



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE EDUCACIÓN BÁSICA

MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la
obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación,
mención Educación Básica**

TEMA:

“LOS ESTEREOTIPOS EN EL VESTIR Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

AUTOR: Sangucho Saquina Pablo Medardo

TUTORA: Dra. Mg. Carolina Elizabeth San Lucas Solórzano

Ambato-Ecuador

2013

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Dra. Mg. Carolina Elizabeth San Lucas Solórzano C.C.1802840981, en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LOS ESTEREOTIPOS EN EL VESTIR Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.” desarrollado por el egresado Sangucho Saquina Pablo Medardo, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Dra. Mg. Carolina Elizabeth San Lucas Solórzano
C.C.1802840981

TUTORA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios específicos en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Sangucho Saquinga Pablo Medardo
C.C:180408211-1
AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Sedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “LOS ESTEREOTIPOS EN EL VESTIR Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Sangucho Saquina Pablo Medardo

C.C.180408211-1

AUTOR

Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LOS ESTEREOTIPOS EN EL VESTIR Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO” presentado por el Señor Pablo Medardo Sangucho Saquina, egresado de la Carrera de Educación Básica promoción: 2011-2012, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato, 03 de Julio del 2013

LA COMISIÓN

Dra. Mg. Sylvia Jeannette Andrade Zurita
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

Lcda. María Gabriela Abad Rosero
MIEMBRO

Dr. Mg. Franklin Rolando Álvarez Gallo
MIEMBRO

DEDICATORIA

Esta investigación la dedico a mi familia por haberme apoyado durante todo el proceso de mi vida como estudiante universitario de forma moral y económica.

Pablo

AGRADECIMIENTO

A las autoridades y docentes de la Carrera de Educación Básica de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación por haberme brindado la oportunidad de desarrollar la presente investigación y de manera particular a mi tutora Dra. Mg. Carolina San Lucas.

Pablo

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A: PÁGINAS PRELIMINARES

Portada.....	i
Aprobación del tutor	ii
Autoría de la investigación.....	iii
Cesión de derechos del autor.....	iv
Al Consejo Directivo:	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice general de contenidos.....	viii
Índice de cuadros.....	xii
Índice gráficos.....	xiv
Resumen ejecutivo	xvi
Executive summary	xvii

B: CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.2.2. ANALISIS CRÍTICO.....	5
1.2.3. PROGNOSIS.....	6
1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES	7
1.2.6. DELIMITACIÓN.....	8
1.3. JUSTIFICACION	8
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	9
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	13
2.2.1 PREMISAS ONTOLOGICAS.....	13
2.2.2 PREMISAS EPISTEMOLOGICAS	14
2.2.3 PREMISAS HEURÍSTICAS	14
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	14
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	16

2.4.1. CATEGORÍAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	17
Estereotipos	17
Concepto de estereotipos.....	18
Estereotipo Social.....	18
Estereotipo Mundial	19
Los estereotipos de la adolescencia y la moda	20
Publicidad y Estereotipos.....	21
Principales estereotipos en publicidad:	22
La publicidad y personalidad	24
La publicidad y los jóvenes.....	26
Estereotipos de moda (ropa).....	27
¿Qué piensan los universitarios de la moda?	29
Los adolescentes y la identidad.....	30
¿Qué son los estereotipos?	31
Estereotipos, discriminación y prejuicios.	34
La ropa comunica.....	35
Los afanes adolescentes por la ropa de marca	35
Efectos de los estereotipos en la sociedad.....	36
Los estereotipos y la educación multicultural	37
Tipos de estereotipos.....	40
Los estereotipos de género:	40
El hombre y los estereotipos	41
Estereotipos de género y vida cotidiana.....	42
Los niños y los estereotipos	44
La Imagen Personal y su Relación con la Imagen Profesional	45
Manera de vestir de los jóvenes	46
Clases de manera de vestir	47
Vestuario de etiqueta.....	47
Media etiqueta.....	47
Vestuario formal.....	47
Vestuario informal.	47
Identidad:.....	48
Cultura:.....	48
Sociedad:	48
Formación de la identidad.....	49
2.4.2 CATEGORÍAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	51
Formación Personal y social	51
Formación del Docente	52
Desarrollo personal	52
Formación integral	53
Formación Presencial vs Formación No Presencial.....	53
Actitud:.....	54
Actitudes y conductas	54
Valores:	55
Jóvenes y valores.....	55
Formación Profesional	56

¿Qué es la formación profesional inicial?.....	56
Concepto de desarrollo profesional.....	57
2.5. HIPÓTESIS.....	57
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	58
CAPÍTULO III.....	59
METODOLOGÍA.....	59
3.1. ENFOQUE.....	59
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	60
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	60
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	60
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	62
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	62
CAPÍTULO IV.....	64
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	64
4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS ESTUDIANTES.....	64
4.2 ENCUESTA APLICADA A LOS DOCENTES.....	82
4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	100
Modelo Lógico.....	100
Modelo estadístico.....	100
Región de aceptación y rechazo.....	100
Grados de libertad.....	101
Campana de Gauss.....	101
Cálculo Estadístico.....	101
Frecuencias Observadas.....	101
Frecuencias Esperadas.....	102
Cálculo del Chi ²	102
CAPÍTULO V.....	104
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
5.1 CONCLUSIONES.....	104
5.2 RECOMENDACIONES.....	104
CAPÍTULO VI.....	106
LA PROPUESTA.....	106
6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	106
6.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	107
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	108
6.4. OBJETIVOS.....	109
6.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	109
6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	109
6.5. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD.....	110
6.6 FUNDAMENTACIÓN.....	111

6.7 MODELO OPERATIVO	115
6.8 ADMINISTRACIÓN	133
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	134

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA.....	135
--------------------------	------------

ANEXOS	141
---------------------	------------

Anexo 1. Encuesta aplicada a estudiantes.....	141
Anexo 2. Encuesta aplicada a docentes.....	144
Anexo 3. Fotografías.....	147

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población y muestra	60
Cuadro 2. Variable independiente.....	60
Cuadro 3. Variable dependiente	61
Cuadro 4. Recolección de la información	62
Cuadro 5. Pregunta 1- Estudiantes	64
Cuadro 6. Pregunta 2 - Estudiantes	65
Cuadro 7. Pregunta 3 - Estudiantes	66
Cuadro 8. Pregunta 4 - Estudiantes	67
Cuadro 9. Pregunta 5 - Estudiantes	68
Cuadro 10. Pregunta 6 - Estudiantes	69
Cuadro 11. Pregunta 8 - Estudiantes	71
Cuadro 12. Pregunta 9 - Estudiantes	72
Cuadro 13. Pregunta 10 - Estudiantes	73
Cuadro 14. Pregunta 11 - Estudiantes	74
Cuadro 15. Pregunta 12 - Estudiantes	75
Cuadro 16. Pregunta 13 - Estudiantes	76
Cuadro 17. Pregunta 14 - Estudiantes	77
Cuadro 18. Pregunta 15 - Estudiantes	78
Cuadro 19. Pregunta 16 - Estudiantes	79
Cuadro 20. Pregunta 17 - Estudiantes	80
Cuadro 21. Pregunta 18 - Estudiantes	81
Cuadro 22. Pregunta 1 - Docentes.....	82
Cuadro 23. Pregunta 2 - Docentes.....	83
Cuadro 24. Pregunta 3 - Docentes.....	84
Cuadro 25. Pregunta 4 - Docentes.....	85
Cuadro 26. Pregunta 5 - Docentes.....	86
Cuadro 27. Pregunta 6 - Docentes.....	87
Cuadro 28. Pregunta 7 - Docentes.....	88
Cuadro 29. Pregunta 8 - Docentes.....	89
Cuadro 30. Pregunta 9 - Docentes.....	90
Cuadro 31. Pregunta 10- Docentes.....	91
Cuadro 32. Pregunta 11 - Docentes.....	92
Cuadro 33. Pregunta 12 - Docentes.....	93
Cuadro 34. Pregunta 13 - Docentes.....	94
Cuadro 35. Pregunta 14 - Docentes.....	95
Cuadro 36. Pregunta 15 - Docentes.....	96
Cuadro 37. Pregunta 16 - Docentes.....	97

Cuadro 38. Pregunta 17 - Docentes.....	98
Cuadro 39. Pregunta 18 - Docentes.....	99
Cuadro 40. Frecuencias Observadas	101
Cuadro 41. Frecuencias Esperadas.....	102
Cuadro 42. Cálculo del Chi ²	102
Cuadro 43. Costos de propuesta.....	106
Cuadro 44. Ficha de observación de socialización	128
Cuadro 45. Ficha de observación charla a estudiantes.....	129
Cuadro 46. Ficha de observación libro leído	129
Cuadro 47. Ficha de observación del debate.....	130
Cuadro 48. Ficha de observación del festival poético.....	130
Cuadro 49. Ficha de observación del trípticos	131
Cuadro 50. Ficha de observación de carteles	131
Cuadro 51. Ficha de observación de desfile de moda.....	131
Cuadro 52. Ficha de observación de desfile de show artístico	132
Cuadro 53. Ficha de observación de desfile de evaluación	132
Cuadro 54. Metodología.....	115
Cuadro 55: Previsión de la Evaluación.....	134

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas.....	5
Gráfico 2. Gráficos de Inclusión	16
Gráfico 3. Representación porcentual sobre los estereotipos y la creatividad.....	64
Gráfico 4. Representación porcentual de alguien le ayude a escoger su vestimenta. ...	65
Gráfico 5. Representación porcentual sobre la moda en el vestir	66
Gráfico 6. Representación porcentual sobre estereotipos en vestir en Universidad	67
Gráfico 7. Representación porcentual sobre estereotipos en vestir y nuestra cultura...68	
Gráfico 8. Representación porcentual sobre estereotipos en vestir y otras culturas	69
Gráfico 9. Representación porcentual sobre estereotipos en el vestir y la estética.....	70
Gráfico 10. Representación porcentual sobre imitar modo vestir del resto grupo.....	71
Gráfico 11 . Representación porcentual sobre si afecta si docente usa estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes.	72
Gráfico 12. Representación porcentual sobre el modo de vestir y la influencia de los estereotipos en el vestir	73
Gráfico 13. Representación porcentual sobre la formación de la personalidad en la Facultad de Ciencias Humanas	74
Gráfico 14. Representación porcentual sobre la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo.	75
Gráfico 15. Representación porcentual sobre estereotipos en vestir y la sociedad.....	76
Gráfico 16. Representación porcentual sobre si los estereotipos en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social	77
Gráfico 17. Representación porcentual sobre si la forma de vestir afecta para ser aceptado en un grupo de amigos.	78
Gráfico 18. Representación porcentual sobre si al salir de a la calle se preocupan mucho por su manera de vestir.....	79
Gráfico 19. Representación porcentual sobre el entorno en que se desarrolla una persona y la manera de actuar	81
Gráfico 20. Representación porcentual sobre los estereotipos y la creatividad.....	82
Gráfico 21. Representación porcentual sobre la necesidad de ayuda al escoger la vestimenta	83
Gráfico 22. Representación porcentual sobre la moda en el vestir	84
Gráfico 23. Representación porcentual sobre estereotipos en vestir en la Universidad	85
Gráfico 24. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en la cultura.....	86
Gráfico 25. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en otras culturas	87

Gráfico 26. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en la estética.....	88
Gráfico 27. Representación porcentual sobre grupos estudiantiles y la imitación en el modo de vestir.....	89
Gráfico 28. Representación porcentual sobre los docentes y el uso de estereotipos	90
Gráfico 29. Representación porcentual sobre el modo de vestir y la influencia de los estereotipos.....	91
Gráfico 30. Representación porcentual sobre formación personal de estudiantes Universitarios	92
Gráfico 31. Representación porcentual sobre imagen externa y grupos sociales.	93
Gráfico 32. Representación porcentual sobre estereotipos en el vestir y la sociedad.....	94
Gráfico 33. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su importancia en la vida social.....	95
Gráfico 34. Representación porcentual sobre forma de vestir y grupos de amigos.	96
Gráfico 35. Representación porcentual sobre manera de vestir al salir a la calle.....	97
Gráfico 36. Representación porcentual sobre las actividades extracurriculares y la formación personal.....	98
Gráfico 37. Representación porcentual sobre entorno familiar y manera de actuar.	99
Gráfico 38. Región de aceptación y de rechazo	101

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE EDUCACIÓN BÁSICA

MODALIDAD: PRESENCIAL

TEMA: “LOS ESTEREOTIPOS EN EL VESTIR Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

AUTOR: Sangucho Saquina Pablo Medardo

TUTORA: Dra. Mg. Carolina Elizabeth San Lucas Solórzano

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis se centra en la influencia de los estereotipos en el vestir en la formación personal de los Estudiantes del Quinto Semestre periodo académico septiembre 2012-febrero 2013 de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato. El objetivo principal es la formación personal de los estudiantes entorno a los estereotipos en el vestir para que no haya ningún inconveniente con la comunidad educativa cuando tengan que realizar las correspondientes ayudantías y posteriormente las prácticas pre profesionales.

Se pretende concientizar a los estudiantes que los estereotipos en el vestir en la actualidad se ha vuelto un problema en la sociedad y en la cultura a la que cada vez se unen más personas que se identifican con ella, lo que no es admisible en ellos porque se forman para futuros docentes y deben mantener su identidad propia, para aquello se parte informando sobre los efectos negativos de los estereotipos en el vestir y sobre todo dando a conocer la forma correcta de vestir de los docentes ya que son tomados como un modelo a seguir razón por la cual sus actitudes y valores deben ser los más correctos criterios que permiten una formación personal adecuada de un docente ejemplar que demuestre en el campo laboral su excelente formación profesional. Es sumamente importante recalcar que los datos primarios se obtuvieron en el lugar de los hechos mediante la aplicación de encuestas tanto a docentes como a estudiantes.

Palabras clave: Estereotipos en el vestir, Identidad, Cultura, Sociedad, Formación personal, Actitud, Valores, Formación profesional, Docente Ejemplar.

TECHNICAL UNIVERSITY AMBATO
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION
BASIC EDUCATION CAREER

TOPIC: "STEREOTYPES IN DRESS AND THEIR INFLUENCE ON STAFF TRAINING FIFTH SEMESTER STUDENTS OF BASIC EDUCATION CAREERS CHILDHOOD EDUCATION AND MODALITY OF THE FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION, TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO"

AUTHOR: Sangucho Saquina Pablo Medardo

GUARDIAN: Dra. Mg. Carolina Elizabeth San Lucas Solórzano

EXECUTIVE SUMMARY

This thesis focuses on the influence of stereotypes in dress in personal training Fifth Semester Students of the academic period September 2012-February 2013 at the Faculty of Humanities and Education, Technical University of Ambato. The main objective is to train students' personal stereotypes around the dress that no drawback with the educational community when they have to make the corresponding assistantships and subsequently pre-professional.

It brings awareness to students that stereotypes in dress today has become a problem in society and the culture that increasingly bind more people who identify with it what is not permissible in them because they form for future teachers and must maintain their own identity, so that reporting is part of the negative effects of stereotypes in dress and especially giving the correct way teachers dress as they are taken as a role model because why their attitudes and values should be the most correct criteria for adequate staff training of a teacher demonstrating exemplary work in the field excellent training.

It is extremely important to emphasize that the primary data were obtained at the scene through the use of surveys both teachers and students.

Keywords: Stereotypes in dress, Identity, Culture, Society, Personal Training, Attitude, Values, Vocational Exemplary Teaching.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación ha permitido conocer cómo influye los estereotipos en la formación personal de los Estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato Semestre Septiembre 2012-Febrero 2013.

Primer Capítulo: Se refiere al planteamiento del problema y en este capítulo se realizó la contextualización, el análisis crítico, el árbol de problemas (estableciendo causas y efectos). Se planteó la prognosis, se formuló el problema ¿Cómo influyen los estereotipos en el vestir en la formación personal de los estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia del quinto Semestre de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, durante el primer parcial del semestre Septiembre 2012-Febrero 2013?delimitando el área, campo, año en el que se está dando el mismo y se detalló los motivos como la importancia, factibilidad y beneficiarios por los cuales el problema merece ser estudiado.

Segundo Capítulo: Se refiere al marco teórico para lo que se buscó los antecedentes investigativos a continuación se realizó la fundamentación filosófica y la fundamentación legal en donde constan algunos artículos de la ley relacionados con el tema de investigación, posteriormente se realizó las categorías fundamentales de cada variable: Independiente: estereotipos en el vestir, identidad, cultura y sociedad. Dependiente: formación personal, actitud, valores y formación profesional, las cuales se detallan en la fundamentación teórica, para finalizar este capítulo se enunció la hipótesis y sus variables.

Tercer Capítulo: Hace referencia a la metodología utilizada en el proyecto investigado, el enfoque que guió la investigación a continuación se realizó los niveles y tipos de investigación los cuales sirvieron para planificar la recolección de la información, posteriormente se eligió la población a ser

investigada en esta investigación sobre los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal se trabajó con todo el universo de Estudiantes y Docentes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia, se realizó la operacionalización de variables para conocer las características de cada una para luego elaborar el plan de recolección de información en donde se especifica la técnica a utilizarse y por último se realizó el plan de recolección y procesamiento de información.

Cuarto Capítulo: Se refiere al análisis e interpretación, el cual explica el procedimiento utilizado para la recolección y tabulación de datos, se realiza el cuadro estadístico y el análisis de cada pregunta y también la interpretación. También se realizó la demostración de hipótesis mediante los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes y docentes.

Quinto Capítulo: Hace referencia a las conclusiones y recomendaciones que obtuvieron de las encuestas realizadas a estudiantes y docentes.

Sexto Capítulo: Se refiere a la propuesta que se titula: “Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir para los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, donde constan los datos informativos, se realizó los antecedentes, la justificación, también se plantearon los objetivos y el análisis de factibilidad. Se realizó la fundamentación teórica de la propuesta para sustentar el trabajo, posteriormente se elaboró el modelo operativo en donde se describe las fases, objetivos, actividades recursos, responsables y tiempo en el que la propuesta se debe difundir y por último se realizó la administración y previsión de la evaluación.

Para realizar este trabajo investigativo se incluye la bibliografía y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN

En Ecuador, los estereotipos en el vestir no son aceptados de forma positiva en la sociedad provocando malestar en la comunidad donde se reúnen los grupos urbanos y rurales para divertirse o realizar diversas actividades acorde a la personalidad, ocasionando que las personas cambien su perspectiva de los jóvenes y su forma de vestir; por cuanto como le ven a una persona le tratan, por ejemplo, si un joven tiene el pelo largo, jeans rotos y camiseta negra se le considera como un delincuente o drogadicto.

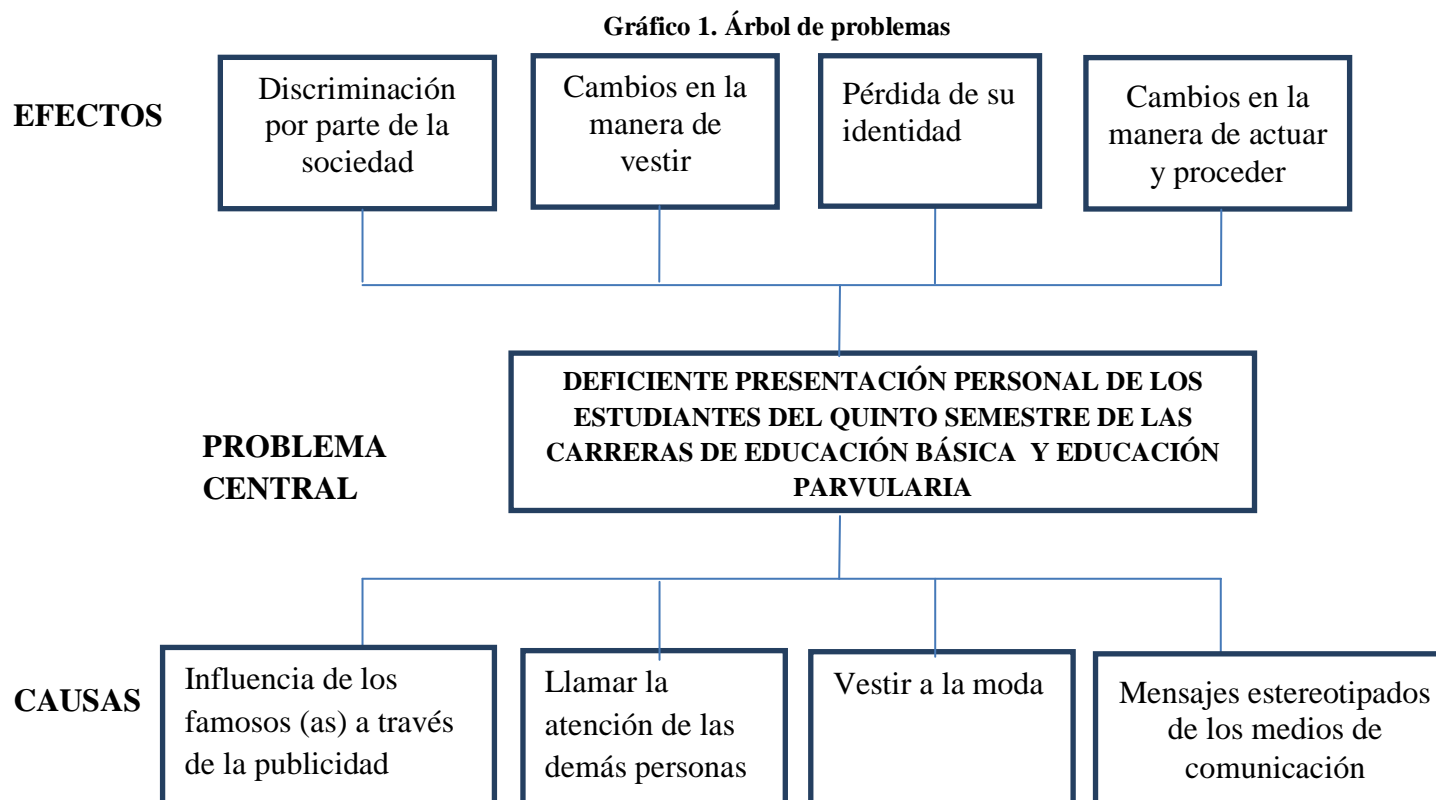
La mayoría de los jóvenes ecuatorianos, en cuanto al vestuario, buscan formar parte del grupo, no obstante, quieren llamar la atención, ser únicos o exclusivos, adoptando formas de ser y actuar que muchas veces les llevan a tener conflictos con las demás personas e inclusive baja autoestima siendo una de las motivaciones que lleva a los jóvenes a ser rebeldes, drogadictos, delincuentes e incluso la muerte de muchos jóvenes en la actualidad.

En la provincia de Tungurahua, los jóvenes, cuando entran a la Universidad cambian su forma de pensar y observan el ambiente desde otro punto de vista

diferente al contexto estudiantil del colegio. Por ser seres humanos tenemos el instinto de conservación y de socializar con otros, lo que ocasiona que los jóvenes busquen a alguien de su misma especie para ser aceptados dentro de un grupo, el mismo que tendrá su forma de vestir establecido e inclusive la forma de actuar frente a la sociedad optando por imitar la personalidad de los integrantes del grupo, personajes de la farándula entre otros. Muchas de las veces los jóvenes no pueden mantener relaciones sociales y se unen a dichos grupos adquiriendo la personalidad por el simple hecho de ser aceptado.

En la Universidad Técnica de Ambato, en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, los estudiantes de quinto Semestre de la Carreras de Educación Básica y Parvularia, por el hecho de sentirse libres y tomar sus propias decisiones los jóvenes sufren cambios conductuales; debido a que observan y aprenden conductas de los estudiantes que se encuentran en años superiores, imitando entre otras, su forma de vestir y actuar para llamar la atención o ser aceptados, cambiando su verdadera personalidad; muchos no toman en cuenta la responsabilidad que implica el seguir la carrera para ser docente, siendo de prioridad para ellos la diversión con su grupo.

1.2.2. ANALISIS CRÍTICO



Elaborado por: Pablo Sangucho

La influencia de famosos (as) a través de los mensajes de publicidad es una de las razones principales para que muchas personas sigan los estereotipos en el vestir, lo que no es visto como algo positivo por las personas adultas y peor aún verlo en estudiantes que se están formando para docentes ya que esto va a provocar que haya mucho malestar en el ambiente en que desenvuelven y también van a ser víctimas de discriminación por la mayoría de integrantes de la comunidad educativa y la sociedad.

También el uso de los estereotipos en el vestir en muchos de los casos se debe al intento de llamar la atención de las demás personas, por muchas circunstancias entre ellas está la rebeldía al expresar sus sentimientos a través de la manera de vestir, esto a la vez va a traer consigo un gran número de críticas muy fuertes, principalmente de las personas de mayor edad porque no están de acuerdo con la manera de vestir de los jóvenes en la actualidad.

Otra causa es el querer vestir a la moda, ya que los jóvenes por seguir patrones de moda no les importa irse en contra de su propia identidad con el uso de estereotipos en el vestir, acto que muchas personas van a considerar como atentatorio a principios y valores religiosos, culturales y sociales que conllevan a perder su identidad cultural.

Los mensajes estereotipados de los medios de comunicación genera muchos cambios en la manera de actuar y proceder de las personas, hoy en día esto se ve en el intento por mejorar considerablemente la apariencia física para de esta forma relacionarse con las personas del sexo opuesto principalmente es un factor que conlleva al uso de los estereotipos en el vestir en las personas.

1.2.3. PROGNOSIS

De persistir este problema, los jóvenes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia, seguirán siendo influenciados por los estereotipos en el vestir que observan en los medios de comunicación, habrá más jóvenes

expresando individualidad siguiendo a modelos de la farándula, que hoy en día dejan mucho que desear con su manera de actuar y proceder, lo que va a pasar además es que muchas personas dentro y fuera de la institución emitan críticas severas de la apariencia de los estudiantes, también van a ser considerados como malos ejemplos a seguir para niños, niñas y adolescentes, además va a provocar inestabilidad y problemas en las familias que no estén de acuerdo con la vestimenta de los jóvenes.

Si se soluciona este problema tendremos jóvenes con una formación personal adecuada en la manera de actuar y proceder así como la manera de vestir correctamente, permitiendo que en el futuro no quiera expresar individualidad siguiendo tendencias negativas, sino al contrario, un docente con una identidad propia que oriente a sus estudiantes desde tempranas edades a conservar su identidad cultural para que desarrolle mejor sus capacidades y actitudes tan necesarias para un desarrollo saludable y provechoso en la vida cotidiana que beneficia a su vez a la sociedad, la escuela, el hogar y así mismos.

1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influyen los estereotipos en el vestir en la formación personal de los estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia del Quinto Semestre de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, durante el primer parcial del semestre Septiembre 2012-Febrero 2013?

1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES

- 1) ¿Tienen los estereotipos algún efecto en la autoestima de los jóvenes?
- 2) ¿Los estereotipos ocasionan cambios en la manera de vestir de los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato?
- 3) ¿Pueden los estereotipos en el vestir generar discriminación por parte de la sociedad?

- 4) ¿Qué es más importante, tu desarrollo profesional o la formación personal?
- 5) ¿Las páginas de moda que visitas en los NTIC'S, influyen en tu forma de vestir?

1.2.6. DELIMITACIÓN

Campo: Social

Área: Educativa

Aspecto: Estereotipo en el vestir

Espacial: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Temporal: Primer Parcial Septiembre 2012-Febrero 2013

1.3. JUSTIFICACION

La influencia de los estereotipos en el vestir en la formación personal de los estudiantes de la Carreras de Educación Básica y Parvularia del Quinto Semestre de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, es un tema de mucho interés ya que es un problema que afecta a la imagen de la Universidad debido a que en las escuelas que realizan sus prácticas los estudiantes que van a ser futuros docentes; muchos de ellos son atraídos por los estereotipos en la forma de vestir que observan en los medios de comunicación y olvidan que para presentarse en un aula de clase se debe tener cierto perfil como docente, hablar bien, una cierta forma de proceder si va a dar una clase, una cierta forma de vestir porque nuestra formación personal refleja lo que nosotros somos, no se puede vestir de cualquier manera.

El interés por investigar este tema es debido a la factibilidad que proporcionan las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato para investigarlo y desarrollarlo, sobre todo porque en estas carreras sus estudiantes

tanto hombres como mujeres usan estereotipos en el vestir. También es factible debido a que hay innumerables fuentes de bibliografía de las dos variables tanto en el internet como en la biblioteca que me van a permitir tener un conocimiento muy amplio de las mismas.

Además esta investigación se va a caracterizar por poseer un lenguaje claro y va a estar encaminada a concientizar a los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia que deben tener una presentación adecuada ante la sociedad, es decir con una vestimenta correcta, debido a que van a estar en permanente contacto con niños niñas y adolescentes lo que ya lo experimentaron durante las observaciones que hicieron en las diferentes instituciones educativas y que en los semestres venideros de estudio superiores van a tener que volver a las instituciones educativas y no es nada positivo que lleguen allá con los estereotipos en el vestir, porque los docentes, autoridades y padres de familia los van a considerar como un mal ejemplo para los menores.

El presente proyecto es de utilidad porque se espera como resultado ayudar a que los jóvenes futuros docentes cambien su perspectiva sobre la manera adecuada de vestir y no se dejen influenciar por los estereotipos en el vestir que transmiten los mensajes publicitarios a través de los medios de comunicación, más bien que valoren y promuevan lo nuestro.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Investigar como los estereotipos en el vestir influyen en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Detectar que factores o medios determinan los estereotipos en el vestir.
- ❖ Determinar si la formación personal influye en el desarrollo profesional de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia
- ❖ Conceptualizar la variable independiente: los estereotipos en el vestir y la variable dependiente: la formación personal.
- ❖ Diseñar una alternativa de solución al problema en investigación

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato no existen investigaciones relacionadas a los estereotipos en el vestir por lo que la presente investigación va a ser inédita y original.

Esta investigación pertenece al campo social y está dentro del área de psicología y se vale de estudios a nivel internacional que han dejado los siguientes aportes.

Carmen Paola Moretti Vargas en su trabajo de investigación sobre: la Influencia de la moda en las personas publicado en el año 2009 manifiesta que:

Aunque muchos no deseen admitirlo la moda influye mucho en las personas, ya sea en su forma de vestir, de actuar, de relacionarse con los demás, e incluso hasta en las ideologías, la definición de moda según el diccionario de la Real Academia Española es: Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos.

En la actualidad se observa que no sólo las féminas están pendientes de las últimas tendencias, sino también los varones y aquellos que están en medio de estos dos sexos, antes era frecuente escuchar la frase: "Dime con quién andas y te diré quién eres" ahora la nueva frase que se utiliza para muchos es "dime cómo vistes y te diré como eres", la ropa que se usa es el fiel reflejo de la personalidad.

Aunque algunos no admitan esto, muchas veces la forma en la que las personas se visten, calzan, peinan, maquillan, la música que escuchan y bailan, refleja el

interior y la personalidad; y con esto no quiere disminuirse a aquellos que no usan ropa de marcas conocidas o aquellos que son de una economía baja, sino se refiere a la limpieza con la que una persona se puede mostrar ante los demás, su forma de expresarse y de actuar ante otros, esto es el reflejo de la cultura y educación que puede tener aquella persona.

Es por ello que la moda de una u otra manera siempre va a influenciar en las personas, pero todo depende de cada uno en escoger su estilo personal, y sentirse cómodo con ello, sin utilizar ningún tipo de presión sobre los demás para pretender que el estilo que se utiliza deba de agradarles.(Moretti. C, 2009)

Al respecto de lo expuesto anteriormente se puede decir que en la actualidad hombres y mujeres están pendientes de las últimas tendencias de la moda, la forma en la que las personas se visten, calzan, peinan, maquillan, la música que escuchan y bailan, para de esta manera agradarles a las personas que se encuentran en su alrededor, dejando aun lado su verdadera personalidad.

Axel Díaz Reynoso y Estefanía Rodríguez Cedillo en su trabajo de investigación sobre: La Influencia de los medios de Comunicación en la forma de vestir de los jóvenes publicado en el año 2011 manifiesta que:

Este trabajo presenta el resultado de una investigación cuantitativa acerca de la influencia que tienen los medios de comunicación en los jóvenes al elegir su vestimenta, la moda es el gusto masivo, impuesto o adquirido, frente a la ropa, los perfumes, los colores, y todo lo que se vincule con el embellecimiento. No sólo el de la mujer, ya que los hombres, cada vez con más fuerza, se incorporan a los gritos de la moda. La sociedad está influenciada por los estilos de vida que los medios de comunicación muestran, las formas de actuar, de vestir, el hablar, etc. Los distintos anuncios de ropa, zapatos y complementos hacen que se desee vestir de una manera o de otra, son los que condicionan a la hora de elegir atuendos. (Díaz. A y Rodríguez E, 2011)

Al respecto de lo expuesto anteriormente se puede decir que los medios de comunicación a través de la publicidad muestran a la sociedad un estilo de vida de acuerdo a sus intereses en la compra y venta de sus productos no les importa el daño que están ocasionando a las personas al transmitir los mensajes publicitarios en que los jóvenes aparecen con más frecuencia que otros grupos sociales ya que ellos son el blanco perfecto para que consuman sus productos.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El trabajo investigativo se encuentra ubicado en el paradigma crítico propositivo, crítico porque analizara una realidad cultural educativa; y propositivo por cuanto busca plantear una alternativa de solución al uso de estereotipos en el vestir en los jóvenes que van a ser futuros docentes.

Paradigma crítico es porque, los problemas parten de situaciones reales y tienen por objeto transformar esa realidad cara al mejoramiento de los grupos o individuos implicados en ella, Por tanto, los problemas de Investigación arrancan de la acción. La selección del problema la hace del propio grupo que cuestiona la situación inicial. Esta peculiaridad la diferencia claramente de las posiciones anteriores en las que el investigador es el único que tiene la responsabilidad.

2.2.1 PREMISAS ONTOLOGICAS

El problema de los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, es diferente al de otras instituciones debido a que las características que presenta el problema se deben a la realidad que vive cada institución, donde los involucrados en el problema se desenvuelven de diferente manera ante el hecho que se está dando.

2.2.2 PREMISAS EPISTEMOLOGICAS

El problema aparece de la observación directa en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

La observación directa detectó la falta de atención ante el uso de estereotipos en el vestir en los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial.

La relación entre el investigador, docentes y estudiantes impide que se altere el comportamiento de los estudiantes.

2.2.3 PREMISAS HEURÍSTICAS

La actitud que presentan los estudiantes ante los estereotipos en el vestir ocasiona una formación personal deficiente, lo que favorece a que el problema siga, ya que muchos de los estudiantes se muestran atraídos por los estereotipos en el vestir. Estos pueden ser factores preponderantes para que los estudiantes tengan una formación personal inadecuada, motivo por el cual los mismos no se sienten motivados para hacer cualquier actividad que le ayuden a un correcto desarrollo de su formación personal. También va a incidir la falta de una orientación vocacional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para que ayuden a los estudiantes a resolver su problema de manera eficiente.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Esta investigación se apoya en los artículos de la Constitución de la República del Ecuador del 2008 los mismos que se mencionan a continuación:

Art. 10.-Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

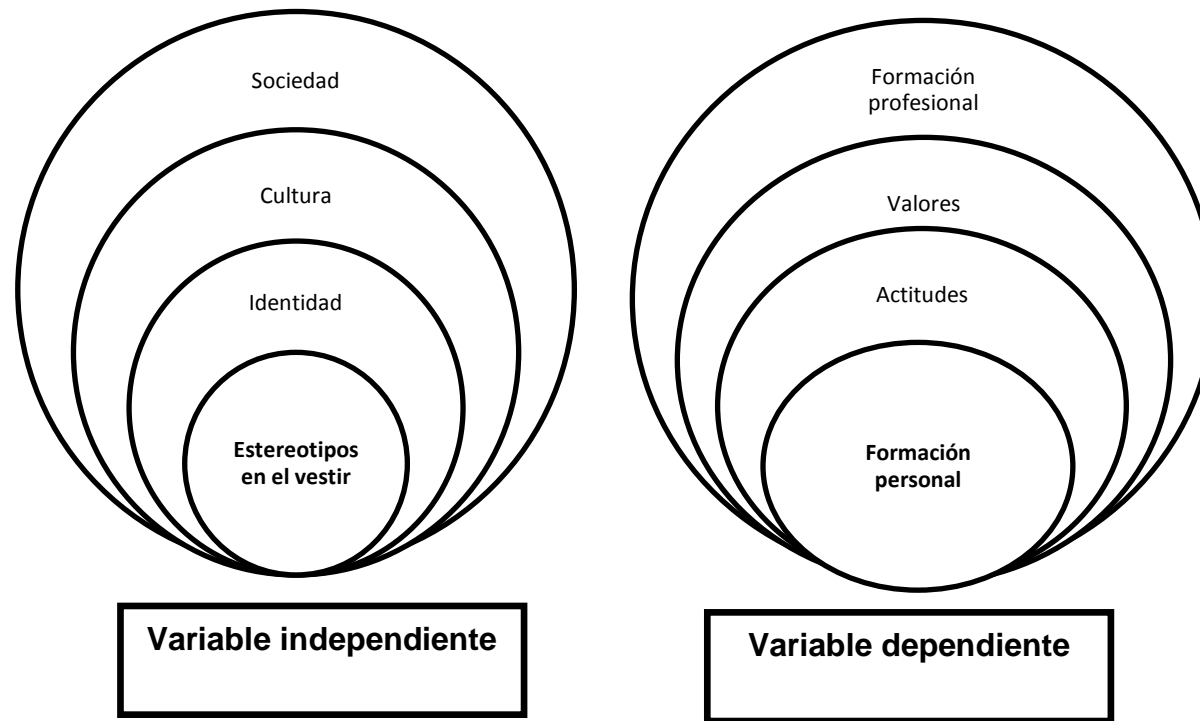
No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 2. Gráficos de Inclusión



Elaborado por: Pablo Sangucho

2.4.1. CATEGORÍAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Estereotipos

Estereotipo (etimológicamente proviene de la palabra griega stereos que significa sólido y typos que significa marca): Es una imagen trillada, con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades, características y habilidades. Por lo general ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. El término se usa a menudo en un sentido negativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que limitan la creatividad y que sólo se pueden cambiar mediante el razonamiento personal sobre ese tema.

En sus orígenes, la palabra nombraba a una impresión tomada de un molde de plomo que se utilizaba en la imprenta en lugar del tipo original. Esta aplicación terminó convirtiéndose en una metáfora respecto a un conjunto de ideas preestablecidas que se podían llevar de un lugar a otro sin cambios.

En su uso actual más habitual, el concepto de estereotipo hace referencia a la imagen mental simplificada y con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades características. Suele utilizarse con un sentido negativo o peyorativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que se pueden cambiar a través de la educación.

Los estereotipos más usuales incluyen distintas aseveraciones sobre los grupos raciales y predicciones de comportamiento basadas en el estatus social o en la riqueza. En el arte y en la literatura, los estereotipos son clichés y aparece mediante personajes o situaciones predecibles. (Rodríguez. M, 2010)

El concepto de estereotipo de acuerdo a lo anterior expuesto se puede decir que los estereotipos es una imagen mental que un grupo de gente comparte ciertas

cualidades y características, sobre varios temas de sociales que se pueden cambiar durante el proceso de enseñanza y aprendizaje en los mismos hogares o en los centros educativos.

Concepto de estereotipos

“Creencias referidas a características o rasgos compartidos por miembros de grupos sociales específicos. Los estereotipos son marcos cognitivos con fuerte influencia en el procesamiento de la información social que recibimos”. (Baron. R, 2005)

Estereotipo Social

Idea o imagen aceptada comúnmente por un grupo. Un estereotipo social existe cuando varios miembros de un grupo acentúan parecidos. Se crea una pauta que puede estar determinada por aspectos físicos (raza, género, delgadez, etc.), psíquicos (sexualidad, conductas, etc) y/o sociales (religión, política, etc.).

La sociedad actual se basa fundamentalmente en el consumismo. Vivimos bombardeados por los medios de comunicación y estos crean y divulgan los estereotipos. Como consecuencia de los estereotipos surgen los PREJUICIOS (opiniones desfavorables frente al grupo social y como consecuencia frente a sus miembros). Implican la DISCRIMINACIÓN, dar trato de inferioridad a una persona o colectivo por no cumplir con las pautas del estereotipo implantado socialmente. (Lallana. I, 2009, p. 395)

El estereotipo social en la actualidad ocasiona que las personas dejen aun lado sus verdaderas necesidades y se vuelvan consumistas, debido a los mensajes publicitarios que se transmiten a través de los medios de comunicación.

Estereotipo Mundial

Aunque los estereotipos nos parezcan algo grande, algo en lo que los medios de comunicación tienen un alto grado de responsabilidad, en realidad no es tan así ya que un estereotipo puede ser una idea colectiva que se tenga respecto de cualquier cosa, como podría ser una característica, entonces, por ejemplo, si un grupo de 10 o incluso menos personas que piensen de la misma forma acerca de cómo se debe combinar los colores para vestirse, han creado un estereotipo, pero específico de ese grupo de personas; entonces un estereotipo, en rigor, no siempre es algo masivo, pero son los otros, los que sí tienen que ver con los medios de comunicación, los que afectan la psiquis de las personas y que pueden alterar, como consecuencia, el curso de la sociedad.

Si tratamos de definir la palabra “estereotipo” como lo haría un diccionario obtendríamos una definición más o menos así: “Conjunto de ideas que un grupo o una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos”. Esto demuestra que en el fondo los estereotipos son el producto de la atribución de una determinada característica a objetos (o grupos de personas), que tiene su origen en una generalización indebida o demasiado aproximativa y arbitraria de la realidad, y que, por lo tanto, tiende a prescindir de cualquier conclusión lógica o de una comprobación experimental.

Aunque se reconozca a los estereotipos una cierta utilidad en la comunicación humana es evidente que tienden a transformar datos imprecisos en descripciones rígidas, las que se adoptan como parte de lo típico. Los estereotipos también tienden a identificarse con los prejuicios sociales que nacen de una falsa generalización de algún hecho en particular, y que derivan, más que de una conclusión intelectual, de una profunda participación afectiva que rechaza las indicaciones que señala la experiencia (prejuicios).

En la actualidad existen muchos estereotipos que pueden deberse a diferentes características como clase social, edad, religión, etnia, sexo, y la lista podría llenar

esta página y los medios de comunicación son uno de los principales culpables ya que a través de muchas estrategias comerciales logran establecer modelos de conducta o apariencia que la mayoría de las personas tratará de adquirir. La comunicación presenta estereotipos de casi todos los “tipos” de persona (hombre, mujer, niño, anciano, político, dueña de casa, homosexual y un largo etcétera. (kavayero, 2009)

Los estereotipos no tienen fronteras ya que con la ayuda de los medios de comunicación cualquier mensaje estereotipado puede llegar hasta el interior de sus hogares sin necesidad de pedirle permiso entran en sus vidas siendo los más indefensos los niños y adolescentes debido a que hoy en día muchos de ellos pasan varias horas frente a la tv y NTICS y son los más propensos a cambiar su forma de pensar y actuar debido a que no tienen todavía formada su personalidad.

Los estereotipos de la adolescencia y la moda

Cada generación se identifica por ciertas características, en la manera de vestir y de comportarse, estas diferencias aparecen por el medio ambiente en el que se está viviendo en ese instante, estas particularidades que se generalizan en el medio, pueden denominarse como estereotipos.

En si el estereotipo, es tomar ciertos rasgos de un objeto o persona con el fin de mejorar las relaciones sociales, estas pueden ser tomadas con fines económicos por la publicidad, para ofrecer rasgos físicos y psicológicos de algunos personajes, presentándolos como modelos a seguir y utilizándolos para introducir productos, ideas, conductas y hábitos. Esta es una de las razones por las que frecuentemente en las propagandas se puede observar a actores, cantantes, deportistas; ofertando diferentes productos.

Los medios de comunicación, especialmente la publicidad de la televisión y el cine, deben su gran popularidad a la utilización indirecta de ciertas imágenes, que las promocionan como las mejores. Buen ejemplo de esto es recordar a los

grandes héroes de la pantalla, los cuales generalmente son altos, fuertes, de ojos claros y las actrices más cotizadas son las de “mejor cuerpo”; es decir las delgadas, de grandes pechos, etc. Pero no se habla mucho de la verdadera belleza; de la belleza interior.

Así se divulgan estereotipos sobre la feminidad y la masculinidad, el racismo, las personas mayores, la discriminación socioeconómica, los valores culturales, religiosos, académicos, todo esto con el fin de perpetuar el poder en ciertos rasgos.

Las tendencias de la moda y los intereses comerciales que están inmersas en éstas, son las que mandan la presentación de tales estereotipos, que vienen revestidos de formas externas “nuevas”, y son tomados por las diferentes generaciones de adolescentes. Siempre traen consigo un pensamiento envuelto en diferentes estilos de ropa, adornos, modales, vocabularios, que hacen que los adolescentes se sientan parte de esa generación. El estereotipo siempre es autoritario, ya que busca influir en el comportamiento y vestimenta del público.” (Navas. G, 2010)

Los estereotipos en la adolescencia se produce debido a los mensajes indirectos de los medios de comunicación a través de los mensajes publicitarios, se usa a personajes de la farándula para que sean tomados como modelos a seguir para los adolescentes y de esta manera consuman los productos que usan ellos, influyendo además de manera negativa en la sociedad mediante varios estereotipos que cambian el comportamiento de las personas en su vida cotidiana.

Publicidad y Estereotipos

Un estereotipo es una idea o imagen de un grupo social creada por la sociedad que refleja una realidad simplificada y una generalización de ese grupo. La publicidad utiliza estereotipos sociales que reflejan el tipo de sociedad en la que vivimos.

La publicidad utiliza los estereotipos porque le son útiles, por el poco espacio o tiempo para emitir un anuncio, lo que le obliga a recurrir a imágenes

convencionales que le sean cercanas a la audiencia y las pueda entender fácilmente y como estrategia informativa por que los anuncios utilizan más los aspectos emocionales que racionales, lo que hace que por un lado nos impacten de una forma casi inconsciente.

La mayoría de spots publicitarios que logran captar nuestra atención, sentados frente a la televisión, leyendo un periódico, escuchando la radio o navegando por internet, lo hacen, por lo general, al contener lemas explosivos, personajes adinerados, lindos y perfectos, con poses atrevidas, en pocas palabras: una imagen de ensueño. Ejemplos de estereotipos hay mucho: que todos los hombres son machistas, que los negros son unos salvajes, que las feministas son feas, que los hombres no tienen sensibilidad, etc. (Prieto. Z, 2012)

Respecto a lo expuesto anteriormente se puede decir que la publicidad siempre trata de que sus anuncios utilicen los aspectos emocionales de las personas para que los mensajes les impacten de una forma casi inconsciente y para captar a un más la atención de las personas utilizan lemas explosivos y personajes de la farándula.

Principales estereotipos en publicidad:

Belleza Uno de los valores más explotados por los creativos publicitarios. Se recurre a imágenes bellas y a modelos atractivos para atraer la atención del público y proyectar una imagen de belleza en aquellos que adquieran el producto o el servicio en cuestión. Se pretende reflejar la imagen de belleza a los públicos, haciéndoles creer que si usan esos productos o servicios, su físico mejorará y todo en la vida les irá mejor. El problema es que últimamente algunos sectores feministas se oponen a este tipo de publicidad en el que, se supone, que sólo se ve a la mujer como un objeto y que se aleja de la realidad y de la mayoría de las mujeres. Pero lo cierto es que el subconsciente es muy poderoso y todo el mundo quiere ser atractivo.

Salud e Higiene se está recurriendo mucho al culto al cuerpo y a la salud para publicitar productos. Es verdad que la salud es importante, pero hemos llegado a un punto en el que ya no sabemos qué nos quieren vender. Muchos productos dietéticos promocionan este valor, así como los aparatos de gimnasia. En este tipo de anuncios se ofrecen los productos y servicios como algo beneficioso para la salud. En ocasiones es cierto, pero en otras convierten un aspecto estético en problemas de salud. De todas formas los publicitas se aprovechan de la especial preocupación que existe en temas de salud para vender los productos.

Sexo sin duda, al valor que más se recurre de forma directa o indirecta. A todo el mundo le gusta el sexo y este valor vende mucho. Se utiliza para publicitar productos que no tienen nada que ver con el sexo, pero es un estímulo que el receptor recoge rápidamente y de forma positiva. En algunos productos, como los preservativos, este tipo de publicidad puede estar justificada, incluso resultar graciosa. El problema está en otros tipos de productos donde las denuncias y las quejas no se hacen esperar.

Estereotipos sociales: Las imágenes sociales que proyectan los anuncios invitan al público a subirse al carro del éxito. En ese contexto hay también una serie de estereotipos sociales.

Las amas de casa: Expertas en economía, psicología y mil cosas más.

Los triunfadores: mayoritariamente hombres jóvenes de elevada categoría social y alto poder adquisitivo. Nos venden la idea que uno solo puede ser feliz si ha triunfado al 100% en su vida laboral y si dispone de dinero ilimitado.

Los deportistas: triunfadores que además son iconos de la sociedad. Se les venera como Dioses. Estos venden cualquier cosa.

Los intelectuales: normalmente de edad avanzada y dedicados únicamente a darle a las neuronas. Durante mucho tiempo el perfecto espécimen de intelectual era el

catedrático experto en un tema en concreto pero un negado para la vida social. En la publicidad suelen ser ejemplos a no seguir.

Los fracasados: suelen ser hombres que lo han perdido todo. Su mujer les dejó y se llevó a los niños. En el trabajo, si lo tienen, son un lastre para la empresa. Lo peor es que la culpa es solo suya. Aun están a tiempo de cambiar su mala racha comprando el producto publicitado, que sin dudarlo les cambiará la vida por completo.

Los bellezas rubias: de cuerpo exuberante, el perfecto dulce que hace apetecible cualquier producto anunciado. Son rubias y no muy listas pero lucen.

Pero el mercado evoluciona y la publicidad debe adaptarse a las nuevas exigencias. Desde hace unos diez años ha cambiado su mirada respecto a la belleza, uno de los patrones más recurrentes en el sector. Ahora, las modelos son más profesionales, conocen de actuación, lo que ayuda al creativo a buscar mecanismos más adecuados para transmitir el mensaje comercial,

El factor fundamental de este cambio es el crecimiento económico en la población de las zonas emergentes de Lima, donde las personas se identifican con un grupo de pertenencia y no de referencia con los altos estratos. (Prieto. Z, 2012)

De lo anteriormente expuesto puedo decir que los principales temas de publicidad son extraídos de la nueva sociedad y sus cambios acelerados, que carecen de valores éticos y morales lo que ocasiona cambios en la actitud de las personas acarreado a la vez consigo muchos problemas en sus actividades laborales y familiares.

La publicidad y personalidad

“La publicidad es un factor que influye enormemente en la formación de la personalidad y en los trastornos que puedan presentarse en ella a lo largo de la

vida de cada individuo. Reyzábal afirma que la publicidad tiene como fin "Modificar la conducta de las personas a través de la persuasión, es decir, sin parecer que las fuerza o seduce. Cualquier información contenida en este tipo de mensajes se halla supeditada al objetivo de modificar los juicios de los interlocutores sobre las cosas y, con ello, también sus actos" (Reyzábal, 1999).

Se dice que la publicidad influye en la personalidad porque esta se forma a través del contacto del individuo con el entorno, ya sean objetos o personas. Myers señala que la personalidad "Muestra la manera característica con la que pensamos, sentimos y actuamos". Por lo tanto, la publicidad a través de la persuasión o "El esfuerzo para cambiar las actitudes de los otros a través del uso de diferentes tipos de mensajes" busca que el receptor se sienta "identificado" con el mensaje que recibe; de esta manera, la persuasión se relaciona con la publicidad.

Desde que nos levantamos por la mañana, recibimos mensajes publicitarios que influyen en nuestras actividades cotidianas: determinan qué ropa vestimos, que bebemos, cómo divertimos... Influyen en nuestras decisiones sin que muchas veces seamos conscientes de ello.

Todos somos vulnerables a la publicidad, sin embargo este efecto es aún mayor cuando todavía estamos creando nuestra propia opinión de las cosas, es decir, cuando estamos formándonos como personas. En esta situación estamos más indefensos frente a los mensajes que recibimos de la publicidad. La publicidad contribuye a que se asocie delgadez con belleza, elegancia y aceptación social, ayudando a crear y reforzar un estereotipo social, o idea que se asume como normal y válida para todos los miembros de una sociedad. Los anuncios presentan imágenes de personas que no corresponden con la realidad, y al comparar nuestra imagen con la de estos modelos es cuando nos sentimos insatisfechos con nuestro cuerpo.

Es tal la presión ejercida por los medios de comunicación y la sociedad que identifica la delgadez con éxito y belleza que, en ocasiones, lleva entre otras cosas

a la aparición de diversos trastornos de la conducta alimentaria. La aparición de estos trastornos en ciertas personas, se debe principalmente –pero no exclusivamente- a la necesidad que sienten de ser aceptadas socialmente y de no sentirse rechazadas.

El papel de los padres, madres, tutores y educadores es, en este aspecto, primordial. Son ellos los encargados de crear en sus hijos y alumnos una conciencia crítica que les ayude a mantener una autoestima alta. Se considera también imprescindible, ya que las cadenas de televisión no lo hacen, controlar el tipo de contenidos que se desprenden de algunos medios de comunicación, principalmente de la televisión y en “horario protegido”. Esos mensajes erróneos pueden llegar a marcar la personalidad de las más pequeñas. Hay que tener en cuenta que somos consumidores de estos medios, no meros receptores pasivos y, por tanto, somos nosotros los que decidimos qué tipo de valores queremos interiorizar y tomar como positivos.

(Jiménez. S; Carmona. R; Cordero. S; Montesdeoca E, 2009)

La publicidad a través de sus mensajes construyen estereotipos en las mentes de las personas para venderles los productos y los publicistas son los encargados de crear en los jóvenes la necesidad de consumir sus productos, muchas veces innecesariamente solo por el hecho de estar a la moda.

La publicidad y los jóvenes

Para los jóvenes tiene gran importancia su integración en el grupo de iguales, y para ello se sienten obligados a aceptar los patrones sociales que impone su grupo de referencia. Esto les hace especialmente vulnerables a cualquier influencia que les proponga una mayor aceptación dentro del grupo.

Los medios de comunicación tienen una gran incidencia en la socialización de los jóvenes, pero transmiten una imagen estereotipada de los mismos, en la que

predominan los divertidos, dinámicos y superficiales. Esta imagen acaba siendo asumida por los propios jóvenes. También la publicidad hace uso de estereotipos para reforzar sus mensajes comerciales.

Esta imagen colectiva no siempre coincide con la imagen, en muchos casos negativa, que cada joven tiene de sí mismo. Se genera así un conflicto entre lo que se quiere ser y lo que se piensa que se es, que entre los jóvenes más inseguros puede dificultar una formación equilibrada de su personalidad. (Sánchez. L; Quirós. I; Rodríguez. E, 2012)

Los jóvenes y los adolescentes por la necesidad de socializar siguen las tendencias de algún grupo del que desean ser parte, esto además atrae consigo consecuencias negativas como cambios en la actitud y en el comportamiento con el propósito de ser más popular en el grupo del que es parte.

