

Tesis  
2309

**Universidad del Salvador**

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social**

**Carrera: Publicidad**

**Materia: Seminario de Investigación**

**Titular: Profesor Juan Bautista González Saborido**

**Alumno: Pablo Eduardo Rossi**

**Tema: La T.V. y los estereotipos**

**Abril de 1996**

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo esta dedicado integramente a mis padres, ya que sin su apoyo no hubiera sido posible llegar al final de este largo camino, que fué esta carrera universitaria.

Otro muy especial agradecimiento a mi esposa por apoyarme, ayudarme y ser un firme sostén en los momentos en que la necesité.

Y por último, un especial agradecimiento a mi hija que no me ayudó mucho, por que es muy chiquita, pero gracias a ella conocí el valor de la vida.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**Dedicado a:**

**Mis padres**

**Paula**

**Sofía**

## INDICE

<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>2</b>
<b>INDICE.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>CAPITULO I: LOS MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL .....</b>	<b>7</b>
Los medios, La sociedad y los modelos	
<b>CAPITULO II: LA TELEVISION .....</b>	<b>12</b>
La televisión como instrumento. Diagnostico televisivo.	
Cuando la TV juzga a la TV	
<b>CAPITULO III: LA PROPAGANDA .....</b>	<b>30</b>
El periodismo no debe ser un poder. Una elite mediatica. El escenario público.	
Hablan los expertos	
<b>CAPITULO IV: LOS DIBUJOS ANIMADOS.....</b>	<b>44</b>
Los dibujos animados como vehiculo alternativo. Otro espejo	
<b>CAPITULO V: LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING .....</b>	<b>54</b>
La publicidad y el marketing: Deseos y necesidades. Algunos ejemplos	
<b>CAPITULO VI: LOS ESTEREOTIPOS .....</b>	<b>73</b>
Los estereotipos	
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>81</b>

## INTRODUCCION:

**Los medios de comunicación :** Se ha hablado muchas veces de que la mayor causa de manipulación en la sociedad en que vivimos, o mejor dicho, como vivimos en sociedad, son los medios de comunicación social y principalmente la televisión: La violencia, la droga, una escala de valores poco acorde con la moral son algunos de los síntomas de que algo está cambiando en el seno de la sociedad, este cambio puede ser generado aleatoriamente, deliberadamente o en una cuota de ambos. Este tipo de síntomas ¿son reflejados en los medios, o los medios crean estos síntomas para imponerlos en la sociedad? Aquí estamos hablando de: los parámetros del éxito, la violencia, o el ideal de belleza por ejemplo.

En este trabajo intentaremos rastrear uno de los elementos que canalizan estos síntomas o más bien los sintetizan "los estereotipos".

Por que nuestra sociedad pierde sus individualidades, es su naturaleza social, la que nos lleva a tratar de parecernos cada vez más entre nosotros, o el parecernos a un modelo nos hace más vulnerables y fáciles de dominar.

En una sociedad de consumo, o que pretende serlo, es mucho más negocio que a la mayoría de las personas les gusten las mismas cosas o que las ambicionen y tengan los mismos deseos o necesidades.

Y si partimos desde el punto de vista del individuo, no debemos subestimarlos ya que tiene los mecanismos necesarios para saber cuándo le están imponiendo un molde o los valores sociales están en decadencia ... o no. Son ellos o nosotros mismos mejor dicho, con nuestro voraz apetito de **éxito** los que nos imponemos ser como los modelos , porque mientras más cerca de este molde más exitosos somos, **un BMW, un duplex, un celular, un romance con la modelo y ya está el sueño del pibe, el yuppie.** ¿Pero este sueño del pibe se da igual en todos los niveles sociales o hay diferentes modelos para diferentes clases sociales?. **Maradona** es el modelo de determinada clase de personas, o de personas que tienen ciertas necesidades, en cambio **Daniel Scioli** ( para citar dos deportistas) es el **espejo** de otras.

Ahora bien, ¿quién maneja este **parecer o ser un estereotipo**?. La sociedad, los individuos que la forman o los medios por donde circulan los mismo ( llamense medios masivos de comunicación).

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## OBJETIVOS

### **EL HUEVO O LA GALLINA:**

Qué se produce antes: los medios crean un estereotipo y se lo imponen a la sociedad. La sociedad con sus pautas, usos y costumbres, le marcan a los medios cuales son sus exigencias y cuales son sus arquetipos o, y aquí mi propuesta, los medios toman de la sociedad valores, necesidades y proyectos y los plasman en una conjunción de estereotipos, reforzandolos a su conveniencia.

Los estereotipos son un sinónimo de aceptación o un facilismo de elección y proyectos propios.

Los medios toman de la sociedad lo que necesitan para crear sus moldes.

La sociedad crea sus moldes para fortalecer sus vínculos en la masificación.

Los individuos al no tener proyectos propios utilizan a los estereotipos como meta o fin.

## METODLOGIA

Para el siguiente trabajo se utilizo un diseño descriptivo considerando que existen trabajos anteriores sobre el tema.

**CAPITULO I**  
**LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## LOS MEDIOS, LA SOCIEDAD Y LOS MODELOS

Según el CONCILIO VATICANO II "INTER MIRIFICA" Los medios son una creación del hombre por tanto son manejados por hombres, y aquí una advertencia: Estos instrumentos rectamente usados, prestan ayuda valiosa al genero humano, puesto que contribuyen a unir, a cultivar los espíritus, a propagar y a firmar el reino de Dios; pero sabe también que los hombres pueden utilizar tales medios contra los mandamientos del creador y convertirlos en instrumentos de su propio daño.

Según MAURO WOLF (1987) Los medios de comunicación tienen entonces un poder absoluto sobre los humanos y depende con que intenciones se lo utilice se logran los objetivos ... o no. Basandonos en los estudios a largo plazo, y poniendo de manifiesto que las comunicaciones no influyen directamente, sino que es un efecto cognoscitivo sobre los sistemas de conocimientos del individuo, y acumulativos.

Según Walter Lippman, en cada generación se dá un ordenamiento, unificación y mejoramiento de los estereotipos por parte de los pequeños grupos de hombres, sin duda este reacomodamiento gradual y pausado de los modelos se hace en gran medida por los medios de comunicación, los cuales son manejados sin duda por un pequeño grupo, consiguientemente los medios no solo tienen un papel reforzativo en relación con los valores y estereotipos, sino que también colaboran en su creación y recreación ya que incluso lo estandarizado necesita renovación y originalidad. "Lo que se ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico".