.

Se tomará como referencia principal a la población respectiva. Para aplicar dichomuestreo se realizará un proceso aleatorio para que la población de diversos grupos tenga la capacidad de involucrarse e incrementar aportes que ayuden a la muestra en general. La muestra se realizará en la Escuela de Comunicación Social. La muestra es una porción que se analizara mediante una técnica, la cual nos representará a todo nuestro objeto de estudio:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error admisible

Z= Nivel de confianza

p= Es la variabilidad positiva 50%

q= Es la variabilidad negativa (1-p)

Una muestra debe ser adecuada en cantidad y en calidad. En relación con el primer aspecto, existen procedimientos estadísticos para saber cuál es el número mínimo de elementos que debemos incluir en el estudio para obtener resultados válidos. El método otorga una probabilidad conocida de integrar la muestra a cada elemento de la población, y dicha probabilidad no es nula para ningún elemento.

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma.

Desarrollo de la formula

n = ?

N=380 estudiantes

E=2%= 0,02

$$Z=98\% = 2,32$$

$$p= 50\%= 0,05$$

$$q=1-p = 0,0$$

Desarrollo:

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

$$n = \frac{380(2,32)^2 \cdot (0,05)(0,05)}{379(0,02)^2 + (2,32)^2 \cdot (0,05) \cdot (0,05)}$$

$$n = \frac{380 \cdot 5,4289 \cdot 0,0025}{379 \cdot 0,004 + 5,4289 \cdot 0,0025}$$

$$n = \frac{5.157455}{0,1516 + 0,01357225}$$

$$n = \frac{5.157455}{0,16517225}$$

$$n = 31,224706$$

$$n = 31$$

Una vez que se ha generado el proceso del muestreo se ha llegado al resultado que de 380 estudiantes de la escuela de Comunicación Social, se tomará como muestra 31 estudiantes de los diferentes paralelos. La cual se representa el siguiente esquema.

TABLA # 3

Estudiantes	31
Total	31

Número de estudiantes a encuestar

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

3.1.2. Análisis e interpretación de datos

Para la obtención de resultados se realizaron encuestas y entrevistas dentro del Recinto Tres Postes, a continuación sus resultados establecidos mediante gráficos.

Recolección de datos

TABLA #4

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para conocer el impacto que tienen los medios de comunicación social en el estereotipo Gay.
¿Sobre qué personas?	Los estudiantes de la escuela de comunicación social.
¿Sobre qué aspectos?	Por medio de las variables, dependiente e independiente
¿Quiénes?	El estudiante investigador.
¿Cuándo?	18 de diciembre 2017
¿Dónde?	Universidad Técnica de Babahoyo
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Cuáles son las técnicas de recolección de datos?	<ul style="list-style-type: none">• La encuesta• Análisis
¿Mediante qué?	Por medio de preguntas.

Recolección de datos

Elaborado por: Kleber García. Postulante

TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS

1. ¿Consideras que la homosexualidad es una enfermedad mental?

TABLA # 5

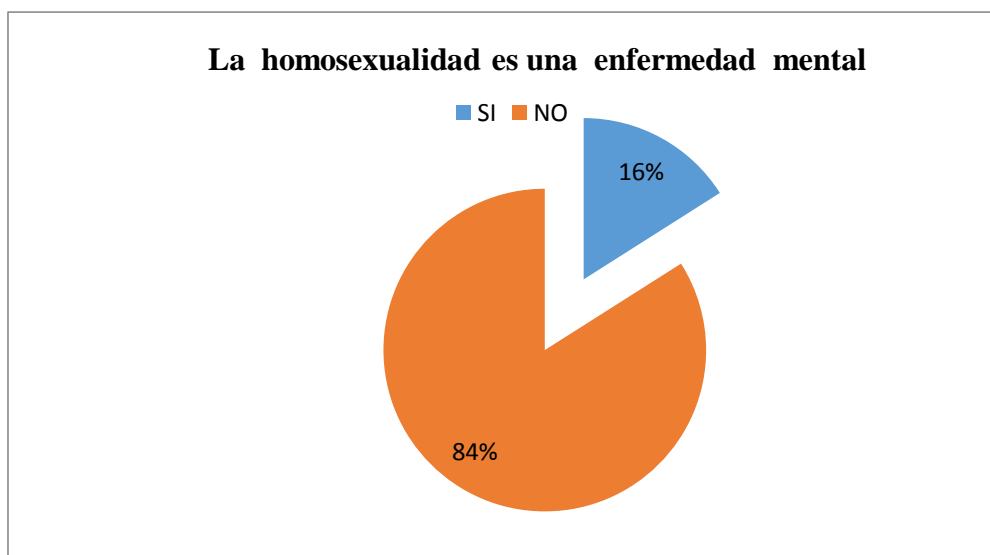
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	16
NO	26	84
TOTAL	31	100

Porcentaje de la pregunta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 2

La homosexualidad es una enfermedad mental



Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 84% de los estudiantes encuestados respondieron que no consideran a la homosexualidad como una enfermedad mental, mientras que el 16% indicó que sí. Esto demuestra que una pequeña cantidad de estudiantes desconocen sobre temas de homosexualidad lo que genera gran confusión en la sociedad estudiantil.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en la creación de estereotipos discriminatorio hacia los gay?

