



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

“LOS ESTEREOTIPOS EN LA TELEVISIÓN
PERUANA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
CIENTÍFICA

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Comunicación Audiovisual en Medios
Digitales**

Autor:

Odar Alexander Gonzales Quiliche

Asesor:

Mg. Christian David Pizarro Moncada

Trujillo - Perú

2018

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo a Dios por darnos salud y bienestar tanto física como emocional para realizar tan exhaustivo trabajo, y así haber podido lograr una meta más en lo que respecta a nuestra formación académica deseada.

A nuestros padres por ser nuestros guías y motor para no rendirnos, por su cariño y comprensión en las noches de desvelo.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primero a Dios por la vida y salud para lograr este objetivo.

Luego a nuestras familias por el apoyo moral y por el consuelo brindado.

Finalmente, y no por eso menos importantes agradecemos a nuestra maravillosa

plana docente por la guía y apoyo en la realización del presente trabajo.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	08
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	10
CAPÍTULO III: RESULTADOS	12
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: PARA EVALUAR LOS DIVERSOS PARÁMETROS ANTERIORMENTE EXPUESTOS.	12
TABLA 2: PROCESO DE SELECCIÓN EN BASE A CRITERIOS.	15
TABLA 3: ARTÍCULOS INCLUIDOS.	16
TABLA 4: ARTÍCULOS EXCLUIDOS.	23
TABLA 5: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR AÑO.	28
TABLA 6: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR NACIONALIDAD.	29
TABLA 7: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR IDIOMA.	31

ÍNDICE DE FIGURAS

FIG. 1: DIAGRAMA DE ARTÍCULOS ENCONTRADOS POR PROGRAMA Y EL PROCESO DE DEPURACIÓN.	13
FIG. 2: DIAGRAMA ESQUEMATICO DE BASE DE DATOS TENIENDO EN CUENTA LAS FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS CIENTÍFICOS.	26
FIG. 3: DIAGRAMA PORCENTUAL DE BASE DE DATOS TENIENDO EN CUENTA LAS FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS CIENTÍFICOS.	27
FIG. 4: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR AÑO.	28
FIG.5: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR NACIONALIDAD.	30
FIG. 6: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR IDIOMA.	32

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo realizar una revisión sistemática acerca de cómo se evidencian los estereotipos en la televisión peruana, para poder responder nuestra pregunta fundamental ¿De qué manera se manifiestan los estereotipos en la televisión peruana?, para ello se investigó en diversas fuentes de datos como Google Académico, Redalyc, Dialnet, Scielo, obteniendo tan solo 25 papers para poder utilizar, que fueron los que pasaron los diversos criterios de inclusión, como que tengan una antigüedad máxima de 10 años, que sean textos completos, claros, coherentes y contengan las palabras clave como Estereotipos, televisión, medios de comunicación masiva, estereotipo de género, estereotipo racial; teniendo como objeto de estudio televisión peruana, a pesar de la limitación que significa para nosotros el hecho que no existan documentos internacionales del tema y que solo pocos países investiguen lo peruano, se obtuvo como resultado 25 papers seleccionados, 4% de Google Académico, 44% Redalyc, 16%; Dialnet, 24% Scielo, dichos papers fueron obtenidos de autores de diversos países, 9 países para ser exactos que son México, Colombia, Argentina, España (16% cada uno), Perú y Chile (12% cada uno), República Dominicana, Ecuador, Guatemala (7% cada uno); aun así el 100% de los papers están escritos en español.

PALABRAS CLAVES: Estereotipos, televisión, medios de comunicación masiva, estereotipo de género, estereotipo racial, estereotipo clasista, televisión peruana, estereotipos de la mujer andina, estereotipos en la televisión, estereotipos en la televisión peruana.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En el Perú un 91% de hogares poseen televisión según los datos estadísticos brindados por ConcorTv (2017). Este hecho podría ser útil si la televisión transmitiese programas de cultura y no programas de televisión caracterizados por la utilización del morbo, el sensacionalismo y el escándalo como estrategias de atracción de la audiencia, a lo que se refiere el termino televisión basura, según Arboccó y O'Brien (2012).

Lamentablemente la mayoría de televidentes usa esta herramienta solo como fuente de entretenimiento, las personas ven la televisión un promedio de 3:04 horas de lunes a viernes y los fines de semana un promedio de 3:19 horas ConcorTv (2017). En los diversos programas de televisión por lo general se observan distintas formas de estereotipos sin darse cuenta, los estereotipos son la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable (RAE, 2017). Hernando-Gómez, Aguaded-Gómez y Pérez (2013) señalan que los estereotipos constan de dos elementos, cognitivo: formado por conocimientos, creencias, expectativas, sentimientos y valores; descriptivo: formado por acciones, palabras, expresiones faciales y lenguaje corporal.

Amurrio et al. (2009), acotan que con el tiempo los estereotipos se naturalizan, es decir, se olvidan que son construcciones sociales y se asumen como verdades absolutas.

El problema reside en gran medida, en que los estereotipos copiados no son antes analizados.

Los medios de comunicación son los responsables de transmitir estos estereotipos a través del lenguaje audiovisual, lo cual provoca que, en lugar de emitir un mensaje social de progreso, y ayudar a la sociedad, haga exactamente lo contrario, haciendo así que dentro de la sociedad existan diversos subgrupos.

La televisión es un gran transmisor de pensamientos globales, ya que lo que se ve en esta muchas veces se toma como ejemplo en la sociedad, siendo esto desfavorable para su desarrollo, ya que por seguir ciertos cánones se olvidan a veces hasta de su bienestar.

Tras esta problemática vivida en todo el mundo, incluido Perú, podemos reflexionar preguntándonos ¿Cómo se manifiesta los estereotipos dentro de la televisión peruana?

El objetivo de responder esta interrogante es realizar una revisión de cómo se evidencian los estereotipos en la televisión peruana.

Para llegar a obtener nuestra respuesta realizamos un análisis exhaustivo en diferentes fuentes escritas por autores sobre lo que son los estereotipos y cómo se evidencian en la televisión, encontrándonos con los diversos tipos de estereotipos y las más de una manera para evidenciar un tipo de estereotipo, y muestran más de una forma de estereotipos dentro de todos los programas de televisión.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

El concepto de revisión sistemática es un resumen de evidencias realizada por expertos de un tema determinado, identificándolo, evaluándolo y sintetizando los estudios para responder una pregunta específica extrayendo conclusiones de lo recopilado. (Carrasco, O. 2009)

Antes de comenzar a desarrollar aspectos concretos de la investigación en los estereotipos evidenciados en la televisión peruana, es conveniente primero realizar una aproximación general al concepto, es decir, investigar sobre nuestro tema, la investigación es un proceso sistemático que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento (Tamayo, 1994).