Estereotipos de moda (ropa)

Los medios de comunicación tienen una gran incidencia en la socialización de los jóvenes, pero transmiten una imagen estereotipada de los mismos, en la que predominan los divertidos, dinámicos y superficiales. Esta imagen acaba siendo asumida por los propios jóvenes. También la publicidad hace uso de estereotipos para reforzar sus mensajes comerciales.

A simple vista los medios de comunicación juegan un papel muy importante en el enriquecimiento social y estamos totalmente ligados a ellos, hasta el punto de realizar compras vía Internet, tanto es así que se está en un punto donde nos dominan, pero ¿Cómo influirán estos estereotipos de moda en las adolescentes a través de vía internet?; esta interrogante trae muchas controversias. Es en este punto donde las adolescentes deben dibujar una raya y establecer un límite, pero los ojos que encuecen a estas adolescentes y dejan llevar a los medios lo que dictan.

Aunque los estereotipos nos parezcan algo grande, algo en lo que los medios de comunicación tienen un alto grado de responsabilidad, en realidad no es tan así ya que un estereotipo puede ser una idea colectiva que se tenga respecto de cualquier cosa.

El mensaje publicitario dirigido a las adolescentes recurre al estereotipo, para representar un mundo feliz e ideal y lleno de éxito donde milagrosamente la pobreza, la fealdad, la enfermedad, la lucha de clases o los problemas sociales no tienen lugar. El internet como medio masivo intenta transmitir que por el solo hecho de ser “bellas” gozan de muchos privilegios dejando de lado a otros tantos que no pertenecen a este grupo, y de alguna forma discriminándolas.

La publicidad, igual que lo hacen los medios de comunicación, proyecta una visión estereotipada de las adolescentes, que aparecen despreocupadas y divertidas, pendientes de su imagen personal. Se trata de una imagen sesgada, muy alejada de la diversidad que caracteriza al universo adolescente, de las diferentes maneras de sentir y actuar de las adolescentes.

Pese a ello, en la medida en que la publicidad sobre representa esa imagen simplificada de las adolescentes, la refuerza y acaba convirtiéndola en el referente indiscutible para muchos. De hecho, esta visión estereotipada es aceptada como propia por unas adolescentes, que perciben que ese es el modelo con el cual la sociedad espera que se identifiquen. (Luna. L, 2009)

Los estereotipos de moda para los jóvenes y adolescentes es muy importante para verse y sentirse bien con los demás y consigo mismos, pero muchas veces se ven cegados por la publicidad que emiten en muchas ocasiones mensajes discriminatorios que dañan a la sociedad, como la imagen personal que presentan los personajes de farándula son simplificadas para que muchos jóvenes y adolescentes actúen discriminatoriamente en contra de las demás personas.

¿Qué piensan los universitarios de la moda?

Poco antes del primer turno de la mañana o de la tarde es un buen momento para apreciar la diversidad en colores y modelos que llevan sobre sí los estudiantes universitarios.

Las mochilas ligeras cuelgan de un solo hombro. Las muchachas aunque no desechan esta opción, también alternan con carteras –de cuero, de tela, tejidas, de saco. Grandes, medianas, pequeñas. Cruzadas o bajo un brazo-. Si las seguimos a ellas, hay que tomar distancia para no pisarles las sandalias o las chancletas, cuyo uso se ha extendido al ámbito público, incluido el académico.

Los pelados y tonos del cabello modernizan no solo a las mujeres, los hombres también experimentan con su apariencia. Muchachas y muchachos se depilan, se tatúan la piel y colocan piercing en determinadas partes de su cuerpo. Lucen collares, pulsos, anillos, gafas, celulares, cintos, perfumes, cintillos.

Unos van más formales y elegantes, otros, casi al descuido. La mayoría prefiere la resistencia de los jeans, por lo que no faltan en las combinaciones semanales para ir a clases. La universidad es un arcoíris, donde se mezclan las modas que rigen al resto de la sociedad. Más allá de los estereotipos que intentan distinguirlos de otros grupos de jóvenes, en estos centros confluyen estudiantes de preferencias e intereses disímiles, cuando de moda se trata.

La moda (del francés: *modus*, modo o medida) revela una elección o un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto, es lo actual o lo que está en vigor e interesa a una mayoría en un momento determinado. El marketing la define como un fenómeno eterno y siempre nuevo, que tiene sus raíces en la imitación.

Es aplicada al diseño de vestuario y en especial, a la indumentaria: atuendo, estilo, prenda, color o complemento, que se lleva por parte del grupo socialmente más

importante, hegemónico o exclusivo, capaz de influir en los demás. Forma parte de la cultura, expresa el espíritu del tiempo y es uno de los síntomas más inmediatos de los cambios socioculturales, políticos y económicos. Tendencias, preferencias y presupuestos, le dan un carácter mundial. (Díaz, E; Valdivia, M; Hernández, L, 2008)

En muchas Universidades la moda se ve reflejada en varios grupos de jóvenes con preferencias e intereses iguales, cuando se trata de la vestimenta que usan para asistir a clases, siguiendo en muchas ocasiones tendencias de otros países, dejando a un lado su verdadera identidad por causa de los mensajes estereotipados que son autoritarios en el momento de transmitir sus mensajes diariamente a través de los medios de comunicación.

Los adolescentes y la identidad

Hoy en día los adolescentes, en la búsqueda de su identidad, transcurren por el estrecho túnel de los estereotipos ofrecidos por los medios de comunicación y que les dan alternativas limitadas de vida.

La consolidación de la propia identidad es una etapa normal por la que pasa cualquier niño al llegar a la adolescencia, cuando inicia la búsqueda de su propia esencia: **saber quién es, cómo es y qué quiere hacer**. En esa búsqueda juegan muchas respuestas importantes de la vida que lo impulsan a buscar nuevas alternativas: por qué soy como soy, cuál ha sido mi experiencia, qué quiero preservar de mi historia, en qué me parezco a mis padres y de eso qué tengo en común con ellos, qué es lo que realmente quiero conservar.

Nuevos cuestionamientos buscan respuestas personales: ¿cómo pienso?, ¿cómo siento?, ¿cuándo lo siento cómo lo acepto?, ¿a qué sexo pertenezco?, ¿qué me atrae de los otros y cómo manejo la atracción que los otros ejercen sobre mí?, etcétera.

Está documentado por autores que describen el desarrollo psicosocial humano, que un recurso natural en la etapa adolescente es la búsqueda de modelos a los cuales parecerse; por eso las personas que ellos consideran como ideales son fundamentales, pues muchas veces pueden marcarlos para siempre.

Cada adolescente tiene ante sí esta tarea primordial: padres y maestros pueden ayudar ofreciéndole alternativas y ejemplos, pero es cada uno, con base en sus tenencias, inclinaciones, anhelos y experiencias personales y de su grupo de amigos, quien determina **cuáles son sus modelos a seguir**.

Actualmente los medios de comunicación —principalmente la televisión, el cine y la publicidad— conjugan elementos ideológicos y comerciales para ofrecer valores, modelos y tipos ideales tanto para hombres como para mujeres, con los cuales muchos adolescentes se comparan y tratan de imitar, siendo estos estereotipos los que están contribuyendo a formar la imagen e identidad de las nuevas generaciones. (Laplanche, J; Pontalis J; Martinez I, 2012)

Las personas durante la etapa de la adolescencia buscan modelos a seguir para definir su identidad y es importante que los medios de comunicación como transmisores de mensajes presenten a horarios familiares programas en el que conjugan elementos ideológicos y comerciales para ofrecer valores, modelos y tipos ideales tanto para hombres como para mujeres para que padres e hijos discutan sobre lo que es bueno y lo que es malo.

¿Qué son los estereotipos?

El estereotipo que en su esencia es tomar ciertos rasgos de un objeto o persona para facilitar la comunicación, es retomado con fines mercantilistas por la publicidad, para ofrecer rasgos físicos y psicológicos de algunos personajes, presentándolos como modelos a seguir y utilizándolos para introducir productos, ideas, conductas y hábitos de consumo.

Los medios de comunicación —especialmente la publicidad, la televisión y el cine—, deben su gran auge no tanto a la presentación o el poder persuasivo de una ideología “directa”, sino que saben incorporar y reproducir esquemas y los perpetúan “indirectamente”, a través de sus mensajes. Así difunden estereotipos sobre la feminidad y la masculinidad, el racismo, las personas mayores, la discriminación socioeconómica, los valores culturales, religiosos, académicos, etcétera, que desea perpetuar una sociedad o un grupo en el poder.

Las tendencias de la moda y los fines comerciales que están detrás de éstas, son las que rigen la presentación de tales estereotipos, que vienen revestidos de formas externas “modernas”, y son retomados y aceptados por las nuevas generaciones de adolescentes. Siempre traen consigo una ideología envuelta en nuevos estilos de ropa, adornos, modales, vocabularios, que hacen que una juventud se identifique como parte de esa generación.

Los estereotipos están en cada segmento de la población que escoge sus propios rasgos externos (vestido, peinados, adornos, música, etcétera), que son la manifestación de los valores internos que como grupo quieren preservar. Así tenemos los movimientos de adolescentes fresas, darks, punks, cholos, en los cuales cada joven que está en busca de su propia identidad, retoma los valores manifestados por los estereotipos propios de ese grupo y los hacen suyos.

Este proceso grupal, en el mejor de los casos, es pasajero, independientemente de cuál es el grupo de adscripción; es de esperar que cada individuo al madurar, retome (al igual que lo hizo con las identificaciones paternas) la parte que es más *ad hoc* y poco a poco vaya encontrando el camino de su propia personalidad, marcada por su origen familiar y los valores de su cultura y grupo social.

Este seguimiento de modas estereotipadas que se da en cada generación de jóvenes, es utilizado por la publicidad y los medios de comunicación con fines comerciales, que identifican algunos rasgos de cada generación, los ponen de

moda, los refuerzan y provocan, para poder vender y comercializar determinados productos. Lo delicado de este mecanismo es el tipo y selección de valores que representan y que cada joven asimila en su proceso de identificación, pues con ellos construye los cimientos de su propia vida.

La adolescencia es una etapa de cambios personales y familiares. Nuevas formas de pensar y sentir requieren ajustes en las reglas familiares, que acepten las nuevas formas de expresión de los jóvenes.

Frecuentemente, en los hogares donde habita un adolescente, se oyen estrepitosos alaridos por parte de uno o ambos padres: “¡Qué vergüenza das con esos pelos”, “¿piensas salir en esas fachas?”, “ese pantalón está deshilachado... no, así no sales”, “¡qué horror!, si estás más desvestida que vestida”, etcétera.

Incluso en algunos consultorios de psicología no es extraño escuchar a una madre que se queja: “mi hija cada vez se viste peor. No lo entiendo: si yo le enseñé a combinar los colores y el uso de los zapatos según la ocasión y el clima”. “¿Por qué le gustan las cosas rotas?” “¿Qué debo hacer: ¿aceptar las fachas o exigir que se vista normal?”

Pero, ¿qué es normal? Ése es el punto de desencuentro entre los adolescentes y sus padres, pues cada uno tiene su propio punto de vista de lo que se considera normal.

Los padres que enfrentan la pubertad y adolescencia de los hijos, tienen que buscar alternativas que permitan encontrar el punto medio entre la libertad que a esta edad buscan los chicos y las normas que aún tienen que cubrir al ser dependientes de ellos. Uno de los temas más polémicos con los adolescentes es la ropa; los padres tienen que ayudarlos en su adaptación a su nuevo mundo social y a las propuestas del mercado, tomando en cuenta la necesidad de afinar sus gustos,

su responsabilidad para el cuidado de su ropa y su capacidad para tomar sus propias decisiones. (Hidalgo. M, 2010)

Según lo expuesto anteriormente los estereotipos se crean con fines de lucro porque ofrecen como modelos a seguir para los jóvenes a personajes famosos de su misma edad, utilizándolos para introducir productos, ideas, conductas y hábitos de consumo ante esta situación muchos padres de familia se sienten molestos con sus hijos por seguir estos modelos adoptando castigos sin conocer la causa del problema para poder ayudar a sus hijos de mejor manera.

Estereotipos, discriminación y prejuicios.

Un grupo está conformado por dos o más individuos que comparten una identificación social de su persona, es decir, que se perciben como miembros de la misma categoría social.

La conducta intergrupala abarca las partes de nuestra vida en que incide la pertenencia a diversas categorías sociales (edad, género, raza/etnicidad, filiación política, orientación sexual, nacionalidad, uso del lenguaje etc.). El **estereotipo** es una generación de expectativas o suposiciones sobre un individuo basadas en su pertenencia a un grupo o a una categoría, y que incluye en nuestra vida aun antes de nacer. Influyen en la manera en que las personas nos ven e interactúan con nosotros. Cabe destacar que los estereotipos son características, pero también expectativas. Un **prejuicio** es el afecto negativo que se asocia a individuos y se basa en su pertenencia a un grupo o categoría. La **discriminación** es el trato diferencial que se da a las personas por su pertenencia a una categoría social determinada. (Lutzky. G, 2009)

De lo anterior expuesto se puede decir que en la actualidad los jóvenes en el momento de interrelacionarse entre grupos surge muchos problemas por la pertenencia a diversas categorías sociales debido a los prejuicios que crean las

mentes de las personas dando paso a la discriminación que tanto daño ocasiona a la sociedad para que la misma de desarrolle normalmente.

La ropa comunica

La ropa es un medio de comunicación: con ella se dicen muchas cosas y los adolescentes se han dado cuenta que una imagen vale por 3 mil palabras y quieren utilizarla para expresarse.

De pequeños solían aceptar la ropa que su mamá decidía y, conforme crecen, sus opiniones se hacen mas patentes y ambos padres tienen que llegar a acuerdos con ellos. En la adolescencia saben lo que quieren, y no se trata sólo de escoger la ropa, sino de definir que son diferentes, autónomos y que toman sus decisiones.

Con la ropa, los peinados y los adornos buscan reafirmar su propia identidad, reflejar una personalidad única y original; aunque en realidad todos los adolescentes se visten de forma parecida, y lo que logran es mostrar y comunicar lo que caracteriza a su generación. Están orgullosos de su vestimenta, porque instintivamente buscan que sus compañeros los miren y reaccionen. Así se sienten apreciados por parecerse a su grupo, y porque cada elemento del vestuario es un signo de pertenencia. (Martínez. I, 2012)

Los jóvenes para sentirse identificados y autónomos toman su propia decisión en cuanto al vestuario para expresarse ante los demás aunque en muchos casos todos los adolescentes se visten de forma parecida porque siguen las mismas tendencias y buscan llamar la atención de sus amigos.

Los afanes adolescentes por la ropa de marca

Lujos y razones suelen ser un punto de contradicción que rebasa a muchos adolescentes: es difícil que comprendan que una playera cubre la misma función

tenga o no la marca o estilo de moda, y para muchos de ellos se vuelve un problema vital el hecho de comprar los artículos que la publicidad les sugiere.

Por ejemplo, uno de los artículos donde la juventud encuentra una fuente de originalidad y definición de su personalidad son los tenis. Los fabricantes, sin ningún pudor o prudencia, han generado toda clase de artilugios, colores, plataformas, y diseños para crear verdaderas obras en cada par de tenis. Muchos dicen ser ergonómicos, aunque otros son simplemente llamativos. El caso es que los adolescentes encuentran en sus tenis una forma de comunicación y la distinción de su propia personalidad.

Cuando los tenis sirven para algo más que caminar, son una señal de identidad y una forma simbólica de juventud, estatus, originalidad y estilo personal.

(Martínez. I, 2012)

Según lo expuesto anteriormente se puede decir que en la actualidad muchos jóvenes dejan a un lado las necesidades básicas para invertir su dinero en prendas de vestir que están a la moda que muchas veces lo hacen solo para agradarles a sus amigos o para verse y actuar como los personajes de la farándula, escondiendo su verdadera identidad ante los demás.

Efectos de los estereotipos en la sociedad

El cine, la publicidad y la música dependen de bellas estrellas prefabricadas y retocadas.

Sin embargo cada vez más sectores de la sociedad están siendo invadidos por estos estereotipos, ya no solo el cine y la televisión.

La muestra de que los estereotipos tienen alcances mundiales es que en China algunas mujeres utilizan un método que se emplea con personas que padecen

enanismo con la idea de crecer unos cuantos centímetros, en realidad no tienen la necesidad de crecer, pero es la idea de belleza que Estados Unidos y la cultura occidental han creado. Esto por la cultura narcisista y materialista que se da hoy en día.

Esta cultura ofrece estereotipos de belleza que en realidad no existen. Es impresionante cómo se modifican los modelos de las portadas de revistas y se venden como si fueran reales.

La belleza femenina produce riqueza, las modelos y actrices de nuestro siglo requieren cumplir con una serie de características físicas que les permitan cumplir con unos estereotipos de belleza, delgadas, guapas, altas y cuerpos perfectos. La cirugía plástica está contribuyendo a estos estereotipos, ya que cuando una actriz o modelo necesitan cambiar una parte de su cuerpo para encajar aún más en el modelo de belleza acude a estas técnicas. El resultado de esto en mujeres son problemas psicológicos en una parte de la población, ya que en muchos casos la belleza de estas mujeres no es real, y por tanto es inalcanzable, lo que provoca importantes trastornos. (Beta Website, 2013)

Los estereotipos están en todos los lugares donde prevalece siempre en continuos anuncios publicitarios el tema de belleza exterior tanto para hombres y mujeres presentando y utilizando siempre a personajes famosos para que sean utilizados como modelos a seguir ya que hoy en día la belleza exterior se ha convertido como un elemento indispensable para encajar en la nueva sociedad.

Los estereotipos y la educación multicultural

Las primeras influencias que reciben los niños son las de la propia familia, y las actitudes se adquieren a menudo de manera inconsciente. Más tarde los niños reciben los mensajes estereotipados de los libros, la televisión, las películas, las revistas y los periódicos. Incluso el hecho de que ciertas personas no aparezcan en

los medios de comunicación (grupos raciales o étnicos, personas mayores o disminuidos) incitan a los niños a pensar que estos grupos tienen menos valor a los ojos de la sociedad.

A partir de los diez años, los alumnos tienen estereotipos sobre las personas que vienen de países lejanos. Estas ideas nacen muchas veces de los telediarios. Las directivas de televisión se basan muy a menudo en las historias sensacionalistas, a menudo catastróficas, para llamar la atención del público. Estas historias dan a los niños la impresión de que los países en desarrollo están agobiados por los problemas y que nunca progresan.

Los anuncios de las agencias de ayuda al desarrollo, que tienen el objetivo positivo de recaudar fondos para proyectos en los países en desarrollo, pueden reforzar los estereotipos. Estos anuncios muestran imágenes patéticas de niños y refuerzan a los donantes potenciales la idea que los importes mínimos pueden hacer milagros en la vida de estos niños. Este tipo de anuncios sobreentienden que los niños de los países en desarrollo se mueren de hambre, que están sucios, que sus habitantes son incapaces de satisfacer sus propias necesidades y que sólo una ayuda de los países occidentales ricos puede salvarles. La creación de estereotipos afecta a todos los miembros de la comunidad internacional. A menudo se menosprecia a los que pertenecen a grupos estereotipados en cuanto a la educación, las posibilidades de empleo y de alojamiento. Pueden ser ridiculizados o víctimas de acoso y de violencia. Estas imágenes afectan también a los que las crean. Desarrollan una visión poco realista de sí mismos que puede influenciar en su capacidad de trabajo y de comunicación dentro de un mundo cambiante. Estos desvíos borran cualquier posibilidad de compartir conocimientos y experiencias con las demás culturas.

La educación multicultural ha creado cierto número de iniciativas para mejorar la comprensión entre los grupos y reducir los estereotipos. Pero a pesar de estos objetivos, el programa multicultural a veces tiene efectos imprevistos. Poniendo

en evidencia de manera superficial los elementos exóticos de una cultura - por ejemplo la alimentación, la forma de vestirse, etc. -, los estereotipos pueden ser reforzados en vez de borrados. Una parte del material multicultural se basa en los aspectos de vida que recurren más a la historia de un país que a su realidad presente, mientras que en realidad, todas las culturas se adaptan continuamente a las circunstancias. Otros materiales sólo tratan de sustituir un estereotipo negativo por uno positivo, lo que impide también a los alumnos tener una imagen real y concreta de la vida en otro país.

Para hacer efectiva la educación multicultural, es necesario mostrar la composición interna de una cultura así como el hecho de que esta cultura se adapte lógicamente a las circunstancias locales. Esto puede ayudar a los alumnos a constatar que una cultura no es homogénea sino múltiple. La educación multicultural también ha de transmitir el concepto de dignidad esencial de estas personas y su capacidad para aceptar los desafíos con los cuales se enfrentan. Sin embargo, para cambiar realmente de actitud, los jóvenes necesitan más elementos que una simple información sobre las demás culturas o los demás grupos. Necesitan estudiar las raíces de los prejuicios, tomar conciencia de sus propios esquemas con respecto a los estereotipos y analizar el origen de éstos. Luego han de aprender a eliminar estos estereotipos que ahora son suyos, desarrollar sus capacidades para evitarlos y para concebir un compromiso personal frente a la igualdad y a la justicia.

La actitud de los padres es de vital importancia en la transmisión de valores a los hijos. El respeto, el escepticismo ante los estereotipos, el conocimiento y el espíritu crítico pueden convertirse en la mejor aliada para luchar contra el racismo y el sexismo y en la mejor base sobre la que construir y transmitir valores libres de prejuicios y estereotipos. En la medida de lo posible, es interesante viajar a países o regiones distintas a las nuestras, comer platos diversos, acudir a los espectáculos y festivales multiculturales que ofrezcan nuestra ciudad, etc. Estas actividades nos ayudarán a nosotros y a nuestros hijos a empezar a percibir esa

diferencia como algo ni tan diferente ni tan amenazante como lo veíamos al principio. (Alba, 2001)

Para que los estereotipos no influyan en la educación multicultural de los niños los padres de familia como primeros educadores tienen la responsabilidad y obligación de enseñar a sus hijos con el ejemplo a discernir entre lo bueno y lo malo sobre los mensajes publicitarios que se transmiten a través de los medios de comunicación.

Tipos de estereotipos

Los estereotipos de género:

Los estereotipos si bien se deben en gran magnitud a los medios de comunicación, existen otros, que desde que nacemos nos son inculcados, que tenemos impresos en nuestra mente que ya son parte de nuestra realidad: los estereotipos de género. Desde que nacemos y nuestras familias saben de nuestro sexo, inmediatamente comienzan a estereotiparnos: si el recién llegado es niña se le vestirá con ropas rosadas y su dormitorio se pintará con colores similares y sus repisas tendrán muñecas y peluches; si el bebé es varón se le vestirá con colores celestes y sus juguetes serán desde ese momento autos de juguete, legos, rompecabezas; estos son los primeros rasgos diferenciadores que tendrán damas y varones a lo largo de toda su vida. (Morell. M, 2006)

Las personas desde que tempranas edades están rodeadas de estereotipos de género lo que ocasiona un daño en los niños cuando tienen que socializar con sus compañeros y compañeras de escuela ya que piensan que las mujeres solo deben jugar con muñecas y los hombres con (carros, pelotas, patinetas, etc.),

El hombre y los estereotipos

Los estereotipos, queramos o no, son parte de nuestra sociedad y cultura y con éstos hemos crecido. El hombre admite la imagen de la mujer proyectada en los medios de comunicación como una imagen verdadera y mezcla los distintos roles presentados hasta generar sus expectativas sobre lo que debe ser la mujer ideal. Estas expectativas son unos de los factores que generalmente son la causa de la frustración experimentada por los hombres al comparar a las mujeres a su alrededor ya sea madre, amiga o pareja con las mujeres presentadas en los comerciales y darse cuenta que no cumplen con las expectativas que ellos mediante los medios de comunicación formaron previamente. Los hombres creen que de esta manera tienen derecho a presionar a las mujeres a que alcancen ese modelo perfecto. Por ejemplo cuando hacen comentarios positivos a las delgadas y comentarios negativos a las gorditas.

Esta imagen dada de la mujer por los medios de comunicación logra en muchos casos acrecentar el machismo en los hombres presentando a la mujer como un adorno, o sea, la deja en una posición de permanente subordinación a lo que su hombre es o hace, además de presentarla como un ser humano débil, dependiente e indefensa.

La imagen de la mujer seductora bella y tonta puede lograr que los hombres no valoren a la mujer y que la vean solamente como un objeto sexual, distorsionando así el potencial de la mujer como ser humano.

Normalmente lo que estamos acostumbrados a ver en la televisión, en este caso los comerciales, es directamente el estereotipo que existe en la mente de un hombre o definitivamente la mala representación y la subestimación de los roles de la mujer dentro de la sociedad. Los libretistas resaltan con más frecuencia a las mujeres vanas pero bien difícilmente te presentan a la imagen de una mujer.

Pero el hombre y los estereotipos no sólo se relacionan con respecto de los estereotipos femeninos, sino que también poseen patrones que los estereotipan, que, como habría de esperar, son infundados por los medios de comunicación, especialmente la TV y sus comerciales: Hombre fuerte, valiente, adinerado, independiente, cabeza de familia, agresivo, rebelde, con iniciativa, activo, trabajador, emprendedor, expresivo, no sentimental, protector, potente sexualmente y siempre joven. Los estereotipos del hombre, en general, lo definen por su situación profesional, es decir, al hombre se lo valora por su trabajo, estatus en alguna institución, etc.; un hombre siempre será más o menos importante dependiendo de su desempeño profesional; en cambio la mujer se valora por su situación personal (apariencia, forma de ser, etc). (Morell. M, 2006)

En la actualidad los estereotipos en los hombres se basan en su situación profesional mientras que en las mujeres se destaca por su estado físico, esto se debe a que la imagen estereotipada que le presentaron cuando era niño sobre lo que significa ser hombre y mujer le establecieron un estereotipo de género negativo y sus efectos se presentan más claramente cuando una persona se convierte en machista.

Estereotipos de género y vida cotidiana.

Las ideas, normas y estereotipos de género varían de cultura en cultura y en cada sociedad. Varones y mujeres pueden manipular las ideas y los comportamientos basados en el género para usarlos en su propio beneficio, aparentemente sin perjudicar a nadie, pero al mismo tiempo reforzando los estereotipos (p. ej., la mujer llora o coquetea para conseguir algo).

Las ideas estereotipadas acerca de los atributos de varones y mujeres pueden ser riesgosas en la medida en que limitan nuestro potencial para desarrollar al máximo nuestras capacidades.

Si aceptamos los estereotipos como guías para nuestro propio comportamiento, ello impedirá que determinemos nuestros propios intereses y habilidades, desanimando a los varones a que participen en el supuesto trabajo de las mujeres (como cuidar a los hijos) y llevando a las mujeres a no elegir roles tradicionalmente masculino (como estudiar ingeniería y practicar ciertos deportes).

Es muy difícil ser sensible al género todo el tiempo. Los estereotipos de género influyen en las ideas y acciones de casi todos nosotros. Ser sensible al tema de género no significa que no reconozcamos las diferencias entre varones y mujeres. Algunas diferencias permanecen porque son biológicas. A veces optamos por mantener algunas diferencias aun en el contexto de relaciones igualitarias entre varones y mujeres (por ejemplo, las convenciones de cortesía).

