



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA AUDIOVISUAL DE  
SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA

MOYA CUENCA ALEXANDRA NATALY  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA  
AUDIOVISUAL DE SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD  
DE SANTA ROSA

MOYA CUENCA ALEXANDRA NATALY  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN  
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O  
INTERVENCIÓN

PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA AUDIOVISUAL DE  
SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA

MOYA CUENCA ALEXANDRA NATALY  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

QUEZADA TELLO LADDY LISET

MACHALA, 14 DE FEBRERO DE 2019

MACHALA  
2019

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA AUDIOVISUAL DE SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

---

QUEZADA TELLO LADDY LISET  
0704310291  
TUTOR - ESPECIALISTA 1

---

PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA  
0105413298  
ESPECIALISTA 2

---

TENEMAY PEREIRA LUIS ENRIQUE  
0702717182  
ESPECIALISTA 3

Machala, 14 de febrero de 2019

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TRABAJO DE TITULACIÓN ALEXANDRA MOYA CUENCA.pdf  
(D47329633)  
**Submitted:** 1/28/2019 1:47:00 PM  
**Submitted By:** lquezada@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, MOYA CUENCA ALEXANDRA NATALY, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA AUDIOVISUAL DE SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 14 de febrero de 2019

  
MOYA CUENCA ALEXANDRA NATALY  
0704405471

## **DEDICATORIA**

Este presente trabajo de titulación le dedico con todo mi amor y cariño a mis padres, por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera universitaria para el futuro de mi hija y el mío, gracias por creer en mi capacidad, hemos pasado por momentos difíciles, pero salimos adelante.

A mi amada hija María Belén, por ser siempre mi fuente de motivación para poder superarme cada día más, como persona y profesional. La lucha fue constante para lograr esta meta y así salir adelante. A mi abuelita que desde el cielo está celebrando mis logros, siempre fue y será mi mayor inspiración, gracias por enseñarme a batallar por mis sueños.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Machala por darme la oportunidad de estudiar esta carrera que hoy en día estoy culminando, a mis estimados maestros que impartieron sus conocimientos y consejos, a mis verdaderos amigos que compartieron las aulas de clases en el transcurso de mi formación profesional para ser cada día mejor.

Gracias a mi tutora del proceso de titulación Lcda. Laddy Quezada Tello, quien me ayudó a desarrollar con éxito mi trabajo de investigación, por orientarme de la mejor manera posible y sobre todo por haber confiado en mí. Para finalizar quiero agradecer a mi mejor amiga Lcda. Maricela Bereche quien estuvo presente en cada momento que la necesitaba, fue quien me impulsó cada día en la realización de mi trabajo investigativo.



## RESUMEN EJECUTIVO

### “PITBULL UNA RAZA MARGINADA: PROPUESTA AUDIOVISUAL DE SENSIBILIZACIÓN CANINA EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA”

**Autora:** Alexandra Nataly Moya Cuenca

**Tutor:** Lcda. Laddy Quezada Tello

La perspectiva social ha demostrado un alto nivel de negatividad ante la raza canina *Pitbull*, considerándola como una raza peligrosa, ya que su origen los ha caracterizado como perros de pelea, por ese motivo este trabajo investigativo, busca crear una estrategia educomunicativa que ayude a llegar con un mensaje positivo hacia la ciudadanía de Santa Rosa, para ello, se ha enfocado en informar a través de un producto comunicacional acerca de las realidades y mitos de la raza canina *Pitbull*, como también, determinar los factores que causan el rechazo hacia esta raza canina, seleccionar el producto educomunicacional que permita la sensibilización y transmisión de la información para la desmitificación de los mismos y por último, aplicar la propuesta comunicacional para la concientización y sensibilización acerca de la interacción de los *Pitbull* con el ser humano.

Se utilizaron los métodos cuantitativo y cualitativo, debido a que los instrumentos aplicados van desde preguntas cerradas, los resultados son probabilísticos y de análisis. Mediante el diagnóstico realizado con los métodos y técnicas de investigación, se determinó que un reportaje audiovisual sería idóneo para esta intervención como propuesta del trabajo investigativo, ya que a través del mismo se logrará llegar al público objetivo con un mensaje de concientización y sensibilización canina. Es importante resaltar que el video ayuda a generar mayor impacto en el público, pero depende de su claridad y estética, ya que los videos con mayor calidad reciben mayor interés que aquellos que presentan peor calidad, por tal razón, es fundamental trabajar cuidadosamente el contenido audiovisual (Ortells, 2016). La educomunicación vincula la educación y la información para formar de manera holística, mediante el uso de la tecnología y los conocimientos pedagógicos, facilitando el proceso educacional entre el educador con el educando, fomentando a su vez una retroalimentación efectiva.

Una de las diferentes estrategias comunicacionales que sirven para orientar un tema de estudio, es la estrategia audiovisual, como lo menciona Méndez (2018) “las fuentes

audiovisuales se yuxtaponen con las testimoniales, lo cual permite comprender el sentido político que adquieren la cámara y el video, las formas de construir la narrativa y las estrategias de exhibición de los audiovisuales” (p.57). El formato idóneo para complementar un video con testimonios y fuentes audiovisuales es el reportaje, ya que por sus características periodísticas ayuda a dar un mejor enfoque al trabajo de investigación.

De esta manera se informó mediante un reportaje audiovisual acerca de las realidades y mitos que tiene la ciudadanía acerca de la raza canina *Pitbull*. Se determinó los factores que causan el rechazo hacia la raza canina *Pitbull*, a través de grupos focales a estudiantes de la escuela “Jacinto Granda Paredes” y habitantes de la ciudadela “Los Girasoles” como también se realizaron entrevistas a profesionales del área canina y propietarios de canes *Pitbulls*, los resultados se reflejaron de la siguiente manera: Por miedo a ser atacados, por la información negativa que se recibe por terceras personas o por los medios de comunicación, porque son catalogados como perros asesinos, porque su físico transmite miedo y porque su origen los califica como perros de pelea. Por último, se aplicó la propuesta educomunicacional en la Escuela de Educación Básica “Jacinto Granda Paredes” y en la ciudadela “Los Girasoles”, cuyos resultados reflejaron la sensibilización hacia los canes *Pitbulls*, como también la perspectiva cambió en estos grupos ya que reflexionaron que la reacción del can depende del comportamiento del ser humano, al igual que la crianza de los mismos.

**Palabras claves:** Perspectiva social, raza canina *Pitbull*, concientización y sensibilización canina, estrategia educomunicacional, reportaje audiovisual.

## **ABSTRACT**

### **“PITBULL A MARGINAL RACE: AUDIOVISUAL CANINE SENSITIZATION PROPOSAL IN THE CITY OF SANTA ROSA”**

**Autora:** Alexandra Nataly Moya Cuenca

**Tutor:** Lcda. Laddy Quezada Tello

The social perspective has shown a high level of negativity before the Pitbull dog breed, considering it as a dangerous breed, since its origin has characterized them as fighting dogs, for that reason this investigative work seeks to create an educommunicative strategy that helps to arrive with a positive message to the citizenship of Santa Rosa, for this, it has focused on informing through a communication product about the realities and myths of the Pitbull dog breed, as well as, determining the factors that cause the rejection towards this breed canine, select the educomunicacional product that allows the sensitization and transmission of the information for the demystification of the same ones and finally, to apply the communicational proposal for the awareness and sensitization about the interaction of the Pitbull with the human being.

The quantitative and qualitative methods were used, since the applied instruments range from closed questions, the results are probabilistic and analysis. Through the diagnosis made with the research methods and techniques, it was determined that an audiovisual report would be suitable for this intervention as a proposal of the research work, since through it it will be possible to reach the target audience with a message of awareness and canine awareness. It is important to highlight that the video helps to generate greater impact in the public, but it depends on its clarity and aesthetics, since the videos with higher quality receive greater interest than those that present lower quality, for this reason, it is fundamental to carefully work the content audiovisual (Ortells, 2016). Educommunication links education and information to form holistically, through the use of technology and pedagogical knowledge, facilitating the educational process between the educator and the learner, in turn fostering effective feedback.

One of the different communication strategies that serve to guide a topic of study is the audiovisual strategy, as mentioned by Méndez (2018) "the audiovisual sources are juxtaposed with testimonials, which allows us to understand the political meaning that the camera and the video, the ways of constructing the narrative and the strategies of audiovisual exhibitions "(p.57). The ideal format to complement a video with testimonies

and audiovisual sources is the report, since by its journalistic characteristics it helps to give a better approach to the research work.

In this way, it was informed through an audiovisual report about the realities and myths that the citizens have about the Pitbull dog breed. The factors that cause the rejection towards the Pitbull dog breed were determined, through focus groups to students of the "Jacinto Granda Paredes" school and inhabitants of the "Los Girasoles" citadel, as well as interviews to professionals of the dog area and owners of Dogs Pitbulls, the results were reflected as follows: For fear of being attacked, by negative information received by third parties or by the media, because they are classified as killer dogs, because their physical transmits fear and because their origin qualifies them as fighting dogs. Finally, the educommunication proposal was applied in the school "Jacinto Granda" and in the citadel "Los Girasoles", whose results reflected the awareness towards the Pitbulls dogs, as also the perspective changed in these groups since they reflected that the reaction of the dog It depends on the behavior of the human being, as well as their upbringing.