La investigación en este caso hace referencia a los estereotipos dentro de la televisión peruana, para encontrar fuentes fidedignas utilizamos recursos de información como: Google Académico, Redalyc, Dialnet, Scielo, que son hemerotecas científicas en línea de libre acceso, cuyo objetivo es hacer accesible y elevar la calidad de las publicaciones científicas.

Para indagar dentro las diferentes guías de estudio presentadas anteriormente, debemos saber las palabras claves qué vamos a utilizar para nuestra búsqueda orientada a responder nuestra pregunta fundamental, ¿Cómo se manifiesta los estereotipos dentro de la televisión peruana?, entonces obtenemos las diferentes palabras clave que son: estereotipos, televisión, medios de comunicación masiva, estereotipo de género, estereotipo racial, estereotipo clasista, televisión peruana, estereotipos de la mujer andina, estereotipos en la televisión, estereotipos en la televisión peruana. Utilizamos estas palabras ya que tienen concordancia con nuestra pregunta inicial y nos ayudarán a responderla.

En nuestra investigación dentro de las hemerotecas virtuales antes mostradas utilizando las palabras clave antes redactadas también tuvimos en cuenta otros parámetros como utilizar únicamente papers científicos, redactados desde el año 2009 en adelante, era de suma importancia revisar minuciosamente cada artículo, por esa razón fue necesario comparar oraciones y perfiles de los autores, para así verificar el artículo original. En algunos de los artículos revisados, por tener las mismas palabras claves, se repetían y/o se manejaban conceptos similares, por ello procuramos abarcar más referencias y aumentar el tiempo de búsqueda. La bibliografía revisada ha sido escrita en español.

Realizando la primera búsqueda fueron encontrados un total de 22143 artículos nacionales e internacionales, los cuales fueron sometidos a diversos criterios de selección, como años e idioma antes expuestos, luego de solo esos dos filtros nos quedamos con 1850 papers, posteriormente investigamos los más pertinentes, aplicando más filtros como elegibilidad, calidad del artículo y cribado, viendo así que los papers estén netamente relacionados con nuestro tema a investigar, seleccionando así tan solo un total de 25 papers.

Los 25 escritos, son una recopilación de artículos; los cuales analizan nuestro principal objetivo que es cómo se evidencian los estereotipos en la televisión peruana, entre otros diversos puntos que aportan al objetivo investigativo.

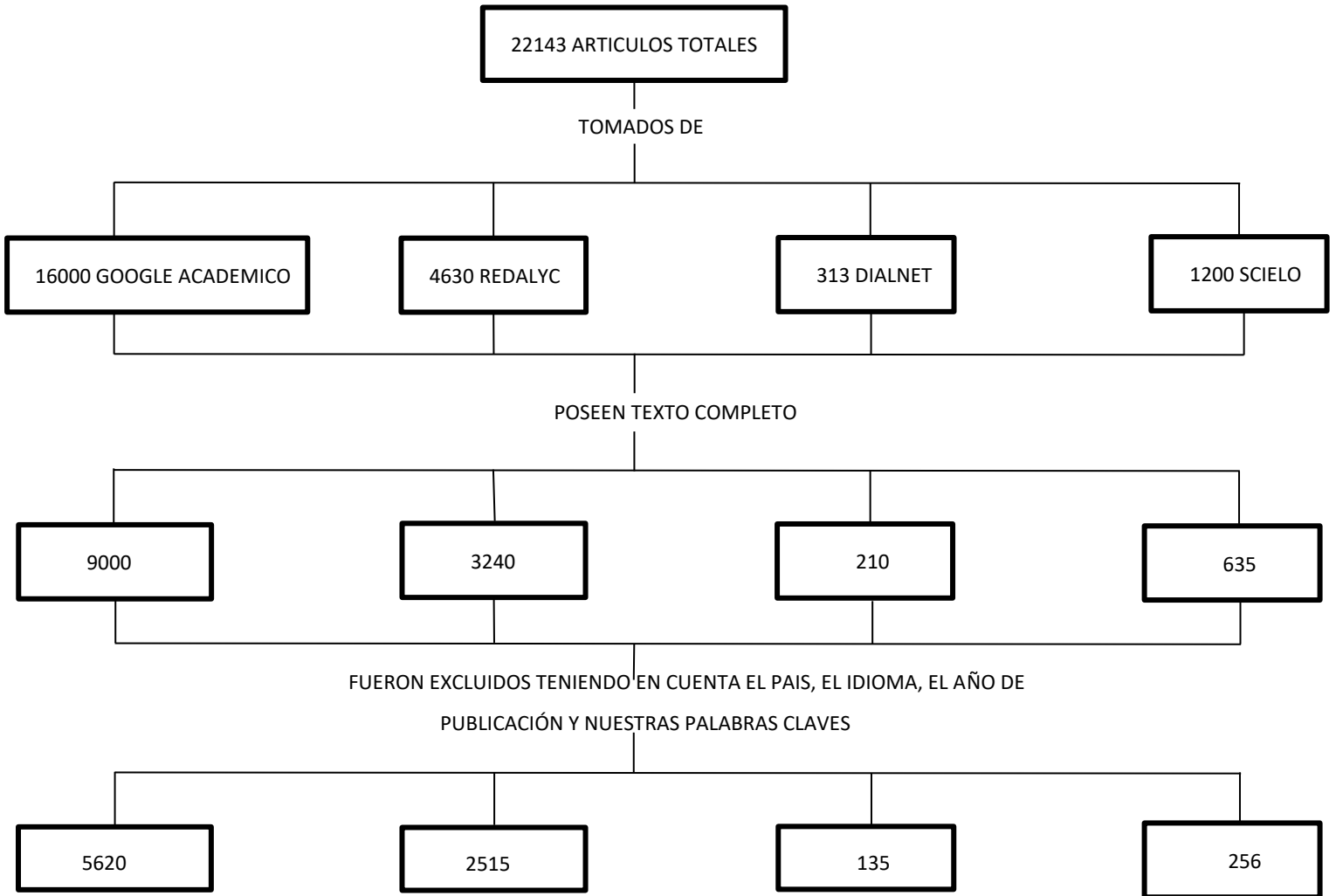
CAPÍTULO III. RESULTADOS

La presente revisión sistemática se realizó en base a 22143 que fueron los artículos encontrados a partir de las palabras claves en diversas páginas como Google Académico 16000, Redalyc 4630, Dialnet 313 y Scielo 1200. Posteriormente, una vez considerada la cantidad total de artículos científicos, estos fueron sometidos a un filtro primero fueron eliminados los artículos repetidos, luego descartamos todos aquellos artículos incompletos, también tuvimos en cuenta que los papers tengan como idioma el español ya que al momento de ser traducidos pueden perder esencia. Posteriormente seleccionamos los mejores artículos tomando en cuenta que las publicaciones no sean arbitrarias ni empíricas.