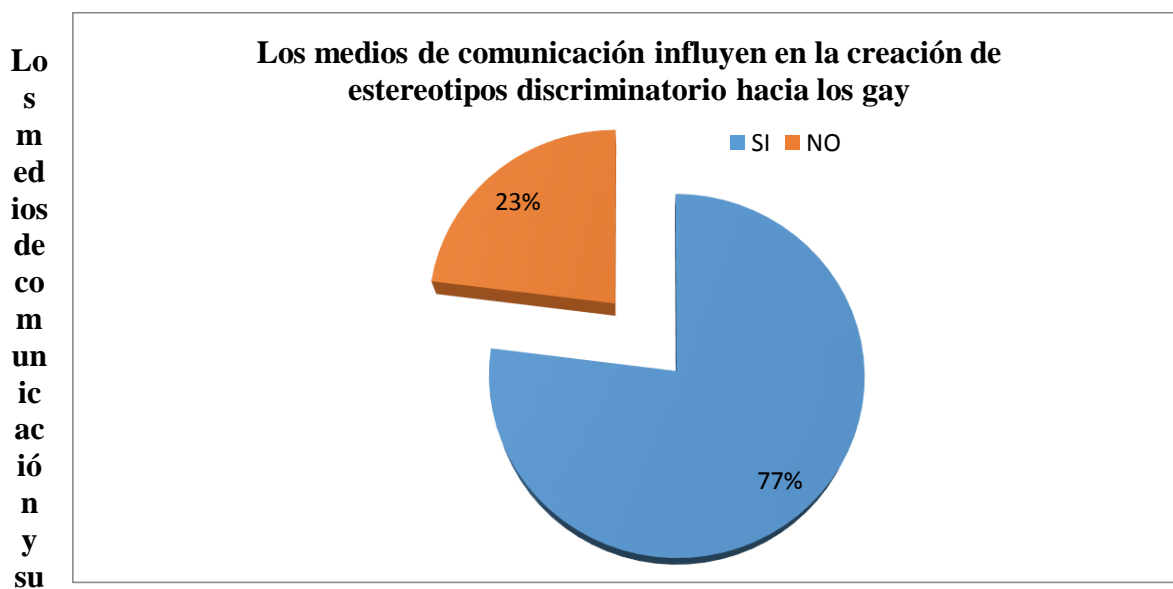
TABLA # 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	77
NO	7	23
TOTAL	31	100

Porcentaje de la pregunta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 3



influencia en la creación de estereotipos

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 77% de los encuestados manifestaron que si influyen los medios de comunicación en la creación de estereotipos discriminatorios hacia los gay, mientras que el 23% indico que no. Los medios de comunicación en la actualidad crean pequeños estereotipos sobre la comunidad gay, esto demuestra que actualmente si influyen de alguna manera deberían encaminar a la sociedad con información clara en este tema.

3. ¿Consideras que los gay son aceptados actualmente en la sociedad?

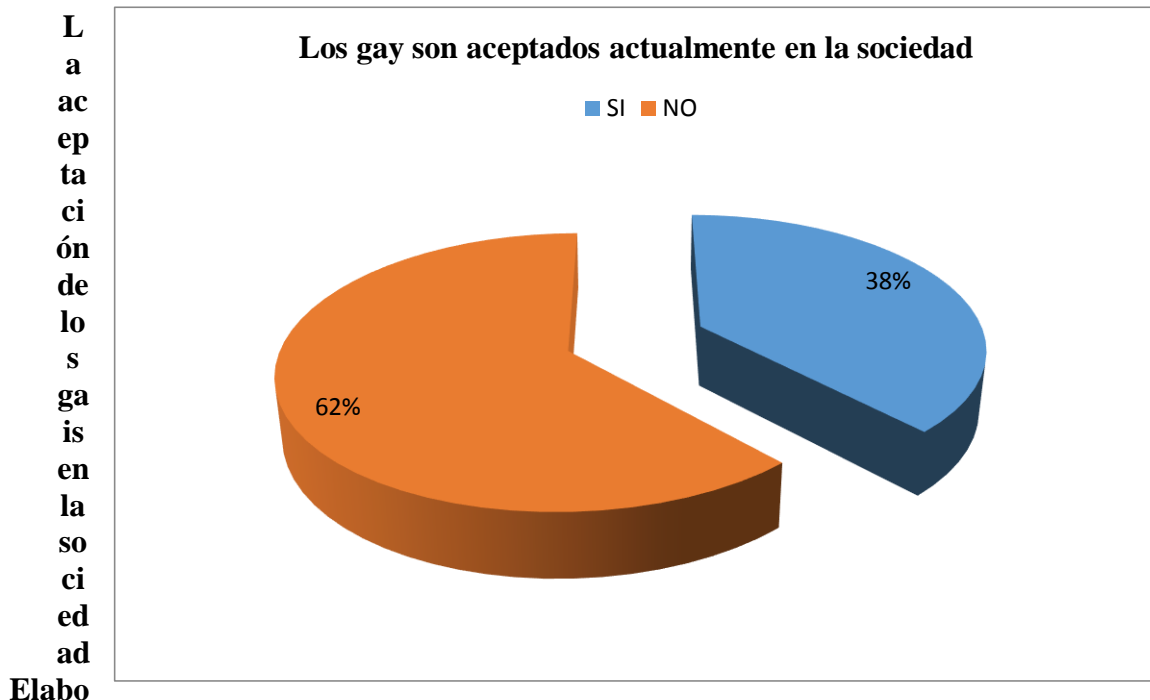
TABLA # 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	39
NO	19	61
TOTAL	31	100

Porcentaje de la pregunta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 4



rado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 62% contestaron que no son aceptados por la sociedad, mientras que el 38% aseguro que sí, las causas se deben a la desinformación que tienen la mayoría de las personas en base a temas de la sexualidad,

se evidencia un gran porcentaje que los gay no son incluidos en la sociedad, la aceptación es muy deficiente.

4. ¿Te sientes incomodo si estas cerca de un gay?

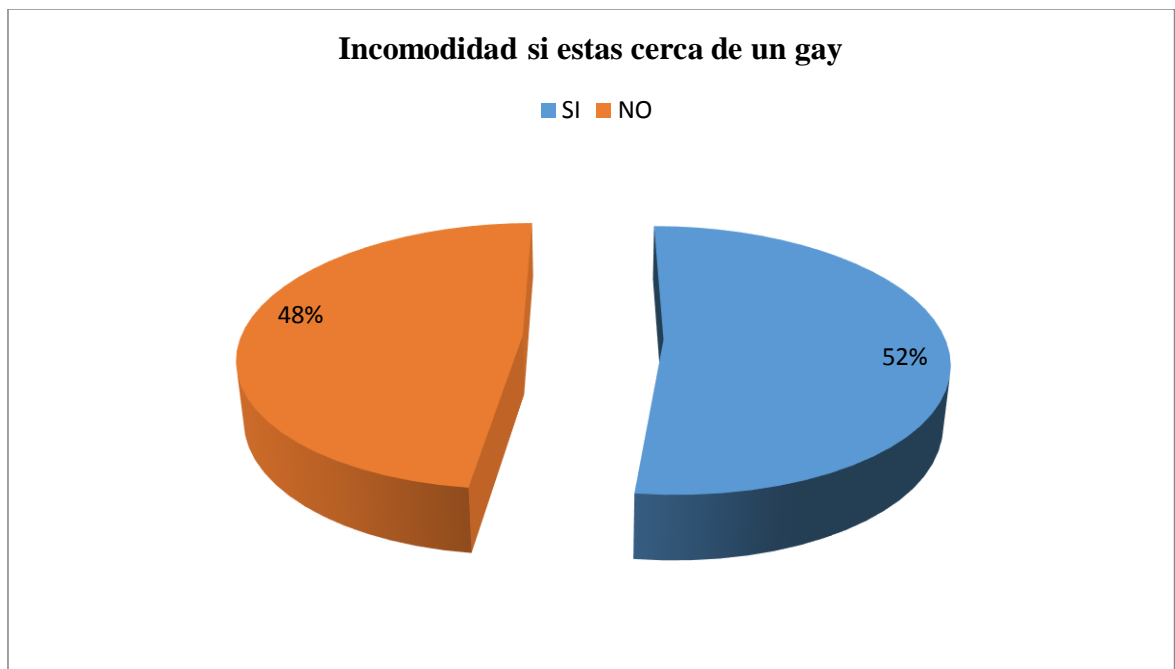
TABLA # 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	52
NO	15	48
TOTAL	31	100