**Key words:** Social perspective, Pitbull breed, awareness and canine awareness, educommunication strategy, audiovisual report.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>II</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>III</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>V</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>

### **CAPÍTULO I**

<b>CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1- Ámbito del estudio: caracterización.</b> .....	<b>2</b>
1.1.1- Planteamiento del problema.....	3
1.1.2- Localización del problema objeto de estudio.....	3
1.1.3- Problemas complementarios .....	4
<b>1.2.- Hechos de interés</b> .....	<b>4</b>
1.2.1- Población .....	4
1.2.2- Enfoque de la investigación .....	4
1.2.3- Nivel o alcance de la investigación .....	4
<b>1.3-Objetivos de la investigación</b> .....	<b>4</b>
1.3.1- Objetivo general .....	4
1.3.2- Objetivos específicos. ....	4
<b>1.4- Fundamentación teórica</b> .....	<b>5</b>
1.4.1- Estrategias comunicacionales para educar .....	5
1.4.2- Producción Audiovisual.....	6
1.4.3- Producto audiovisual. ....	6
1.4.4- Narrativa Audiovisual para concientizar y educar.....	8
1.4.5 Interacción humana & Canes: Raza Pitbull. ....	9

### **CAPÍTULO II**

<b>DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1- Concepción teórica del diagnóstico.</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2- Descripción del ciclo diagnóstico</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis</b> .....	<b>10</b>
2.3.1- Cronograma de actividades.....	11
<b>2.4- Resultados de la diagnosis</b> .....	<b>12</b>
2.4.1- Análisis de la observación.....	12
2.4.2- Análisis de <i>focus group</i> .....	13
2.4.3- Análisis de la entrevista. ....	14

### **CAPÍTULO III**

<b>PLAN DE ACCIÓN</b> .....	<b>16</b>
-----------------------------	-----------

<b>3.1- Identificación de la intervención. ....</b>	<b>16</b>
<b>3.2- Fundamentación teórica de la intervención. ....</b>	<b>16</b>
<b>3.2.1- Reportaje. - .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2.2- Reportaje audiovisual. ....</b>	<b>16</b>
<b>3.2.3- Lenguaje audiovisual. ....</b>	<b>17</b>
<b>3.2.4- Influencia del video. - .....</b>	<b>17</b>
<b>3.3- Objetivos de la intervención.....</b>	<b>17</b>
<b>3.3.1- Objetivo general .....</b>	<b>17</b>
<b>3.3.2- Objetivos específicos .....</b>	<b>17</b>
<b>3.4- Planes de la intervención.....</b>	<b>17</b>
<b>3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención.....</b>	<b>23</b>
<b>3.5.1- Análisis de la intervención.....</b>	<b>23</b>
 <b><u>CAPÍTULO IV</u></b>	
<b><i>RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN .....</i></b>	<b><i>24</i></b>
<b>4.1- Descripción y contrastación teórica de los logros de intervención. ....</b>	<b>24</b>
<b>4.2- Conclusiones. ....</b>	<b>24</b>
<b>4.3- Recomendaciones. ....</b>	<b>25</b>
<b><i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</i></b>	<b><i>26</i></b>
<b><i>ANEXOS .....</i></b>	<b><i>29</i></b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<u>Tabla 1. Cronograma</u> .....	11
<u>Tabla 2. Ficha de observación</u> .....	12
<u>Tabla 3. focus group</u> .....	13
<u>Tabla 4. Entrevistas</u> .....	14
<u>Tabla 5. Fases del reportaje audiovisual</u> .....	18
<u>Tabla 6. Guión técnico</u> .....	19
<u>Tabla 7. focus group</u> .....	23
<u>Tabla 8. Sector</u> .....	34
<u>Tabla 9. Género</u> .....	34
<u>Tabla 10. Edades</u> .....	35
<u>Tabla 11. Existencia de perros Pitbull en los hogares</u> .....	36
<u>Tabla 12. Razones por las que tendría perros Pitbull</u> .....	37
<u>Tabla 13. Razón por la cual tendría perros Pitbull</u> .....	37
<u>Tabla 14. Amenaza para el humano</u> .....	38
<u>Tabla 15. Relación con perros Pitbull</u> .....	39
<u>Tabla 16. Experiencia al relacionarse con perros Pitbull</u> .....	40
<u>Tabla 17. Medios de información</u> .....	40
<u>Tabla 18. Casos de agresividad</u> .....	41
<u>Tabla 19. Medios de contenidos para aprender sobre esta temática</u> .....	42

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la percepción social ha dado a conocer a la raza *pitbull* como un peligro para los seres humanos, la culpa siempre ha recaído en ellos, por su origen, ya que el hombre lo creó como un perro de pelea, lo que ha provocado su marginación. La falta de información ha perturbado en el comportamiento del ser humano hacia los animales, por ese motivo las personas rechazan a estos canes, o crean temores para no relacionarse con los mismos. El hombre es un ser que con facilidad puede crear ideas positivas o negativas en su entorno, tal es el caso, cuando se dice que el perro es el mejor “amigo del hombre” o lo contrario, cuando se considera que ciertas razas caninas representan una amenaza. Sin embargo, continuamos desconociendo el motivo principal que está afectando en la relación del hombre con el can.

El presente trabajo, busca analizar los diferentes factores que causan el rechazo hacia la raza canina *pitbull*, para ello, se ha aplicado métodos y técnicas de investigación, cuyos resultados aportaron en la estructura de la propuesta estratégica de esta intervención. Esta investigación está dividida en cuatro capítulos, empezando por la contextualización de estudio, en donde se determina el campo de exploración: ciudadela “Los Girasoles” del cantón Santa Rosa, de esta manera se plantea el problema ¿Cómo informar a través de un producto comunicacional acerca de las realidades y mitos de la raza canina *pitbull*? A continuación de lo ya mencionado, se presenta el diagnóstico, en donde se da a conocer la metodología con un enfoque cualitativo y cuantitativo, seguido tenemos el plan de acción, el cual presenta la propuesta, la misma que fue desarrollada a partir de los resultados de la diagnosis. Como propuesta de esta intervención, se realizó un reportaje audiovisual, el mismo que tiene como propósito llegar con un mensaje de sensibilización canina. Como último punto, tenemos los resultados de la intervención, en donde concluimos detallando los efectos que obtuvimos. Este trabajo desde sus inicios se caracterizó por tener una dirección educomunicacional, ya que a través de un reportaje audiovisual se puede llegar a educar a los ciudadanos partiendo desde los niños hasta los adultos.



## CAPITULO I

### CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

#### 1.1- **Ámbito del estudio: caracterización.**

En la actualidad conocemos a la raza *pitbull* como un peligro para la humanidad, la culpa siempre ha recaído en ellos, por ser una raza fuerte, lo que ha provocado su marginación, pero en realidad no se ha demostrado la principal causa de este fenómeno. La sociedad actual se deja llevar por los falsos estereotipos o por lo primero que la mente percibe, la falta de información ha perturbado en el comportamiento del ser humano hacia los animales. El hombre es un ser que con facilidad puede crear ideas positivas o negativas en su entorno, tal es el caso, cuando se dice que el perro es el mejor “amigo del hombre” o lo contrario, cuando se considera que ciertas razas caninas representan una amenaza. Sin embargo, continuamos desconociendo el motivo principal que está afectando en la relación del hombre con el can.

Según Kymlicka y Donaldson (2017) “Los animales domésticos debiesen ser considerados como miembros de una sociedad compartida con nosotros, y, por lo tanto, debiese tener derecho a ser miembros de ella” (p.187). El buen trato y comportamiento de las personas hacia los canes es preciso para que tengan una buena conducta y puedan convivir en la sociedad civil. El hombre posee el poder de cuidar o destruir el hábitat de los animales, es decir, que el comportamiento de los mismos, dependerá del buen o mal trato del ser humano.

Para conseguir la sensibilización y concientización de las personas hacia la raza canina *Pitbull*, se debe obtener los diversos elementos que contribuyan con el objetivo a efectuar. Por tal motivo este trabajo busca llegar a la ciudadanía de la ciudad de Santa Rosa con un mensaje de sensibilización canina de esta raza, la cual en muchos casos es incomprendida por la carencia de información de la misma.

Bajo esta premisa se pretende establecer un producto audiovisual como estrategia educomunicacional. Tomando en cuenta que el video tiene gran acogida hacia las personas y por ende poder comunicativo como lo manifiesta Menacho y Blas (2015) “Los videos pueden fácilmente integrar teorías del comportamiento que permitan lograr los objetivos del proyecto (...), producir un video comprende diversos pasos como trabajar con la población objetivo para diseñar los mensajes y el contenido” (p.520).

### **1.1.1- Planteamiento del problema.**

Hoy en día la sociedad carece de información sobre la correcta convivencia con los canes, sobre todo con la raza *pitbull*, cabe recalcar que es una raza marginada por ser considerados como perros agresivos que “no pueden cohabitar dentro de la sociedad”, El comportamiento social de cada individuo es fundamental, la educación y la cultura son actos que se reflejan, los cuales son de gran importancia para mejorar la relación y perspectiva social que se tiene de los canes *pitbull*.

Por lo mencionado anteriormente, se considera que la creación de un producto audiovisual sería una herramienta estratégica y fundamental para llegar a la población con el mensaje de concientización y sensibilización, esperando el impacto deseado, un aspecto importante al momento de la creación de las piezas audiovisuales es la estética de la producción ya que esto influye en las intenciones formativas. (Gavilondo y Tabares, 2016a). Es por ello que se plantea el siguiente problema central:

**¿Cómo informar a través de un producto comunicacional acerca de las realidades y mitos de la raza canina *pitbull*?**

### **1.1.2- Localización del problema objeto de estudio.**

Como estrategia educomunicacional, la producción de un video, tiene como propósito transferir un mensaje positivo hacia las personas, contribuyendo en la sensibilización humana hacia los perros *pitbull*. El objeto de estudio se realiza en el Cantón Santa Rosa, en la Ciudadela “Los Girasoles” lugar que forma parte de los sectores con mayor influencia canina de dicha raza, careciendo de información que evite una perspectiva negativa sobre estos canes; y la Escuela de Educación Básica “Jacinto Granda Paredes”, donde se forman académicamente los niños que viven alrededor del sector El Paraíso, tratando así de cubrir la mayor parte del territorio de la presente investigación.

El proyecto está encaminado a presentar una propuesta audiovisual como estrategia educomunicacional, enfocándonos en la sensibilización e información de las personas para que de esta manera no sean caninos marginados ante la sociedad a causa de los mitos sociales y verificar los objetivos planteados anteriormente, puesto a ello resolveremos algunas interrogantes.

### **1.1.3- Problemas complementarios**

- ¿Qué factores causan el rechazo social hacia la raza canina *pitbull*?
- ¿Qué productos comunicacionales existen para la concientización acerca de los perros *Pitbull*?
- ¿Cuál es el producto que permite incluir la información necesaria para la concientización acerca de los perros *Pitbull*?
- ¿Qué reacciones generaría un producto audiovisual en el público objetivo?

### **1.2.- Hechos de interés**

Este proceso investigativo procura obtener resultados probabilísticos y de análisis para determinar los factores que causan el rechazo hacia la raza canina *pitbull*, también necesita seleccionar el producto comunicacional idóneo que permita la sensibilización y transmisión de la información.