Podemos disfrutar al desempeñar roles y atributos usualmente asociados con el propio sexo. Lo importante es que todos sepamos que son creencias o suposiciones que parecen ser “naturales” cuando no lo son y que es importante cuestionarlas cuando son obstáculos para que tomemos nuestras propias decisiones sobre lo que queremos hacer. El hecho de ser varón o ser mujer no debe ser motivo para que te excluyan, te menosprecien o te prejuzguen. No dejes que te discriminen o que discriminen a otros jóvenes por el hecho de ser varón o mujer. (Bacher. S, 2013)

De acuerdo a lo anterior expuesto se puede decir que hoy en día tanto el hombre como la mujer tienen las mismas oportunidades y los mismos derechos para desenvolverse en el campo laboral y educativo, además la mujer es libre al decidir en qué ámbito profesional prepararse lo que en años anteriores no era posible debido a que se negaba la preparación educativa al género femenino ya que en aquel entonces la política decía que el deber de las mujeres era solo cuidar a los niños y estar a cargo de la cocina.

Los niños y los estereotipos

La televisión es un medio masivo y es un instrumento socializador: lo que presenta y como lo presenta va a ir dándole forma a muchos valores y actitudes en nuestra sociedad.

Gran parte de los niños de nuestra sociedad son criados con la televisión y es lamentable el hecho de que las agencias de publicidad no están lo suficientemente conscientes de los prejuicios que sus campañas publicitarias le causan a los niños al utilizar la imagen de la mujer. Los niños integran el estereotipo de la supuesta mujer ideal y llegan a una conclusión distorsionada. Dado a que se encuentran en un momento de su vida en el que van a desarrollar un concepto propio, este podría ser equivocado si toman seria consideración de lo que ven en los comerciales.

En el caso de las niñas, van a crecer sintiendo la necesidad de entrar en el tan anhelado molde perfecto y cumplir con las expectativas de los estándares sociales establecidos. Las niñas se pueden creer que así tienen que ser, reproduciendo los estereotipos que ven en los comerciales. Por otro lado, en el caso de los varones pueden desarrollar una imagen distorsionada de lo que es la mujer, y esto será la causa de muchos de sus problemas al enfrentarse con una realidad parcial o totalmente diferente.

Los varones se pueden creer que todas las mujeres tienen que ser como lo que ven y por consiguiente pudieran rechazar a las mujeres que no caben en ese molde de la mujer ideal. Esto se ve reflejado en los juegos, en los que manifiestan todos los estereotipos que ya han integrado. Estos estereotipos han pasado y pasarán de generación en generación. (Morell. M, 2006)

Para muchos medios de comunicación el éxito de sus programas está en que los televidentes sigan todos sus programas pero como la mayoría sabe que los que más miran la televisión son los niños, adolescentes y jóvenes, presentan programas con chicos de su misma edad o personajes de la farándula que emiten

en gran parte mensajes estereotipados de género, que luego son imitados por sus seguidores o bien llamados televidentes que actúan y visten igual que sus personajes famosos.

La Imagen Personal y su Relación con la Imagen Profesional

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

De la citada definición se deduce que el mundo contemporáneo nos exige ser más competitivos en cualquier ámbito en el que nos encontremos, es por ello que la imagen personal cobra especial importancia al momento de establecer contacto con las personas que rodean nuestro entorno, debido, a, que, en muchas de las ocasiones son ellos los que contribuyen a generar una autopercepción favorable o desfavorable respecto a lo que somos, y como consecuencia, logramos el que ellos mismos nos concedan un nivel de competencia mayor en cada una de las actividades que llevamos a cabo, lo que tendrá un alto impacto en nuestra autoestima. (Renteria. F, 2009)

Una persona para ser competitiva tiene que presentar una imagen personal adecuada porque en muchas ocasiones contribuyen a la imagen de la Institución en que laboran, ya que al momento de establecer contacto directo con una persona ella va a tomar en cuenta varios puntos de su forma de hablar y tratar a una persona sin olvidar su forma de vestir y de todo esto depende la imagen mala o buena que las personas le ameriten a la Institución que visito, convirtiéndose la imagen profesional en uno de los puntos más importantes en tomar en cuenta dentro y fuera de las Instituciones públicas y privadas.

Manera de vestir de los jóvenes

El deporte favorito del adolescente es mirarse al espejo. Su inseguridad y la necesidad imperiosa de ser aceptado por el grupo de iguales le llevan a preocuparse constantemente de su imagen.

El adolescente, refleja su personalidad, sus gustos y sus ideales en su forma de vestir, por eso es tan importante que se pone. Intenta siempre parecerse a los amigos, sin salirse de la norma, pero diferenciarse de los adultos. En pura contradicción, intentan ser iguales en lo diferente, es decir van realmente uniformados, siguiendo modas y estereotipos pero intentando trasgredir y ser rebeldes. Por esta razón son un blanco perfecto y preferente de la publicidad.

Pertenecer a un grupo es en buena parte, cuestión de imagen. Esta norma es válida, no solo para aquellos que siguen determinadas tendencias, sino para todos los adolescentes en general. Si su grupo de amigos no aceptan su forma de vestir, será presionado hasta que cambie o se le excluirá del grupo, con lo que puede generar serios problemas de autoestima. Los adolescentes, se fijan más en lo superficial y aún no tienen claras las bases de una amistad sincera. En el intento de ser más “guay” que los demás, llevarán cada vez más lejos las exigencias de la indumentaria, de ahí la manía de pedir tatuajes, piercing, extensiones, etc.

(Morell. M, 2006)

Los jóvenes se comunican a través de su forma de vestir, es decir que para ellos la moda es muy importante para rebelarse al escoger ellos solos su tipo de vestimenta lo que no podían hacer cuando eran niños y además con el objetivo de llamar la atención de sus padres y principalmente de sus amigos que le rodean para ganar popularidad dentro del grupo ya que para ellos la necesidad de socializar es más importante que cualquier cosa y por eso no les importa romper las reglas que le imponen sus padres en cuanto a la forma de vestir.

Clases de manera de vestir

Vestuario de etiqueta

Es el utilizado en eventos de gala, y otras ocasiones-eventos formales. El vestuario masculino de etiqueta tiene varias posibilidades: el frac, el chaqué y el esmoquin.

El de las señoras es mucho más amplio y menos definido. Vestido largo o traje de noche. Para ampliar información puede consultar nuestro capítulo sobre el vestuario de etiqueta, tanto masculino como femenino.

Media etiqueta.

Es un término que hace referencia a un tipo de vestuario poco definido y que lo hemos situado entre el vestuario de etiqueta y formal. Aunque es un vestuario formal, no llega a ser de etiqueta. Para los hombres suele ser el traje oscuro y para las señoras, dependiendo de la hora traje corto o de chaqueta, o bien vestido de cóctel. Hay autores que indican que la media etiqueta es utilizar una prenda de etiqueta combinada con otras del vestuario formal.

Vestuario formal.

Hombres traje oscuro. Mujeres vestido corto o de cóctel. Más información en el capítulo sobre el vestuario.

Vestuario informal.

Una amplia gama de posibilidades en ambos sexos, hombres y mujeres. Para los caballeros desde un pantalón de vestir combinado con una camisa y un jersey hasta los vaqueros combinados con una camisa de manga corta o un polo. Las mujeres muchas combinaciones de falda-blusa, pantalón-blusa, trajes de chaqueta, etc. La moda influye mucho en el vestuario, pero de forma mucho más directa en el vestuario femenino. (Vilarrubias. F, 2012)

Las diferentes formas de vestir que se puede usar para distintas situaciones y actos nos permiten escoger varios tipos de prendas de vestir entre ellas está la formal y la informal lo que no es malo pero si caemos en la trampa de usar lo que la publicidad a través de los mensajes estereotipados nos digan estaremos dando paso a modas extranjeras y a que no respetemos nuestra identidad propia.

Identidad:

“El latín *identitas*, la identidad es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. Por ejemplo: “El mate forma parte de la identidad rioplatense”, “Una persona tiene derecho a conocer su pasado para defender su identidad”. (Álvarez. M, 2013)

Cultura:

“La cultura es la base y el fundamento de lo que somos. Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente”. (Portugal. M, 2012)

Sociedad:

La sociedad es un conjunto de individuos que viven bajo unas mismas normas, leyes y cierto protocolo, tiene sus subculturas y subgrupos pero todos los individuos de una sociedad se dirigen hacia un fin común exceptuando, claro está, excepciones de individuos que son contraproducentes en una sociedad.

(Domenec. BF, 2010)

Formación de la identidad

La identidad requiere un periodo de intensa autoexploración llamado crisis de identidad. Reconoce cuatro resultados posibles de este proceso. Uno es la adquisición de identidad. Los adolescentes que han alcanzado este estatus pasaron por la crisis de identidad y tuvieron éxito al hacer elecciones personales acerca de sus creencias y metas. Se sienten cómodos con esas elecciones porque son suyas. En contraste, se encuentran los adolescentes que tomaron la ruta de la exclusión de la identidad. Optaron prematuramente por una identidad que los otros le proporcionaron. Se convirtieron en lo que los demás deseaban para ellos sin pasar por una crisis de identidad. Otros adolescentes se encuentran en moratoria con respecto a la elección de una identidad. Se encuentran en el proceso de explorar activamente varias opciones de roles, pero todavía no se han comprometido con ninguno de ellos. Por último, se encuentran los adolescentes que experimentan difusión de la identidad. Evitan considerar las opciones de roles de manera consciente. Muchos se sienten insatisfechos con esta condición, pero son incapaces de iniciar una búsqueda para encontrarse. Algunos recurren a actividades escapistas como el abuso de drogas o del alcohol. (James M, 1980 p. 395)

De lo expuesto anteriormente se puede decir que los adolescentes para formar su identidad propia deben confrontar con varios problemas que se presentan en la sociedad entre ellos el más importante son los estereotipos que ocasionan un daño en las mentes de las personas porque evitan que los adolescentes formen su identidad normalmente, retrasando el proceso de desarrollo de la identidad que es muy importante y necesario que se desarrolle a tiempo para que puedan tomar sus propias decisiones de manera correcta y adecuada.

“El estado de identidad de cualquier adolescente puede cambiar a lo largo del tiempo conforme la persona madura o tiene regresiones”. (Adams y Gullota, 1983 p. 395)

La búsqueda de la identidad es la tarea fundamental de la adolescencia. Los roles del niño pequeño (hijo o hija, hermano o hermana, amigo, alumno) han sido determinados en gran medida por su familia. Pocos niños de 6 años escogen asistir a la escuela a la que van o discuten con sus padres sobre la conveniencia de tener otro hermano. En cambio, muchos jóvenes de 16 años si participan en la elección del colegio al que irán y, en ocasiones, hasta deciden formar su familia. La familia ya no puede supervisar todos los aspectos de la vida del adolescente, y la generalidad de los jóvenes están ansiosos de empezar a tomar decisiones por su cuenta respecto a la ropa, los amigos y la escuela. (Erikson. E, 1968 p. 395)

De lo anteriormente expuesto puedo decir que la nueva sociedad está avanzando cada vez más rápido hoy en día los adolescentes están tomando decisiones apresuradas sin haber formado todavía su identidad, lo que ocasiona además que en muchos casos los padres de los adolescentes no estén preparados para confrontar este problema de manera adecuada tomando decisiones incorrectas que atraen más problemas entre ellos está la forma de vestir, el consumo de alcohol y drogas que los adolescentes usan como respuesta a la incomprensión de sus padres.

“No a todos los adolescentes les resulta difícil establecer su identidad. Muchos parecen superar este periodo con facilidad, quizá con algunos periodos de incertidumbre. El influjo de los padres parece ser el factor más importante que afecta a la capacidad del adolescente para lograr un sentido claro e independiente de su yo”. (Siegel, 1982)

“Los adolescentes que tienen una relación satisfactoria con su padre y su madre tendrán también mayores probabilidades de adquirir una fuerte identidad”. (Conger, 1977 p. 395)

“En un estudio se observó que los hijos de padres que aplicaban prácticas democráticas en la crianza del niño (por ejemplo, una franca discusión de cuestiones relacionadas con la conducta y la disciplina) tendían a adquirir seguridad e independencia”. (Elder, 1963 p. 395)

2.4.2 CATEGORÍAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Formación Personal y social

La formación personal y social es un proceso permanente y continuo en la vida de las personas que involucra diversas dimensiones interdependientes. Estas comprenden aspectos tan importantes como el desarrollo y valoración de sí mismo, la autonomía, la identidad, la convivencia con otros, la pertenencia a una comunidad y a una cultura, y la formación valórica.

En este ámbito, las BCEP plantean tres núcleos de aprendizaje, los cuales integran esta etapa, estos son: autonomía, identidad y convivencia; de esta forma se acentúa la importancia de desarrollar en el niño y la niña, la capacidad de desenvolverse autónomamente conociendo y aceptando las propias potencialidades y limitaciones, reconociendo su inserción y pertenencia en una comunidad y/o grupo social que lo identifica y que a la vez, se encuentra inserto en una sociedad con características culturales propias, en donde el aspecto valórico determina sus interacciones con el entorno, en un marco de convivencia que requiere del aprendizaje de normas, valores y costumbres relativos al grupo al que pertenece, así es como se genera un proceso interactivo, en donde el niño y niña aprenden a convivir desarrollando su identidad y autoestima, en convivencia con su medio circundante. (Alarcón. P, 2003)

La formación personal y social desde la etapa de la niñez es importante para que desde tempranas edades comprendan la importancia del desarrollo y valoración de sí mismo, la autonomía, la identidad, la convivencia con otros, la pertenencia a una comunidad y a una cultura, y la formación valórica para que puedan convivir e interactuar con la sociedad de manera adecuada sin irse encontrar de las leyes.

Formación del Docente

La formación del docente está relacionada con la necesidad de prepararlo pero este a su vez debe ser capaz primero de autoformarse y segundo convertirse en agente de formación. En tal sentido se asume la formación como un proceso totalizador.

Difícil tarea que deberá enfrentarse desde dos aristas, la una de los propios docentes y la otra desde el Ministerio de Educación. Con solo capacitar, evaluar, mantenerlos viviendo en el miedo de perder su trabajo no se podrá lograr los cambios que se operan, cuando el proceso de formación no es asumido desde la necesidad individual. Qué importante se hace entonces esa formación del docente desde temprana edad, etapas donde se cultivan los valores primordiales de la docencia; intentar que quienes no tuvieron esta formación logren operar cambios en su estructura mental, en su formación ética. (Homero, 2000)

Desarrollo personal

Según (Brito. Ch, 2009), especialista en relaciones humanas, el desarrollo personal es "una experiencia de interacción individual y grupal, a través de la cual los sujetos que participan en ella desarrollan y optimizan habilidades y destrezas para la comunicación abierta y directa, las relaciones interpersonales y la toma de decisiones". Esto permite que el individuo conozca más, no sólo de sí mismo, sino también de sus compañeros de grupo con el objeto de crecer y ser más humano.

Las personas en la formación de un desarrollo personal integral deben tener bien definidos sus principios éticos y morales para trabajar de manera adecuada en sus labores diarias además participando activamente en la solución adecuada de los problemas que se presenten en su vida diaria, de esta manera contribuye al desarrollo personal de sí mismo y de las demás personas que le rodean.

Formación integral

La formación integral es el desarrollo y realización progresivo, adecuado y pertinente de las facultades humanas, en las que se comprenden sus diversas dimensiones de índole fisiológico, psicológico, social, cultural y espiritual; en orden a la adquisición de significado y sentido, es decir, una amplia y profunda comprensión de las circunstancias en que vive el ser humano (Universidad Santo Tomas, 2011)

Para alcanzar la formación integral en los estudiantes se requiere primero que los padres de familia y docentes sean excelentes modelos a seguir y sepan estimular a los niños y jóvenes en la práctica de valores en la vida cotidiana necesarios para una convivencia armónica con todas las personas.

Formación Presencial vs Formación No Presencial

Presencial (P): En el desarrollo del proceso de enseñanza–aprendizaje el alumno y el profesor se encuentran en la misma dimensión espacio–temporal. El aprendizaje se desarrolla a través de clases, tutorías dirigidas, etc.

No Presencial (NP): El profesor y el alumno no se encuentran en la misma dimensión espacio-temporal, proporcionando una gran autonomía geográfica y temporal. La enseñanza se realiza a través del trabajo exploratorio de los propios alumnos que adquieren un comportamiento activo en el proceso de aprendizaje. (Rubio, 2007)

Actitud:

(Eiser, 2003) “define la actitud de la siguiente forma: predisposición aprendida a responder de un modo consistente a un objeto social.

En la Psicología Social, las actitudes constituyen valiosos elementos para la predicción de conductas. Para el mismo autor de la obra *fish*, la actitud se refiere a un sentimiento a favor o en contra de un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho social, o cualquier producto de la actividad humana”.

Basándose en diversas definiciones de actitudes, (Rodríguez, 2003) “definió la actitud como una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto. Las actitudes son consideradas variables intercurrentes, al no ser observables directamente pero sujetas a inferencias observables”.

Actitudes y conductas

Las personas que califican alto en autosupervisión son especialmente propensas a dejar de lado sus actitudes para comportarse de acuerdo con las expectativas de otros. Antes de hablar o actuar, las personas con una elevada auto supervisión observan la situación en busca de señales acerca de cómo deberían reaccionar.

Luego tratan de cumplir esas “demandas” en lugar de comportarse de acuerdo con sus propias creencias o sentimientos. En contraste, las personas con baja auto supervisión se expresan y actúan en gran congruencia con sus actitudes, mostrando poca consideración por las claves o restricciones situacionales. De esta forma, una persona con elevada autosupervisión que está en desacuerdo con las ideas políticas de un invitado quizá se guarde sus pensamientos en un esfuerzo por ser amable y agradable, mientras que una persona con baja autosupervisión

discutirá abiertamente con el interlocutor, aunque arruine la ocasión social. (Snyder, 1987 p. 571)

Para que existe una actitud adecuada y pertinente es necesario que las personas aprendan un valor muy importante que es el ser tolerantes con todas las personas que tengan diferentes puntos de vista sobre algún asunto, que se esté tratando para el beneficio colectivo o individual.

Valores:

“Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud”. (Rivadeneira. A; Zacis. Y; Zacis. L; Porta. J, 2012)

Jóvenes y valores

La juventud representa una etapa importante de la vida. Allí donde las decisiones se plantean al joven para que opte por las mejores elecciones en su vida; una carrera, un estilo de vida adecuado, hábitos sanos, un proyecto de vida que le oriente hacia la consecución de sus metas, entre otras cosas, confluyen en el joven y le sugieren hondas inquietudes. Los valores son ideales, cualidades, actitudes, comportamientos, acciones, con un contenido, ético, moral, afectivo y práctico, que aumentan el sentido del ser en la persona; esto redundará en sus relaciones interpersonales, sus relaciones con el entorno, incluso del individuo consigo mismo.

Los valores son ideales, cualidades, actitudes, comportamientos, acciones, con un contenido, ético, moral, afectivo y práctico, que aumentan el sentido del ser en la persona; esto redundará en sus relaciones interpersonales, sus relaciones con el entorno, incluso del individuo consigo mismo. (Candro. V, 2009)

Los valores en los jóvenes hoy en día se están perdiendo ocasionando que muchas veces tomen decisiones equivocadas en su vida; y es necesario que los valores sean un eje transversal en la educación, para que de esta manera los conocimientos adquiridos sean de mucha ayuda en la vida cotidiana y los lleve a cumplir sus metas para que alcancen el buen vivir.

Formación Profesional

La Formación Profesional comprende las acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, favoreciendo el acceso al empleo, la participación activa en la vida social, cultural y económica, y la cohesión social.

En un sentido integrador incluye las enseñanzas propias de la Formación Profesional del sistema educativo y de la Formación Profesional para el Empleo, en ambos casos en la perspectiva de la adquisición y actualización permanente de las competencias profesionales. (Serna, M, 2012)

La formación profesional comprende varias acciones formativas que capacitan a las personas para el desempeño adecuado en las diversas profesiones, siempre tomando en cuenta los valores éticos y morales que favorecen el acceso al empleo, la participación activa en la vida social, cultural y económica, y la cohesión social.

¿Qué es la formación profesional inicial?

La formación profesional inicial comprende el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. Incluye las enseñanzas propias de la formación inicial, las acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores así como las orientadas a la formación continua en las empresas, que permitan la adquisición y actualización permanente de las competencias profesionales.

La Formación Profesional Inicial en el sistema educativo, tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática. Comprende un conjunto de ciclos formativos con una organización modular, de duración variable y contenidos teórico-prácticos adecuados a los diversos campos profesionales. (Andalucía, 2013)

El desarrollo profesional inicial es de mucha importancia para que los alumnos y las alumnas al poner en práctica sus conocimientos en el campo profesional se puedan adaptar a las modificaciones laborales que puedan producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática.

Concepto de desarrollo profesional

“El concepto de desarrollo profesional es más amplio que el de formación permanente. Debe entenderse como un proceso planificado, de crecimiento y mejora, en relación con el propio conocimiento, con las actitudes hacia el trabajo, con la institución, y buscando la interrelación entre las necesidades de desarrollo personal y las de desarrollo institucional y social.” (Laffitte, 1991)

2.5. HIPÓTESIS

Los estereotipos en el vestir influyen en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia Modalidad Presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable independiente: estereotipos en el vestir

Variable dependiente: formación personal

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

El enfoque de ésta investigación estuvo dentro del paradigma cualitativo y cuantitativo, porque buscó la comprensión de los fenómenos sociales, la perspectiva y el análisis va interiormente desde de la Institución, no es generalizable a su contexto general y asume la realidad de una manera dinámica, se trabajó con los estudiantes de Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia, se planteó la hipótesis por medio de las cuales se estableció un análisis e interpretación del problema, la investigación que se realizó fue interna y los resultados que se obtuvieron sirvieron de beneficio exclusivamente de las Carreras de Educación Básica y Parvularia y para las otras Carreras que conforman la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

También es cuantitativo porque se empleó procesos matemáticos y estadísticos para analizar la información.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación respondió a la Investigación de campo porque el estudio sistemático de los hechos se lo realizó donde se producen los acontecimientos, además se utilizó la investigación documental y bibliográfica porque tuvo el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre el problema detectado, basándose en documentos, libros, revistas y otras publicaciones.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se enmarcó en el nivel exploratorio y llegó hasta el nivel descriptivo.

En el nivel exploratorio se realizó un sondeo que permitió establecer un diagnóstico para conocer la situación actual del problema, todo esto mediante el análisis crítico.

Llegó al nivel descriptivo, ya que sus características fueron de interés social, tuvo una medición precisa y requirió de un conocimiento amplio para poder establecer una investigación profunda.

Los objetivos son: comprobar entre las dos variables el grado de impacto del problema según ciertos criterios y sobre todo caracterizar a la comunidad objeto de estudio y a la que está dirigida la investigación.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

En esta investigación se va a trabajar con todo el universo de los y las Estudiantes y Docentes del Quinto Semestre de la Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia, acorde al siguiente cuadro:

Cuadro 1. Población y muestra

Población	Frecuencia	Porcentaje
Educación Básica-estudiantes	67	48,55%
Educación Parvularia- estudiantes	62	44,92%
Docentes	9	6,52%
TOTAL	138	100%

Elaborado por: Pablo Sangucho

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: Los estereotipos en el vestir

Cuadro 2. Variable independiente

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
ESTEREOTIPO EN EL VESTIR Un estereotipo es una imagen o idea en el modo de vestir comúnmente aceptada por un grupo o sociedad , mediante el cual se envía un claro mensaje sobre quién eres o lo que quieres ser en un determinado momento.	Imagen	Física Espiritual Social	¿La imagen externa les permite a las personas pertenecer a un grupo social? SI () NO ()	Encuesta
	Ideas	Individuales Colectivas	¿Puede el estereotipo en el vestir cumplir una función importante en la vida social? Si () No ()	
	Grupos sociales	Familiares Educativas Profesionales	¿Cuándo sales a la calle te preocupas mucho por el que dirán de tu manera de vestir? Si () No ()	
	Mensajes	Escrito Visual Corporal	¿Se siente Ud. atraído por la vestimenta que usan los personajes farándula del momento? Si () No ()	
	Vestuario formal.	Hombres: el frac, el chaqué y el esmoquin Mujeres: traje corto o de chaqueta	¿Ud. para identificarse con un grupo determinado trata de imitar su forma de vestir? Siempre () A veces () Nunca ()	
Vestuario informal.	Hombres: pantalón de vestir combinado con una camisa y un jersey camisa de manga corta o un polo Mujeres: falda-blusa, pantalón-blusa,	¿Cuándo asistes a clases te vistes de manera formal o informal? Formal () Informal ()		

Elaborado por: Pablo Sangucho

VARIABLE DEPENDIENTE: Formación personal

Cuadro 3. Variable dependiente

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
FORMACION PERSONAL Es un aprendizaje innovador y de mantenimiento, organizado y sistematizado a través de experiencias planificadas, para transformar los conocimientos, técnicas y actitudes de las personas.	Aprendizaje	Memorístico, receptivo, por descubrimiento, significativo, innovador, visual y auditivo	¿Tu formación educativa cambia tu manera de vestir? SI () NO()	Encuesta
	Experiencias personales	Deseables, no deseables; voluntarias, no voluntarias; personales o grupales.	¿Tu formación educativa cambia tu manera de pensar y actuar en la vida diaria? SI () NO()	
	Conocimientos	Función Acción Producto Resultado del desarrollo de la vida de un individuo.	¿Las experiencias adquiridas dentro de un grupo de amigos influye en el cambio conductual de las personas? SI () NO()	
	Actitudes	Proactiva Colaborativa Reactiva Pasiva Negativa	¿Cómo reacciona cuando alguien lo critica sobre su manera de vestir? Agresiones () Insultos () Ninguno ()	

Elaborado por: Pablo Sangucho

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro 4. Recolección de la información

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos propuestos en la presente investigación
2. ¿A qué personas o sujetos?	Estudiantes de Quinto Semestre de la Carrera de Educación Básica y Parvularia
3. ¿Sobre qué aspectos?	Los estereotipos en el vestir y la formación personal.
4. ¿Quién?	Investigador: Pablo Sangucho
5. ¿Cuándo?	Septiembre: 2012
6. ¿Lugar de recolección de la información?	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación Carreras de Educación Básica y Parvularia 5to semestre
7. ¿Cuántas veces?	Según la necesidad de la investigación
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuestas.
9. ¿Con qué?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Favorable porque existe la colaboración de parte de todas las Autoridades de la Institución.

Elaborado por: Pablo Sangucho

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

En esta investigación se aplicó como técnica la encuesta, mediante cuestionarios estructurados que se aplicaron a los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia de la Universidad Técnica de Ambato,

el mismo que facilitó la información sobre la influencia de los estereotipos en el vestir en la formación personal de los estudiantes.

El procesamiento de la información se fundamentó en:

- Clasificación, selección y tabulación de los datos numéricos.
- Selección de la información cuantitativa.
- Elaboración de gráficos demostrativos.
- Presentación en cuadros estadísticos.
- Análisis e interpretación de los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS ESTUDIANTES

1. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos incidan en la creatividad?

Cuadro 5.Pregunta 1- Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	25%
No	97	75%
Total	129	100%

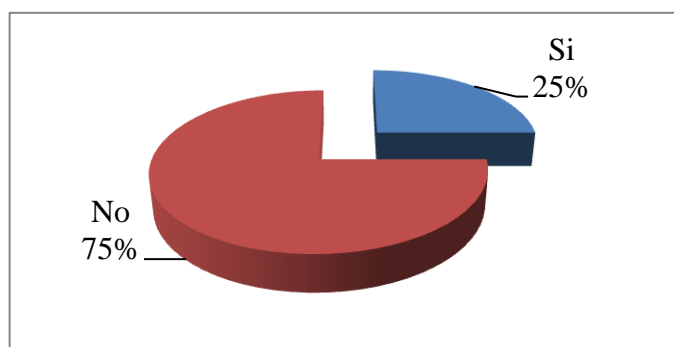


Gráfico 3. Representación porcentual sobre los estereotipos y la creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al preguntarles a los estudiantes sobre en que nivel piensan que los estereotipos incidan en la creatividad, el 25% de los encuestados dice que Si incide los estereotipos en la creatividad y el 75% dice que No.

INTERPRETACIÓN: Los resultados de esta pregunta nos indican que la menor parte de los estudiantes encuestados están conscientes del impacto que ocasionan los estereotipos, debido a que no permite el desarrollo de la creatividad en el momento de crear algo nuevo y original porque la mayoría de personas optan por seguir tendencias preestablecidas.

2. ¿Alguna vez necesitó de alguien que le ayude a escoger su vestimenta?

Cuadro 6. Pregunta 2 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	4%
Casi siempre	17	13%
De vez en cuando	39	30%
Rara vez	46	36%
Nunca	22	17%
Total	129	100%

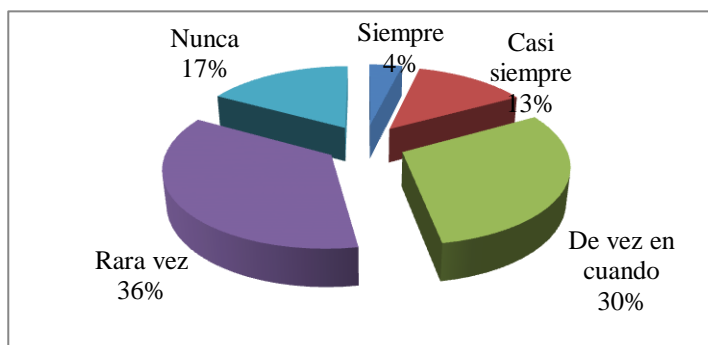


Gráfico 4. Representación porcentual sobre la necesidad de alguien que le ayude a escoger su vestimenta.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al consultarles a los estudiantes si alguna vez necesitaron de alguien que les ayude a escoger su vestimenta, el 4% de los encuestados dice que siempre, el 13% dice que casi siempre, el 30% de vez en cuando, el 36% rara vez y el 17% nunca.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta preguntase puede concluir diciendo que de los estudiantes encuestados, la menor parte se dejan influenciar por las personas al escoger su vestimenta, mientras que la mayor parte no necesitaron de personas que les ayude a escoger su vestimenta lo que significa que los estudiantes no se dejan influenciar por las demás personas al momento de elegir su prenda de vestir.

3. ¿Se siente usted atraído por la moda en el vestir?

Cuadro 7 .Pregunta 3 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	44	34%
Poco	44	34%
Muy poco	29	23%
Casi nada	7	5%
Nada	5	4%
Total	129	100%

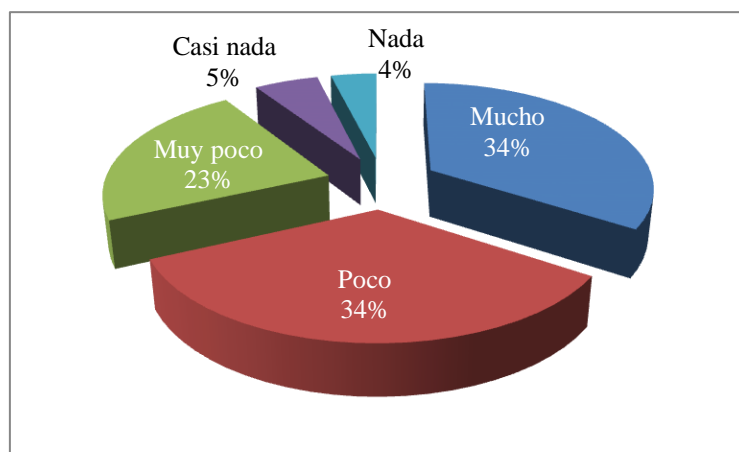


Gráfico 5. Representación porcentual sobre la moda en el vestir

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunto a los estudiantes si se sienten atraídos por la moda en el vestir, el 34% de los encuestados dice que mucho, el 34% dice que poco, el 23% muy poco, el 5% casi nada y el 4% nada.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los estudiantes encuestados se sienten atraídos por la moda en el vestir convirtiéndose en un estereotipo.

4. ¿En la universidad ha observado estereotipos en el vestir?

Cuadro 8. Pregunta 4 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	46	36%
Casi siempre	48	37%
De vez en cuando	23	18%
Rara vez	8	6%
Nunca	4	3%
Total	129	100%

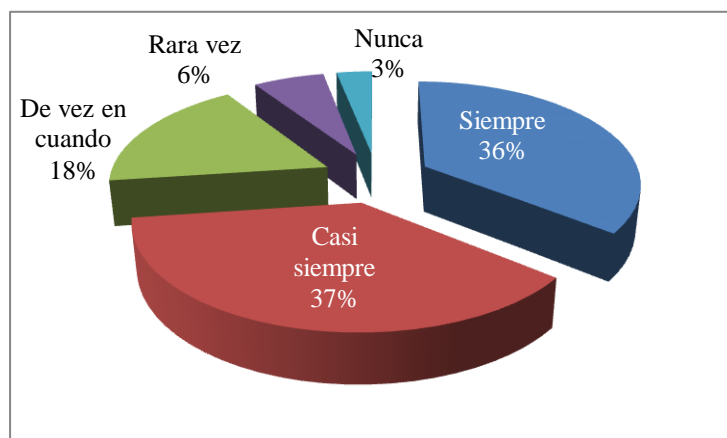


Gráfico 6. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir en la Universidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la encuesta a los estudiantes si en la Universidad han observado estereotipos en el vestir, el 36% de los encuestados dice que siempre, el 37% casi siempre, el 18% de vez en cuando, el 6% rara vez y el 3% nunca.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayor parte de los estudiantes encuestados ha observado el uso de estereotipos en el vestir en la Universidad lo que diagnostica que existen corrientes y modas en el vestir en muchos de los estudiantes universitarios.

5. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en nuestra cultura?

Cuadro 9. Pregunta 5 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	8	6%
Alto	27	21%
Medianamente	24	19%
Bajo	35	27%
Nada	35	27%
Total	129	100%

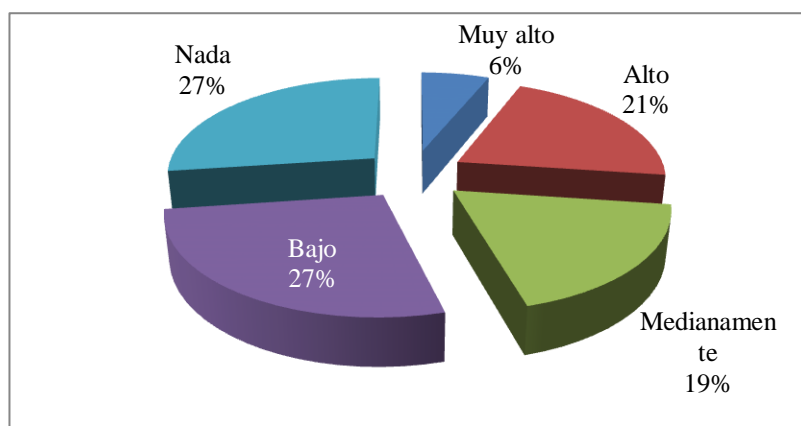


Gráfico 7. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y nuestra cultura

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les pregunta a los estudiantes en que nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en nuestra cultura, el 6% de los encuestados dice que es muy alto, el 21% alto, el 19% medianamente, el 27% bajo y el 27% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la menor parte de los estudiantes encuestados opinan que los estereotipos en el vestir inciden en nuestra cultura lo que demuestra que en la actualidad los estereotipos en el vestir no afectan todavía a nuestra cultura de una manera masiva.

6. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en otras culturas?

Cuadro 10. Pregunta 6 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	21	16%
Alto	41	32%
Medianamente	51	40%
Bajo	9	7%
Nada	7	5%
Total	129	100%

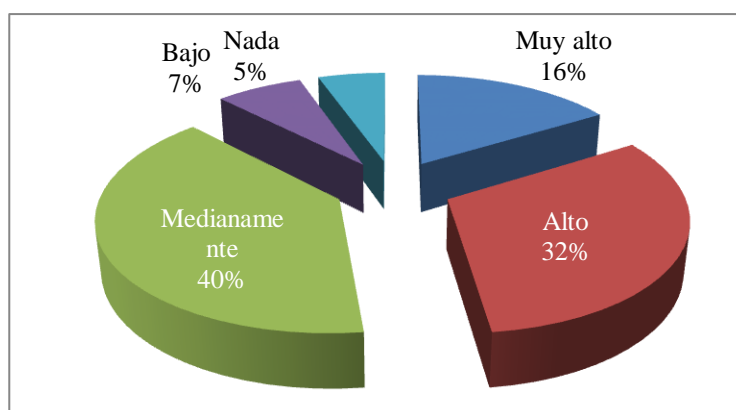


Gráfico 8. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y otras culturas
Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes
Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los estudiantes, en qué nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en otras culturas, el 16% de los encuestados dice que es muy alto, el 32% alto, el 40% medianamente, el 7% bajo, y el 5% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayor parte de los estudiantes encuestados están de acuerdo en que los estereotipos en el vestir inciden en otras culturas lo que significa que los estudiantes están conscientes de que para los estereotipos en el vestir no hay fronteras debido a que los mismos se transmiten a través de los medios de comunicación y la publicidad que es utilizada para llegar a todas las personas del mundo.

7. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la estética?

Cuadro N°11 Pregunta 7 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	25	19%
Alto	58	45%
Medianamente	30	23%
Bajo	14	11%
Nada	2	2%
Total	129	100%

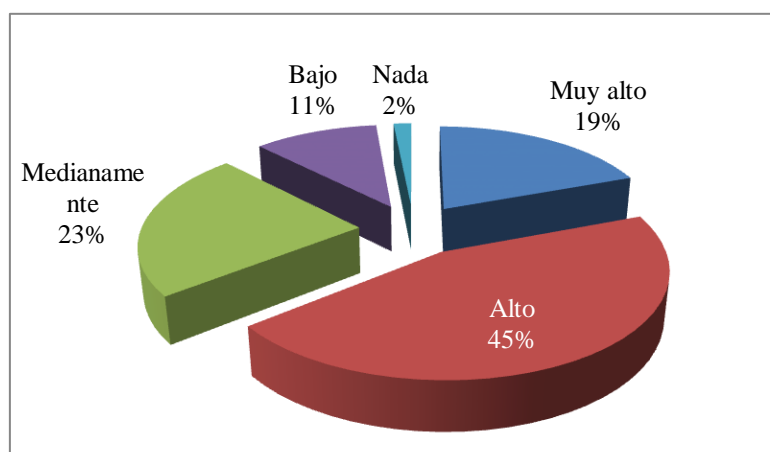


Gráfico 9. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y la estética

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunta a los estudiantes en que nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en la estética, el 19% de los encuestados dice que es muy alto, el 45% alto, el 23% medianamente, el 11% bajo, y el 2% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que de los estudiantes encuestados la mayor parte se preocupan de su presentación personal y estética adoptando en muchas ocasiones las normas preestablecidas por los estereotipos en el vestir, dando como pauta para que las demás personas sigan la misma tendencia.

8. ¿Usted para identificarse con un grupo, trata de imitar el modo de vestir del resto del grupo?

Cuadro 11. Pregunta 8 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	3	2%
Casi siempre	6	5%
De vez en cuando	13	10%
Rara vez	27	21%
Nunca	80	62%
Total	129	100%

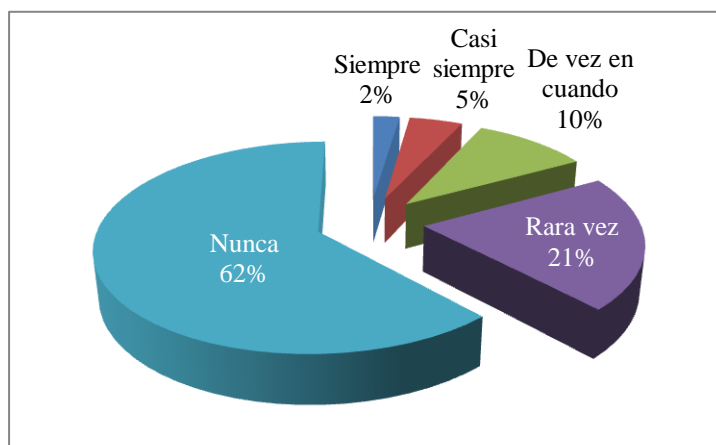


Gráfico 10. Representación porcentual sobre el imitar el modo de vestir del resto del grupo.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los estudiantes si para identificarse con un grupo imitan el modo de vestir, el 2% de los encuestados dice que siempre, el 5% casi siempre, el 10% de vez en cuando, el 21% rara vez, y el 62% nunca

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los estudiantes encuestados no imitan el modo de vestir para ser aceptado dentro de un grupo social lo que diagnostica una autoestima elevada o también puede ser el reflejo de haber asumido un estereotipo antes de llegar a la Universidad.

9. ¿En qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes?

Cuadro 12. Pregunta 9 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	7	5%
Alto	24	19%
Medianamente	39	30%
Bajo	33	26%
Nada	26	20%
Total	129	100%

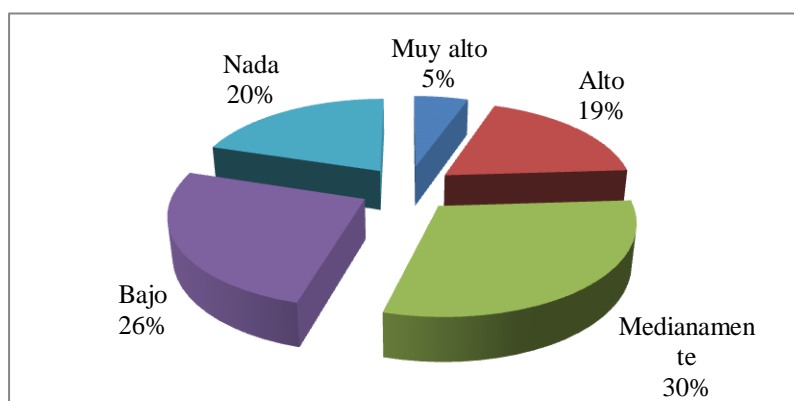


Gráfico 11 . Representación porcentual sobre si afecta si un docente usa estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al consultarles a los estudiantes en qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes, el 5% de los encuestados dice que es muy alto, el 19% alto, el 30% medianamente, el 26% bajo, y el 20% nada

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la menor parte de los estudiantes encuestados opinan que el modo de vestir del docente frente a los estudiantes incide en el modo de vestir de los jóvenes por cuanto, al docente, se le figura como ejemplo para los demás.

10. ¿Para tomar una decisión en su modo de vestir se deja influir por los estereotipos en el vestir?

Cuadro 13. Pregunta 10 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	5	4%
Casi siempre	25	19%
De vez en cuando	29	23%
Rara vez	36	28%
Nunca	34	26%
Total	129	100%

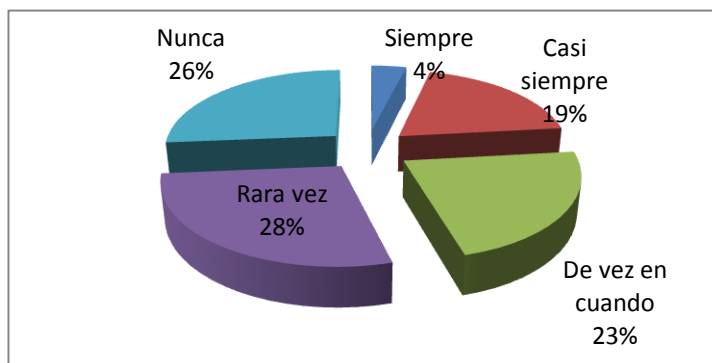


Gráfico 12. Representación porcentual sobre el modo de vestir y la influencia de los estereotipos en el vestir

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les consulta a los estudiantes si para elegir su modo de vestir se deja influir por los estereotipos, el 4% de los encuestados dice que siempre, el 19% casi siempre, el 23% de vez en cuando, el 28% rara vez, y el 26% nunca

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los estudiantes encuestados rara vez se dejan influir por los estereotipos en el vestir, esto puede ser debido a dos circunstancias la primera es que por su economía no usan las prendas de vestir que están a la moda y la segunda es que tienen muy definida su identidad y su personalidad.

11. ¿En qué nivel cree usted que la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación le ayudan primero a la formación personal de los estudiantes?

Cuadro 14. Pregunta 11 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	6	5%
Alto	19	15%
Medianamente	31	24%
Bajo	35	27%
Nada	38	29%
Total	129	100%

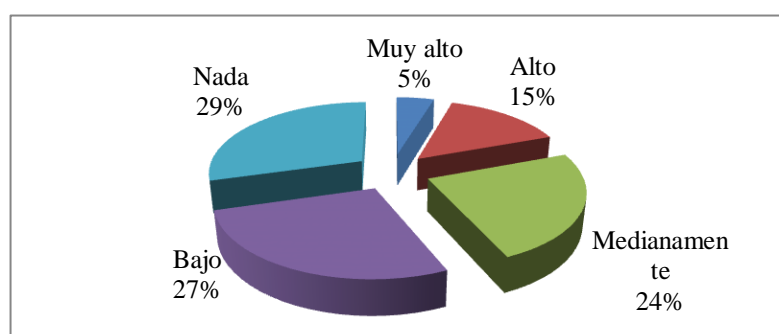


Gráfico 13. Representación porcentual sobre la formación de la personalidad en la Facultad de Ciencias Humanas

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les preguntó a los estudiantes en qué nivel cree usted que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación les ayudan primero a formar la personalidad de los estudiantes, el 5% de los encuestados dice que es muy alto, el 15% alto, el 24% medianamente, el 27% bajo, y el 29% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la menor parte de los estudiantes encuestados opinan que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación tienen como prioridad ayudar a la formación personal de los estudiantes universitarios, lo que diagnostica que no en todas las Carreras de la Facultad se preocupan por la formación personal de los estudiantes, lo que ocasiona que exista un descuido en la presentación de los jóvenes dentro de la Universidad.

12. ¿En qué nivel cree usted que afectaría la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social?

Cuadro 15. Pregunta 12 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	6	5%
Alto	19	15%
Medianamente	31	24%
Bajo	35	27%
Nada	38	29%
Total	129	100%

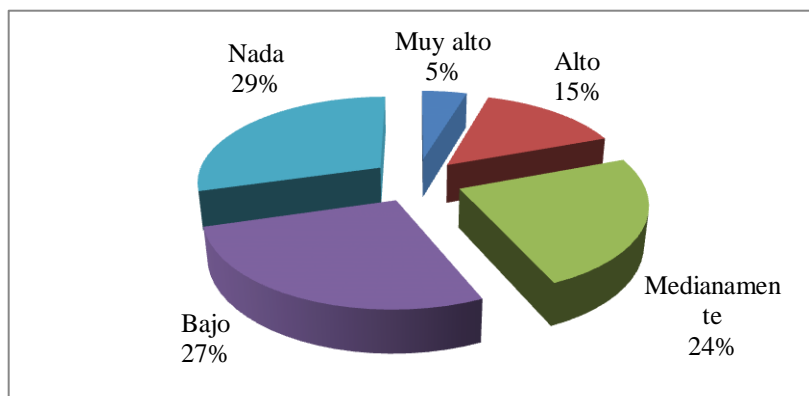


Gráfico 14. Representación porcentual sobre la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los estudiantes en qué nivel cree usted que afecta la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social, el 5% de los encuestados dice que es muy alto, el 15% alto, el 24% medianamente, el 27% bajo, y el 29% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la menor parte de los estudiantes encuestados opinan que la imagen externa en el vestir influye para pertenecer a un grupo social ya que se corre el riesgo de ser criticado o aceptado por los miembros del mismo en el caso de ser un futuro docente.

13.¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad?

Cuadro 16. Pregunta 13 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	34	26%
Alto	49	38%
Medianamente	40	31%
Bajo	4	3%
Nada	2	2%
Total	129	100%

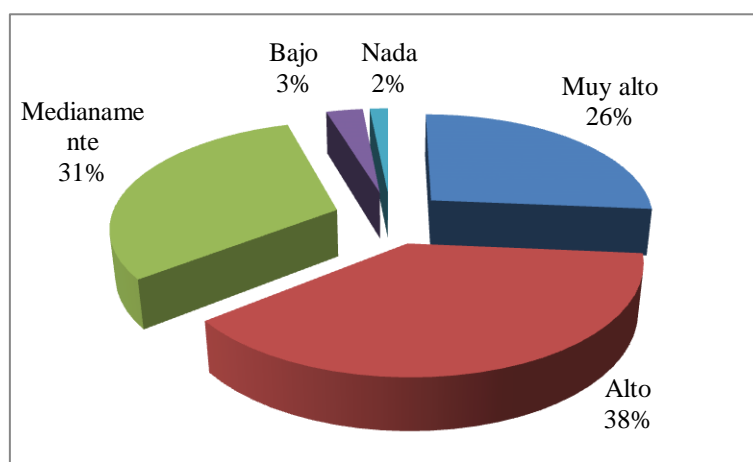


Gráfico 15. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y la sociedad.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los estudiantes en qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad, el 26% de los encuestados dice que es muy alto, el 38% alto, el 31% medianamente, el 3% bajo, y el 2% nada

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayor parte de los estudiantes encuestados opinan que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad, lo que demuestra que los jóvenes están conscientes de que los estereotipos en el vestir afectan a las personas en su manera de vivir diariamente.

14. ¿En qué nivel cree usted que el estereotipo en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social?

Cuadro 17. Pregunta 14 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	26	20%
Alto	40	31%
Medianamente	42	33%
Bajo	19	15%
Nada	2	1%
Total	129	100%

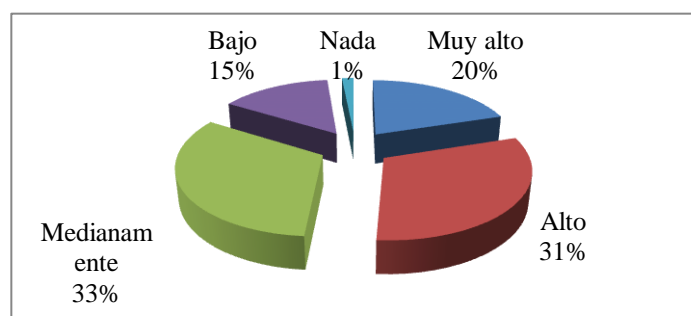


Gráfico 16. Representación porcentual sobre si los estereotipos en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: A los estudiantes se les pregunta en qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir pueden cumplir una función importante en la vida social, el 20% de los encuestados dice que es muy alto, el 31% alto, el 33% medianamente, el 15% bajo, y el 1% nada

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayor parte de los estudiantes encuestados opinan que los estereotipos en el vestir pueden cumplir una función importante en la vida social, ya que como le ven a una persona le tratan y muchas personas por esta misma razón dejan a un lado su verdadera identidad lo que ocasiona que usen estereotipos en el vestir en su vida diaria.

15. ¿En qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo determinado?

Cuadro 18. Pregunta 15 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	18	14%
Alto	40	31%
Medianamente	41	32%
Bajo	12	9%
Nada	18	14%
Total	129	100%

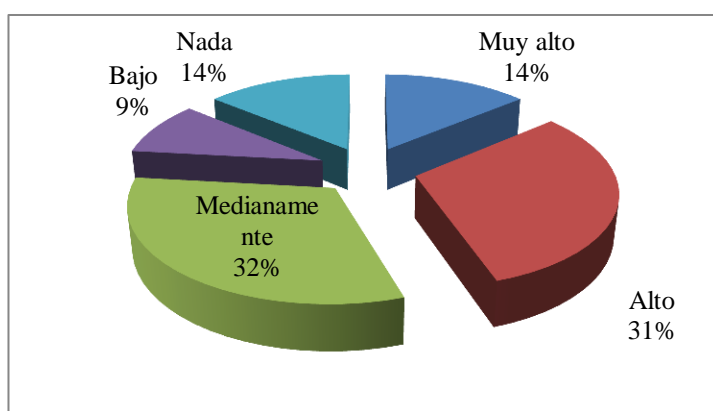


Gráfico 17. Representación porcentual sobre si la forma de vestir afecta para ser aceptado en un grupo de amigos.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les consultó a los estudiantes en qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo de amigos, el 14% de los encuestados dice que es muy alto, el 31% alto, el 32% medianamente, el 9% bajo, y el 14% nada

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los estudiantes encuestados opinan que, afecta los estereotipos en el vestir para ser aceptados en un grupo determinado, por el hecho de ser únicos cada persona tiene diferentes formas ser y vestir pero dentro de un grupo social por este mismo hecho existe en muchas ocasiones problemas por la falta de tolerancia por parte de las personas.

16. ¿Cuando sales a la calle te preocupas mucho por el que dirán de tu manera de vestir?

Cuadro 19. Pregunta 16 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	19	15%
Casi siempre	26	20%
De vez en cuando	27	21%
Rara vez	34	26%
Nunca	23	18%
Total	129	100%

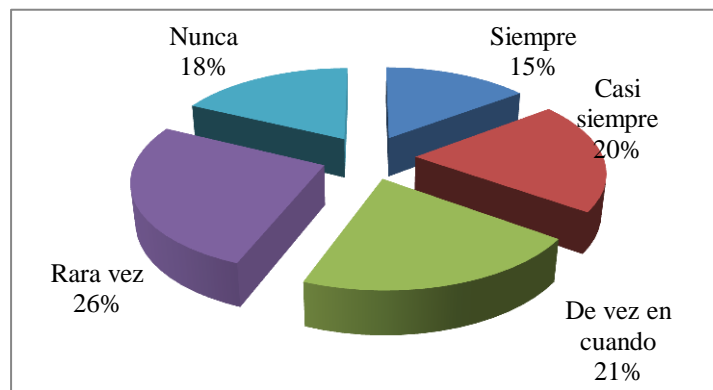


Gráfico 18. Representación porcentual sobre si al salir de a la calle se preocupan mucho por su manera de vestir.

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los estudiantes, si para salir a la calle se preocupa mucho por el que dirán de su manera de vestir, el 15% de los encuestados dice que siempre, el 20% casi siempre, el 21% de vez en cuando, el 26% rara vez y el 18% nunca

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica quela mayoría de los estudiantes encuestados se preocupan mucho por el que dirán de su manera de vestir, esto puede ser debido a que muchas veces los jóvenes se avergüenzan de su identidad o por que en alguna ocasión han sido víctimas de burlas o discriminación de su manera de vestir y actuar frente a la sociedad.

17. ¿Los docentes desarrollan algún tipo de actividad extracurricular en la universidad para desarrollar la formación personal?

Cuadro 20. Pregunta 17 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	12	9%
Casi siempre	36	28%
De vez en cuando	33	26%
Rara vez	21	16%
Nunca	27	21%
Total	129	100%

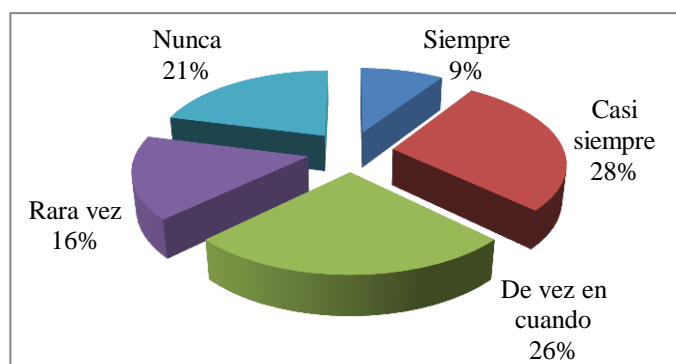


Gráfico N°19 Representación porcentual sobre las actividades extracurriculares y la formación personal

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les pregunta a los estudiantes si los docentes realizan actividades extracurriculares en la Universidad para desarrollar la formación personal, el 9% de los encuestados dice que siempre, el 28% casi siempre, el 26% de vez en cuando, el 16% rara vez, y el 21% nunca

INTERPETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de los estudiantes encuestados dicen que no se realizan muchas actividades extracurriculares en beneficio de la formación personal de los estudiantes, lo que es de mucha importancia para que los docentes observen a los jóvenes en el momento en que demuestren sus capacidades y actitudes frente a los demás ya que de esta manera se puede identificar y ayudar a los estudiantes para que mejoren su formación personal.