Porcentaje de la pregunta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 5



La incomodidad si estas cerca de algún gay

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 52% de los encuestados manifestó que si se sienten incómodos cuando están cerca de algún gay, mientras que el 48% dijo que no les afecta estar rodeados de personas con gustos diferentes. Es evidente según

resultado que en la actualidad sigue el prejuicio hacia los gay por el cual prefieren evitar el más mínimo contacto y mantenerlos aislados.

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Específicas

- Una vez determinada la muestra se analizó que la mayoría de los estudiantes encuestados consideran que los medios de comunicación si influyen en la formación de estereotipos hacia los grupos homosexuales también denominados gay.
- Según los resultados, la comunidad gay no está siendo aceptada dentro de la sociedad que los rodea, debido a que consideran que este grupo de personas dan mal ejemplo a los jóvenes y en especial a los niños.
- Existe mucha desinformación por parte de las personas acerca de temas que tengan que ver con la homosexualidad, ya que la catalogan como una enfermedad que cada día trasciende y en la cual se ven inmiscuidos principalmente los jóvenes.

3.2.2. Generales

- El poder de los medios de comunicación es bastante influyente dentro de la sociedad ya que sus contenidos van encaminados a formar estereotipos gay en los estudiantes de la escuela de comunicación social.

3.3. RECOMENDACIONES S ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. Especificas

- Se recomienda que los medios de comunicación planteen sus contenidos de manera adecuada, generando las buenas costumbres y la construcción de valores que permitan concientizar a los jóvenes sobre los estereotipos gay.
- Aceptar y respetar a la comunidad gay en todos los ambitos, ya sean politicos, sociales, y culturales que existan dentro de la sociedad.
- Se recomienda informar a los estudiantes y a la comundiad en general sobre temas de homosexualidad, mediante charlas que permiten un mejor entendimiento sobre este tema social.

3.3.2. Generales

- Se recomienda a los medios de comunicación formar contenidos que no construyan estereotipos gay hacia los estudiantes de la escuela de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, sino más bien que ejecuten contenidos encaminados a la construcción de las buenas costumbres y valores que día a día se están perdiendo.

CAPÍTULO IV.-

PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Alternativa Obtenida

Gracias a los resultados de la investigación, y las encuestas que se han realizado la alternativa obtenida se fundamenta principalmente en cambiar los estereotipos que construyen los medios de comunicación principalmente los de carácter audiovisual sobre los temas de la homosexualidad, por medio de la formulación de la propuesta, que está basada en la “realización de capacitaciones ” a los estudiantes de la escuela de comunicación social.

Mediante las capacitaciones lo que se buscará es determinar si el estereotipo homosexual difundido en los medios de comunicación influye de forma negativa, en el comportamiento de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

4.1.2. Alcance de la alternativa

La presente propuesta lo que quiere es disminuir los aspectos negativos que tienen los estudiantes de comunicación en base a temas de homosexualidad los cuales son

provocados por los medios de televisión, ya que estos construyen estereotipos negativos al momento de ser consumidos por la sociedad. Se pretende colocar a conciencia del público la calidad de los contenidos que emiten los programas de televisión, además, incentivar a que los padres autorregulen el horario que sus hijos pasan frente al televisor, y que de esa manera mejore la educación y cultura.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio.

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio

La principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades; por ejemplo; dentro de la televisión, hay programas de entretenimiento, de noticias e información, culturales y educativos, y formativos para infantes de todas la edades. Los medios masivos son parte de la vida diaria de las personas promedio, otorgan sustento económico a un gran número de la población mundial, y permiten la comunicación a grandes distancias. (Goya, 2012, pág. 17)

Por otro lado, la comunicación en masa suele reducir o eliminar las relaciones interpersonales del proceso de la comunicación, y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional, generando una masa integrada por miembros heterogéneos, es decir, personas de distintos estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida muy diferentes

En estos momentos, tanto la información como la comunicación se han convertido en un bien imprescindible para todos, pues nos van a permitir construir el conocimiento y desarrollar experiencias de enseñanza-aprendizaje que mejoren nuestra comprensión del entorno. Indiscutiblemente la sociedad moderna del siglo XXI está ligada a los medios de comunicación.

Hay varias formas en que se produce la influencia, llamada social, sobre la conducta, así como los efectos que producen. La influencia puede ser pasajera o duradera, puede darse en un pequeño grupo o en uno grande, o puede ser consciente o inconsciente, pero ya nadie duda de la gran influencia que tienen los medios de comunicación sobre la forma de pensar, sentir y actuar. Es decir, sobre la conducta. Sin embargo, se debe considerar que las influencias pueden ser también positivas y negativas.

Estos medios de comunicación, ya sea televisión, radio, cine, prensa escrita o audiovisual, autopistas de la información, llevan, en un sentido general, a la universalización de la cultura de masas, ensanchando los horizontes, proponiendo nuevos modelos sociales, conductas, valores, etc. que generalmente responden a una ideología dominante, aunque muchas veces, estén alejados de la realidad y contexto habitual del sujeto.

Si bien los medios de comunicación social, bajo una visión positiva, complementan y colaboran en el proceso de socialización de las nuevas generaciones, junto a los ya enumerados, también es necesario enfocar la cuestión desde una perspectiva negativa, ya que, a través de la propaganda, la publicidad, el planteo de ciertos modelos ajustados más a

una cuestión económica que social, pueden llegar a convertir la cultura genuina en una mercancía de consumo.