TABLA 1: PARA EVALUAR LOS DIVERSOS PARÁMETROS ANTERIORMENTE EXPUESTOS.

Bases de datos	TÍTULO	AUTOR	TIPO	IDIOMA	CRITERIO DE INCLUSIÓN	ORIGEN	AÑO

FIG. 1: DIAGRAMA DE ARTÍCULOS ENCONTRADOS POR PROGRAMA Y
 EL PROCESO DE DEPURACIÓN.



CRITERIOS A ANALIZAR EN LA TABLA 2:

- **Cribado:** En base a textos completos, claros, coherentes, gusto en diseño o resultados.
- **Elegibilidad:** Artículos científicos desde la fecha 2009 en adelante. Escogidos en base a, el idioma español, año de publicación antes descrito, por sinonimia teórica; quedando así excluidos todo lo contrario que cumpla con la inclusión.

TABLA 2: PROCESO DE SELECCIÓN EN BASE A CRITERIOS.

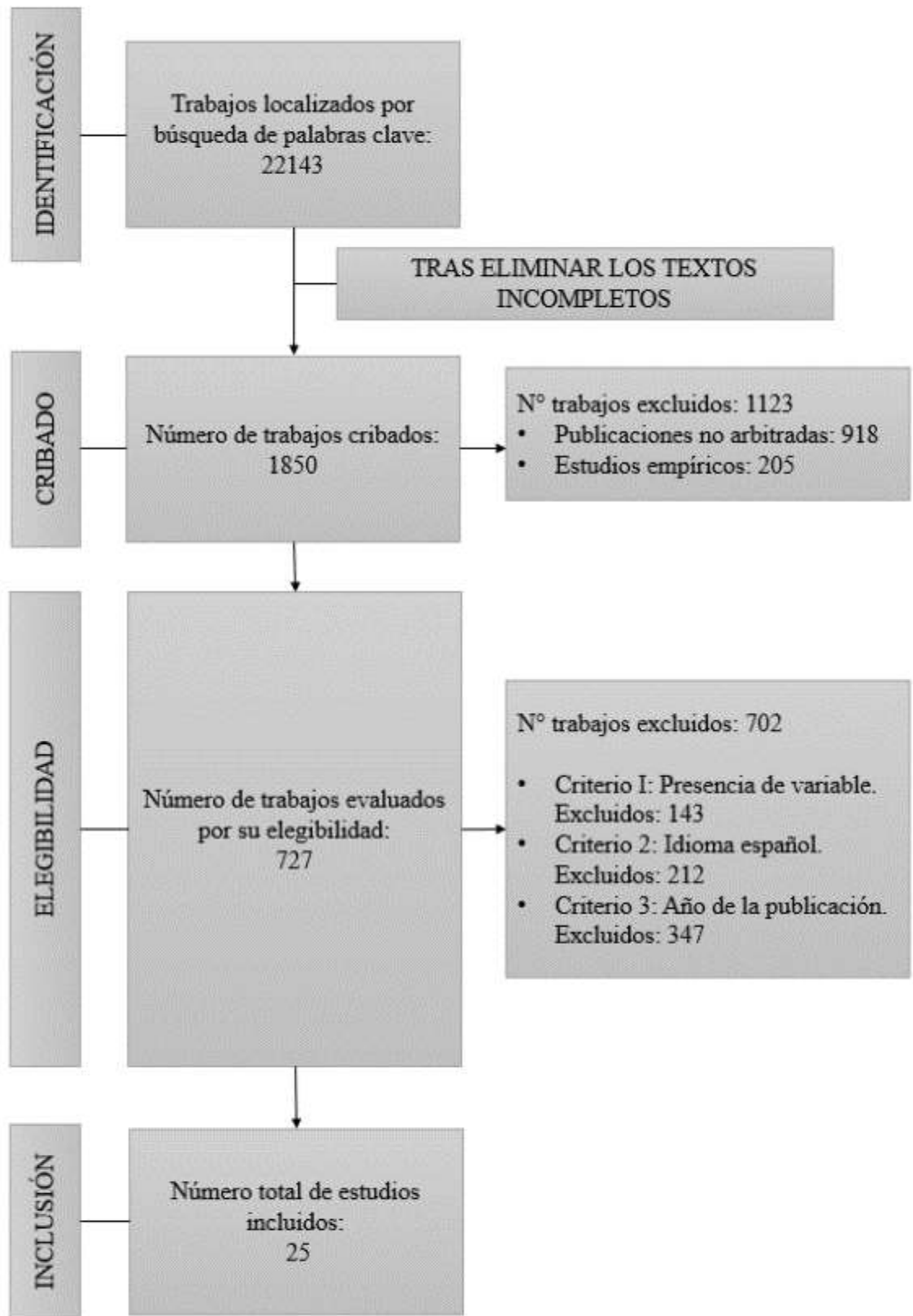


TABLA 3: ARTÍCULOS INCLUIDOS.

	TITULO	AÑO	IDIOMA	PAIS	FUENTE
1	Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena	2018	Español	Chile	Scielo
2	Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión	2014	Español	Colombia	RedALyC
3	Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social	2014	Español	Argentina	RedALyC

4	Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México	2017	Español	Colombia	Scielo
5	Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes	2012	Español	Perú	Scielo
6	Construcción de estereotipos masculinos y femeninos en la televisión dominicana: diferencias en la percepción de roles	2019	Español	República Dominicana	Dialnet
7	La mujer en la televisión: el caso chileno	2011	Español	Chile	Dialnet
8	Representaciones de género en los medios de comunicación más allá de la televisión: análisis de los estereotipos.	2019	Español	España	Dialnet

9	Estereotipos femeninos en series de TV	2010	Español	Colombia	Google académico
10	Estereotipos , tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE	2015	Español	Ecuador	RedALyC
11	ESTEREOTIPOS SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN : UN CÍRCULO VICIOSO	2009	Español	Argentina	Sedic
12	Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia	2016	Español	Chile	RedALyC
13	Estereotipos raciales, racismo y discriminación en América Latina	2014	Español	Argentina	Dialnet

14	Sexo, violencia y estereotipos en el brand equity de una serie. El caso de Juego de Tronos.	2018	Español	España	RedALyC
15	Pantallas para ver el mundo. Estereotipación televisiva de la población indígena mexicana y generación de prejuicio.	2013	Español	México	RedALyC
16	La inclusión de la mujer y la igualdad de género en las series de dibujos animados.	2016	Español	México	Scielo
17	Estereotipos de la representación del cuerpo en la televisión. Aspectos de la crítica de la cultura de masas de Th. W. Adorno.	2016	Español	España	Scielo

18	<p>¿Retratando la realidad? Análisis de los estereotipos de los indígenas presentes en los programas de ficción de la televisión mexicana.</p>	2013	Español	México	RedALyC
19	<p>LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER Y LOS ROLES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS DEPORTIVOS DE TELEVISIÓN</p>	2014	Español	España	RedALyC
20	<p>Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social</p>	2015	Español	Argentina	RedALyC

21	<p>CHOLAS DE PANTALLA: ESTEREOTIPOS DE LA MUJER ANDINA EN LOS PROGRAMAS DE HUMOR DE LA TELEVISIÓN PERUANA</p>	2016	Español	Perú	RedALyC
22	<p>¿Retratando la realidad? Análisis de los estereotipos de los indígenas presentes en los programas de ficción de la televisión mexicana</p>	2014	Español	México	RedALyC
23	<p>Estereotipo de la violencia en la parrilla de programación de la televisión colombiana</p>	2014	Español	Colombia	RedALyC

24	Los estereotipos de consumo transmitidos en la televisión por cable, estudio con jóvenes de bachillerato del Colegio Bless, Chimaltenango	2014	Español	Guatemala	RedALyC
25	CONDUCTA AGRESIVA Y CONSUMO DE REALITYS SHOWS DE LA TELEVISIÓN PERUANA: Una preocupación por la salud mental de estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote	2017	Español	Perú	RedALyC

TABLA 4: ARTÍCULOS EXCLUIDOS.

	TITULO	AÑO	IDIOMA	PAIS	FUENTE
1	Los estereotipos como factor de socialización en el género.	1999	Español	España	Redalyc
2	Estereotipos de género, relaciones sexuales y embarazo adolescente en las vidas de jóvenes de diferentes contextos socioculturales en México.	2007	Español	México	RedALyC
3	Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales.	2013	Español	España	RedALyC
4	La representación de		Español	España	RedALyC

	los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. "El Comisario" y "Hospital Central"	2006			
5	Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión	2005	Español	España	RedALyC
6	Percepción Social de la Violencia en la Pareja desde los Estereotipos de Género	2010	Español	España	RedALyC
7	Estereotipos en el cómic	1999	Español	España	RedALyC
8	INFANCIA Y SOCIALIZACIÓN	2009	Español	Uruguay	RedALyC

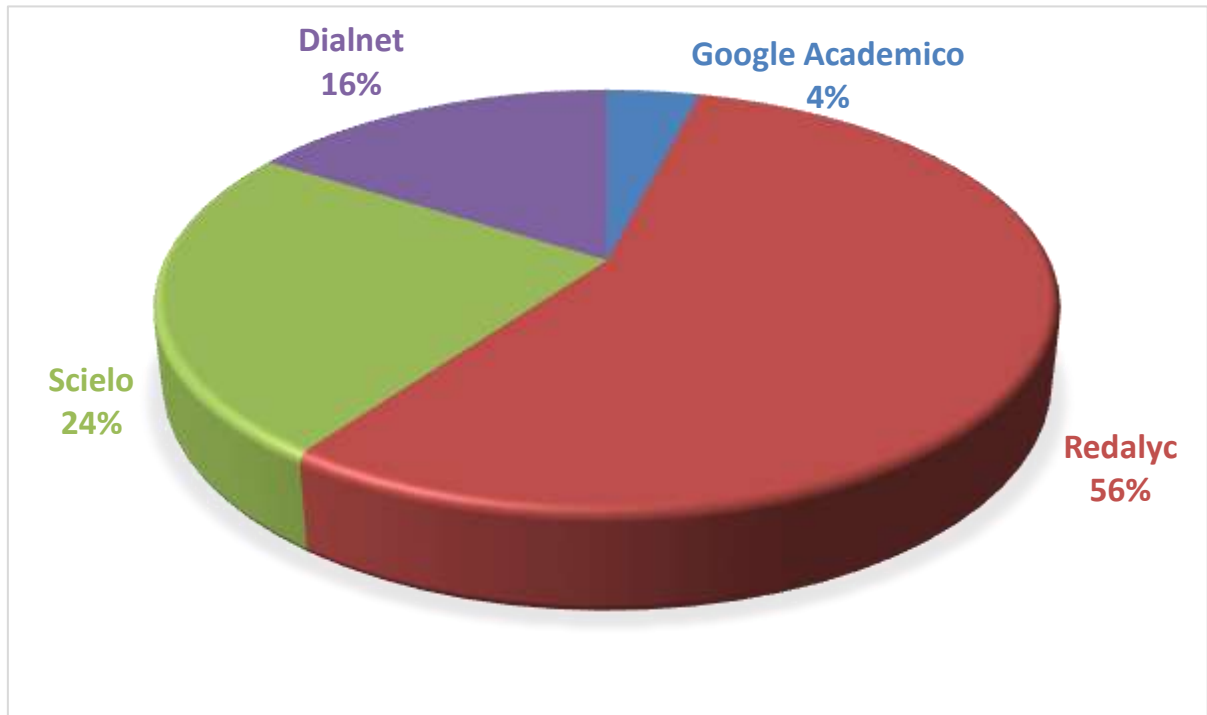
	ESTEREOTIPOS DE GÉNERO				
9	Desafíos de la problemática racial en cuba	2017	Español	Cuba	Google Académico
10	ESTEREO TIPO DE PATERNIDAD E IDENTIDAD DE GÉNERO EN ADOLESCENTE S DE LA CIUDAD DE MÉXICO	2013	Español	México	RedALyC
11	Atributos y estereotipos de género asociados al ciclo de la violencia contra la mujer	2011	Español	Colombia	Scielo

Analizando los criterios que cumplieron los diversos papers englobados en la TABLA 03: ARTÍCULOS INCLUIDOS para que puedan ser tomados en cuenta en la presente tesis, obtuvimos los siguientes resultados:

FIG. 2: DIAGRAMA ESQUEMATICO DE BASE DE DATOS TENIENDO EN CUENTA LAS FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS CIENTÍFICOS.



FIG. 3: DIAGRAMA PORCENTUAL DE BASE DE DATOS TENIENDO EN CUENTA LAS FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS CIENTÍFICOS.