18. ¿En qué nivel cree usted que el entorno en que se desarrolla una persona incida luego en la manera actuar?

Cuadro 21. Pregunta 18 - Estudiantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	19	15%
Alto	58	45%
Medianamente	44	34%
Bajo	6	5%
Nada	2	1%
Total	129	100%

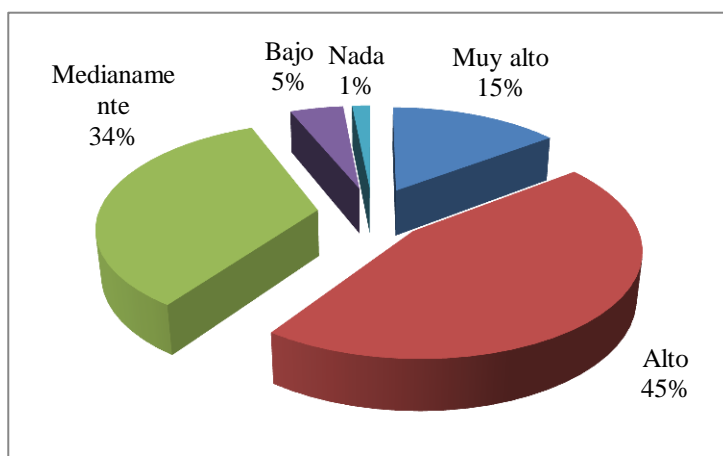


Gráfico 19. Representación porcentual sobre el entorno en que se desarrolla una persona y la manera de actuar

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al consultarles a los estudiantes en qué nivel cree usted que el entorno en que se desarrolla una persona incide en la manera de actuar, el 15% de los encuestados dice que es muy alto, el 45% alto, el 34% medianamente, el 5% bajo, y el 1% nada

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los estudiantes encuestados opinan que el entorno es un factor muy importante para que una persona adopte la forma de actuar por cuanto lo que se escucha se observa de los demás es un aprendizaje inconsciente e consiente.

4.2 ENCUESTA APLICADA A LOS DOCENTES

1. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos incidan en la creatividad?

Cuadro 22. Pregunta 1 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	3	33%
Alto	4	45%
Medianamente	0	0%
Bajo	0	0%
Nada	2	22%
Total	9	100%

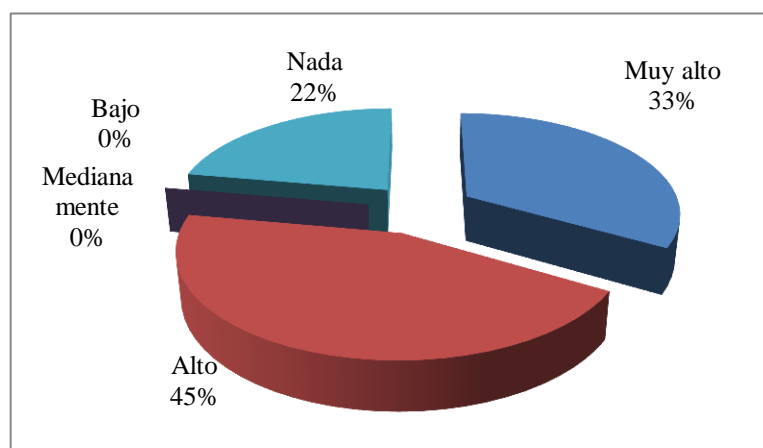


Gráfico 20. Representación porcentual sobre los estereotipos y la creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al preguntarles a los docentes sobre en que nivel piensan que los estereotipos incidan en la creatividad, el 33% de los encuestados dice que el nivel es muy alto, el 45% dice que es alto y el 22% nada.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se refleja que la mayoría de los docentes encuestados están conscientes del impacto que ocasionan los estereotipos en el vestir en la nueva sociedad, ya que la mayoría de personas opta por imitar lo que ven y esto limita la capacidad de crear cosas nuevas.

2. ¿Alguna vez necesitó de alguien que le ayude al escoger su vestimenta?

Cuadro 23. Pregunta 2 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
De vez en cuando	5	56%
Rara vez	2	22%
Nunca	2	22%
Total	9	100%

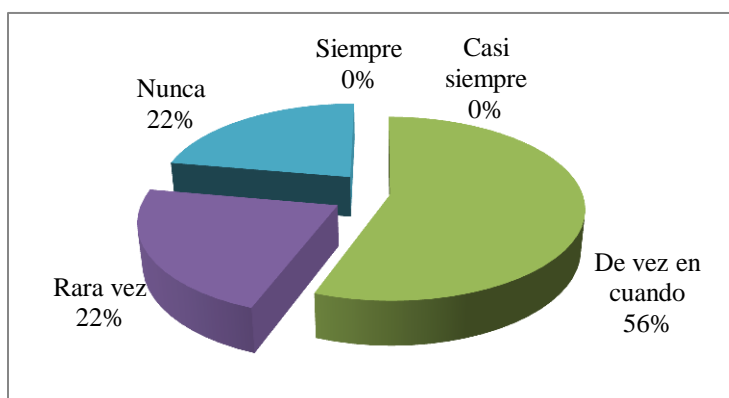


Gráfico 21. Representación porcentual sobre la necesidad de ayuda al escoger la vestimenta

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunta a los docentes si alguna necesitaron de alguien que les ayude a escoger su vestimenta, el 56% de vez en cuando, el 22% rara vez y el 22% nunca.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados opto por la alternativa “de vez en cuando”, esto quiere decir que en algún momento de su juventud los docentes también necesitaron de alguien que les ayude a escoger su vestimenta, con la diferencia que anteriormente las personas no eran tan influenciadas por los medios de comunicación como hoy en día.

3. ¿Sus estudiantes se sienten atraídos por la moda en el vestir?

Cuadro 24. Pregunta 3 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	2	22%
Poco	3	33%
Muy poco	4	45%
Casi nada	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

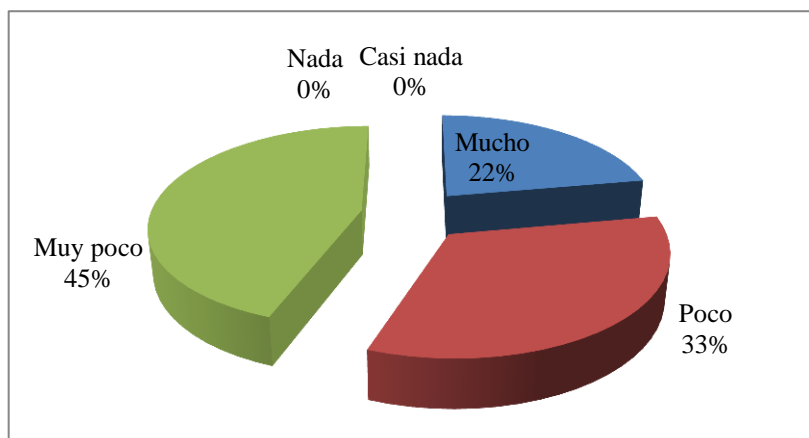


Gráfico 22. Representación porcentual sobre la moda en el vestir

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los docentes si sus estudiantes se sienten atraídos por la moda en el vestir, el 22% de los encuestados dice que mucho, el 33% dice que poco y el 45% muy poco.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se puede decir que la mayoría de los docentes encuestados opinan que sus estudiantes se sienten atraídos por la moda en el vestir, lo que significa que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación existen estereotipos en el vestir.

4.- ¿En la universidad ha observado estereotipos en el vestir?

Cuadro 25.Pregunta 4 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	3	33%
Casi siempre	4	45%
De vez en cuando	2	22%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
Total	9	100%

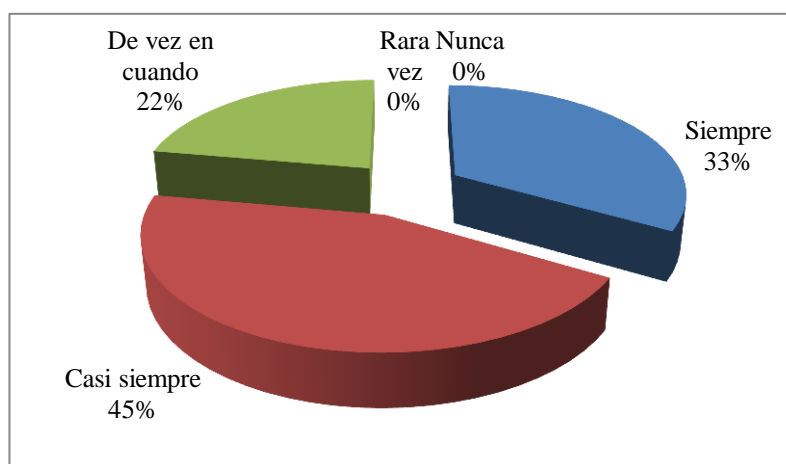


Gráfico 23.Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir en la Universidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les pregunta a los docentes si en la Universidad han observado estereotipos en el vestir, el 33% de los encuestados dice que siempre, el 45% casi siempre y el 22% de vez en cuando.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se demuestra que la mayoría de los docentes encuestados ha observado el uso de estereotipos en el vestir en la Universidad, lo que diagnostica que existen corrientes y modas en el vestir en muchos de los estudiantes universitarios.

5. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en nuestra cultura?

Cuadro 26. Pregunta 5 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	2	22%
Alto	4	45%
Medianamente	3	33%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	8	100%

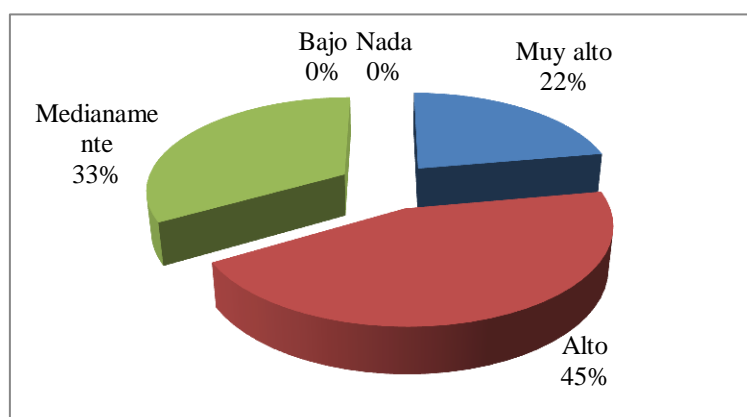


Gráfico 24. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en la cultura

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al preguntarles a los docentes en que nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en nuestra cultura, el 22% de los encuestados dice que es muy alto, el 45% alto y el 33% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados optó por la alternativa “Alta”, esto evidencia que los estereotipos en el vestir están afectando a nuestra cultura, lo que demuestra que en la actualidad los estereotipos en el vestir es un fenómeno que está afectando a la cultura de nuestro país por el excesivo consumo de productos extranjeros.

6. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en otras culturas?

Cuadro 27. Pregunta 6 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	3	33%
Alto	5	56%
Medianamente	1	11%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

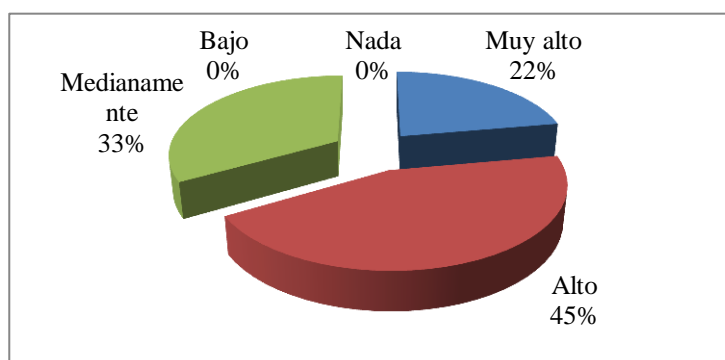


Gráfico 25. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en otras culturas

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los docentes, en que nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en otras culturas, el 33% de los encuestados dice que es muy alto, el 56% alto y el 11% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados opto por la alternativa “Alto”, esto demuestra que los docentes están conscientes de que los estereotipos en el vestir inciden en otras culturas, están de acuerdo en que los estereotipos en el vestir inciden en otras culturas lo que significa que los docentes están conscientes de que para los estereotipos en el vestir no hay fronteras debido a que los mismos se trasmiten a través de medios de comunicación y la publicidad que es utilizada para llegar a todas las personas del mundo.

7. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la estética?

Cuadro 28. Pregunta 7 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	0	0%
Alto	6	67%
Medianamente	2	22%
Bajo	1	11%
Nada	0	0%
Total	9	100%

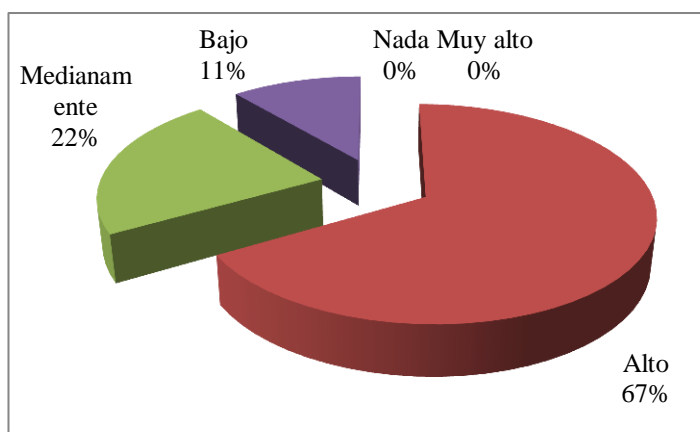


Gráfico 26. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su incidencia en la estética.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les consulta a los docentes en que nivel cree que los estereotipos en el vestir inciden en la estética, el 67% de los encuestados dice que alto, el 22% medianamente y el 11% bajo.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados opto por la alternativa “Alto” esto diagnostica que los estereotipos en el vestir si inciden en la estética. la mayor parte se preocupan de su presentación personal y estética adoptando en muchas ocasiones las normas preestablecidas por los estereotipos en el vestir, dando como pauta para que las demás personas sigan la misma tendencia.

8. ¿Usted cree que sus estudiantes para identificarse con un grupo trata de imitar su modo de vestir?

Cuadro 29.Pregunta 8 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	4	45%
Casi siempre	2	22%
De vez en cuando	2	22%
Rara vez	1	11%
Nunca	0	0%
Total	9	100%

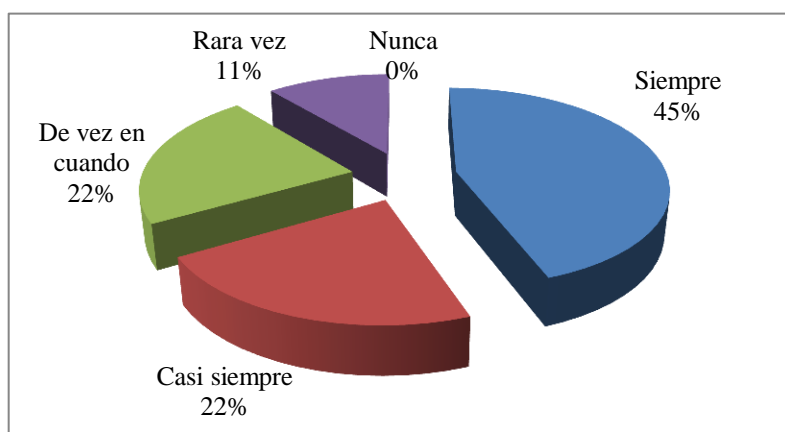


Gráfico 27.Representación porcentual sobre grupos estudiantiles y la imitación en el modo de vestir.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al preguntarles a los docentes si para identificarse con un grupo sus estudiantes imitan el modo de vestir, el 45% de los encuestados dice que siempre, el 22% casi siempre, el 22% de vez en cuando y el 11% rara vez.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los docentes encuestados opinan que se imita el modo de vestir para ser aceptado dentro de un grupo social. lo que diagnostica que algunos estudiantes tienen autoestima baja o puede deberse también a que no tuvieron una formación personal adecuada.

9. ¿En qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes?

Cuadro 30. Pregunta 9 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	2	22%
Alto	6	67%
Medianamente	1	11%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

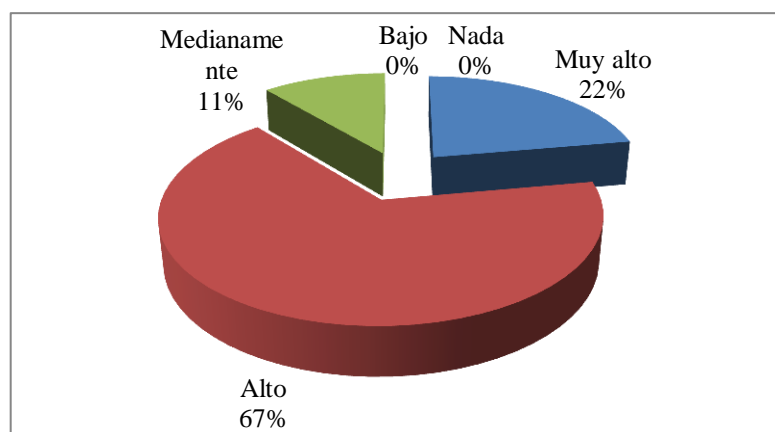


Gráfico 28. Representación porcentual sobre los docentes y el uso de estereotipos

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunta a los docentes en qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes, el 22% de los encuestados dice que es muy alto, el 67% alto y el 11% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados optaron por la alternativa “Alto”, esto diagnostica que el modo de vestir del docente frente a los estudiantes incide también en el modo de vestir de los jóvenes por cuanto al docente se le figura como ejemplo para los demás.

10. ¿Para tomar una decisión en su modo de vestir se deja influir por los estereotipos?

Cuadro 31.Pregunta 10-Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
De vez en cuando	5	56%
Rara vez	2	22%
Nunca	2	22%
Total	9	100%

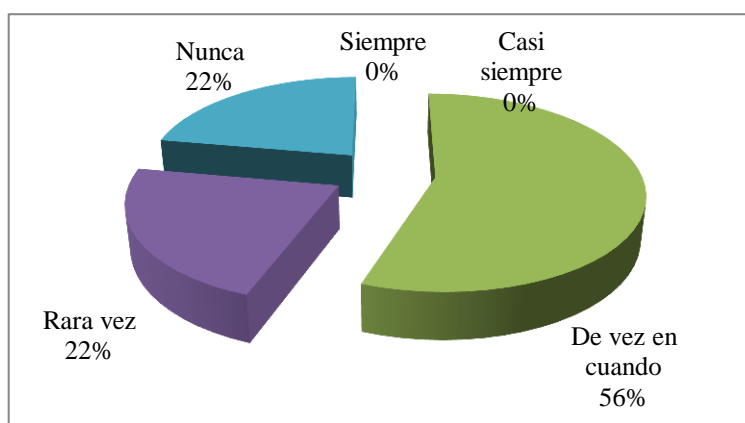


Gráfico 29. Representación porcentual sobre el modo de vestir y la influencia de los estereotipos.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los docentes si para elegir su modo de vestir se deja influir por los estereotipos, el 56% de los encuestados dice que de vez en cuando, el 22% rara vez y el 22% nunca.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados optó por la alternativa “de vez en cuando”, lo que diagnostica que no se dejan influir mucho por los estereotipos en el vestir lo que es positivo para la sociedad además esto puede ser el reflejo de que tuvieron una formación personal adecuada y tienen muy definida su identidad.

11. ¿En qué nivel cree usted que la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación le ayudan primero a formar la personalidad de los estudiantes?

Cuadro 32. Pregunta 11 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	0	0%
Alto	2	22%
Medianamente	6	67%
Bajo	1	11%
Nada	0	0%
Total	9	100%

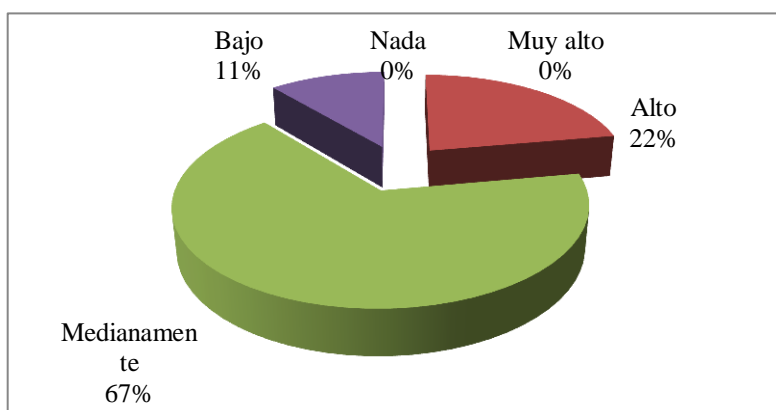


Gráfico 30. Representación porcentual sobre la formación personal de los estudiantes Universitarios

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: En la pregunta a los docentes en qué nivel cree usted que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación les ayudan primero a formar la personalidad de los estudiantes, el 22% de los encuestados dice que es alto, el 67% medianamente y el 11% bajo.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que los docentes encuestados de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación no realizan frecuentemente actividades que les ayuden a los estudiantes a formar su personalidad de manera adecuada, esto provoca que los estudiantes sigan siendo influenciados por los estereotipos, lo que ocasiona que exista un descuido en la presentación de los jóvenes dentro de la Universidad.

12. ¿En qué nivel cree usted que afectaría la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social?

Cuadro 33. Pregunta 12 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	2	22%
Alto	5	56%
Medianamente	2	22%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

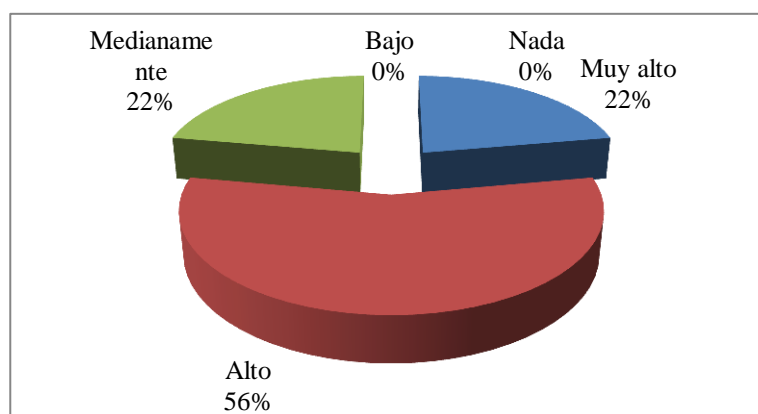


Gráfico 31. Representación porcentual sobre la imagen externa y los grupos sociales.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Una vez indagado a los docentes en qué nivel cree usted que afecta la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social, el 22% de los encuestados dice que es muy alto, el 56% alto y el 22% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se refleja que los docentes encuestados están de acuerdo en que la imagen externa en la nueva sociedad influye para pertenecer a un grupo social y en un docente es muy importante su presentación debido a que es una imagen pública tomado como ejemplo a seguir por sus estudiantes, sin dejar a un lado su identidad.

13. ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad?

Cuadro 34. Pregunta 13 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	1	11%
Alto	5	56%
Medianamente	3	33%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

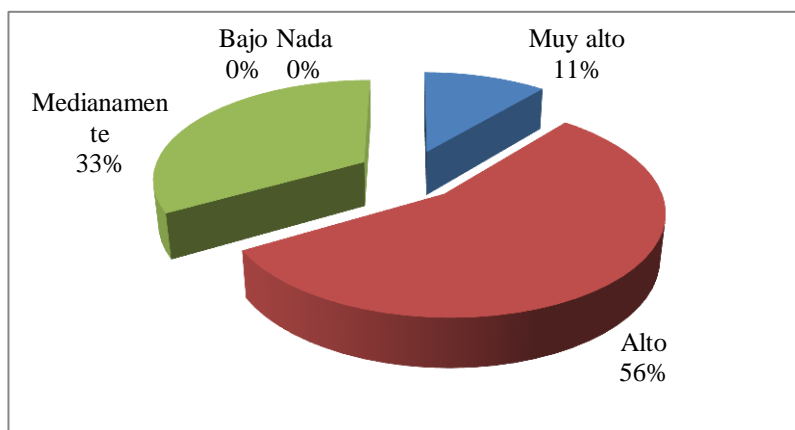


Gráfico 32. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y la sociedad.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les preguntó a los docentes en qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad, el 11% de los encuestados dice que es muy alto, el 56% alto y el 33% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría de docentes encuestados optó por la alternativa “alto” esto diagnostica que los estereotipos en el vestir inciden en la sociedad, lo que demuestra que los docentes están conscientes de que los estereotipos en el vestir es un fenómeno social que afecta a las personas en su manera de vestir y actuar diariamente, lo que se ve a simple vista en las calles.

14. ¿En qué nivel cree usted que el estereotipo en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social?

Cuadro 35. Pregunta 14 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	5	56%
Alto	3	33%
Medianamente	1	11%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

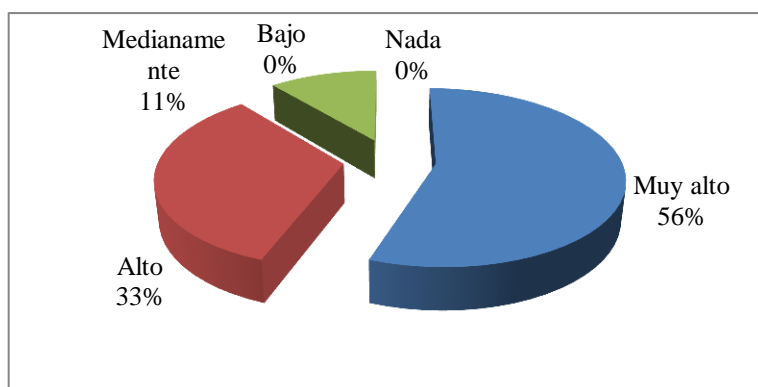


Gráfico 33. Representación porcentual sobre los estereotipos en el vestir y su importancia en la vida social.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les consulta a los docentes en qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir pueden cumplir una función importante en la vida social, el 56% de los encuestados dice que es muy alto, el 33% alto y el 11% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se demuestra que la mayoría de los docentes encuestados opinan que los estereotipos en el vestir pueden cumplir una función importante en la vida social, ya que como le ven a una persona le tratan y muchas personas por esta misma razón dejan a un lado su verdadera identidad lo que ocasiona que usen estereotipos en el vestir en su vida diaria.

15. ¿En qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo de amigos?