Según Alejandro Orosco Venero (2012) El concepto de inclusión social utilizado por los medios de comunicación suele involucrar a grupos que tienen carencias económicas o sufren de barreras geográficas; sin embargo, la homosexualidad pocas veces ha sido asociada a este término pese a que su participación en la vida social, económica y política también se ve afectada “la inclusión social también supone una inclusión de los homosexuales en la vida del país, como una persona normal y que está en búsqueda de salidas.

Y es que la mayoría de la gente se forma una impresión de los demás al observar su comportamiento y su ocupación. A veces esa ocupación está asignada por la sociedad. Por ejemplo, en la Edad Media, los judíos apenas podían dedicarse a otra cosa que no fuese la manipulación del dinero. Esto hizo que fuesen vistos como personas cuyas características de personalidad eran ideales para esta tarea.

Los estereotipos en la información de medios escritos o audiovisuales, en la publicidad o el entretenimiento actúan como códigos que proveen pautas de comprensión sobre sujetos o grupos –habitualmente a través de su clase, color de piel, condición social, trabajo, ocupación, géneros u orientaciones y prácticas sexuales no normativas - y su eficacia.

4.1.3.2. Justificación

Los medios son importantes por muchas razones, pero de manera particular porque ofrecen elementos de información para que la ciudadanía esté al tanto de lo que dicen y hacen quienes buscan un escaño público; y en ese sentido, tomen una postura con respecto a la

elección de candidatos, a las políticas públicas o a los temas de interés general de la población.

El deber de los medios es que informan, forman, sensibilizan y movilizan. En la antigua Grecia, se requería la plaza pública para que los ciudadanos arreglaran sus disputas o se enteraran de lo que ocurría de diario. Hoy los medios se han convertido en esa moderna ágora. Por eso deben recoger los problemas de la sociedad y aunar esfuerzos con el estado y la sociedad para edificar una sociedad más justa y equitativa.

Para la escuela de comunicación social de la Universidad Tecnológica de Babahoyo los medios de comunicación social tienen dos formas de impartir la información, la primera se basa en dar a conocer la verdad sobre cualquier situación que esté presente, siendo imparcial, la segunda se basa de forma negativa, construyendo estereotipos principalmente en temas relacionados con la homosexualidad, mediante los contenidos audiovisuales, ya que en la mayoría de casos estos representan un cambio de conducta hacia los estudiantes de comunicación social.

Los medios de comunicación cuentan con características positivas, y negativas. En la primera, posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta de forma inmediata. También hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos no desaparezcan por completo. En la segunda, recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, estos medios de comunicación, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión

La televisión, por ser el medio de pasatiempo más difundido, juega un papel muy importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva. En la actualidad se responsabiliza; los malos hábitos de los adolescentes, de la falta de concentración, del abandono de valores, o la equivocada aplicación de la misma, del bajo

rendimiento escolar. Se deja de lado el papel de los padres de familia como reguladores del tipo de programas que conviene ver desde la niñez a la adolescencia.

Por tal motivo la propuesta que se pretende ejecutar se basa principalmente en impartir capacitaciones las cuales ayuden a que el estereotipo homosexual no influya de forma negativa en el comportamiento de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, sino que más bien, conozcan sobre las repercusiones que tiene dicho tema sobre la comunidad homosexual.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo general

- Realizar capacitaciones basadas en los estereotipos gay que construyen los medios de comunicación social, sobre los estudiantes de la escuela de comunicación social.

4.2.2. Objetivo específicos

- Identificar cuáles son los factores que provocan la construcción de los estereotipos gay mediante los medios de comunicación audiovisual.
- Informar a los estudiantes de comunicación social sobre temas de homosexualidad.
- Vincular a los medios de comunicación a realizar contenidos en donde se proyecte los valores y las buenas costumbres, lo cual permite establecer una buena conducta en los jóvenes.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

“Realización de Capacitaciones a los estudiante de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

4.3.2. Componentes

Generar espacio de capacitación para los estudiantes de Comunicación Social que son los futuros profesionales, los mismos que tendrán la capacidad y el conocimiento para moldear el estereotipo que actualmente se mantiene sobre los gais, además instruir con información veraz a la ciudadanía en vista que los medios de comunicación es el conducto por el cual los comunicadores difunden la información.

De la siguiente manera se compone la propuesta.

Gráfico 6

LAS CAPACITACIONES



Componentes de la propuesta
Elaborado por: Kleber García. Postulante

- Las capacitaciones serán realizadas a lo estudiantes de comunicación, con el fin de brindar una adecuada información sobre tema de homosexualidad. Los medios de comunicación social, juegan un papel importante dentro de esta propuesta, ya que mediante ellos se trasmiten contenidos que construyen estereotipos gay, los cuales están afectando la conducta de los estudiantes.
- las capacitaciones podrían ser impartidas en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.
- Tendrán una duración de 54 horas, las cuales están compuestas por 3 horas por día, durante tres días por semana.
- Serian impartidas por el investigador, en conjunto con comunicadores sociales y principalmente con psicólogos.
- Las capacitaciones serán % prácticas y % teorías, los materiales serán dados por el grupo de trabajo del investigador.

CONSTRUCCION DE LA PROPUESTA

MATERIALES A UTILIZAR

- PROYECTORES
- COMPUTADORAS
 - LIBROS
 - PLUMAS
- IMPRESORAS
 - CARPETAS
 - PLUMAS
- MATERIALES DIDACTICOS
- CAMARA FOTOGRAFICA
 - VIDEO CAMARA

EQUIPO DE TRABAJO

- COMUNICADORES SOCIALES
 - PSICOLOGO
- DOCENTES DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TABLA # 9

Ejemplo de cronograma de capacitaciones

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

CAPACITACION 01	
14:00- 14:30	BIENVENIDA A LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACION, REGISTRO DE CADA UNO DE ELLOS
14:30 - 15:00	PALABRAS DEL INVESTIGADOR
15:00 - 15:30	INTRODUCCION DE LAS CAPACITACIONES
15:30 - 16:00	TEMAS PRINCIPALES DE LAS CAPACITACIONES
16:00 - 16 :30	MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y HOMOSEXUALIDAD
16:30 - 17:00	INTERVENCION DE LA PSICOLOGA

TABLA # 10
CAPACITACION 02

14:00- 14:30	ESTEREOTIPOS
14:30 - 15:00	EL USO DE LOS ESTEREOTIPOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
15:00 - 15:30	DINAMICA SOBRE LOS ESTEREOTIPOS
15:30 - 16:00	INTERVENCION DE LA PSICOLOGA
16:00 - 16 :30	EL SIGNIFICADO DE LA PALABRA GAY
16:30 - 17:00	PRESENTACION DE VIDEO.