#### **1.2.1- Población.**

Ciudadanía de Santa Rosa

#### **Muestra**

100 habitantes de la ciudadela “Los Girasoles” 100 habitantes de la ciudadela “El Paraíso” y 100 habitantes de la ciudadela “23 de Diciembre”

#### **1.2.2- Enfoque de la investigación.**

El enfoque de esta investigación es cuantitativo y cualitativo, debido a que los instrumentos aplicados van desde preguntas cerradas, los resultados son probabilísticos y de análisis.

#### **1.2.3- Nivel o alcance de la investigación.**

Tiene un nivel descriptivo porque logró detallar los factores que inciden en el fenómeno de estudio, los mismos que se trabajaron durante el proceso investigativo para encontrar posibles soluciones.

### **1.3-Objetivos de la investigación.**

#### **1.3.1- Objetivo general**

Informar a través de un producto comunicacional acerca de las realidades y mitos de la raza canina *pitbull*.

#### **1.3.2- Objetivos específicos.**

- Determinar los factores que causan el rechazo hacia la raza canina *pitbull*.
- Seleccionar el producto comunicacional que permita la sensibilización y transmisión de la información para la desmitificación de los *Pitbull*.

- Aplicar una propuesta educomunicacional para la concientización y sensibilización acerca de la interacción de los *Pitbulls* con el ser humano.

#### **1.4- Fundamentación teórica.**

##### **1.4.1- Estrategias comunicacionales para educar**

En lo que se refiere a una estrategia comunicacional se podría decir que incluye investigar, haciendo uso de instrumentos metodológicos que sirvan para el tema de estudio; por lo tanto se la puede denominar como un dispositivo de investigación, acción con pasos que incluyen: Versión técnica del problema comunicacional; Análisis de matrices socioculturales; Diagnóstico y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional; Análisis de mediaciones comunicacionales; Árbol de soluciones, incluyendo la definición de ejes y tonos de comunicación para las distintas matrices socioculturales identificadas como relevantes en torno a la problemática que aborda el campo de estudio (Massoni, 2013). La comunicación dentro del espacio social es de gran importancia, debido a que la misma ayuda a encontrar posibles soluciones a las problemáticas, encontrando estrategias idóneas que abren nuevas perspectivas y ayudan a mejorar el proceso comunicacional. Según Pezantes, Salcedo, Cáceres y Quezada (2018) manifiestan que:

Todo comunica, desde un silencio hasta un movimiento, esta es la importancia de la comunicación en el diario vivir, unos le prestan atención y se trabaja con constancia para realizar productos comunicacionales que generen soluciones a problemas en distintos ámbitos como profesionales y preventivos. (p.294)

Por tal razón Sánchez, Ramírez, Canales y Domínguez (2015) afirman que “Las estrategias de Comunicación, en definitiva, concretan la Planificación de la Gestión Comunicativa y resultan en su operacionalización directa” (p.25). En la educación también podemos aplicar estrategias que favorezcan en el ámbito comunicacional, considerando que para sensibilizar a una sociedad primero se debe educar, por tal razón nos preguntamos ¿cómo afrontamos esta realidad mientras educamos? La educomunicación vincula la educación y la información para formar de manera holística, mediante el uso de la tecnología y los conocimientos pedagógicos facilitando el proceso educacional entre el educador con el educando, fomentando a su vez una retroalimentación efectiva. Torres (2017) sostiene;

La educomunicación es un área académica interdisciplinaria, en donde intervienen las ciencias sociales y la informática, en general, y se concibe que la comunicación

es la base de la relación entre la realidad de los agentes educativos cuya finalidad es la de aprender (p.29).

Una de las diferentes estrategias comunicacionales que sirven para orientar un tema de estudio, es la estrategia audiovisual, como lo menciona Méndez (2018) “las fuentes audiovisuales se yuxtaponen con las testimoniales, lo cual permite comprender el sentido político que adquieren la cámara y el video, las formas de construir la narrativa y las estrategias de exhibición de los audiovisuales” (p.57).

El formato idóneo para complementar un video con testimonios y fuentes audiovisuales es el reportaje, ya que por sus características periodísticas ayuda a dar un mejor enfoque al trabajo de investigación. Este género periodístico comunica la realidad social, trascendiendo sucesos de la actualidad (Patterson, 2003).

#### **1.4.2- Producción Audiovisual.**

La producción audiovisual es una creación de contenidos que favorece a diferentes contextos y puede ser presentada en plataformas digitales o ser expuesta en los distintos medios de comunicacional tradicionales. Así lo manifiesta Gavilondo y Tabares (2016b);

La producción audiovisual, entendida como la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; el siguiente término que se utiliza es comunicación audiovisual, reconocida como el proceso en el cual existe un intercambio de mensajes a través de un sistema sonoro y/o visual; y el último término que utilizamos es el de vídeo. (p.254).

El video es considerado como una pieza importante en las últimas décadas, por su capacidad expresiva y por su facilidad de uso. Por estas razones se ha convertido en un recurso didáctico que favorece el desarrollo de los contenidos, pues aprovecha el potencial comunicativo de las imágenes, los sonidos y las palabras (Córdova, Barzola y Gómez, 2014).

#### **1.4.3- Producto audiovisual.**

Los productos audiovisuales comprenden todo aquel contenido que se puede visualizar en un medio sensorial (*tv, páginas web, cine, etc*). Es fundamental enfatizar que la efectividad de la difusión del mensaje a través de los productos audiovisuales es mediante una planificación previa, dependiendo siempre del público meta, como lo manifiesta Antenaza (2017);

En los productos audiovisuales, los realizadores deben ser conscientes de que los receptores son seres con distintas formas de pensar, sentir, creer y vivir. Por lo tanto, es importante que exista una buena planificación desde la preproducción hasta la difusión del producto para lograr los objetivos planteados. (p.26)

En un mundo gobernado por las TIC, innovar no es una opción, sino una acción que fomenta el aprendizaje mediante la tecnología, cada mensaje que se transmite mediante los medios tradicionales y portales digitales, influye a la audiencia repercutiendo en sus opiniones o cotidianidad.

Es por ello que el uso de los productos audiovisuales no sólo se utiliza en un entorno de aprendizaje sino también dentro del núcleo familiar y social, siendo una herramienta de fácil acceso para el ser humano, que busca siempre la comodidad que ofrece la tecnología.

En los productos audiovisuales se presenta el mensaje de una forma más práctica, ya que las creaciones audiovisuales, generan una reacción en el espectador (Rodríguez, 2015). Hoy en día se puede observar el gran impacto que tienen los mensajes sensoriales en la humanidad, desde los niños con videos infantiles, hasta personas adultas viendo una serie en *netflix*. Por tal razón Ramos, Botella y Gómez (2016) indican;

Los audiovisuales se encuentran presentes en el día a día, pues la sociedad ha evolucionado hasta convertirse en una sociedad Tic y es por ello que los niños nacen y crecen rodeados de todo tipo de audiovisuales (películas en ordenador, tableta, móvil...). (p.89)

Hoy en día contamos con una generación tecnológica, como lo menciona el apartado anterior, los niños nacen con la influencia de las TIC, como también durante su crecimiento se forman bajo el influjo de los contenidos sensoriales, por lo tanto, es muy importante crear propuestas audiovisuales que contengan mensajes positivos que ayuden a mejorar la vida humana.

Una propuesta audiovisual está orientada a constituir prototipos para la creación de un video con un formato previamente seleccionado, según la necesidad del tema de investigación. Además, se debe valorar el proceso de la realización del producto audiovisual, no solo desde la perspectiva del resultado, es decir, que se considera primero la pre producción y se concluye con la post producción (Rajas, 2016).

La producción audiovisual avanza cada día a la difusión en el mundo digital, García (2014) indica;

Hasta hace algunos años el video y la Internet eran prácticamente dos ámbitos aparte. El video se distinguía por ser un medio que nos acercaba a las experiencias visuales cotidianas y por su gran volumen de información, pocas veces lo encontrábamos en la red. El Internet, en cambio, ofrecía información sin límites, su búsqueda era rápida, pero a su vez nos limitaba a un determinado tipo de información. (p. 56)

Los usuarios prefieren contenido audiovisual, debido a que es más práctico e interactivo, Díaz Berenguer (2014) añade “En los últimos años se ha evidenciado un notable aumento de la producción y distribución de contenidos audiovisuales, estudios realizados demuestran que los usuarios de internet prefieren, en su mayoría, consumir los archivos audiovisuales disponibles en la red”. (p.49)

#### **1.4.4- Narrativa Audiovisual para concientizar y educar.**

La narrativa y Teoría del Guión siempre se enseñaron de manera conjunta, son un complemento para lograr enriquecer un relato. La narrativa educa nuestro criterio para lograr percibir el mundo de una manera crítica. Estos elementos configuran el relato y de ese modo, nos preparan para que seamos capaces de inferir efectos a partir de causas. De tal manera se logra fusionar la narrativa con lo audiovisual, es decir, se narra un relato mediante una producción audiovisual y se la difunde con diversos propósitos (Gómez y Abellán, 2014).

La educación en las últimas décadas, se ha involucrado con el mundo tecnológico y digital, logrando un buen aporte en el proceso de enseñanza-aprendizaje, Varela (2016) menciona que “la producción de recursos educativos digitales y los contenidos audiovisuales se destacan como uno de los elementos más usados por ser llamativos y funcionales. Estos contenidos, en este contexto son llamados video-clases, permiten fortalecer y acompañar los procesos de aprendizaje” (p.16). El uso del video dentro del aula de clases ha contribuido significativamente ya que se ha convertido en una herramienta didáctica educativa muy efectiva para lograr captar el interés de los estudiantes. La disonancia del color utilizado en el video es esencial, ya que el mismo produce la sensación de un mundo imaginario (Huerta, 2016). El proceso que se sigue desde el trabajo de investigación hasta la creación del producto audiovisual, es importante

y de gran valor dentro de la pedagogía y la educación, se le concede esa valía, por la calidad de contenido que plasma en el mismo (Vélez, 2017).