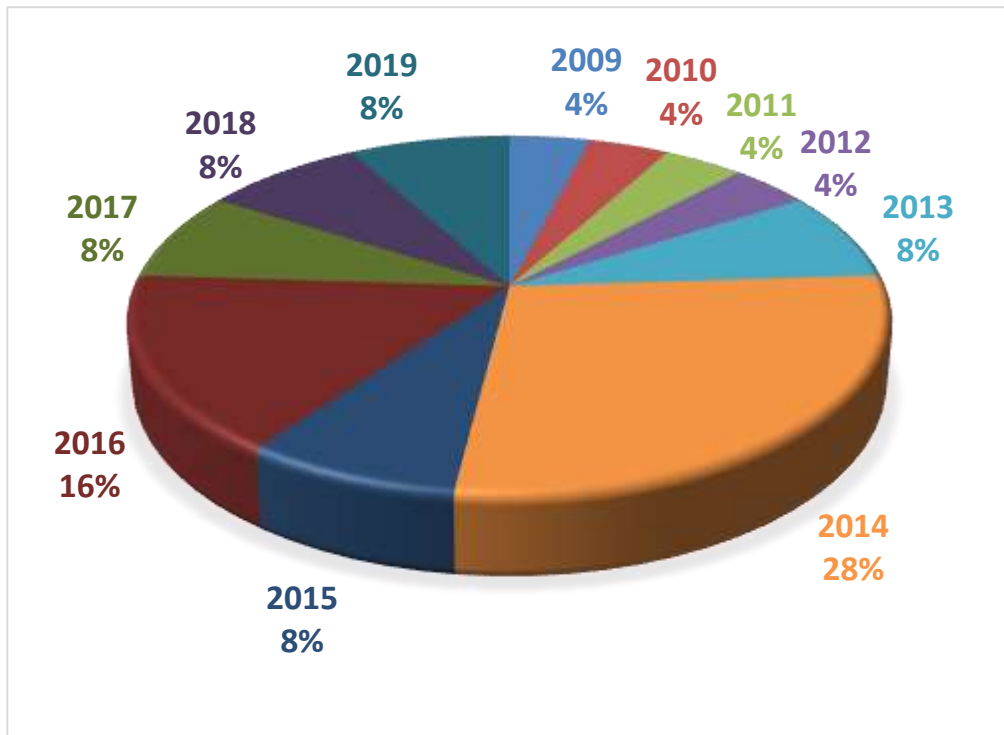


A partir del diagrama esquemático y porcentual antes mostrados a cerca de las fuentes de recolección utilizadas podemos darnos cuenta que la mayor parte de papers fueron extraídos de la hemeroteca virtual Redalyc, 14 papers de los 25 incluidos con un 56%, posteriormente Scielo con 6 papers del total, haciendo un 24% del total, también se utilizó la fuente Dialnet de la cual extrajimos un total de 4 papers, convirtiéndose en el 16% de los 25 papers, y finalmente el paper restante fue sustraído de Google Académico con un 4% del total, podemos también percatarnos que todas las fuentes utilizadas son de alta confiabilidad al requerir parámetros mínimos para que algún autor pueda publicar dentro de estos servidores.

TABLA 5: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR AÑO.

VARIABLE	AÑOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A Ñ O	2009	1	4%
	2010	1	4%
	2011	1	4%
	2012	1	4%
	2013	2	8%
	2014	7	28%
	2015	2	8%
	2016	4	16%
	2017	2	8%
	2018	2	8%
	2019	2	8%

FIG. 4: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR AÑO.

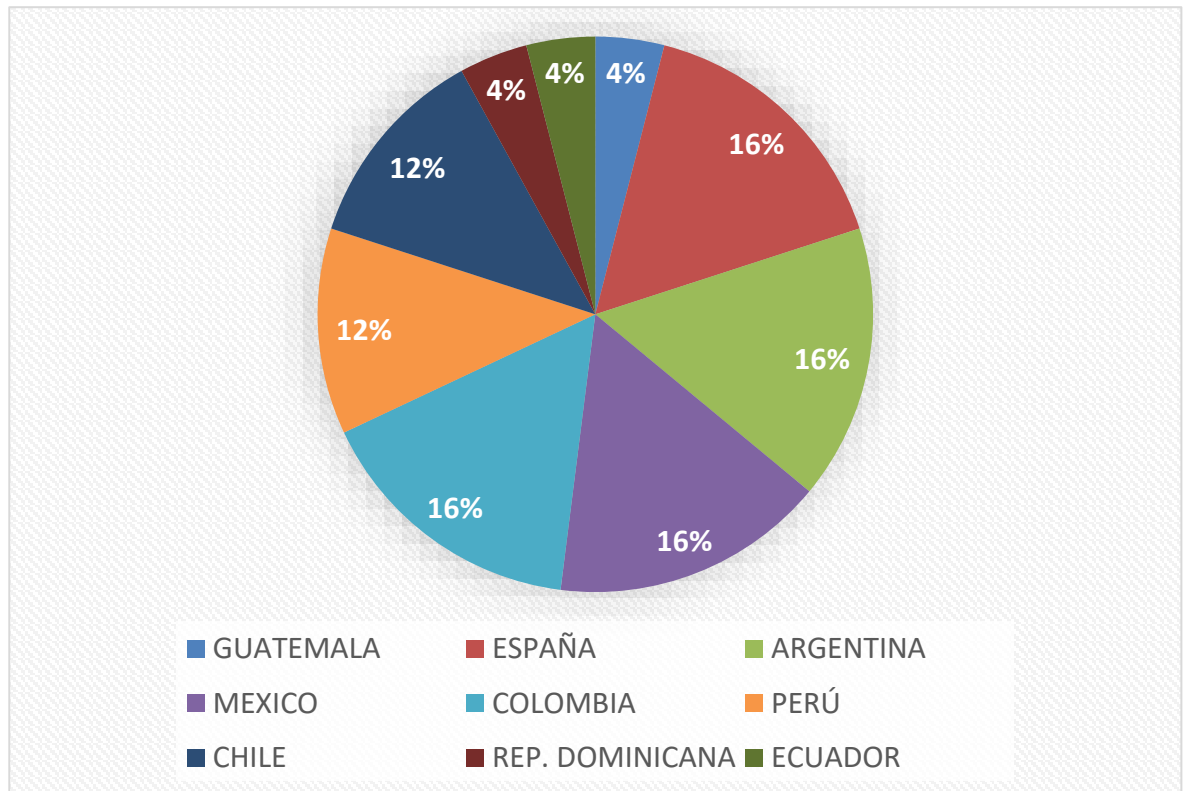


Otro de los criterios evaluados para poder incluir los papers en nuestra investigación fue la antigüedad que este posea, y escogiendo solo los que sean del 2009 en adelante, en base a este criterio podemos observar en su diagrama porcentual y tabla respectiva mostrados anteriormente que del 2009 solo se tomó un paper, lo mismo sucedió en los años 2010, 2011, 2012, de los cuales solo se tomó un paper por año, con un total del 4% del total por año, de los siguientes años 2013, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 solo se incluyeron 2 paper por año, haciendo un total del 8% del total por año, del año 2016 se extrajeron 4 papers que representan el 16% del total, y finalmente el año del que más tomamos referencias fue del 2014 con un 28% del total.