Cuadro 36. Pregunta 15 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	0	0%
Alto	5	56%
Medianamente	4	44%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

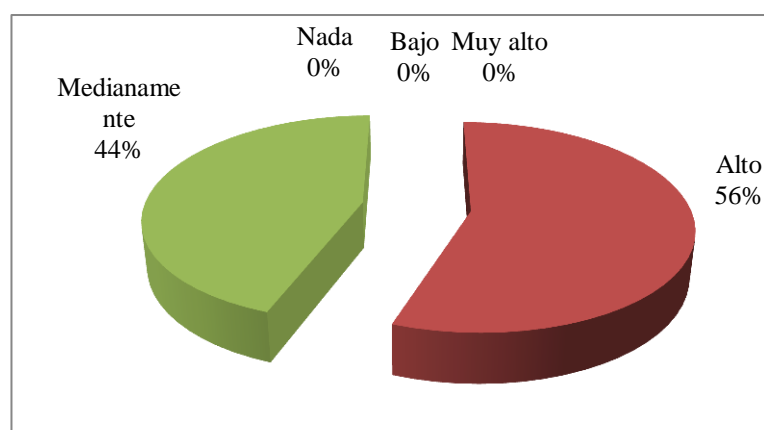


Gráfico 34. Representación porcentual sobre la forma de vestir y los grupos de amigos.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Al preguntarles a los docentes en qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo de amigos, el 62% de los encuestados dice que es alto y el 38% medianamente.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que la mayoría de los docentes encuestados opinan que si afecta los estereotipos en el vestir para ser aceptados en un grupo determinado, esto se debe a que cada persona tiene diferentes formas ser y vestir pero dentro de un grupo social por este mismo hecho existe en muchas ocasiones problemas por la falta de tolerancia por parte de las personas.

16. ¿Cuando usted sale a la calle le preocupa mucho por el que dirán de su manera de vestir?

Cuadro 37. Pregunta 16 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	0	0%
Casi siempre	4	45%
De vez en cuando	2	22%
Rara vez	3	33%
Nunca	0	0%
Total	9	100%

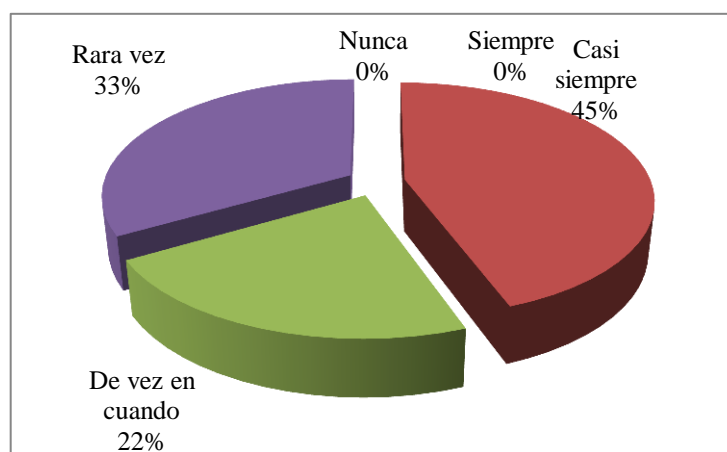


Gráfico 35. Representación porcentual sobre la manera de vestir al salir a la calle.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunto a los docentes si para salir a la calle se preocupa mucho por el que dirán de su manera de vestir, el 37% de los encuestados dice casi siempre, el 22% de vez en cuando y el 33% rara vez.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se refleja que la mayoría de los docentes encuestados no siempre se preocupan por el que dirán de su manera de vestir al salir de la calle, esto se debe a que los docentes de la Universidad mantienen una presentación formal en su vestimenta, lo que es bueno para sus estudiantes futuros docentes ya que les toman como modelos a seguir.

17.¿Usted desarrolla algún tipo de actividad extracurricular con sus estudiantes para desarrollar la formación personal?

Cuadro 38.Pregunta 17 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	1	11%
Casi siempre	0	0%
De vez en cuando	5	56%
Rara vez	3	33%
Nunca	0	0%
Total	9	100%

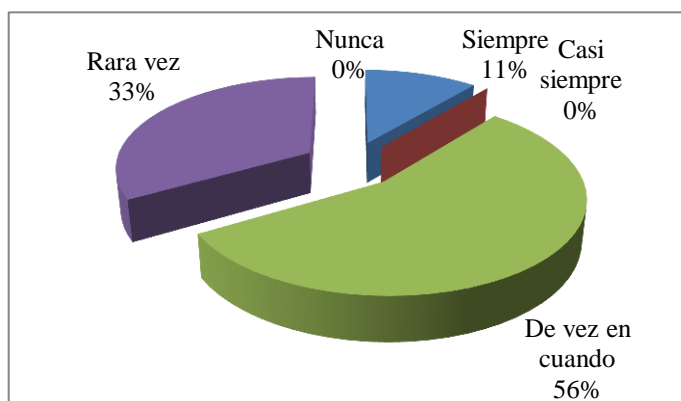


Gráfico 36.Representación porcentual sobre las actividades extracurriculares y la formación personal.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Se les consulta a los docentes si realizan actividades extracurriculares en la Universidad para desarrollar la formación personal de los estudiantes, el 11% de los encuestados dice que siempre, el 56% de vez en cuando y el 33% rara vez.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta se diagnostica que muchos docentes encuestados no realizan actividades que estén direccionadas específicamente a la formación personal de los estudiantes dejando aun lado un área de mucha importancia para que el estudiante futuro docente se sienta seguro de sí mismo en las actividades que debe realizar previamente a la obtención de su título profesional.

18. ¿En qué nivel cree usted que el entorno familiar en que se desarrolla una persona incide luego en la manera actuar?

Cuadro 39. Pregunta 18 - Docentes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy alto	4	44%
Alto	5	56%
Medianamente	0	0%
Bajo	0	0%
Nada	0	0%
Total	9	100%

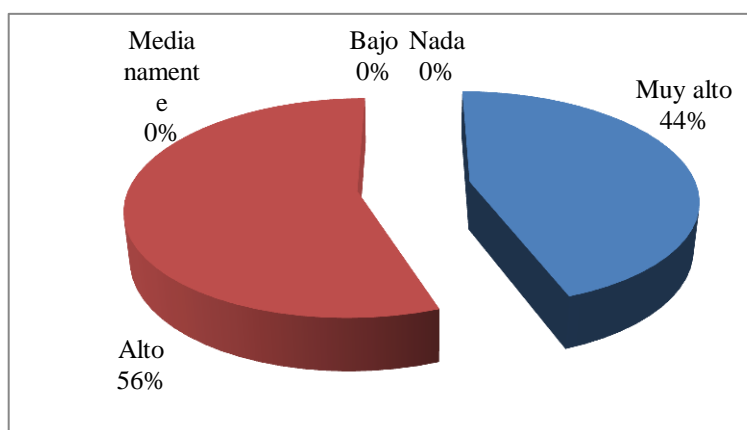


Gráfico 37. Representación porcentual sobre el entorno familiar y la manera de actuar.

Fuente: Encuestas aplicadas a los docentes

Elaborado por: Pablo Sangucho

ANÁLISIS: Cuando se les pregunta a los docentes en qué nivel cree usted que el entorno en que se desarrolla una persona incide en la manera de actuar, el 44% de los encuestados dice que es muy alto y el 56% alto.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de esta pregunta la mayoría docentes encuestados opto por la opción “alta”, lo que diagnostica que el entorno familiar definitivamente es un factor muy importante para que una persona adopte la forma de actuar en la vida diaria.

4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Modelo Lógico

H₀: Los estereotipos en el vestir no influyen en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia Modalidad Presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

H₁: Los estereotipos en el vestir sí influyen en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia Modalidad Presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Modelo estadístico

Se aplicara el modelo estadístico del χ^2 .

La encuesta aplicada a los estudiantes, y docentes de quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia Modalidad Presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Por diversas alternativas se elabora una tabla de contingencia, considerando un 5% de significancia, seleccionando el χ^2 para la comprobación de la hipótesis.

$$X = \frac{\sum (fo - fe)^2}{Fe}$$

Región de aceptación y rechazo

Para determinar la región de aceptación y rechazo, se calcula los grados de libertad, y se determina el valor del χ^2 en la tabla estadística con una significancia de 5%.

Grados de libertad

$$gl = (F-1)(C-1)$$

$$gl = (4-1)(5-1)$$

$$gl = 3 \times 4$$

$$gl = 12$$

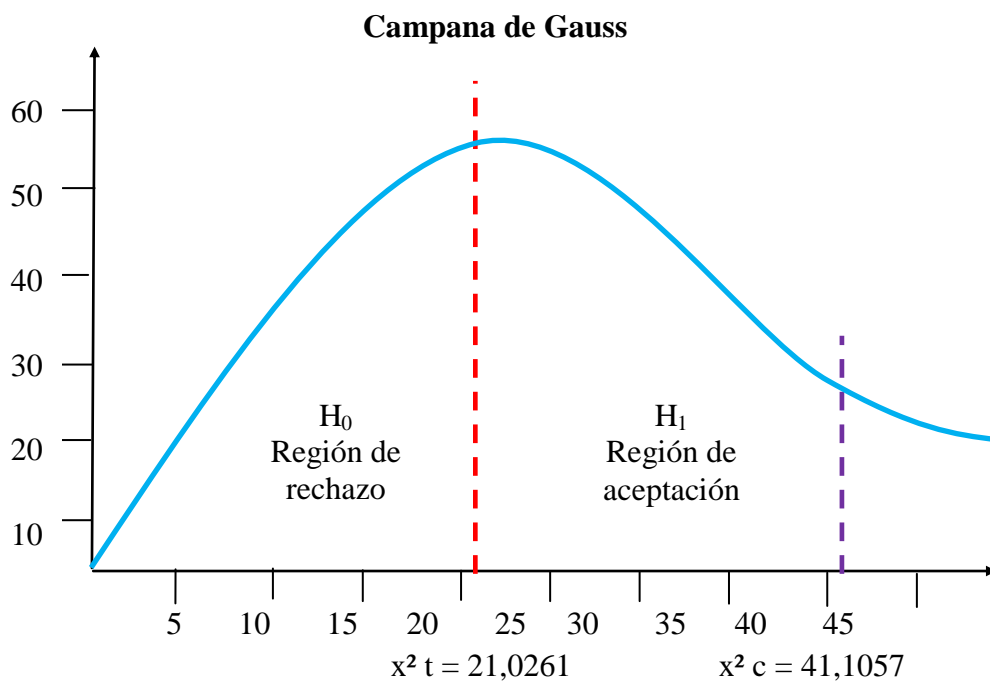


Gráfico 38. Región de aceptación y de rechazo
 Elaborado por: Pablo Sangucho

Cálculo Estadístico

Frecuencias Observadas

Pregunta N°	Alternativas					Total
	Muy Alto	Alto	Mediano	Bajo	Nada	
5	8	27	24	35	35	129
9	7	24	39	33	26	129
10	5	25	29	36	34	129
11	6	19	31	35	38	129
Total	26	95	123	139	133	516

Cuadro 40. Frecuencias Observadas
 Elaborado por: Pablo Sangucho

Constante para la alternativa Muy Alto: $26/4=6,50$
 Constante para la alternativa Alto: $95/4=23,75$
 Constante para la alternativa Mediano: $123/4=30,75$
 Constante para la alternativa Bajo: $139/4=34,75$
 Constante para la alternativa Nada: $133/4=35,00$

Frecuencias Esperadas

Pregunta N°	Alternativas					Total
	Muy Alto	Alto	Mediano	Bajo	Nada	
5	6,5000	23,7500	30,7500	34,7500	35,0000	130,75
9	6,5000	23,7500	30,7500	34,7500	35,0000	130,75
10	6,5000	23,7500	30,7500	34,7500	35,0000	130,75
11	6,5000	23,7500	30,7500	34,7500	35,0000	130,75
Total	26,0000	95,0000	123,0000	139,0000	140,0000	523,00

Cuadro 41. Frecuencias Esperadas

Elaborado por: Pablo Sangucho

Cálculo del χ^2

O	E	O-E	O-E ²	O-E ² /E
8	6,5000	1,5000	2,2500	0,3462
7	6,5000	0,5000	0,2500	0,0385
5	6,5000	-1,5000	2,2500	0,3462
6	6,5000	-0,5000	0,2500	0,0385
27	23,7500	3,2500	10,5625	0,4447
24	23,7500	0,2500	0,0625	0,0026
25	23,7500	1,2500	1,5625	0,0658
19	23,7500	-4,7500	22,5625	0,9500
24	30,7500	-6,7500	45,5625	1,4817
39	30,7500	8,2500	68,0625	2,2134
29	30,7500	-1,7500	3,0625	0,0996
31	30,7500	0,2500	0,0625	0,0020
35	34,7500	0,2500	0,0625	0,0018
33	34,7500	-1,7500	3,0625	0,0881
36	34,7500	1,2500	1,5625	0,0450
35	34,7500	0,2500	0,0625	0,0018
35	33,2500	1,7500	3,0625	0,0921
26	33,2500	-7,2500	52,5625	1,5808
34	33,2500	0,7500	0,5625	0,0169
0	33,2500	-33,2500	1105,5625	33,2500
χ^2				41,1057

Cuadro 42. Cálculo del χ^2

Elaborado por: Pablo Sangucho

Decisión Estadística

Para un contraste bilateral el valor del Chi^2 con 12 grados de libertad y 5% de significancia el valor de tabla es de 21,0261 y el valor calculado 41,1057; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: Los estereotipos en el vestir sí influyen en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Parvularia Modalidad Presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La mayoría de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia, periodo académico Septiembre 2012-Febrero 2013 de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato se sienten atraídos por los estereotipos en el vestir.
- La mayoría de docentes de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia, no realizan muchas actividades encaminadas a la formación personal de los estudiantes.
- Los estereotipos en el vestir que observan los estudiantes en la Universidad no influye para que los jóvenes cambien su manera de vestir.
- La forma de vestir afecta en el momento en que los jóvenes establecen relaciones sociales.
- De acuerdo a la mayoría de preguntas los estereotipos en el vestir inciden en la cultura y en la formación personal de los estudiantes.

5.2 RECOMENDACIONES

- Es importante que las Carreras de Educación Básica y Parvularia insistan más en que los estudiantes mantengan una presentación adecuada de un docente partiendo principalmente por la erradicación total de modas controversiales en la manera de vestir.

- Es necesario que los docentes y autoridades concienticen constantemente acerca de las causas negativas que ocasionan los estereotipos en el vestir en la formación personal de un estudiante que se forma para futuro docente.
- Para que no haya problemas por el uso de estereotipos en el vestir es fundamental que para quienes les gusta demasiado vestir a la moda sepan donde y cuando pueden hacer uso de esta moda.
- Sería conveniente que los docentes mediante una ficha de observación hagan un seguimiento de la presentación personal diaria de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia.
- Aplicar la campaña de formación personal que ayude a los y las estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia a mejorar su presentación o formas de vestir.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO:

Campana de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Nombre de la Institución: Universidad Técnica de Ambato

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Huachi Chico

Dirección: Av. Los Chasquis y Río Huayllabamba

Teléfono: 2990228

Jornada: Matutina

Beneficiarios: Estudiantes y docentes

Equipo técnico responsable:

Investigador: Pablo Sangucho

Presupuesto: U.S.D \$546.88 (quinientos cuarenta y seis con ochenta y ocho centavos, dólares americanos)

Cuadro 43. Costos de propuesta

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Internet	20 horas	0.80	16.00
Impresiones	255	0.05	12.75
Movilización	15	1.00	15.00
Material de oficina	5	25	125.00
Transcripciones	30	0.25	7.50
Material bibliográfico	2	80.00	160.00
Diseño de la propuesta	1	150.00	150.00
Imprevistos	1	33.63	33.63
Total			546.88

Elaborado por: Pablo Sangucho

6.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la búsqueda de otras investigaciones con propuestas similares se ha podido encontrar en la Biblioteca de la Universidad de Bolívar el siguiente trabajo investigativo:

Tema:

LOS ESTEREOTIPOS Y SUS CONSECUENCIAS EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE ESCOLAR DE LOS NIÑOS/NIÑAS EN LA ESCUELA FISCAL MIXTA JOSE MIGUEL JARRIN MALDONADO DEL RECINTO LA CHONGONA, PARROQUIA SAN LUIS DE PAMBIL, CANTON GUARANDA PROVINCIA DE BOLIVAR, PERIODO 2011 -2012

Autora: Sulema Mercedes Calero Maldonado

Propuesta:

TALLERES PEDAGÓGICOS A DOCENTES Y PADRES DE FAMILIA, ESTUDIANTES QUE AYUDEN A SUPERAR O ELIMINAR LOS ESTEREOTIPOS.

De acuerdo con la investigación realizada mediante las encuestas aplicadas tanto a estudiantes como a docentes se detectó varios problemas de intolerancia que

persisten en los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Los estereotipos en el modo de vestir inciden en la creatividad de los jóvenes por cuanto no permite el desarrollo de la misma; así mismo los jóvenes de la carreras de Educación Básica y Parvularia se sienten atraídos por la moda lo cual se observa a simple vista, en los grupos en los cuales se sienten afines.

Los estereotipos en el modo de vestir inciden profundamente en la cultura de nuestro país, no se valora la misma, se imita el modo de vestir de personajes de farándula y de personajes de otros países, por lo tanto, los jóvenes para ser aceptados en un grupo social imitan estas tendencias en la moda, lo cual es motivo de crítica para quienes no comparten sus gustos.

Los docentes de la Universidad Técnica de Ambato brindan una educación basada no solo en conocimientos sino también de valores que, permite formar la personalidad de los estudiantes, pero la influencia del medio es más nociva, es así que las influencias en el modo de vestir resultan ser inevitables en la juventud porque se ha convertido en una cultura imitada.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Crear una Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir es **importante** porque ayudará a reconocer que la diversidad es una característica propia de todos los individuos o grupos; sean como son, con gustos y preferencias propias.

Proponer una de Formación Personal entorno a Estereotipos de los estudiantes, es **original** por cuanto ha sido elaborado y planificado como una herramienta que sirva para mejorar la gestión Educativa Institucional partiendo siempre de las necesidades de los estudiantes.

La propuesta es **novedosa** porque motivará a que los estudiantes por iniciativa propia puedan aprender valores de aceptación y tolerancia a las diversas formas de manifestación en el vestir, teniendo la capacidad de saber escuchar y aceptar a los demás, valorando las distintas formas de entender y posicionarse en la vida, siempre que no atenten contra los derechos fundamentales de la persona.

El adecuado manejo de una Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir, es de gran **interés** si es entendido como respeto y consideración hacia la diferencia, como una disposición a admitir en los demás una manera de ser y de proceder distintas a la propia, o como una actitud de aceptación de la diversidad de formas de vestir, es de enorme importancia.

La propuesta es **factible** y surge de la convicción que se tiene por la necesidad de cambiar la mentalidad de los estudiantes, motivo por el cual me he encaminado en buscar nuevas actividades de modo que permita establecer en los alumnos una mente y una actitud abiertas, y la libre comunicación de nuestros pensamientos y sentimientos.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una campaña de Formación Personal entorno a los Estereotipos en el vestir de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Buscar información para construir la campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir.

- Organizar y seleccionar las actividades de la campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir.
- Elaborar los materiales para la campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir.
- Socializar a autoridades de la institución la campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir.

6.5. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD

La propuesta de aplicar una campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir, permitirá agilizar el trabajo educativo con los estudiantes, a fin de desarrollar un mejor proceso de enseñanza aprendizaje, específicamente para mejorar la presentación personal en cada uno de ellos, siendo conscientes de que tarde o temprano serán ellos quienes estarán frente a sus alumnos siendo un referente en todo sentido, incluso en su vestimenta, esto desde las prácticas docentes ya sea en pasantías, prácticas pre-profesionales, vinculación con la colectividad y finamente como profesionales graduados en ejercicio de su labor.

Los estereotipos tienen la finalidad de destruir o dirigir nuestros deseos, son una propuesta a cambiar nuestra forma de ser, imitando los modelos presentados, de ahí que la campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos en el vestir es viable porque parte del hecho de que los estudiantes sienten la necesidad de un cambio.

Además la propuesta es viable de realizar porque las autoridades y los docentes tienen una actitud positiva en apoyar la campaña de Formación Personal entorno a los Estereotipos en el vestir de los estudiantes ya que están conscientes de que es indispensable la presentación personal en los estudiantes que van a ser futuros docentes.

6.6 FUNDAMENTACIÓN

Campaña

“El origen etimológico de campaña procede del latín *campanĕa* que, a su vez, deriva de **campus** (“**campo**”). El término nació para hacer referencia al **campo llano y abierto** que no presenta montes ni asperezas”. (Chevez. N, 2005)

Una **campaña** es una serie de mensajes que comparten una misma idea y tema. Las campañas de publicidad aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico. La parte fundamental de la realización de la campaña es la determinación de un tema principal ya que esto influirá en los recursos de marketing que se utilizarán. El tema de la campaña es el mensaje central que será comunicado en las actividades de promoción. Los temas de campaña suelen ser desarrollados con la intención de ser utilizado durante un cierto periodo de tiempo, pero muchos de ellos son de corta duración debido a factores como la alta competencia del mercado.

Una campaña también es el **conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo**. Las campañas pueden desarrollarse desde la sociedad civil (a través de organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, etc.) o a través de partidos políticos. Por ejemplo: “*El cantante impulsa una campaña contra las corridas de toros en el territorio español*”, “*Nueva campaña contra el tabaco promueve una vida más sana*”, “*Estoy juntando firmas para una campaña a favor de la donación de órganos*”. (Sudlow. P, 2007)

Desarrollo personal

El crecimiento personal, no es una acción que se logra de un momento a otro, sino que más bien, es el resultado, de un largo proceso que se va manteniendo en

el tiempo, y que permite que el individuo vaya aumentando continuamente sus conocimientos, sus habilidades, su potencial, y su desarrollo emocional, biológico, espiritual y en todos los aspectos personales del individuo.

Es Evolutivo

Es un proceso que a su misma vez, está siendo desarrollado a través de múltiples procesos, que van seguidos unos de otros, los cuales les permiten al individuo, pasar por diferentes niveles de desarrollo y madurez.

Es Integral

Es integral, porque el crecimiento personal, constituye muchas facetas del individuo, y comprende todos los roles, y aspectos del individuo partiendo desde lo individual para irse desarrollarse en lo general.

Es Progresivo

Esta es una característica que debe ser esencial en el individuo, puesto que si no hay un nivel de progreso continuo, en cada una de las áreas, y en cada aspecto de su vida, simplemente, no puede hablarse de un crecimiento personal, ya que el individuo simplemente existe, pero no crece, ni se desarrolla, en relación a su experiencia de vida.

Es Continuo

El crecimiento personal, no tiene límite de edad, ni de etapa de desarrollo, ni está condicionado a un estilo de vida en particular, ni a un nivel de adquisición, o profesión, o distinción social, simplemente mientras el individuo tenga vida, siempre y constantemente, tiene que ir experimentado desarrollo, en todas las facetas de su vida. (Sair. V, 2008)

Estereotipo

Un **estereotipo** es una imagen trillada y con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas características, cualidades y habilidades. Por lo general, cuando en algún caso se concreta es porque ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. Etimológicamente proviene de la palabra griega *stereos*, que significa sólido, y *typos*, que significa marca.¹ El término se usa a menudo en un sentido negativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que limitan la creatividad y que sólo se pueden cambiar mediante el razonamiento personal sobre ese tema. Los estereotipos son alegatos comunes del pasado. Incluyen una amplia variedad de alegaciones sobre diversos grupos raciales y predicciones de comportamiento basadas en el estatus social o la riqueza. Son esquemas de pensamiento o esquemas lingüísticos preconstruidos que comparten los individuos de una misma comunidad social o cultural. (Herrero. C, 2012).

Vestimenta del docente

Los profesores son juzgados por estudiantes, padres de familia y directivos basado en cómo se visten. Mientras algunos profesores eligen vestirse profesionalmente por sí mismos, algunas escuelas fuerzan a los profesores a usar ciertas prendas. Estos códigos de vestimenta son obligatorios tanto para mejorar la opinión de estudiantes y padres de familia sobre los profesores, como para moldear ciertos comportamientos entre los estudiantes.

Vestirse bien temprano

Los profesores deben vestirse profesionalmente durante la entrevista para que el entrevistador se pueda enfocar en sus habilidades en lugar de enfocarse en su apariencia. Algunas escuelas tienen códigos de vestimenta específicos. Los nuevos profesores deben consultar con sus guías sobre el código de vestimenta. Las guías del distrito escolar no siempre son de ayuda para los profesores porque

generalmente sólo dicen que los profesores deben vestir de manera limpia y profesional. Usualmente, el director y los administradores determinan qué se considera vestimenta profesional.

Establecer autoridad

La vestimenta profesional ayuda al profesor a establecerse como autoridad para los estudiantes. Al vestir profesionalmente, demuestran que toman su trabajo en serio. Además, los docentes moldean el buen comportamiento cuando se visten apropiadamente, especialmente porque muchas escuelas tienen códigos de vestimenta para los alumnos. Cuando el profesor usa accesorios de moda como aros en el ombligo, algunos padres de familia temen que sus hijos también quieran usar aros también. La vestimenta profesional ayuda a los alumnos y a los padres a distinguir a los profesores de los alumnos, especialmente dado a que algunos profesores son tan jóvenes que pueden lucir como estudiantes mayores.

(Malca. A, 2012).

6.7 MODELO OPERATIVO

Cuadro 44. Metodología

FASES	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS	TIEMPO	COSTO
Socialización	Sensibilizar a las autoridades y docentes sobre los resultados de la investigación “Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre”	Investigador	Hojas Bolígrafos Computador Infocus	1º semana octubre 2013	\$25.00
	Impartir charla sobre: Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes.	Investigador	Hojas Computador Infocus	1º semana octubre 2013	\$10.00
Planificación y ejecución	Libro Leído	Investigador	Obra: “Tratado sobre la tolerancia de Voltaire Bases del concurso Ficha de análisis literario	2º semana octubre 2013	\$45,00
	DEBATE TEMA: Cuáles son las soluciones para que los estereotipos en el vestir no influyan en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la	Investigador	Reglas del debate Temas de discusión	2º semana de noviembre 2013	\$80,00

	Educación de la Universidad Técnica de Ambato.				
	Festival Poético La tolerancia hacia el gusto y las preferencias de los demás	Investigador	Reglas generales	3° semana de diciembre 2013	\$50,00
	Repartir trípticos, publicidad de trípticos sobre: Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes	Investigador	Trípticos	3° semana de diciembre 2013	\$50,00
	Instalar carteles informativos sobre el vestuario del docente	Investigador	Carteles	1° semana de enero 2014	\$50,00
	Desfile de moda: La forma de vestir del docente	Investigador	Pasarela vestuario	2° semana de enero 2014	\$300,00
	Show o espectáculo artístico	Investigador	Bandas participantes:	3° semana de enero 2014	\$1000.00
Evaluación	Monitoreo con fichas de observación a cada una de las actividades planificadas y ejecutadas	Investigador	Fichas de observación	Permanente	\$10.00
Total					\$1620,00

Elaborado por: Pablo Sangucho

CAMPAÑA DE FORMACIÓN PERSONAL ENTORNO A ESTEREOTIPOS DE VESTIR PARA LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y PARVULARIA.

FASE DE SOCIALIZACIÓN

Actividad 1

Sensibilizar a las autoridades y docentes sobre los resultados de la investigación “Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes del Quinto Semestre”

Objetivo

Lograr la sensibilización de la propuesta en autoridades y docentes en un 90%

Descripción

Informar de los resultados de la investigación para contar con la autorización de las autoridades y docentes de la institución.

El responsable de esta fase será el investigador, los recursos serán:

- Hojas
- Esferos
- Computador
- Infocus

Su realización está prevista para la primera semana de octubre.

Costo: \$25.00

El costo de \$25.00, es necesario para cubrir con los gastos de los recursos que se va a utilizar en esta actividad entre ellos están las hojas, esferos y el alquiler del infocus.

Actividad 2

Impartir charla sobre: Los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes.

Objetivo

Lograr la concientización de los estudiantes en un 90%

Descripción

Informar a los estudiantes sobre los efectos negativos de los estereotipos en el vestir y cómo influye en la formación personal.