Ejemplo de cronograma de capacitaciones

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

TABLA # 11	
14:00- 14:30	PRESENTACION DE VIDEO
14:30 - 15:00	LA HISTORIA DE LA HOMOSEXUALIDAD
15:00 - 15:30	LOS ESTEREOTIPOS QUE BRINDAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SON MALOS?
15:30 - 16:00	LOS DERECHOS HUMANOS
16:00 - 16 :30	INTERVENCION DE LA PSICOLOGA
16:30 - 17:00	DINAMICA

Ejemplo de cronograma de capacitaciones

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

- Lo que se espera es que mediante las capacitaciones los estudiantes de la escuela de comunicación social tomen concientización acerca de los estereotipos que brindan los medios de comunicación social, en especial los audiovisuales, debido a que sus contenidos provocan una conducta negativa en los estudiantes.
- Que los medios de comunicación realicen contenidos variados y de carácter educativos, teniendo como base principal los valores y las buenas costumbres.
- También que se constituya como un precedente en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, para que en lo posterior a la ejecución de esta propuesta, los estudiantes se interesen por estos temas que son de gran interés común.

Bibliografía

Aguilar Montes de Oca, Y., Valdez Medina, J., González-Arratia López-Fuentes , N., & González Escobar, S. (2013). *LOS ROLES DE GÉNERO DE LOS HOMBRES Y LAS MUJERES EN EL MÉXICO CONTEMPORÁNEO*.

Acosta, D. (2002). *La radio*. Taurus.

- Álvarez-Gayou Jurgenson, J., & Camacho y López, S. (2013). *Los rostros de la homosexualidad: una mirada desde el escenario*. Editorial El Manual Moderno.
- Amnistía Internacional . (2015). *Defensoras bajo ataque!: promoviendo los derechos sexuales y reproductivos en las Américas*. Amnistía Internacional .
- Ardila, R. (2008). *Homosexualidad y psicología (2a. ed.)*. Editorial El Manual Moderno Colombia.
- Ardila, R. (2008). *Homosexualidad y psicología (2a. ed.)*. Editorial El Manual Moderno Colombia.
- Batlle, P. F. (2006). La prensa y las transiciones políticas a la democracia. *Red Comunicar*.
- BBC Mundo. (28 de Diciembre de 2015). Muere Robert Spitzer, el psiquiatra que desmintió que la homosexualidad fuera una enfermedad.
- Belau, Á. F. (2006). Reinventar la radio. *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*.
- Borrilo. (2003). *HOMOFOBIA Y PREJUICIOS*. Obtenido de <https://juanherrera.files.wordpress.com/2009/05/investigacion-homosexualidad.pdf>
- Cohen , D., & Pereyra , M. (2006). *Lenguajes de la radio*. Editorial Brujas.
- de Andrés del Campo , S., & Eguizábal Maza, R. (2005). *Estereotipos de género en la publicidad de la segunda República Española: crónica y blanco y negro*. Universidad Complutense de Madrid.
- Carbone, G. (2009). *Escuela, medios de comunicación social y transposiciones*. Miño y Dávila.
- Centeno, R. (2009). Obtenido de https://historiaybiografias.com/el_mundo07c/: <https://www.diariodelviajero.com/cajon-de-sastre/datos-y-cifras-sobre-la-aceptacion-y-derechos-lgtb-en-el-mundo>
- Chomali, F. (2008). *ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA EL DEBATE ACTUAL ACERCA DE LA HOMOSEXUALIDAD*.
- Chust, J. V. (2016). *Los derechos humanos*. Editorial UOC.
- Colina, Y. (2009). *El Cine* . El Cid Editor | apuntes.
- Com, S., Ackerman, S. E., & Morel, M. P. (2011). *Introducción a la comunicación*. Ediciones del Aula Taller.
- Constitucion. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de Igualdad de género en la constitución ecuatoriana de 2008: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2804/1/RAA-29%20Andrea%20Karolina%20Cajas%20C%C3%B3rdova%20Igualdad%20de%20G%C3%A9nero%20%20la.pdf>
- Fernandez, A. M. (2011). *Ética y derechos humanos*. Red Enlace.
- Giunchedi. (1994). *Estudio de los heterosexuales hacia los gays*. Obtenido de <http://mx.123dok.com/document/9ynvg0zv-estudio-de-actitudes-heterosexuales-hacia-las-personas-gais-lesbianas-bisexuales-transexuales-e-intersexuales-glbti-en-la->

universidad-tecnica-de-babahoyo-escuela-de-comunicacion-social-de-la-ciudad-de-babahoyo-2014.h