TABLA 6: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR NACIONALIDAD.

VARIABLE	PAÍSES	CANTIDAD	PORCENTAJE
P A Í S	GUATEMALA	1	4%
	ESPAÑA	4	16%
	ARGENTINA	4	16%
	MEXICO	4	16%
	COLOMBIA	4	16%
	PERÚ	3	12%
	CHILE	3	12%
	REPÚBLICA DOMINICANA	1	4%
	ECUADOR	1	4%

FIG.5: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR NACIONALIDAD.

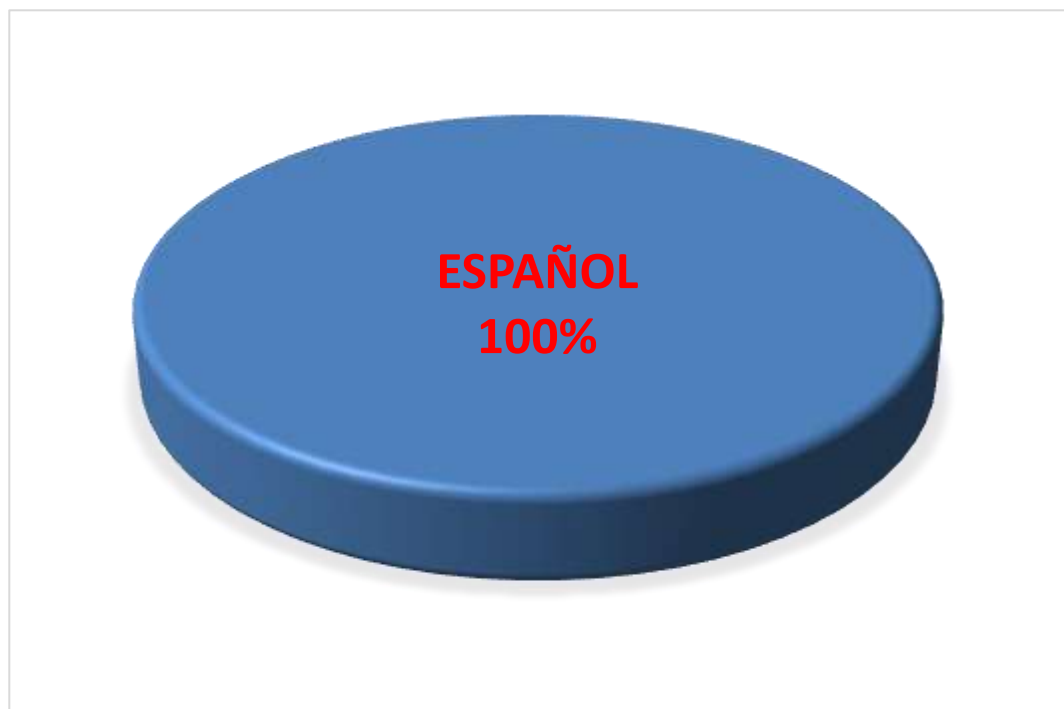


A partir de la tabla y diagrama porcentual mostrados anteriormente acerca de la variable país, podemos observar los países de los cuales extrajimos los diversos papers, obteniendo así que los país de los que más tomamos referencia fueron: Colombia, México, Argentina, España con un 16% del total cada uno, es decir 4 papers por país, posteriormente con un 12% de los 25 papers le siguen Perú y Chile con 3 papers por país, de los países restantes como República Dominicana, Ecuador y Guatemala solo se sustrajo un paper por país, haciendo cada uno un 4% del total. Teniendo como país más importante a Perú ya que está presente en una de las variables a analizar.

TABLA 7: SELECCIÓN DE ARTICULOS POR IDIOMA.

VARIABLE	IDIOMAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
IDIOMA	ESPAÑOL	25	100%

FIG. 6: DIAGRAMA PORCENTUAL DE ARTICULOS POR IDIOMA.



En la variable de idioma podemos percatarnos que solo se evidenció un idioma, que es el español o castellano que es nuestra lengua natal, pudiendo así interpretar de forma coherente cada texto leído, no se consideraron textos traducidos ya que al momento de su traducción se tergiversan ciertos aspectos, aunque los textos analizados fueron traducidos a diversos idiomas, su idioma natal es el español.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

La búsqueda se realizó dentro de los años 2009-2019, pudiendo encontrarse 25 artículos relacionados al tema de la presente revisión sistemática con título “Los estereotipos en la televisión peruana”, las mismas que presentaron diferentes limitaciones, una de estas limitaciones fue el centro de interés, ya que Perú es un país tercermundista del cual no se publican muchos papers relacionados a su medio televisivo, aun así se logró obtener tres artículos de esta variable en específico, en cuanto al idioma no presentamos mayores inconvenientes ya que los papers analizados estuvieron escritos en español, nuestra lengua natal, también al ser este un tema que ha sido tocado únicamente en forma limitada dentro del Perú no pudimos obtener mucha información generalizada, aunque si encontramos diversos papers de países cercanos al nuestro que poseen características similares en cuanto a presencia de estereotipos en la televisión.

Luego de la exhaustiva recopilación de papers y el análisis de cada uno de ellos podemos concluir en que:

- Se analizó la información sobre los estereotipos en la televisión peruana, en diversos papers tomados de fuentes confiables como Scielo, Redalyc y Google Académico, publicados en los últimos 10 años, se hallaron 25 que cumplieron de manera estricta con todos los criterios de inclusión.
- Logramos así responder nuestra pregunta fundamental, ¿cómo se manifiestan los estereotipos dentro de la televisión peruana?, de forma clara y precisa,

percatándonos luego de todo lo estudiado que, los estereotipos no necesariamente se evidencian de una forma grotesca y llamativa, si no que hasta en las pequeñas cosas de la televisión se manifiestan, en la forma de vestir de los personajes, en los acentos pronunciados de su timbre de voz cuando quieren representar a alguien que no pertenece al entorno inmediato, al hacer creer que una chica por bonita no puede ser inteligente, juzgando ante condiciones que no conocen en la totalidad.