#### **1.4.5 Interacción humana & Canes: Raza Pitbull.**

Los *Pitbulls* son considerados una raza peligrosa ante la sociedad, sin embargo, esa condición depende del comportamiento del ser humano ante ellos, por lo tanto, está en manos del hombre, la relación y convivencia del can en el entorno familiar. Según Carballo, Freidin y Bentosela (2015) “Es digno de resaltar el hecho de que los perros forman fuertes lazos emocionales con las personas a lo largo de sus vidas, los cuales modulan fuertemente sus interacciones”. (p.149)

La educación canina es importante en el comportamiento de los perros, ya que logran desarrollar habilidades que aportan en el bienestar social. Paredes y Coria (2012) indican;

Los perros entrenados para deportes que requieren una constante interacción con el humano (obediencia, agilidad), recurren al contacto visual hacia el humano cuando están frente a un problema de difícil solución o irresoluble. Por el contrario, perros que son utilizados y entrenados para ser autónomos y tomar decisiones ante nuevos ambientes (perros guía, perros de rescate), suelen evitar el contacto visual y solucionan un problema por si solos al punto de ignorar en ocasiones las demandas humanas. (p.3)

De esta manera podemos darnos cuenta sobre la importancia de la educación canina, ya que la misma ayuda a que el can tienda a adestrar su comportamiento con la sociedad.



## **CAPITULO II**

### **DIAGNÓSTICO**

#### **2.1- Concepción teórica del diagnóstico.**

Desde diversas perspectivas, constan algunas formas de definir al diagnóstico, considerando que existen diferentes áreas en donde aplicarlo. Su importancia metodológica reside a partir de la formulación del diagnóstico en donde refleja una síntesis completa de los resultados del estudio, los mismos que permiten fundamentar de la mejor manera la intervención social posible (Cury y Arias, 2016).

Mediante el diagnóstico realizado con los métodos y técnicas de investigación, se determinó que un reportaje audiovisual sería idóneo para esta intervención como propuesta del trabajo investigativo, ya que a través del mismo se logrará llegar al público objetivo con un mensaje de concientización y sensibilización canina. Es importante resaltar que el video ayuda a generar mayor impacto en el público, pero depende de su claridad y estética, ya que los videos con mayor calidad reciben mayor interés que aquellos que presentan peor calidad, por tal razón, es fundamental trabajar cuidadosamente el contenido audiovisual (Ortells, 2016).

#### **2.2- Descripción del ciclo diagnóstico.**

A partir de este concepto, se comprende factores fundamentales a la intervención de este trabajo, por tal razón, es importante aplicar distintos métodos y técnicas de investigación, las mismas que serán expuestas a continuación.

#### **2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis.**

##### **a) Observación**

Esta técnica ayudó a examinar el campo de investigación, la cual dio una idea clara de la problemática a tratar, cuyos resultados se corroboran mediante la aplicación de más técnicas investigativas.

##### **b) Encuestas**

Con la aplicación de esta técnica de investigación se logró seleccionar el producto comunicacional que por sus características se adaptó a la propuesta de este trabajo y tener un sondeo de la opinión pública del tema a tratar.

**c) Entrevista**

Fue utilizada para saber la opinión de la ciudadanía y profesionales que manejan temas sobre canes *pitbull*, los resultados contribuyeron para formar la estructura de la propuesta audiovisual.

**d) Focus Group**

Esta técnica de investigación constó de dos fases, la primera determinó los factores que causan el rechazo hacia la raza canina *pitbull*, por tal razón se realizó la propuesta audiovisual y se aplicó la segunda fase en donde se registró las reacciones del público objetivo, para hacer la medición de la efectividad del producto.

**2.3.1- Cronograma de actividades**

**Tabla 1. Cronograma**

Actividades	Mes			
	2018		2019	
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Desarrollo del tema de investigación.	X			
Aplicación de las técnicas de investigación. Observación y Entrevista.		X		
Desarrollo de la propuesta.		X		
Creación del guion técnico.		X		
Grabaciones para la propuesta audiovisual.		X		
Edición del video.			X	
Presentación de la propuesta audiovisual a un grupo de personas / <i>focus group</i> .			X	
Desarrollo de la parte metodológica.		X	X	
Presentación del trabajo.				X
Sustentación del proyecto.				X

**Autora:** Alexandra Moya

## 2.4- Resultados de la diagnosis.

### 2.4.1- Análisis de la observación.

Mediante la técnica de observación, se encontró algunos factores que ayudaron a identificar la problemática y los sectores adecuados para el campo de estudio. Se aplicó la técnica en tres ciudadelas del cantón Santa Rosa: “El Paraíso” “Los Girasoles” y “23 de Diciembre”.

**Tabla 2. Ficha de observación**

N°	TEMA	IDEA
1	<b>Existencia de perros <i>Pitbull</i> en el lugar.</b>	En las ciudadelas “El Paraíso” “Los Girasoles” y “23 de Diciembre” se encontró mayor demanda de perros <i>Pitbulls</i> . De estas tres ciudadelas, “Los Girasoles” presenta mayor demanda de perros <i>Pitbulls</i> .
2	<b>Perros <i>Pitbulls</i> encadenados.</b>	Se encontraron varios perros encadenados en los sectores investigados.
3	<b>Perros <i>Pitbulls</i> deambulando por las calles.</b>	Se encontraron varios perros <i>Pitbull</i> en las calles de estas ciudadelas.
4	<b>Agresividad en los perros <i>Pitbulls</i>.</b>	En la ciudadela “Los Girasoles” se encontró algunos perros un poco agresivos, en los otros sectores los perros demostraron serenidad ante la presencia de las personas.
5	<b>Género de perros <i>Pitbulls</i>.</b>	En las ciudadelas “Los Girasoles” y “23 de Diciembre” existen más canes hembras, mientras que en la ciudadela “El Paraíso” existen más canes machos.

**Autora:** Alexandra Moya

## 2.4.2- Análisis de *focus group* .

**Tabla 3. focus group**

N°	TEMA	IDEA	
1	Tipo de raza de perros que conocen	Los perros más conocidos son los <i>Rottweiler</i> , Chihuahuas, <i>Pitbulls</i> , Labradores, French y Pastor Alemán.	
2	Perros agresivos	Consideran que los perros más agresivos son los <i>Rottweiler</i> , Chihuahuas y <i>Pitbulls</i> .	
3	Opinión sobre la raza <i>Pitbull</i> .	<b>Positivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Son perros cariñosos cuando son criados con amor.</li> <li>- Son perros deportistas.</li> </ul>
		<b>Negativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Son perros muy grandes y suelen ser toscos.</li> <li>-Son agresivos cuando pasan mucho tiempo encadenados o cuando son maltratados por sus dueños.</li> <li>- Su físico es desagradable, su rostro causa miedo.</li> <li>-Cuando sienten la presencia de extraños pierden el control y pueden llegar a ser peligrosos.</li> </ul>
4	Sentimiento o sensación que reflejan ante un perro <i>Pitbull</i> .	<b>Positivo</b>	-Alegría
		<b>Negativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Miedo</li> <li>- Inseguridad</li> <li>- Fobia</li> </ul>
5	Momentos incómodos por la presencia de perros <i>Pitbull</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los niños han sido mordidos por perros <i>Pitbull</i>.</li> <li>- Personas han recibido ataques por estos canes.</li> <li>- Los perros <i>Pitbull</i> matan a otros animales como: pollos, conejos, etc.</li> </ul>	
6	Causas del rechazo social hacia los canes <i>Pitbull</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por miedo a ser atacado</li> <li>- Por la información negativa que se recibe por terceras personas o por los medios de comunicación.</li> <li>- Porque son catalogados como perros asesinos.</li> <li>- Porque su físico transmite miedo</li> <li>- Porque su origen los califica como perros de pelea.</li> </ul>	
7	Medios por el cual les gustaría informarse sobre este tema.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Videos en redes sociales</li> <li>- Revistas</li> <li>- Televisión</li> </ul>	

**Autora:** Alexandra Moya

### 2.4.3- Análisis de la entrevista.

**Tabla 4. Entrevistas**

N°	TEMA	IDEA	
1	<b>La finalidad de crear el club de <i>Pitbulls</i> en la ciudad de Santa Rosa.</b>	Sirve para orientar a las personas sobre el trato que le deben dar al can para que pueda cohabitar con la sociedad.	
2	<b>Tiempo de creación del club de <i>Pitbulls</i>.</b>	Tiene 6 años de creación	
3	<b>Cada que tiempo se realiza campañas de sensibilización canina.</b>	No han podido aun elaborar campañas de sensibilización, pero si han realizado caminatas que han ayudado a demostrar a la ciudadanía que estos canes son una raza amigable.	
4	<b>Estrategias comunicacionales para informar a las personas.</b>	Charlas	<b>Positivo:</b> Ayudó a cambiar la perspectiva de algunas personas que no se relacionaban con canes <i>Pitbulls</i> y adoptaron uno.
			<b>Negativo:</b> Al principio no hubo mucho interés por parte de la ciudadanía.
5	<b>Factores que causan el rechazo social hacia los canes <i>Pitbulls</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Miedo</li> <li>- Su físico desagradable</li> <li>- Información errónea</li> </ul>	
6	<b>Causas de la agresividad de los perros <i>Pitbull</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maltrato</li> <li>- Perros encadenados</li> </ul>	
7	<b>La finalidad del adiestramiento en perros <i>Pitbull</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayuda a mejorar la convivencia del humano con el can.</li> </ul>	
8	<b>Dificultad en la educación de los canes <i>Pitbull</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe dificultad en educar al can, la dificultad la crea la mente del hombre.</li> </ul>	
9	<b>Los <i>pitbulls</i> son una raza problemática.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No son una raza problemática, los problemas son creados por el ser humano, por ese</li> </ul>	

		motivo existen canes agresivos y perspectiva social negativa.	
<b>10</b>	<b>Importancia del adiestramiento en perros <i>Pitbull</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante que el can sea educado desde sus primeros años de vida, esto ayuda a crear una buena convivencia.</li> <li>- Después de un adiestramiento, es fundamental mantener la educación adquirida, porque si el can vuelve a sus malos hábitos, el adiestramiento no tendría ningún efecto.</li> </ul>	
<b>11</b>	<b>Reacción del can cuando llegó por primera vez al hogar.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al principio el can siente temor relacionarse con sus nuevos dueños.</li> <li>- Demuestra inquietud</li> <li>- Su adaptación depende del trato que le den.</li> </ul>	
<b>12</b>	<b>Experiencias con estos canes.</b>	<b>Positivo</b>	Personas han sido rescatadas en situaciones de riesgo por parte de estos canes.
		<b>Negativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas han sido atacadas por estos canes</li> <li>- Niños han presentado mordeduras por parte de estos canes</li> </ul>
<b>13</b>	<b>La convivencia del can en su entorno.</b>	La convivencia del can depende del trato que reciba por parte de las personas.	
<b>14</b>	<b>Medios de información para la convivencia con los canes <i>Pitbulls</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales</li> <li>- Asisten a charlas</li> </ul>	

**Autora:** Alexandra Moya

## CAPITULO III

### PLAN DE ACCIÓN

#### **3.1- Identificación de la intervención.**

La perspectiva social sobre la raza canina *Pitbull*, se ha convertido en una representación negativa ante el ser humano, el origen de esta raza ha dispuesto que las personas los cataloguen como una raza peligrosa. En el Ecuador a un no se ha escuchado sobre campañas de sensibilización canina, lo que ha hecho que la sociedad siga teniendo un conocimiento negativo, marginando cada vez a esta raza de canes.