- Gonzalez, B. (2015). *estereotipos como factor de generos* . Obtenido de file:///C:/Users/tu/Downloads/Dialnet-LosEstereotiposComoFactorDeSocializacionEnElGenero-262537.pdf
- Goya, E. D. (2012). *medios de comunicacion masiva*. Red Tercer Milenio.
- INEC. (2013). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Analisis_situacion_LGBTI.pdf
- Irala, J. d. (2009). *Comprendiendo la homosexualidad*. EUNSA.
- Kucharky, L. (2009). *Televisión basura, mito o realidad*. El Cid Editor | apuntes.
- La Red 21. (6 de mayo de 2013). Obtenido de <http://www.lr21.com.uy/enredados/1102128-la-homosexualidad-y-la-sociedad>
- Lambda. (2013). Obtenido de CONCEPTOS BASICOS SOBRE EL SER GLBTI: www.lambdalegal.org/espanol https://www.lambdalegal.org/sites/default/files/spa-vg_conceptosbausicos_final.pdf
- Lantigua, I. (2005). *Los psicólogos niegan que la homosexualidad sea una enfermedad*.
- Marcuss, H. (2005). <http://www.infoamerica.org/teoria/marcuse.htm>.
- Muñoz, B. (2006). Un periódico escolar contra el racismo. *Red Comunicar*.
- Nuñez, S. (2005). *Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio de comunicacion*. Obtenido de info@grupocomunicar.com: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825092.pdf>
- OMS. (1990). *OMS ELIMINA LA HOMOSEXUALIDAD DENTRO DEL CATALOGO DE ENFERMEDADES*. Obtenido de <http://noticias.universia.net.mx/cultura/noticia/2016/05/17/1139527/oms-elimina-homosexualidad-catalogo-enfermedades-mentales.html>
- Pais, E. (22 de Febrero de 2017). "En Uganda, los homosexuales nos jugamos la vida". Obtenido de https://elpais.com/elpais/2017/02/22/planeta_futuro/1487748098_694862.html
- Pasquali, A. (2006). Obtenido de <https://elmundoinfinito.com/ventajas-desventajas-medios-comunicacion-masiva/>
- Pasquali, A. (2012). Obtenido de <http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com/2012/07/antonio-pasquali.html>
- Piña, E. (2009). *Historia del cine*. El Cid Editor | apuntes.
- Piscitelli, A. (2002). Obtenido de <https://prezi.com/kjnjljdzswfv/internet-como-medio-de-comunicacion/>
- Plenel, E. (2013). *Combate para una prensa libre*. EDHASA.
- Ricaurte, P. (24 de Septiembre de 2009). La Comunidad LGBT en los Medios.
- Rivero, Y. M. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Editorial Gedisa.

- Rojo, P. (2005). Información y Conocimiento: una Visión del Cambio Social y Tecnológico en La Era Digital. *Razon y Palabra*.
- Salaverría, R. (2006). Convergencia de los medios . *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*.
- Silvo, C. C. (2004). *Internet: Un reto para los medios de pago tradicionales*. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Social, P. (13 de 09 de 2014). Obtenido de Homosexuales y medios de comunicación:
<https://periodismesocial.wordpress.com/2004/09/13/homosexuales-en-los-medios-de-comunicacion-los-viejos-y-nuevos-topicos/>
- Unidas, N. (2012). *ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GENERO*. Obtenido de
<http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/11/orentaci%C3%B3n-sexual-e-identidad-de-g%C3%A9nero2.pdf>
- Velasco, J. L. (2004). *Democracia y medios de comunicación*. UNAM.
- Venero, A. O. (2012). *La imagen de la homosexualidad en los medios de comunicación*.

ANEXOS

ENCUESTA A ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

5 ¿Consideras que en la universidad técnica de Babahoyo aún existen actos homofóbicos?

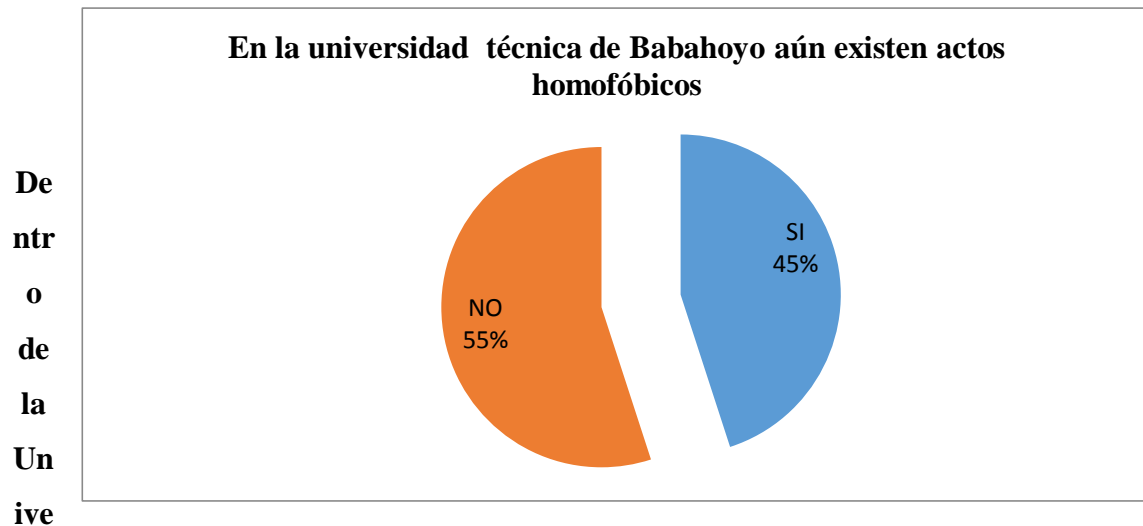
TABLA # 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	45
NO	17	55
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 7



rsidad aún existen actos homofóbicos

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 55% de los encuestados considera que dentro de la Universidad Técnica de Babahoyo no existen personas homofóbicas, mientras que el 45% aseguro que si existen. Un gran porcentaje aseguran que aún existen los homofóbicos, esta causa se genera por desconocimientos del tema.

6 ¿Piensas que es importante erradicar actos discriminatorios hacia los gay?

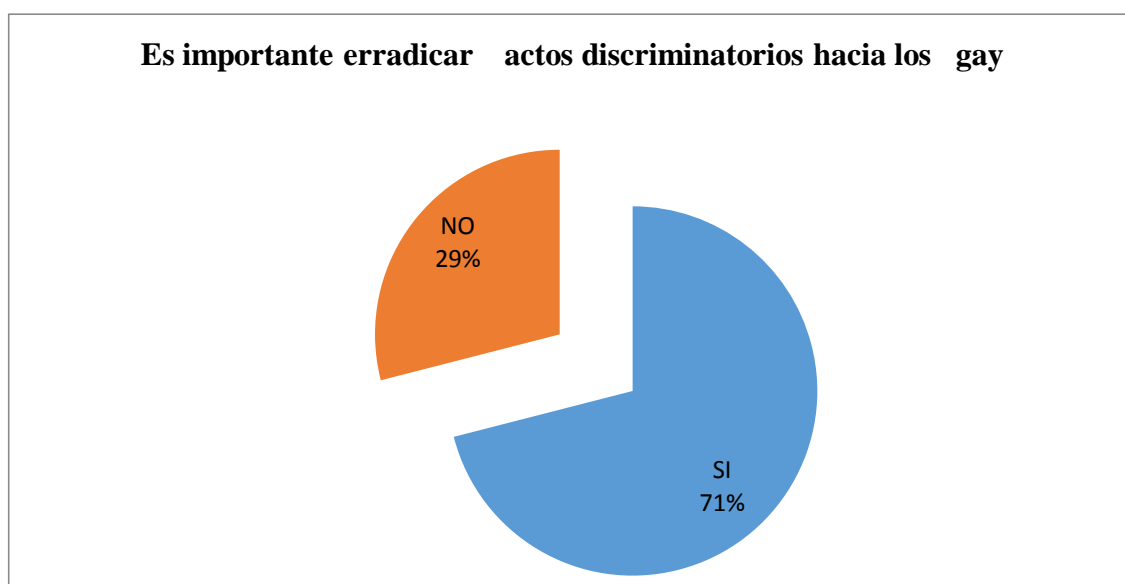
TABLA # 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	71
NO	9	29
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 8