- Pudimos alcanzar nuestro objetivo viendo las diferentes evidencias que dejan los estereotipos dentro de la televisión y que esta transmite a los televidentes día a día, haciendo que estos tomen de forma natural los prejuicios que evidencian en la televisión.
- Se identificaron los países que han publicado artículos sobre los estereotipos dentro de la televisión peruana en los últimos 10 años, siendo 9 países que publicaron artículos sobre el tema, o aspectos que ayudarán a responder nuestra pregunta a partir de nuestras variables, teniendo a Colombia, México, Argentina y España como los países con la mayor cantidad de publicaciones (16 % cada uno), posteriormente a Perú y Chile con 12% cada uno y finalmente a Republica Dominicana, Ecuador, Guatemala con la menor cantidad (7% cada uno).
- Se especificó el volumen de artículos encontrados sobre los estereotipos en la televisión peruana en los últimos 10 años, encontrando la mayor cantidad de artículos publicados en el 2014, con el 28%.
- Se precisó cuáles fueron las bases de datos donde se encontraron los artículos publicados sobre los estereotipos en la televisión peruana en los últimos 10

años, como son, Google Académico con el menor porcentaje de artículos con 4 %, seguido de Dialnet con 16%, posteriormente tenemos a Scielo con el 24% y por último con el mayor porcentaje de artículos encontrados en Redalyc, 44%.

- Podemos describir que palabras clave tuvieron mayor coincidencia en la búsqueda de los artículos sobre los estereotipos en la televisión peruana en los últimos 10 años, aunque se utilizaron 10 palabras clave o Keywords, las que obtuvieron mayor coincidencia son tres en específico: televisión, estereotipo de género, estereotipo racial.

Luego de todo lo concluido anteriormente podemos dar algunas recomendaciones generales como que al momento de indagar sobre un tema tomemos en cuenta únicamente fuentes confiables y analizar bajo criterios fundamentados que sirvan para nuestro tema, así como ampliar el tiempo de búsqueda para encontrar mucha más información, con respecto al análisis de nuestro tema en específico recordarle a la televisión su principal función que es la de educar de forma entretenida, cosa que está perdiendo al verse involucrada en la propagación de estereotipos y no de cultura, que esta exprese un mensaje sobre las diferencias, dándoles valor y no prejuzgando a otra persona por no ser como estos lo dictaminan.

REFERENCIAS

Arboccó, M. y O'Brien, J. (2012). Impacto de la televisión basura en la mente y conducta de los niños y adolescentes. (Informe profesional). UNIFE, Lima.

Hernando, A., Aguaded, I., y Pérez (2013) Técnicas de comunicación creativas en el aula: escucha activa, el arte de la pregunta, la gestión de los silencios. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/236847703_Tecnicas_de_comunicacion_creativas_en_el_aula_escucha_activa_el_arte_de_la_pregunta_la_gestion_de_los_silencios .

AMURRIO, M., LARRINAGA, A., USATEGUI, E., DEL VALLE LOROÑO y Ana I.(2009) Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes(TESIS PREGRADO) Univ. del País Vasco (UPV/EHU). Fac. de CC. Sociales y de la Comunicación. Dpto. de Sociología. Sarriena s/n. 48940 Leioa.

Mercado, A y Hernández, A (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. Revista de Ciencias Sociales, vol. 17, núm. 53, pp. 229-251

Sabucedo, J., Durán, M., y Alzate, M (2010). Identidad colectiva movilizada. Revista de Psicología Social, 25 (2):189-201.

Brewer, Marilyn (2001). The many faces of social identity: Implications for political psychology. Political Psychology, 22 (1): 115-125.

Ashmore, R.D. y Del Boca, F.K. (1981). Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. En Hamilton, D.L. (ed.), Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior, Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Simon, B. y Klandermans, B. (2001). Identidad colectiva politizada: un análisis psicológico social. Psicólogo estadounidense, 56 (4), 319-331.

Sabucedo, José-Manuel; Durán, Mar; Alzate, Mónica (2010). Identidad colectiva movilizada. Revista de Psicología Social, 25 (2):189-201.

Carrasco, O (2009) . Como escribir un Artículo de Revisión. Recuperado:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1726-89582009000100010&script=sci_arttext&fbclid=IwAR03Hsp2ibgw93FosT9dSJYZrzvvUW6a1N3MtzNrK6Ug4yQvzNWC8QbRdHE

Day, R. (2005). Cómo escribir y publicar trabajos científicos. 3rd ed. Estados Unidos: The Oryx Press.

Torres, F. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010

Smith, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/41146795_La_psicologia_social_de_las_relaciones_intergrupales_modelos_e_hipotesis

Dirección General de Autorizaciones en Telecomunicaciones y la Dirección General de Control y Supervisión de Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2017) ESTADÍSTICAS DE LA RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PERÚ 2017. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2017-estadisticas-de-la-radio-y-television-en-el-peru/>

Mercado. A y Hernadez. A (2009) El proceso de construcción de la identidad colectiva. Scielo, vol.17 no.53 Toluca may./ago. 2010. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010

McMahon. B y Quin. R (1997) Historias y Estereotipos. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IG3GuUWRVOC&oi=fnd&pg=PA7&dq=estereotipos&ots=He_IDSo0ul&sig=bnKzbd05eg5uNOq0_QFLY0x6XG4#v=onepage&q&f=false

Pia.M.(2017). ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LAS IMÁGENES GRÁFICAS DE PUBLICIDAD INFANTIL DENTRO DE LOS CATALOGOS DE JUGUETES

'NAVIDAD 2014' Y 'NAVIDAD 2015' DE SUPERMERCADOS TOTTUS (TESIS DE PREGRADO). BIBLIOTECA UPN-SEDE EL MOLINO-TRUJILLO.

Salazar. J., Montero. M., Muñoz. C., Sanchez. E., Santoro. E y Villegas. F. (2006). PSICOLOGÍA SOCIAL (TESIS DE PREGRADO). BIBLIOTECA UPN-SEDE EL MOLINO-TRUJILLO.

HÜBNER. N (2013) La Telenovela peruana como espejo de la sociedad. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=8ostAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estereotipos+clasisista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwido8ePnd7kAhVFgK0KHWCyDAQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=estereotipos%20clasisista&f=false>

Ceiza. A. (2018). EVOLUCIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO DE LAS PRINCESAS DE LAS PELÍCULAS ANIMADAS DE DISNEY EN RELACIÓN AL ROL SOCIAL DE LA MUJER ENTRE 1937 Y 2013 (TESIS DE PREGRADO). BIBLIOTECA UPN-SEDE EL MOLINO-TRUJILLO.