En la provincia de El Oro, tampoco se ha encontrado datos sobre campañas o programas de concientización y sensibilización canina, sin embargo, algunos medios de comunicación presentan publicaciones sobre agresiones de *Pitbulls* hacia las personas, estos acontecimientos suman a la mala reputación que este tipo de raza tiene ante la sociedad. En el Cantón Santa Rosa, se encuentra un Club de *Pitbulls*, que tiene como finalidad orientar a las personas que tienen en sus casas este tipo de perros, para mejorar la convivencia y disminuir la desinformación, ya que esta es una de las principales causas que provocan la marginación de *pitbulls*. Por esta razón se desarrolló un reportaje audiovisual, el mismo que tiene como objeto, generar un mensaje de sensibilización canina con un enfoque educomunicacional.

#### **3.2- Fundamentación teórica de la intervención.**

**3.2.1- Reportaje.** - Es un modelo que representa, narra y describe la realidad de los hechos o acontecimientos de interés para el público, interpretando ampliamente los contenidos, los mismos que deben ser variados y creativos. (Herrera, 2007) Uno de los aspectos importantes que tiene el reportaje es su estructura, ya que la misma es libre y puede ser compleja, sin la necesidad de responder a la pirámide invertida, la que usualmente se utiliza en géneros informativos, también se puede añadir que este género periodístico, presenta historias de manera tan variadas, incitando directamente la atención de su espectador. (Parratt, 2003)

**3.2.1- Reportaje audiovisual.** - Al momento de conocer la concepción del reportaje, es importante recalcar que el mismo se lo puede crear de diferentes maneras, ya sea para la prensa escrita, radial o audiovisual, en este último aspecto, es fundamental que primero se seleccione su *target*, ya que a partir de este se puede dirigir la producción y determinar su adecuado tono narrativo (Montero y Paz, 2013).

El reportaje es plasmado en lo audiovisual y busca llegar con el mensaje al público objetivo, para ello trabaja cuidadosamente su estructura y contenido, de tal manera que el producto final sea óptimo para presentarlo y logre cumplir con las expectativas planteadas.

**3.2.3- Lenguaje audiovisual.** - Es un punto importante dentro de la producción, ya que cumple funciones fundamentales dentro del campo comunicacional. Hoy en día el lenguaje audiovisual busca comunicar a través de imágenes y sonidos, con mensajes claros para la mejor comprensión en su público (Urrea, 2014). Por otro lado, también es importante cuidar los términos usados en el momento de emitir la información, ya que el uso inadecuado de las palabras puede provocar malas interpretaciones, distorsionar en su totalidad el mensaje y fomentar estereotipos (Cuesta, 2015).

**3.2.4- Influencia del video.** – La utilización de videos en sitios web, han generado un gran interés e importancia en los últimos tiempos, ya que las piezas audiovisuales han ganado la atención de los usuarios en los medios digitales (Mayoral, Abejón y Morata, 2016). Por otra instancia, “la producción de videos basados en análisis de tarea como estrategia influye significativamente en el desarrollo del aprendizaje” (Krammer y Yangali, 2015, p.146).

### **3.3- Objetivos de la intervención.**

#### **3.3.1- Objetivo general**

Crear un reportaje audiovisual de sensibilización canina para la ciudadanía del cantón Santa Rosa.

#### **3.3.2- Objetivos específicos**

- Elaboración del contenido audiovisual a través de un guión técnico.
- Aplicar entrevistas a ciudadanos y profesionales del área canina para la construcción del marco de la propuesta audiovisual
- Presentar el producto final a un grupo de personas para registrar sus diferentes reacciones.

### **3.4- Planes de la intervención.**

Los planes de esta intervención se establecieron a partir de los resultados de esta investigación, los mismos que ayudaron en la construcción de su contenido.

#### **Plan 1.- Nombre de la propuesta.**

*Pitbull*, una raza incomprendida.



## Plan 2.- Estructura de la propuesta.

Tabla 5. Fases del reportaje audiovisual.

Nº	FASES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS
1	Introducción	Presenta la problemática social.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Distintas tomas de perros <i>Pitbull</i>.</li><li>• Intervención de ciudadanos expresando su temor hacia esta raza.</li></ul>
2	Desarrollo	Presentación del origen y causas que incurren en el fenómeno.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrevistas a ciudadanos</li></ul>
3	Recomendaciones	Se presenta sugerencias sobre la adecuada convivencia en el entorno social con estos canes.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intervención de profesionales del área canina.</li><li>• Entrevistas a propietarios de <i>Pitbulls</i>.</li></ul>
4	Cierre	Mensaje de sensibilización canina.	Presentadora: finaliza con un mensaje a la ciudadanía, para que esta mejore en su comportamiento hacia los perros <i>Pitbulls</i> , ya que de eso depende la reacción que estos canes tienen ante la sociedad.

**Autora:** Alexandra Moya

### Plan 3.- Reportaje Audiovisual.

**Tabla 6. Guión técnico**

Escena 1 / INTRODUCCIÓN				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plano general</li> <li>● Plano detalle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tomas de perros <i>pitbull</i> agrediendo</li> <li>● Personas induciendo a la agresión de los <i>pitbull</i></li> </ul>	Sonido de suspenso Música de fondo	10 segundos
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plano general</li> <li>● Plano medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentadora</li> </ul>	¿Qué conocemos de la raza <i>pitbull</i> ?  Los <i>pitbulls</i> son originarios de Estados Unidos, son descendiente del <i>Bull and Terrier</i> , la historia antigua de la raza ha derivado su actual reputación, según su historia, desde sus días más tempranos y hasta cierto punto, en sus momentos actuales, el <i>Pit Bull</i> en su forma de trabajo ha sido y sigue siendo, en esencia, como un perro de pelea. Lo que ha hecho que hoy en día se convierta ante la perspectiva social como una raza peligrosa.	30 segundos
Escena 2 / ENTREVISTA A CIUDADANOS				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
		Responden a la siguiente interrogante: ¿Qué conoce de la raza <i>pitbull</i> ?		
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plano medio</li> </ul>	Ciudadanos (3 personas)	Respuesta de los entrevistados	3

				minutos
Escena 3 / PRESENTADORA				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plano Medio</li> <li>● Primer Plano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentadora</li> </ul>	Hoy en día la sociedad se ha encargado de marginar a esta raza de perros sin antes cuestionar los factores que intervienen en el comportamiento de estos canes. Esto basado en la poca o nula información veraz que circula dentro de los diversos núcleos sociales y que permita a la población conocer la forma idónea de interactuar con los <i>pitbulls</i> .	10 segundos
Escena 4 / ENTREVISTA A PROFESIONALES				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
		Responden a la siguiente interrogante: ¿Qué factores intervienen en el comportamiento negativo y positivo de la raza <i>pitbull</i> ?		
1	Plano General	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevistado Juan Zhangallimbay, Instructor canino de la ciudad de Santa Rosa. (Acompañado de un perro <i>pitbull</i>)</li> <li>● Entrevistado Marco Luna, Presidente del club “<i>Pitbull Santa Rosa</i>” (Acompañado de un perro <i>pitbull</i>)</li> </ul>	Respuesta de los entrevistados	3 minutos

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevistada Karen Guerrero, Doctora Veterinaria.</li> </ul>		
Escena 5 / DRAMATIZACIÓN				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano general</li> <li>Plano medio</li> <li>Primer plano</li> <li>Plano detalle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PARTE NEGATIVA</li> <li>1. Una persona golpeando a un perro <i>Pitbull</i></li> <li>2. Dos personas enfrentando a los perros para que peleen.</li> </ul>	<p>Sonido de suspenso</p> <p>Música de fondo</p>	4 minutos
		<ul style="list-style-type: none"> <li>PARTE POSITIVA</li> <li>1. Personas acariciando y jugando con los perros <i>pitbull</i></li> <li>2. Un bebé jugando con un perro <i>pitbull</i></li> </ul>	<p>Música de fondo</p>	
Escena 6 / PRESENTADORA Y ENTREVISTAS A CIUDADANOS				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentadora</li> </ul>	<p>La información errónea dentro de nuestra sociedad ha provocado que las personas tengan una perspectiva negativa hacia los perros <i>pitbull</i>. Sin embargo, quienes han logrado relacionarse con esta raza de perros, dan a conocer su amor, cariño y respeto que pueden brindar y recibir de estos canes.</p> <p>Esto quiere decir, que la reacción y comportamiento de los <i>pitbulls</i> depende del trato y crianza que les den las personas.</p>	10 segundos

2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano medio</li> </ul>	<p>Responden a la siguiente interrogante: ¿Qué perspectiva tiene usted sobre los perros <i>pitbull</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ciudadanos (3 personas dueños de perros <i>pitbull</i>)</li> </ul>	Respuesta de los entrevistados	3 minutos
Escena 7/CIERRE- MENSAJE				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentadora</li> </ul>	<p>Una buena crianza es la clave para el buen comportamiento de la raza <i>pitbull</i>, es esencial que, al momento de hacernos a cargo de un can, seamos conscientes y responsables, porque en nuestras manos está el poder sobre la conducta positiva o negativa de estos animales.</p> <p>Ellos responden o reaccionan de acuerdo a nuestro proceder, brindarles amor es fundamental, porque solo así podremos conseguir resultados positivos que ayuden a mejorar la perspectiva social.</p>	1 minuto

**Autora:** Alexandra Moya

### 3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención.

Se presentó un reportaje audiovisual a dos grupos focales; estudiantes del séptimo año de educación básica de la escuela “Jacinto Granda Paredes” y habitantes de la ciudadela “Los Girasoles” de la ciudad de Santa Rosa. Esta técnica tuvo como finalidad, registrar las reacciones que produce la propuesta audiovisual de sensibilización canina.