La importancia de erradicar actos de discriminación hacia los gays

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 71% de los encuestados manifestaron que si es importante erradicar los actos de discriminación hacia los gay, ya que como todo ser humano necesitan de respeto e igualdad. Mientras que el 29% manifestó que no. Lo que da a entender que aún existen pequeños grupos de personas que discriminan a los gay por su sexualidad.

7. ¿Crees que el crecer sin afecto familiar sería el principal factor por el cual existen más personas gay?

TABLA # 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	94
NO	2	6
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

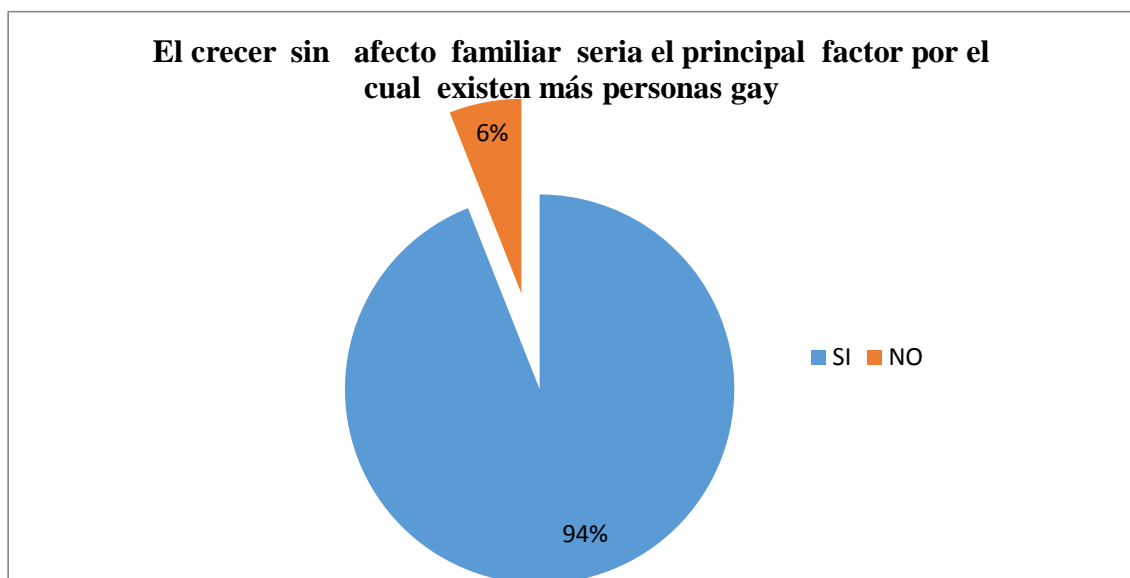


Gráfico 9

El crecer sin afecto familiar sería la principal razón por la que existan personas gays

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 94 % de los encuestados manifestaron que el afecto familiar serian el principal factor por el cual existen personas gay, ya que es la base fundamental de cada ser humano, para el progreso emocional a lo largo de toda su vida. El 6% de los encuestados manifestaron que no es un problema el crecer sin afecto familiar.

8. ¿Crees que una persona se vuelve gay por haber sido abusado sexualmente?

TABLA # 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	87
NO	4	13
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante



haber sido abusado sexualmente

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 87% de los encuestados manifestaron que si consideran que una persona se vuelve gay porque han sido abusados sexualmente; ya que la persona, queda con un trauma psicológico bastante severo. Mientras que el 13% manifestó que no es posible que una persona se vuelva gay por haber sido abusado sexualmente.

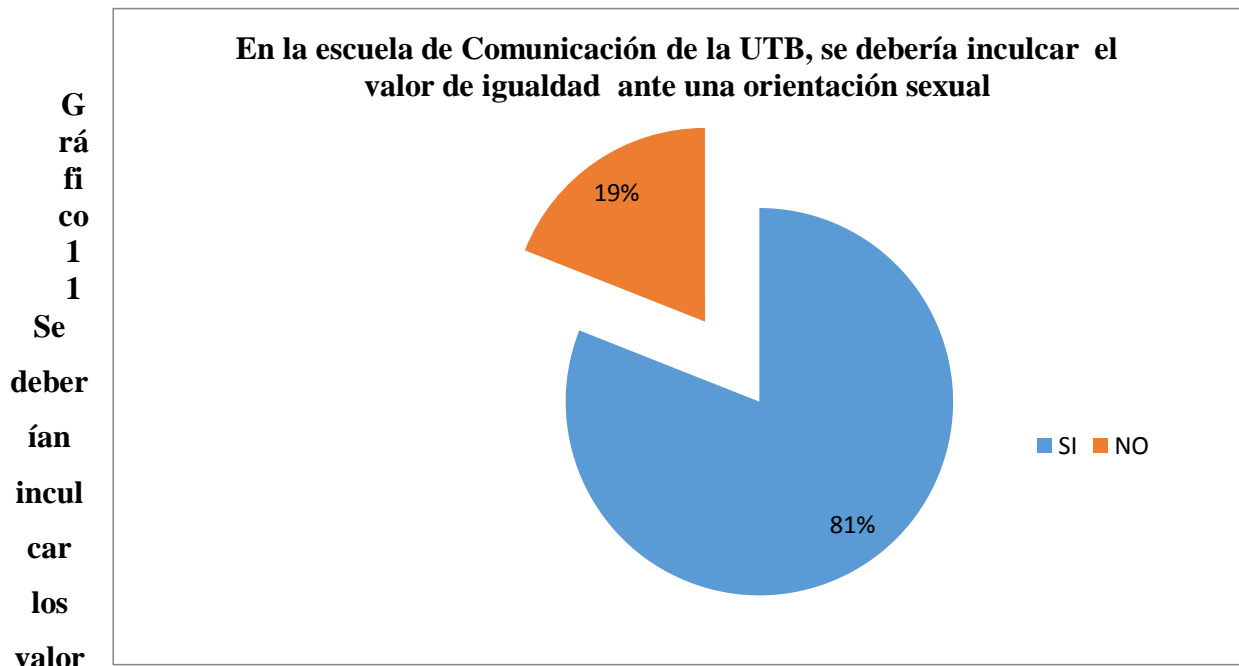
9. ¿Piensas que en la escuela de Comunicación de la UTB, se debería inculcar el valor de igualdad ante una orientación sexual?