El responsable de esta fase será el investigador, los recursos serán:

- Computador
- Infocus

Su realización está prevista para la primera semana de octubre.

Costo: \$10.00

El costo es de \$10.00 para el alquiler del infocus.

FASE DE PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN

Actividad 1

Libro Leído: Trata sobre la intolerancia religiosa, Voltaire escribe el Tratado sobre la tolerancia con ocasión de la muerte de Jean Calas y anima al resto de filósofos.

Objetivo

Conocer sobre los estereotipos a través de un libro leído en un 90%

Descripción

A través de una lectura en base al tema de la propuesta se busca llegar al análisis del problema sobre los estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal por parte del mismo estudiante.

El responsable de esta fase será el investigador, los recursos serán:

- **Obra:** “Tratado sobre la tolerancia de Voltaire
- Bases del concurso
- Ficha de análisis literario

Su realización está prevista para la segunda semana de octubre.

Costo: \$45.00

El valor es de \$45.00 el mismo que será utilizado para la compra de los premios para los ganadores de esta actividad.

Actividad 2

Debate

Tema: Soluciones para que los estereotipos en el vestir no influyan en la formación personal de los estudiantes del quinto semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Objetivo

Acordar con los estudiantes y docentes soluciones sobre los estereotipos en el vestir en un 100%

Descripción

Se busca que a través de la discusión y exposición de ideas que los estudiantes y docentes establezcan soluciones al problema de los estereotipos en el vestir.

El responsable de esta fase será el investigador, lo recursos serán:

- Reglas del debate
- Temas de discusión

Su realización está prevista para la segunda semana de noviembre.

Costo: \$80.00

El valor es de \$180.00 el mismo que será utilizado para un pequeño refrigerio para los estudiantes y docentes.

Actividad 3

Festival Poético

La tolerancia hacia el gusto y las preferencias de los demás

Objetivo

Generar un cambio en la actitud de los estudiantes frente a la tolerancia con el festival poético en un 90%

Descripción

Mediante el festival poético se aprovechará el talento poético de los estudiantes y de este modo generar conciencia en los jóvenes por medio del verso.

El responsable de esta fase será el investigador, lo recursos serán:

- Reglas generales

Su realización está prevista para la segunda semana de diciembre.

Costo: \$50.00

El valor es de \$50.00 el mismo que será utilizado para la compra de los premios para los ganadores de esta actividad.

Actividad 4

Repartir trípticos publicitarios a los estudiantes sobre: La formación personal entorno a los estereotipos en el vestir.

Objetivo

Concientizar a los estudiantes sobre la influencia de los estereotipos en el vestir en la formación personal en un 95%.

Descripción

Informar a todos los estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia el tema de la campaña por medio de trípticos, ya que mediante la publicidad volante que es un recurso excelente para aprovecharlo y difundir de modo más breve la información se lograra llegar con la información a todos los jóvenes.

El responsable de esta fase será el investigador, lo recursos serán:

- Trípticos

Su realización está prevista para la tercera semana de diciembre.

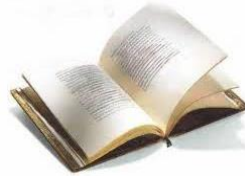
Costo: \$50.00

El costo es de \$50.00 porque se va a necesitar para la elaboración, las impresiones y copias de los trípticos.

La discriminación de los jóvenes, por su vestimenta es la razón principal para que muchos de ellos cambien su manera de vestir para agradarles a sus semejantes y esto causa que muchos de ellos utilicen la moda para llamar la atención dejando a un lado su verdadera identidad cultural.

Participa en:

Festival poético
 ¿Tienes alma de poeta?
 Participa con tu composición
 Auditorio de la Facultad



Concurso del libro leído
 Te gusta leer.
 Ven y demuéstralo
 Auditorio de la Facultad

Debate
 Sebes cómo defender tus ideas
 Prepárate a ser refutado
 Auditorio de la Facultad



Desfile de modas
 Disfrutas del buen vestir
 admira de una pasarela de alta costura
 Auditorio de la Facultad

Show musical
 Te gusta la buena música
 Ven y disfruta
 Lugar: Coliseo de la UTA Campus Huachi Chico
 Hora: 20:30
 Entrada: Gratuita



Todos eventos son gratuitos y por una buena causa.
 Ven participa en el evento que más te guste.

Para mayor información comunícate con:
 Pablo Sangucho
 0986245149
 Coordinador General de la Campaña



Campaña de Formación Personal
 entorno a
Estereotipos de vestir para los estudiantes
 No dejes que los estereotipos ahoguen tu verdadera personalidad!



La publicidad a través de los medios de comunicación tienen un alto grado de responsabilidad porque afectan la psiquis de las personas y pueden alterar, como consecuencia, el curso de la sociedad con sus anuncios publicitarios que llenan las mentes de las personas con miles de estereotipos que afectan a la formación personal de los jóvenes.



Al salir a la calle, nos encontramos con carteles, vallas; cuando vamos en el autobús, escuchamos comerciales con mucha publicidad, y al llegar a casa, encendemos el televisor y más publicidad.

La influencia de la publicidad en el comportamiento y la forma de vestir de los jóvenes y adolescentes se logra mediante el Aprendizaje Cognoscitivo propuesto por Albert Bandura, quien menciona que dicho proceso se compone de tres subprocesos: la observación, la imitación (o modelamiento) y el reforzamiento vicario.

ESTEREOTIPO EN EL VESTIR

Un estereotipo es una imagen o idea en el modo de vestir comúnmente aceptada por un grupo o sociedad, mediante el cual se envía un claro mensaje sobre quién eres o lo que quieres ser en un determinado momento.



"Las personas necias siguen la moda, las pretenciosas la exageran; pero las personas de buen gusto pactan con ella"



Actividad 5

Instalar carteles informativos sobre el vestuario del docente

Objetivo

Informar a través de los carteles sobre la formación personal entorno a los estereotipos en el vestir en un 90%

Descripción

Instalar los carteles en lugares estratégicos de la Facultad, para difundir y llamar la atención de modo más breve, el tema de la campaña, en los estudiantes.

El responsable de esta fase será el investigador, lo recursos serán:

- Carteles

Su realización está prevista para la primera semana de enero.

Costo: \$50.00

El valor es de \$50.00 porque es necesario para la compra de materiales para la elaboración de los carteles y la transportación de los mismos.

Campana de Formaci3n Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes



Por la existencia de los estereotipos en el vestir, centenares de personas tienen que fingir tener otros gustos o ser lo que realmente no son para poder ser aceptado por la sociedad.



Los estereotipos en el vestir intentan hacer creer que solo viéndote así serás feliz

por tu formaci3n personal
Sin estereotipos en el vestir

No dejes que los estereotipos en el vestir influyan con tu formaci3n personal



Actividad 6

Desfile de moda: La forma de vestir del docente

Objetivo

Convencer a los estudiantes con el desfile de modas sobre la forma correcta de vestir del docente para mejorar su presentación personal en un 90%

Descripción

Realizar un desfile de modas para generar en el docente una visión diferente en su modo de vestir y su enfoque a ser un referente para sus estudiantes desde su atuendo.

El responsable de esta fase será el investigador, los recursos serán:

- Pasarela
- Vestuario
- Estudiantes

Su realización está prevista para la segunda semana de enero.

Costo: \$300.00

El valor es de \$300.00 porque es necesario el alquiler de la vestimenta, las luces y el sonido.

Actividad 7

Show o espectáculo artístico sobre: La formación personal entorno a los estereotipos en el vestir.

Objetivo

Dar por clausurado la campaña sobre la formación personal entorno a los estereotipos en el vestir.

Descripción

Mediante esta actividad, se lograra de la forma más adecuada dar por terminada la campaña, ahí se realizará, la premiación de los ganadores de las actividades anteriores, el reconocimiento a las autoridades por el apoyo a la campaña y la clausura del evento.

El responsable de esta fase será el investigador, lo recursos serán:

- Bandas participantes:

Su realización está prevista para la primera semana de octubre.

Costo: \$1000.00

El valor es de \$1000.00 porque es necesario el alquiler del sonido y la paga de los grupos musicales.

FASE DE EVALUACIÓN

Actividad 1

Monitoreo con fichas de observación a cada una de las actividades planificadas y ejecutadas

Objetivo

Controlar a cada una de las actividades planificadas y ejecutadas para lograr cumplir con la fase de Evaluación en un 95% .

Descripción

Mediante el monitoreo permanente se pretende verificar el avance de la campaña y de cada una de las actividades, en base a parámetros establecidos dentro de la ficha de observación.

Los responsables de esta fase serán los docentes y el investigador, los recursos serán:

- Fichas de observación

Su control será permanente

Costo: \$10.00

El valor es de \$10.00 para el diseño de las fichas, las impresiones y copias de las mismas.

Ficha de observación de la fase de socialización

Cuadro 45. Ficha de observación de socialización

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Docentes y autoridades de la institución asisten a la charla		
2. Escuchan con interés los resultados de la investigación		
3. Demuestran su preocupación ante la problemática		
4. Participan con opiniones y preguntas		
5. Autoridades autorizan la realización de la propuesta		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 2. Charlas a los estudiantes

Cuadro 46. Ficha de observación charla a estudiantes

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Los estudiantes concurren a la charla		
2. Muestran interés por los temas tratados		
3. Participan con preguntas y comentarios sobre el tema		
2. Asumen compromisos a partir de la charla		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Fichas de observación de la fase de Planificación Ejecución

Actividad 1. Libro Leído

Trata sobre la intolerancia religiosa, Voltaire escribe el Tratado sobre la tolerancia con ocasión de la muerte de Jean Calas (protestante) y anima al resto de filósofos.

Cuadro 47. Ficha de observación libro leído

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Los estudiantes se inscriben para participar		
2. Analizan a profundidad el texto propuesto		
3. Respetan las reglas del concurso		
4. Los trabajos entregados son de buena calidad		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 2. Debate

Cuadro 48. Ficha de observación del debate

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Los estudiantes se inscriben para participar		
2. Los equipos formados están de acuerdo con la temática		
3. Exposición de ideas acordes a la temática		
4. Retorica con altura y respeto		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 3. Festival Poético

La tolerancia hacia el gusto y las preferencias de los demás.

Cuadro 49. Ficha de observación del festival poético

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Los estudiantes se inscriben para participar		
2. Los poemas están acorde con la temática		
3. En todas las categorías existen participantes		
4. Los concurrentes captan el mensaje poético		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 4. Repartir trípticos publicitarios a los estudiantes sobre: La formación personal entorno a los estereotipos en el vestir.

Cuadro 50. Ficha de observación del trípticos

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Trípticos listos para ser repartidos		
2. Se entregan todos los trípticos		
3. Los estudiantes preguntan sobre los eventos		
4. Existe interés por parte de los estudiantes		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 5. Instalar carteles informativos sobre el vestuario del docente

Cuadro 51. Ficha de observación de carteles

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Carteles listos para ser instalados		
2. Se instalan todos los carteles		
3. Los estudiantes se detiene a leer los carteles		
4. Existe interés por parte de los estudiantes		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 6. Desfile de moda: La forma de vestir del docente

Cuadro 52. Ficha de observación de desfile de moda

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Los docentes asisten al evento		
2. La presentación se da sin contratiempos		
3. docentes sienten interés por las opciones de vestuario expuestas		
4. Existe interés por parte de los docentes en optar por otro tipo de vestuario		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Actividad 7. Show o espectáculo artístico sobre: La formación personal entorno a los estereotipos en el vestir.

Cuadro 53. Ficha de observación de desfile de show artístico

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. La asistencia al evento es masiva		
2. Asisten todos los invitados		
3. El show es acorde a la temática		
4. Se Clausura el evento con éxito		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

Ficha de observación de la fase de evaluación

Actividad 1. Monitoreo con fichas de observación a cada una de las actividades planificadas y ejecutadas

Cuadro 54. Ficha de observación de desfile de evaluación

Ítems	Sí Cumple	No Cumple
1. Se elaboró fichas de observación para cada actividad		
2. Todas las actividades se cumplieron dentro de un porcentaje aceptable		
3. Los estudiantes y docentes asumieron compromisos a partir de las actividades		
4. La campaña se realizó en su totalidad		
Total		

Elaborado por: Pablo Sangucho

6.8 ADMINISTRACIÓN

La concepción teórica metodológica que se aplica para el estudio de estereotipos en el vestir y su influencia en la formación personal de los estudiantes, supone un proceso que incentive la perseverancia en el proceso de enseñanza-aprendizaje, crítico, reflexivo, tendiendo al respeto y la tolerancia hacia los demás.

Los pasos para poner en marcha esta propuesta serán los siguientes:

- Socialización de la necesidad de contar con Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes del quinto semestre de las Carreras de Educación Básica y Educación Parvularia modalidad presencial de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.
- Planificación de las diferentes actividades para Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes.
- Ejecución de las actividades de la Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes.
- Evaluación de la Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes.

El investigador con la autorización de las autoridades de las Carreras de Educación Básica y Parvularia de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, en caso de la aprobación o de la aceptación estará a cargo de la socialización, organización y control de la aplicación de la presente propuesta con la colaboración de los docentes que trabajan en el mismo. Además, el investigador se encargará de verificar el avance a través de la realización del registro de fichas de observación con los docentes a fin de analizar el comportamiento y la respuesta a dicha propuesta por parte de los estudiantes.

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Se realizará con el monitoreo de cada actividad a través de fichas de observación descritas en la actividad 1 de la fase de evaluación.

A continuación se presenta un esquema de evaluación de la propuesta.

Cuadro 55: Previsión de la Evaluación

PREGUNTA	REFERENTE
¿Quiénes solicitan la evaluación?	Autoridades
¿Por qué evaluar?	Para determinar la incidencia de la propuesta en el estudiantado en su proceso de formación
¿Para qué evaluar?	Para diagnosticar el nivel de influencia de los estereotipos en el vestir en los estudiantes
¿Qué evaluar?	La aplicación de la Campaña de Formación Personal entorno a Estereotipos de vestir para los estudiantes
¿Quién evalúa?	Coordinador de Carrera, Investigador y docentes involucrados
¿Cuándo?	Semestre septiembre 2013-febrero 2014
¿Con que evaluar?	Fichas de observación

Elaborado por: Pablo Sangucho

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFIA

Alarcón. P (2003, enero) Formación Personal y social Experiencia para el Aprendizaje. (En línea). Disponible en:

www.dataanuncios.org/?a=21498 (2012, 15 de noviembre)

Alba. (2001, febrero), (en línea). Solo hijos portal. Los estereotipos y la educación multicultural. Disponible en:

<http://www.solohijos.com/html/articulo.php?idart=174> (2012, 10 de octubre).

Álvarez, M. (2013, enero). La construcción de la identidad, fallas en la consolidación del sentimiento de sí mismo: la identidad negativa. Conferencia abierta (en línea). Disponible en:www.angelfire.com/ak/psicologia/identidad.html (2013, 02 de febrero).

Andalucía. (2013, abril), (en línea). Consejería de Educación. Junta de Andalucía. Portal de Formación Profesional. Disponible en:

<http://www.juntadeandalucia.es/educacion/formacionprofesionalindex.php>

Bacher, S. (2013, enero), (en línea).Estereotipos de género y vida cotidiana. Disponible en:

http://www.entrejovenes.org.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=18 (2013, 10 de febrero).

BARON, R (2005) Psicología Social (10ma. Ed.). Barcelona: Pearson Educación. S. A.

Beta Website. (2013, marzo), (en línea). Estereotipos causas y efectos blog. Efectos de los estereotipos en la sociedad. Disponible en:

www.estereotipos.tripod.com/estereotipos.htm (2012, 11 de octubre).

Brito Ch. (2009, febrero) Introducción a Desarrollo Personal, definición de Desarrollo Personal, acerca de Desarrollo Personal, artículos de Desarrollo Personal. (en línea). Disponible en:
www.degerencia.com/tema/desarrollo_personal (2012, 18 de noviembre)

Candro. V (2009, noviembre) Jóvenes y valores - Valores morales para jóvenes - Emagister(en línea). Disponible en: www.emagister.com›... › Psicología › Valores morales para jóvenes (2012, 19 de noviembre)

Chévez. N (2005). Marketing político y comunicación: claves para una buena información política, Ed. Paidós Ibérica, SA. Disponible en:
http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rmartel/document/clase2_tcc.pdf

Díaz. A y Rodríguez. E. (2011, mayo) Facultad de Comunicación y Mercadotecnia Influencia de los medios de Comunicación en la forma de vestir de los jóvenes. (en línea). Disponible en: www.buenastareas.com

Díaz, E; Valdivia, M; Hernández, L (2008, agosto). Otra mirada a la moda en Cuba. Alma Mater es la revista de los universitarios cubanos. (en línea). Disponible en:
<http://www.almamater.cu/sitio%20nuevo/paginas/voces/agosto/moda.html> (2012, 07 de Octubre).

Domenec BF (2010, febrero) Revista digital verdadera seducción. Definición sociedad. (en línea). Disponible en: www.revista-digital.verdadera-seducion.com (2013, 15 de marzo)

Felio. A (2012, mayo) Vestir de forma correcta en cualquier ocasión. Tipos de vestuario (en línea). Disponible en:
www.protocolo.org/.../vestir_de_forma_correcta_en_cualquier_ocasion_...(2012, 17 de noviembre)

Filiberto Rentería Chávez (2009, enero) Imagen personal y su relación con la imagen profesional - Emagister. (en línea). Disponible en:
www.emagister.com › ... › La imagen en las organizaciones (2012, 18 de noviembre)

Giovanny (2011, octubre) Formacion Integral - Ensayos - Giovannygsg - BuenasTareas.com. (en línea). Disponible en:
www.buenastareas.com (2012, 19 de noviembre)

Herrero. C (2012). «La teoría del estereotipo aplicada a un campo de la fraseología: las locuciones expresivas francesas y españolas» (en español). Consultado el 13 de octubre de 2012.

Hidalgo. M (2010, agosto) Adolescencia, identidad y estereotipos - Blog jóvenes: FISAC. Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. . (en línea). Disponible en:
jovenes.alcoholinformate.org.mx/article.cfm?articleid=3427 (2012, 18 de noviembre)

Homero (2012, mayo) ¿Formación del docente? | El Diario Ecuador. (en línea). Disponible en:
www.eldiario.ec/noticias-manabi.../230649-formacion-del-docente/ (2012, 16 de noviembre)

Laplanche, J; Pontalis J; Martínez I. (2012, julio). Adolescencia identidad y estereotipos. Diccionario de psicoanálisis. (en línea). Disponible en:
www.educatrachos.hn/joomla/articuloweb/.../f.../daolident_1.htm (2012, 07 de Octubre)

Luna, L. (2009, diciembre). Estereotipo de moda y ropa. Trabajo de Investigación de la materia de Teoría del Conocimiento (en línea). Disponible en:
www.leonluna-estereotiposdemoda.blogspot.com (2012, 07 de Octubre).

Jiménez. S, Carmona. R, Cordero. S y Montesdeoca E. (2009, 22 de diciembre), (en línea), Publicidad y personalidad. Disponible en:
<http://publicidadeinfancia.blogspot.com/2009/12/la-publicidad-y-la-personalidad.html> (2013, 05 de Enero).

Jiménez. S, Carmona. R, Cordero. S y Montesdeoca. E (2009, diciembre) Publicidad e infancia: La publicidad y personalidad. Facultad de Ciencias de la Educación de Córdoba y Las Palmas de Gran Canaria. (en línea). Disponible en:
www.publicidadeinfancia.blogspot.com

Kavayero (2009, noviembre Pag.:123-135.)ESTEREOTIPO; ejemplos. Título: Estereotipo Mundial- DivErZidAdWhiThE - Blogspot. (en línea). Disponible en:
kavayero.blogspot.es/1258937313/ (2012, 19 de noviembre)

Lallana del Río. I (2009, mayo, p 395) Gobierno Vasco-Departamento de Políticas Científicas. Influencia de los estereotipos sociales en el rendimiento de los deportistas. (En línea). Disponible en: <http://olympicstudies.uab.es> (2012, 18 de noviembre)

Lutzky. G. (2009, noviembre), Blog educativo de la EPNM DON BOSCO. Estereotipos, discriminación y prejuicios. (en línea). Disponible en:
<http://donboscofsa.blogspot.com> (2012, 10 de octubre)

Malca. A (2012). El buen vestir en los educadores. Murcia España. Editorial Sócrates. http://www.ehowenespanol.com/conceptos-vestimenta-del-profesor-alumnos-escuelas-secundarias-info_201569/

Martinez, I. (2012, julio). Adolescencia identidad y estereotipos. Moda adolescente. (En línea). Disponible en:

www.educatrachos.hn/joomla/articuloweb/.../f.../daolident_1.htm (2012, 07 de Octubre).

Morell, M. (2006, marzo). La indumentaria. *Psicología & bienestar* (en línea). Disponible en: www.morellpsicologia.com/sesiones_adolescentes.htm (2012, 15 de octubre).

Moretti C. (2009, noviembre). Influencia de la moda sobre el comportamiento desde los años 60 hasta la actualidad | BloggerThemes.Net (en línea). Disponible en: www.modaycambios.blogspot.com (2012, 16 de noviembre)

Morris, Ch y Maisto, A (2005) *Psicología Duodécima Edición* (12ma. Ed.). México: Pearson Educación. S. A. C. V.

Portugal, M. (2012, febrero). Portal de Mercadotecnia con Artículos, Directorios y Foros. (En línea). Disponible en: www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html (2012, 14 de octubre).

Navas. G (2010, noviembre) Los estereotipos de la adolescencia y la moda: Noticias Cotopaxi (en línea). Disponible en: www.lahora.com.ec/.../Los%20estereotipos%20de%20la%20adolescencia... (2012, 18 de noviembre)

Prieto. Z. (2012, junio). Palabras de roca hablemos de todo un poco. *Publicidad y Estereotipos*, (en línea). Disponible en: <http://palabrasderoca.blogspot.com/2012/06/publicidad-y-estereotipos.html> (2012, 05 de Octubre)

Rivadeneira, A; Zacis, Y; Zacis, L; Porta, J. (2012, julio). Jóvenes y valores. *Ética Profesional* (en línea). Disponible en: www.elvalordelosvalores.com/definicion/index.html (2012, 16 de noviembre)

Rodríguez. M (2012, 04 de enero), (en línea), Enciclopedia de tareas. Disponible en: <http://www.encyclopediadetareas.net/estereotipo.html> (2012, 05 de Octubre).

Rubio (2012, marzo) Diferencias entre formación presencial y no presencial | - Fortec (en línea). Disponible en:
www.formacionytecnologia.com/.../diferencias-entre-formacion-presenci...(2013, 12 de enero)

Sair. V. (2008). “Relaciones Humanas”, Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman.shtml>

Sánchez. L, Quiroz. I, Rodríguez. E. (2012, enero). FAD – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Dirección del estudio. La publicidad y los jóvenes (En línea). Disponible en: http://www.fad.es/sala_lectura/jovenesypublicidad.pdf (2012, 07 de Octubre).

Serna, M. (2012, agosto). Formación profesional. Portal EDUCANTABRIA. (En línea). Disponible en:
http://www.educantabria.es/formacion_profesional/informacion_institucional/etapas-educativas/formacionprofesional (2012, 20 de octubre)

Sudlow. P (2007). *La Campaña del Guardián Oscuro*, Joc Internacional, Barcelona, primera edición en español. ISBN 84-7831-168-8

Vilarrubias. F. (2012, mayo), (en línea). Clases de manera de vestir. Protocolo y Etiqueta. Disponible en:
http://www.protocolo.org/social/vestuario_imagen_y_estilo/vestir_de_forma_correcta_en_cualquier_ocasion_tipos_de_vestuario.html (2012, 09 de octubre)

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a estudiantes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA DEL SEGUNDO SEMESTRE

OBJETIVO: Investigar como los estereotipos en el vestir pueden influir en la formación personal de los estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia del Quinto Semestre de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

INSTRUCCIONES:

- Por favor dígnese contestar de la forma más honesta cada uno de los ítems del siguiente cuestionario.
- Se solicita marcar con una x la respuesta

CUESTIONARIO

1.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos incidan en la creatividad?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

2.- ¿Alguna vez necesitó de alguien que le ayude al escoger su vestimenta?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

3.- ¿Se siente usted atraído por la moda en el vestir?

Mucho Poco Muy Poco Casi nada Nada

4.- ¿En la universidad ha observado estereotipos en el vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

5.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en nuestra cultura?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

6.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en otras culturas?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

7.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la estética?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

8.- ¿Usted para identificarse con un grupo trata de imitar el modo de vestir del resto del grupo?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

9.- ¿En qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

10.- ¿Para tomar una decisión en su modo de vestir se deja influir por los estereotipos?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

11.- ¿En qué nivel cree usted que la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación le ayudan primero a formar la personalidad de los estudiantes?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

12.- ¿En qué nivel cree usted que afectaría la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

13.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

14.- ¿En qué nivel cree usted que el estereotipo en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

15.- ¿En qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo de amigos?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

16.- ¿Cuando sales a la calle te preocupas mucho por el que dirán de tu manera de vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

17.- ¿Los docentes desarrollan algún tipo de actividad extracurricular en la universidad para desarrollar la formación personal?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

18.- ¿En qué nivel cree usted que el entorno en que se desarrolla una persona incida luego en la manera actuar?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

GRACIAS

Anexo 2. Encuesta aplicada a docentes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y PARVULARIA MODALIDAD PRESENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES DE LA CARRERAS DE EDUCACIÓN BÁSICA Y EDUCACIÓN PARVULARIA DEL SEGUNDO SEMESTRE

OBJETIVO: Investigar como los estereotipos en el vestir pueden influir en la formación personal de los estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Parvularia del Quinto Semestre de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

INSTRUCCIONES:

- Por favor dígnese contestar de la forma más honesta cada uno de los ítems del siguiente cuestionario.
- Se solicita marcar con una x la respuesta

CUESTIONARIO

1.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos incidan en la creatividad?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

2.- ¿Sus estudiantes se sienten atraídos por la moda en el vestir?

Mucho Poco Muy poco Casi nada Nada

3.- ¿En la universidad ha observado estereotipos en el vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

4.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en nuestra cultura?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

5.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en otras culturas?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

6.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la estética?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

7.- ¿Usted cree que sus estudiantes para identificarse con un grupo trata de imitar su modo de vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

8.- ¿En qué nivel cree usted que afectaría si un docente usara estereotipos en el vestir frente a sus estudiantes?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

9.- ¿Sus estudiantes se dejan influir por los estereotipos para tomar una decisión en su modo de vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

10.- ¿En qué nivel cree usted que la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación le ayudan primero a formar la personalidad de los estudiantes?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

11.- ¿En qué nivel cree usted que afectaría la imagen externa en las personas para pertenecer a un grupo social?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

12.- ¿En qué nivel cree usted que los estereotipos en el vestir incidan en la sociedad?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

13.- ¿En qué nivel cree usted que el estereotipo en el vestir puede cumplir una función importante en la vida social?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

14.- ¿En qué nivel cree usted que afecta la forma de vestir para ser aceptado en un grupo de amigos?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

15.- ¿Usted desarrolla algún tipo de actividad extracurricular con sus estudiantes para desarrollar la formación personal?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

16.- ¿Usted cuando sale a la calle se preocupa mucho por el que dirán de tu manera de vestir?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

17.¿Usted desarrolla algún tipo de actividad extracurricular con sus estudiantes para desarrollar la formación personal?

Siempre Casi siempre De vez en cuando Rara vez Nunca

18.- ¿En qué nivel cree usted que el entorno en que se desarrolla una persona incida luego en la manera actuar?

Muy alto Alto Medianamente Bajo Nada

Anexo 3. Fotografías