#### 3.5.1- Análisis de la intervención.

Tabla 7. focus group

Nº	TEMA	IDEA
1	<b>Opinión sobre la propuesta audiovisual presentada.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Les pareció muy buena la propuesta, ya que a través de la misma lograron obtener información que desconocían.</li><li>- Les gustó los métodos investigativos que intervinieron en la realización de producto audiovisual.</li></ul>
2	<b>Mensaje que recibieron del reportaje audiovisual.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Que la reacción del can depende del comportamiento del ser humano, al igual que la crianza de los mismos.</li><li>- El ser humano es el malo, no el animal.</li><li>- Se debe brindar amor a los perros sobre todo de esta raza, para que ellos reaccionen de una manera positiva hacia nosotros.</li></ul>
3	<b>Medios para presentar este tipo de videos.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Redes sociales.</li><li>- Televisión</li><li>- Canal de YouTube</li></ul>
4	<b>Las campañas mejorarían la perspectiva social sobre los <i>Pitbulls</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Las campañas si mejorarían la perspectiva de las personas sobre este tipo de raza de perros y así ya no se los marginaría.</li><li>- En nuestra ciudad y en todo nuestro país deberían aplicar este tipo de campañas, para lograr una mejor convivencia con los <i>Pitbulls</i>.</li></ul>
5	<b>Después de haber visto este reportaje, que opinión tienen al respecto sobre la raza canina <i>Pitbull</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Que los perros no son agresivos.</li><li>- Que son perros deportistas y podrían ser útiles en la sociedad.</li><li>- Son perros con mucha energía y eso a veces es confundida con la agresividad.</li></ul>

**Autora:** Alexandra Moya

## CAPITULO IV

### RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

#### 4.1- Descripción y contrastación teórica de los logros de intervención.

Este trabajo está lleno de expectativas, las mismas que se fueron cumpliendo con el transcurso de su desarrollo. Se logró obtener resultados positivos, ya que se siguió los lineamientos correspondientes, es decir, se cumplió con cada uno de los objetivos, aplicando su respectivo método y técnica de investigación, cuyos efectos aportaron para la construcción de la propuesta de este proyecto. Los resultados de los objetivos planteados se describen a continuación.

#### 4.2- Conclusiones.

- Se determinó que los factores que causan el rechazo hacia la raza canina *Pitbull* dentro de la población investigada, serían: Miedo a ser atacados, por la información negativa que se recibe por terceras personas o por los medios de comunicación, porque son catalogados como perros asesinos, porque su físico transmite miedo y porque su origen los califica como perros de pelea. Estos resultados parten del estudio de grupos focales a estudiantes de la escuela “Jacinto Granda Paredes” y habitantes de la ciudadela “Los Girasoles”; además se realizaron entrevistas a profesionales del área canina y propietarios de canes *Pitbulls*.
- Dentro de las opciones para un proceso de sensibilización en la ciudadanía se encuentra la aplicación del reportaje audiovisual, por tal motivo y a través de encuestas realizadas a los habitantes de las ciudadelas “23 de Diciembre” “El Paraíso” y “Los Girasoles”, se determina que la producción de un producto audiovisual permitiría transmitir la información para la desmitificación de la raza canina *Pitbull*.
- Al aplicar la propuesta comunicacional dentro de la escuela “Jacinto Granda Paredes” y en la ciudadela “Los Girasoles”, se reflejó mayores niveles de sensibilización hacia los canes *Pitbulls*, como también un cambio de perspectiva en estos grupos ya que reflexionaron que la reacción del can depende del comportamiento del ser humano, al igual que la crianza de los mismos.
- Los contenidos audiovisuales generan más impacto cuando en su guion se manejan testimonios reales de personas con experiencia en el tema, esto es algo aplicado dentro de los formatos periodísticos y educomunicacionales.

### **4.3-Recomendaciones.**

- Los medios de comunicación local y nacional deberían transmitir videos sobre sensibilización de canes *Pitbulls* y no solo presentar la parte negativa de esta raza.
- Las organizaciones protectoras de animales deberían aplicar campañas de sensibilización y concientización canina sobre todo de la raza *Pitbull*.
- Aplicar propuestas audiovisuales de sensibilización canina en las escuelas para fomentar la educación desde los niños hasta los adultos.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antezana Guizada, C. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, 22 (35), 24-37.
- Carballo, F., Freidin, E., & Bentosela, M. (2015). Estudios sobre cooperación en perros domésticos: una revisión crítica. *Revista Colombiana de Psicología*, 24(1), 145-163. doi:10.15446/rcp.v24n1.41221
- Cuesta- Moreno, O. (2015). El uso de vídeos en la socialización de la trata de personas: criterios comunicativos para aportar en su prevención y denuncia. *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*. vol.14 no.27. Recuperado de <https://goo.gl/husYTm>
- Córdova Carranza, L., & Barzola Loayza, M., & Gómez Carrión, C. (2014). Los videos secuenciales como estrategia didáctica en el aprendizaje de protocolos clínicos. *Apuntes Universitarios. Revista de Investigación*, IV (2), 63-80.
- Cury, S. P., & Arias Astray, A. (2016). Hacia una definición actual del concepto de «diagnóstico social». Breve revisión bibliográfica de su evolución. *Revista Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*. N. 23. Recuperado de <https://goo.gl/HqJJHo>
- Díaz Berenguer, A. (2014). Generación de resúmenes escalables de video. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 8 (1), 48-64
- García Matamoros, M. (2014). Uso Instruccional del video didáctico. *Revista de Investigación*, 38 (81), 43-67.
- Gavilondo, Carlos y Tabares, Karla (2016). La producción de vídeos científicos: un acercamiento teórico. *Alteridad*, 11(2), pp. 254-264
- Gómez Martínez, P., & Abellán-García Barrio, Á. (2014). La renovación de contenidos en asignaturas de comunicación y su impacto en el marco emocional del aprendizaje: un caso de estudio en narrativa audiovisual. *Comunicación y Hombre*, (10), 169-177.
- Herrera Damas, S. (2007). El reportaje en radio: Anatomía de un género. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (16), 91-105.
- Huerta Jiménez, M. (2016). Video espacios/ posibles. Una aproximación geográfica del lenguaje audiovisual en la Frontera Norte de México (Tesis doctoral no publicada). Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://goo.gl/pAQKzc>
- Krammer, C. y Yangali, (2015). *Horizonte de la Ciencia* 5 (9) Diciembre 2015 FE/UNCP. ISSN (Impreso): 2304-4330/ ISSN (En Línea): 2413-936X Krammer, C. y Yangali, J. C. Producción de videos en el aprendizaje del nivel inicial-especial... 143-147

- Kymlicka, W., & Donaldson, S. (2017). Los animales y los límites de la ciudadanía. *Derecho y Humanidades*, (27), 185-210.
- Massoni, S. (2013). Comunicación estratégica: Matrices de datos en la Investigación Enactiva, *Revista latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. V 10, pp. 90-102. Recuperado de <https://goo.gl/zrLX5z>
- Mayoral, J., Abejón, P., y Morata, M. (2016): “El vídeo en la ‘prensa’ digital española: 2010-2015”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 775 a 799 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1120/40es.html>
- Menacho, L., & Blas, M. (2015). ¿CÓMO PRODUCIR UN VIDEO PARA PROMOVER ¿LA PRUEBA DEL VIH EN HOMBRES QUE TIENEN SEXO CON HOMBRES? *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 32 (3), 519-525.
- Méndez-Gómez, D. (2018). Estrategia audiovisual de comunicación política en la Selva en Chiapas: la experiencia de los comunicadores tseltales Mariano Estrada y Arturo.
- Montero, J., & Paz, M. (2013). Historia audiovisual para una sociedad audiovisual. *Historia Crítica*. núm. 49, pp. 159-183. Recuperado de <https://goo.gl/WJ6vHg>
- Ortells, S. (2016). Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez. *Revista Latina de Comunicación Social*. núm. 71, pp. 1-14. Recuperado de <https://goo.gl/EPC3nm>
- Parratt, S. (2003). Introducción al reportaje: antecedente, actualidad y perspectivas. Recuperado de <https://goo.gl/fjeZEj>
- Patterson, C. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social*, 6 (56), 1.
- Pezantes, S., Cáceres, F., Salcedo, F., & Quezada, L. (2018). La comunicación en procesos de gestión de riesgos para los sectores de Machala. *Conference Proceedings*, 2(2). Consultado de <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/322>
- Rajas, M., & Gétrudix, M. (2016). Narrativa audiovisual: producción de vídeos colaborativos para MOOC. *Opción*, 32 (12), 349-374
- Ramos Ahijado, S., & Botella Nicolás, A., & Gómez Jiménez, M. (2016). El audiovisual como recurso didáctico en el aula: Creación de dibujos animados con Muvizu. *El Artista*, (13), 80-99.
- Rodríguez, R. (2015). Videoarte terapia. El acto de grabar, editar y evolucionar la Producción a través de la mirada. Aplicaciones de su uso en talleres y sesiones de arte terapia supervisadas. En la Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://goo.gl/CBjHWT>

- Sánchez Fundora, Y., & Ramírez Mirabal, R., & Canales Becerra, H., & Domínguez Arávalos, D. (2015). Estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA. *Ciencias de la Información*, 46 (2), 23-28.
- Torres Lima, H. (2017). La educomunicación y el diseño instruccional. *Razón y Palabra*, 21 (98), 22-31.
- Urrea, J. (2014). Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de televisión convencional. *Revista Lasallista De Investigación*. Vol. 11 Issue 2, p36-42. 7p. Recuperado de <https://goo.gl/oBh2iq>
- Varela Vélez, O. (2016). Educomunicación en la pantalla: modelo para el desarrollo de videoclases. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (48), 15-32.
- Vélez, R. (2017). Modelo de producción de vídeos didácticos para la modalidad Presencial de la enseñanza universitaria. *Revista de comunicación de la SEECI*. N°. 43, págs. 69-97. Recuperado de <https://goo.gl/BupihK>