TABLA # 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	81
NO	6	19
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante



es de igualdad dentro de la Escuela de Comunicación Elaborado por: Kleber García.

Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 81% de los encuestados manifiestan que dentro de la escuela de Comunicación Social si se debería de inculcar el valor de la igualdad en base a la orientación sexual de cada estudiante. Mientras que el 19% asegura que no debe de incluirse este tipo de aspectos dentro de la escuela de comunicación.

10. ¿Usted se considera una persona homofóbica?

TABLA # 17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	90
NO	3	10
TOTAL	31	100

Porcentaje de resultados de la encuesta

Elaborado por: KleberGarcía. Postulante

Gráfico 12



Usted se considera una persona homofóbica

Elaborado por: Kleber García. Postulante

Análisis e interpretación de resultados.- el 90% de los encuestados aseguran que no son personas homofóbicas, ya que consideran que las personas homosexuales no deben ser rechazadas por la sociedad, mientras que el 10% de los encuestados dijo que si son homofóbicos.

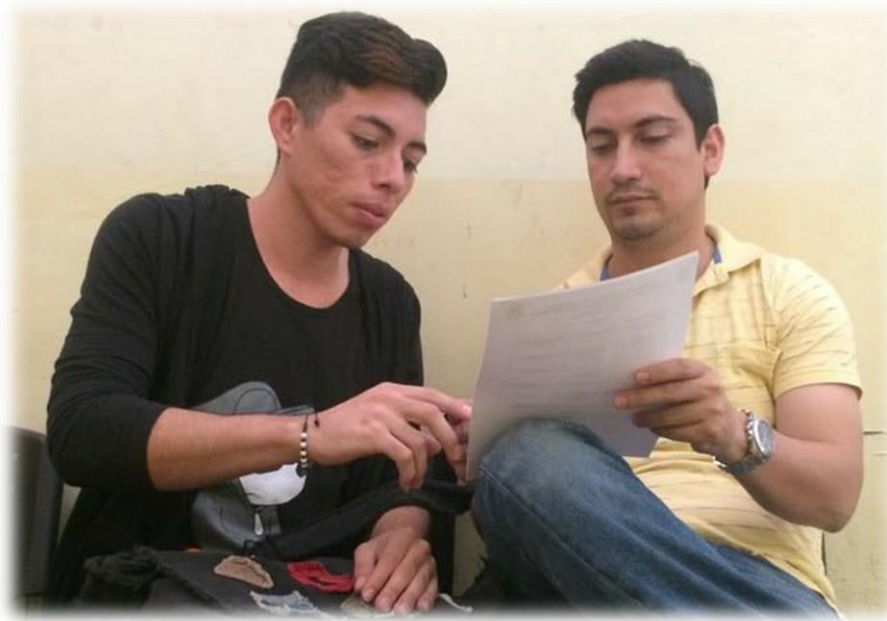
PRESUPUESTO

Descripción	Cantidad	Tarifas	Total
Impresiones Capítulo I y II	20	0.10 ctvs.	\$3.00
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Impresiones de correcciones de capítulos I y II	35 hojas	0.10 ctvs.	\$3.50
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Impresiones del tercer capítulo	45 hojas	0.10 ctvs.	\$4.50
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Impresiones de todo el proyecto para revisión	50 hojas	0.10 ctvs.	\$5.00
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Impresiones finales Primer anillado	50 hojas	0.10 ctvs.	\$5.00
Impresiones finales Segundo anillado	50 hojas	0.10 ctvs.	\$5.00
Impresiones finales Tercer anillado	50 hojas	0.10 ctvs.	\$5.00
Anillados	3 anillados	\$1.00	\$3.00
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Informe final del proyecto de investigación			
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Impresiones del informe final	115	0.10 ctvs.	\$11,50
Anillados del informe final	1	\$1.00	\$1.00
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Empastados del informe final	3	\$27	\$81.00
Movilización hacia la Universidad desde Guayaquil	2	\$2,50	\$5.00
Total de la Investigación			\$167.50

CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

ACTIVIDADES	Agost	Sept	Oct	Nov	Dic	Enero	Feb.	Marz	Abr
1.- Formulación del Problema									
2.- Formulación del Problema y derivados									
3.- Planteamiento del Problema									
4.- Formulación de Objetivos									
5.- Marco Teórico de la Investigación									
6.- Marco Teórico de la Investigación									
7.- Realización de Hipótesis									
8.- Establecimiento de Variables									
9.- Metodología de la Investigación									
10.- Realización de la Formula para la Muestra y Población									
11.- Realización de preguntas para la encuesta									
12.- Correcciones del proyecto									
13.- Sustentación del Proyecto de Investigación									
14.- realización del informe final									
15.- planteamiento de la propuesta									
16.- sustentación del informe final									

Tutorías



Tutorías.- en la primera tutoría realizada con el Tutor Master Jorge Dahik se verifico que las hipótesis estén de acuerdo a los objetivos y problemas planteados dentro del proyecto de investigación, para de esta manera dar paso a la ejecución del informe final.



Tutorías.- en la segunda tutoría se revisó que los resultados de las encuestas estén correctamente y se comenzó a plantear la propuesta según los resultados obtenidos. Para esto se hizo un pequeño análisis en base a los antecedentes del tema de investigación. Y para finalizar se formularon los objetivos.



Tutorías.- una vez concluidas las clases con el tutor, hice revisar al lector del proyecto final el Msc. Diego Merchán para que de esta manera realice las correcciones correspondientes y sea participe de la investigación mediante sus conocimientos.



Tutorías.- en la segunda clase de tutorías con el Lector se coordinaron las correcciones para dar finalizado el trabajo del informe final.