Pauta. R. (2015). Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar (TESIS DE PREGRADO) UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS LIMA-PERÚ

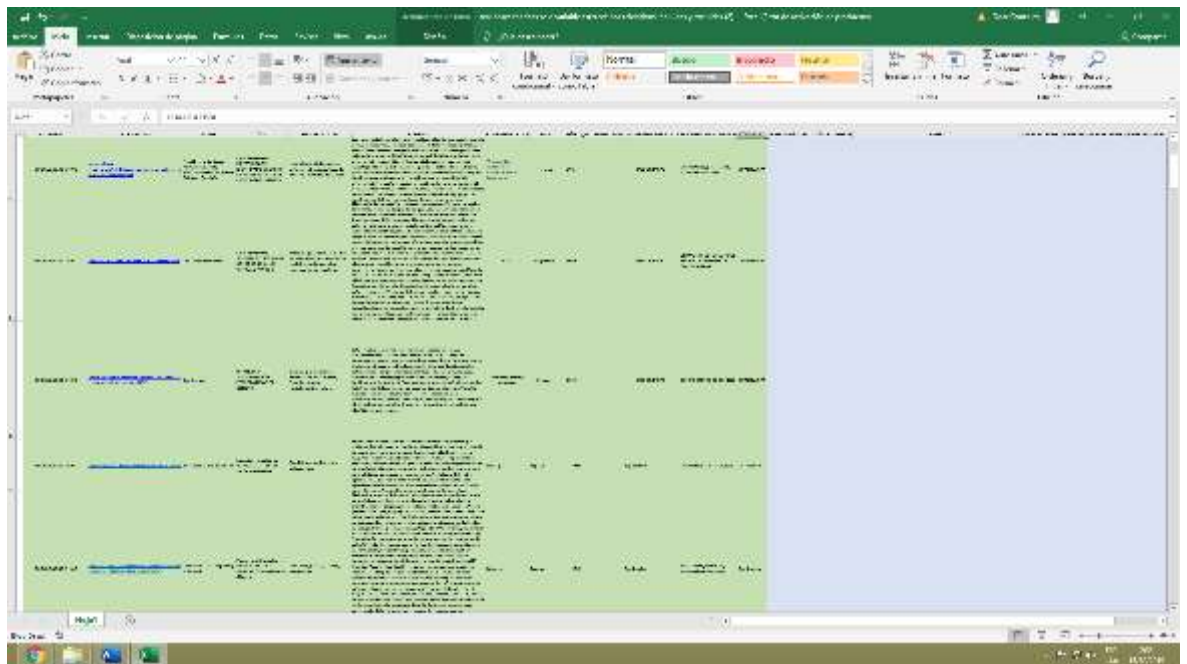
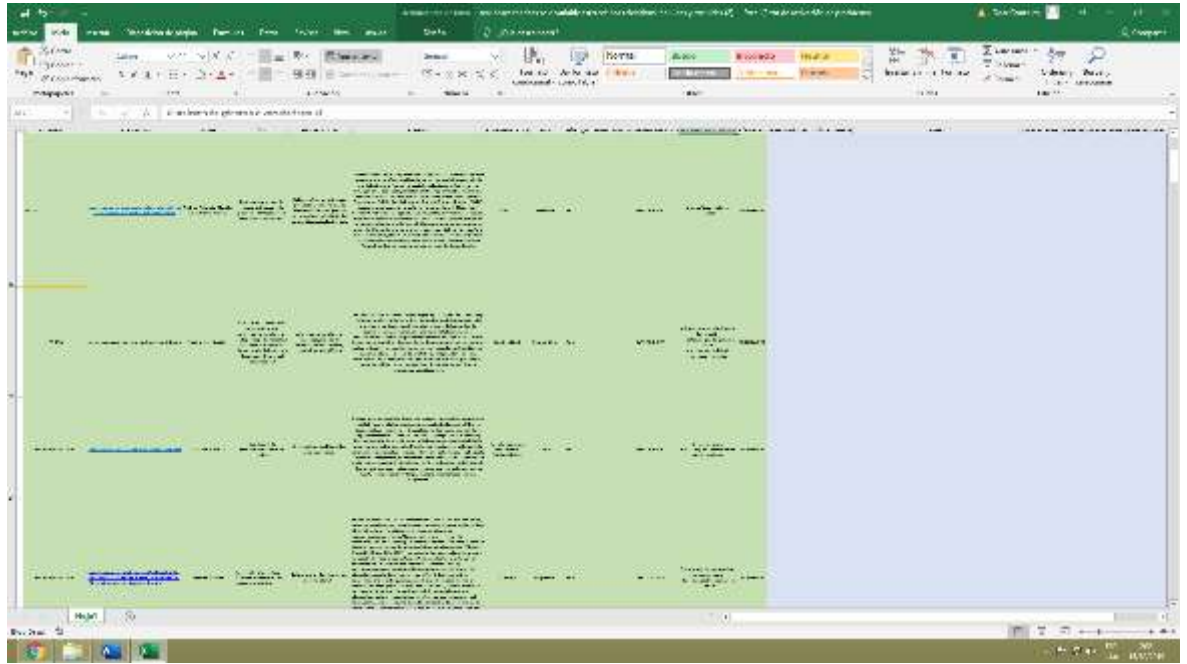
Lopez. E.(2018). ANALISIS COMPARATIVO DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES QUE APARECEN EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA DEL BCP EN LAS DÉCADAS DE 1980 Y 2000 (TESIS DE PREGRADO). BIBLIOTECA UPN-SEDE EL MOLINO-TRUJILLO.

ANEXOS

Temas AMARILLO - LUCAS VILCH - ARTICULOS Y PROYECTOS

This screenshot shows a Microsoft Word document with a table that has a solid red background. The table is organized into several columns, with text in Spanish. The text appears to be a list of references or data points, with some entries starting with "Gonzales Quiliche, O." and "Gonzales Quiliche, O.". The table is partially obscured by a large blue rectangular area on the right side of the page.

This screenshot shows a Microsoft Word document with a table that has a red background for the top half and a green background for the bottom half. The table is organized into several columns, with text in Spanish. The text appears to be a list of references or data points, with some entries starting with "Gonzales Quiliche, O." and "Gonzales Quiliche, O.". The table is partially obscured by a large blue rectangular area on the right side of the page.



This screenshot shows a Microsoft Word document with a table. The table has four columns and several rows. The first three rows are highlighted in green. The text in the table is partially legible but mostly obscured by the highlighting and the image quality. The Word ribbon and taskbar are visible at the top and bottom of the window.

This screenshot shows the same Microsoft Word document as above, but with a different highlighting scheme. The first row of the table is highlighted in blue and contains the word "EXCLUIDOS" in the center. The second row is highlighted in yellow, and the third row is highlighted in green. The rest of the table structure and text are the same as in the previous screenshot. The Word ribbon and taskbar are also visible.