## ANEXOS

### Anexo 1

### PLANTILLA DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN

**Objetivo:** Determinar los sectores con mayor presencia de canes Pitbulls.

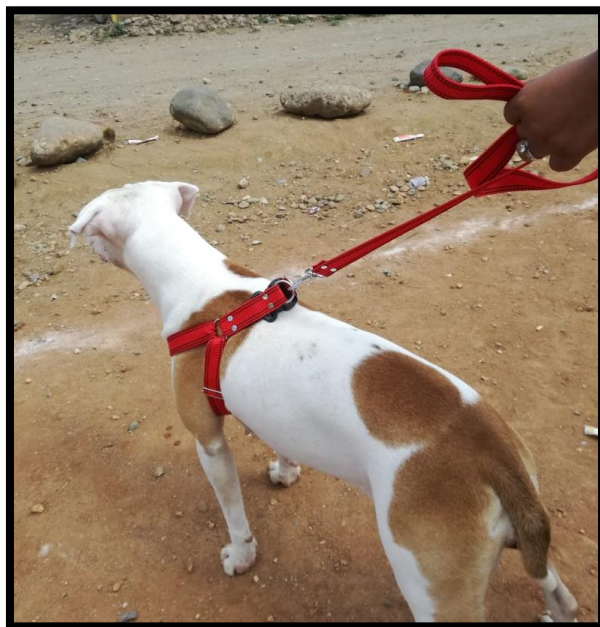
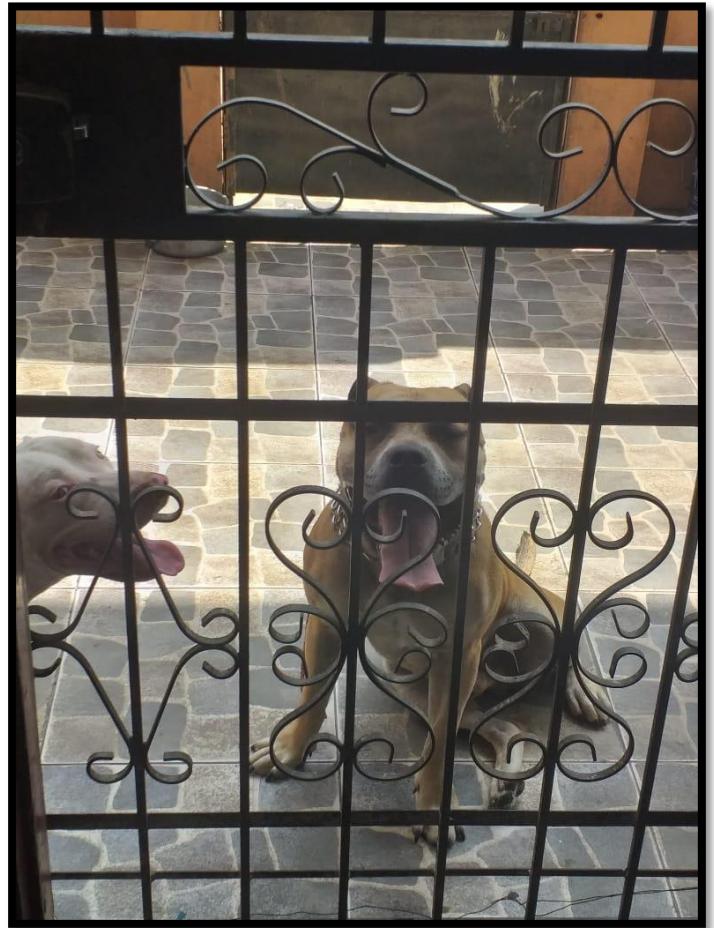
**A**=Abundante  
**P**=Poco  
**N**=Nada

**M**= Macho  
**H**= Hembra

Nº	Observación	CIUDADELAS								
		El Paraíso			Los Girasoles			23 de Diciembre		
1	¿Existen perros Pitbulls en el lugar?	A	P	N	A	P	N	A	P	N
2	¿Los perros Pitbulls se encuentran encadenados?									
3	¿Se encuentran este tipo de perros por las calles de las ciudadelas?									
4	¿Los perros Pitbulls que habitan en estos sectores demuestran agresividad?	Si	No		Si	No		Si	No	
5	¿Qué género de canes Pitbulls sobresale más en estos sectores ?	M	H		M	H		M	H	
<b>OTRAS OBSERVACIONES</b>										

Anexo 2

PRESENCIA DE PERROS *PITBULLS* EN LAS CALLES Y ENCADENADOS



### Anexo 3



**PLANTILLA DE ENCUESTA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**



**TEMA:** ¡PITBULL UNA RAZA MARGINADA! PROPUESTA AUDIOVISUAL DE SENSIBILIZACIÓN CANINA SANTA ROSA 2018.

#### ENCUESTA

**SECTOR:**

- Ciudadela 23 de Diciembre ( )
- Ciudadela el Paraíso ( )
- Ciudadela los Girasoles ( )

**GÈNERO:**

- Masculino ( )
- Femenino ( )
- GLBTI ( )

**EDAD:**

- 18 ( )            19-25 ( )
- 26-35 ( )        35-50 ( )
- +50 ( )

**1. En tu hogar ¿Existen perros Pitbull?**

- Sí ( )
- No ( )

**2. ¿Cuál es la razón por la que usted tendría un perro pitbull?**

- Cuidar la casa ( )
- Comercialización ( )
- Tradicción ( )
- No tendría ( )

**3 ¿Por qué no tendría este tipo de can?**

- Por miedo ( )
- Por su físico desagradable ( )
- Por su agresividad ( )

**4 ¿Cree usted que los perros Pitbull son una amenaza para el humano?**

Si ( )

No ( )

**5 ¿Te has relacionado con los perros Pitbull?**

Si ( )

No ( )

**6 ¿Qué experiencia ha tenido al relacionarte con esta raza canina?**

Desagradable ( )

Agradable ( )

Normal ( )

Excelente ( )

**7 ¿Por medio de que fuentes obtienen información acerca de estos canes?**

Noticias; tv, radio, periódicos ( )

Por terceras personas ( )

Redes sociales ( )

Otros ( )

**8 ¿Conoce usted en qué caso habitualmente suele mostrarse agresivo un Pitbull?**

Cuando hay Maltrato ( )

Cuando están bajo presión ( )

Cuando tratan de acariciarlos ( )

Cuando sienten presencias extrañas ( )

Por su naturaleza

**9 ¿A través de qué contenidos le gustaría aprender sobre esta temática?**

Escrito, periódicos, revistas. Infografías ( )

Audiovisual Videos educativos, reportajes.etc. ( )

Piezas de audio. Spots propagandísticos ( )

Charlas ( )

Anexo 4

HABITANTES ENCUESTADOS





## Anexo 5

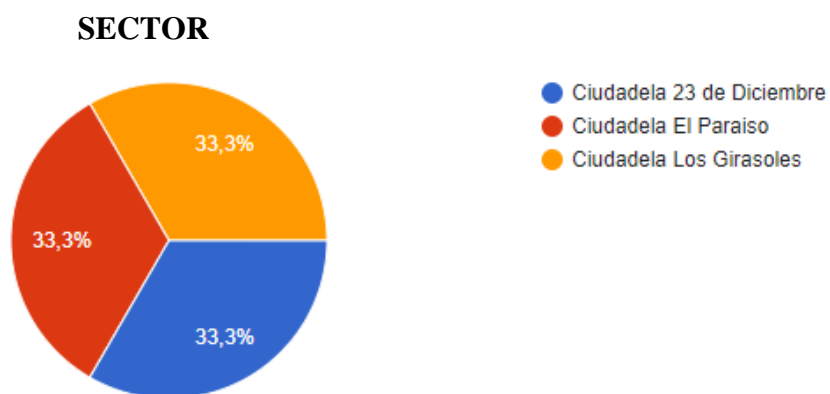
### ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

**Tabla 8. Sector**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ciudadela 23 de Diciembre	100	33,3
Ciudadela El Paraíso	100	33,3
Ciudadela Los Girasoles	100	33
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>99,9(100)</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya



**Gráfico 1**

Fuente: Tabla 8

#### Análisis e interpretación

Se seleccionó 300 habitantes de las ciudadelas; “Los Girasoles” “El paraíso” “23 de Diciembre”, que equivale al 33,3% de habitantes por cada sector. Para lograr resultados exactos y equilibrados se consideró que en cada ciudadela se debía encuestar un 33,3% de habitantes

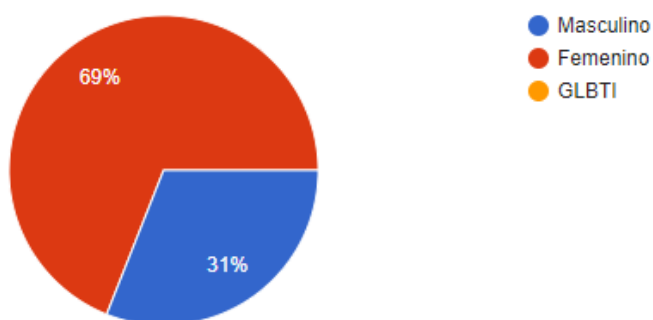
**Tabla 9. Género**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	93	31
Femenino	207	69
GBLTI	0	0
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Género



### Gráfico 2

Fuente: Tabla 9

### Análisis e interpretación

De los 300 habitantes encuestados, el 69% es de género femenino, el 31% género masculino. El género femenino resaltó en las encuestas, ya que mostraron mayor interés en el tema a tratar y más aún porque son amas de casa y se encontraban en el momento de realizar las encuestas.

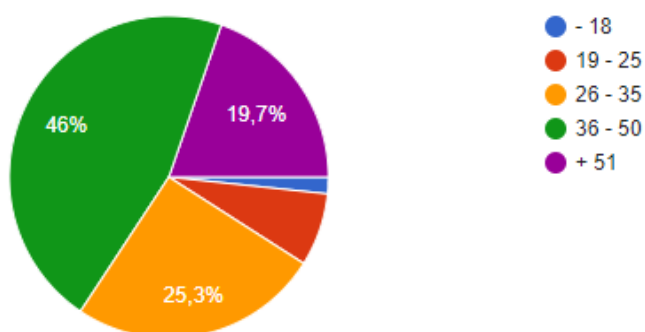
### Tabla 10. Edades

Opción	Frecuencia	Porcentaje
-18	5	1,7
19-25	22	7,3
26-35	76	25,3
36-50	138	46
+51	59	19,7
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Edades



### Gráfico 3

Fuente: Tabla 10

### Análisis e interpretación

Las edades de los encuestados corresponden al 1,7% menores de 18 años, 7,3% entre 19 a 25 años, 25,3% de 26 a 35 años, 46% de 36 a 50 años y el 19,7% mayores de 51 años. Las personas de 26 a 35 años de edad demostraron mayor interés en responder nuestras interrogantes ya que el tema sobre la raza canina Pitbull les parece relevante.

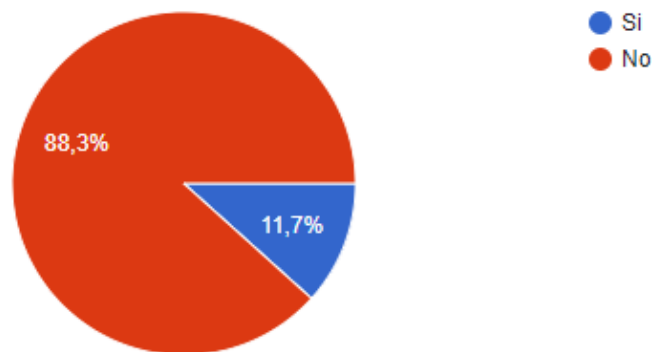
**Tabla 11. Existencia de perros *Pitbull* en los hogares.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	35	11,7
No	265	88,3
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

**Existencia de perros *Pitbull* en los hogares.**



### Gráfico 4

Fuente: Tabla 11

### Análisis e interpretación

Algunos habitantes manifiestan en un 11,7% que, si existen perros Pitbull en sus hogares, mientras que el 88,3% de habitantes encuestados respondieron que no existen en sus hogares estos canes. Los datos recolectados indican que existen pocos hogares con presencia y preferencia de perros pitbull como mascotas.

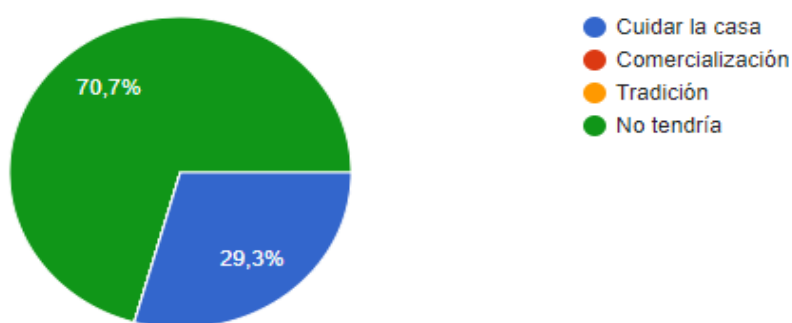
**Tabla 12. Razones por las que tendría perros *Pitbull*.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cuidar la casa	88	29,3
Comercialización	0	0
Tradición	0	0
No tendría	212	70,7
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

**Razones por las que tendría perros *Pitbull*.**



**Gráfico 5**

Fuente: Tabla 12

#### **Análisis e interpretación**

El 29,3% de los habitantes encuestados respondieron que una de las razones por las que tendrían un perro pitbull sería para cuidar la casa, y el 70,7% manifestó que no tendría este tipo de canes. Los resultados revelan que la mayoría de las personas no tendrían perros pitbull como mascotas, debido que hoy en día hay muchos mitos que circulan en la sociedad, reforzando la marginación de esta raza ante la sociedad civil.

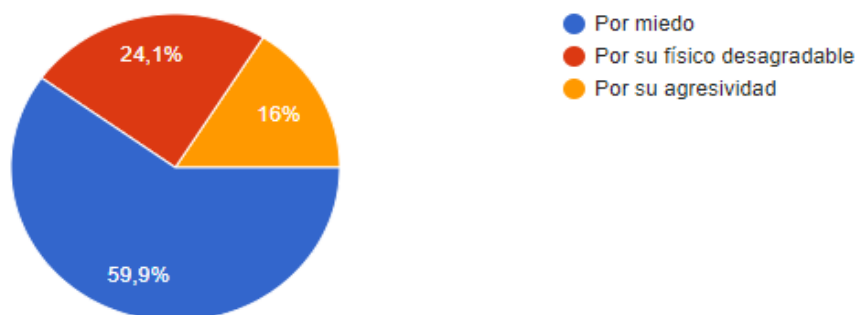
**Tabla 13. Razón por la cual tendría perros *Pitbull*.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Por miedo	127	59,9
Por su físico, desagradable	51	24,1
Por su agresividad	34	16
<b>Total</b>	<b>212</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Razón por la cual tendría perros *Pitbull*.



#### Gráfico 6

Fuente: Tabla 13

#### Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 59,9% respondió que no tendría perros pitbull por miedo, el 24,1% por su físico, desagradable y el 16% por su agresividad. Recolectando la información se dio a notar que la población seleccionada no tendría perros Pitbull por miedo, ya que parte de la población ha tenido experiencias desagradables con este tipo de canes; aparte la colectividad cree que no pondrían tenerlos viviendo en su hogar porque son muy “grandes y peligrosos”.

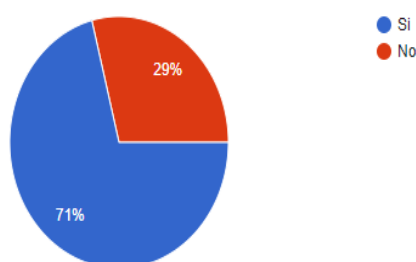
#### Tabla 14. Amenaza para el humano.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	213	71
No	87	29
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

#### Amenaza para el humano.



#### Gráfico 7

Fuente: Tabla 14

### **Análisis e interpretación**

El 29% de encuestados manifestaron que los perros Pitbull no son una amenaza para el ser humano, mientras que el 71% indicaron que si son una amenaza para la humanidad. Las respuestas de la mayoría de los encuestados nos indican que aún existe temor ante esta raza de canes, considerándola como una raza peligrosa para la sociedad.

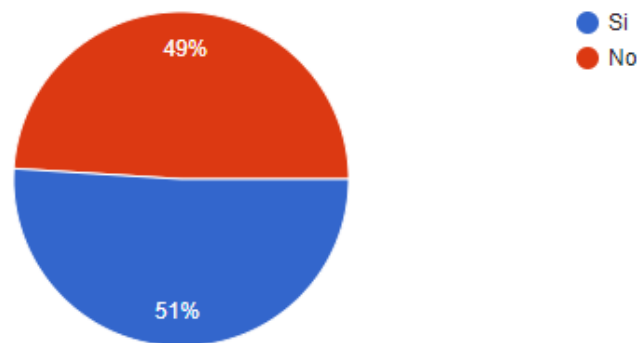
**Tabla 15. Relación con perros *Pitbull*.**

<b>Opción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	153	51
No	147	49
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

**Relación con perros *Pitbull*.**



### **Gráfico 8**

**Fuente: Tabla 15**

### **Análisis e interpretación**

Un 51% de la población encuestada manifestó que si se han relacionado con estos canes y el 49% indicaron que no se han relacionado con los perros Pitbull.

Los resultados nos indican que la mayoría de la población si se han relacionado con este tipo de raza canina, sin embargo, no existe gran diferencia de porcentaje con las personas que no han tenido relación con los canes, reforzando el hecho que casi la mitad de la población se basa en mitos o experiencias de terceros.

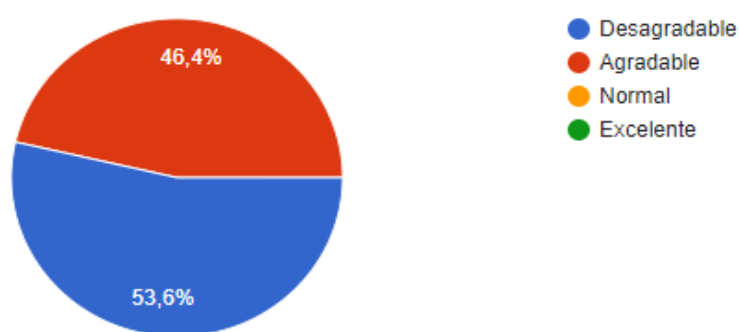
**Tabla 16. Experiencia al relacionarse con perros *Pitbull*.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Desagradable	82	53,6
Agradable	71	46,4
Normal	0	0
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

**Experiencia al relacionarse con perros *Pitbull*.**



**Gráfico 9**

Fuente: Tabla 16

### **Análisis e interpretación**

Del 51% de los encuestados que respondieron que sí se han relacionado con los perros Pitbull, el 53,6% indicaron que su experiencia al relacionarse con este tipo de raza canina fue desagradable, el 46,4% respondió que su experiencia fue agradable. Se puede denotar que la relación que existe entre las personas y los canes *Pitbull* no es agradable por motivos que no se reflejan en la presente investigación, esta población vendría a reflejar el 25% del universo total investigado.

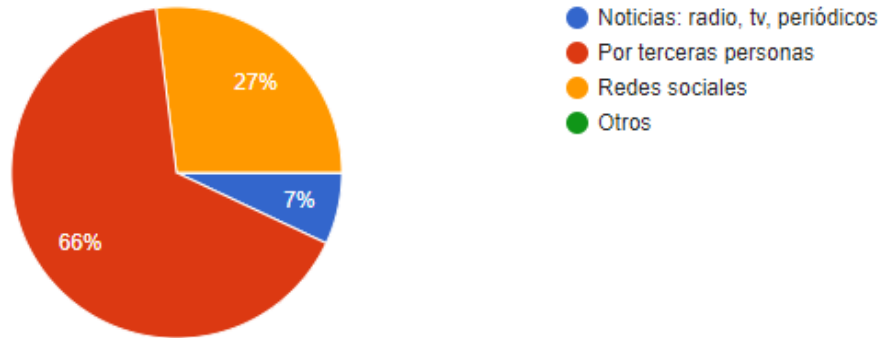
**Tabla 17. Medios de información.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Noticias; radio ,tv, periódicos	21	7
Por terceras personas	198	66
Redes Sociales	81	27
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Medios de información.



**Gráfico 10**

**Fuente: Tabla 17**

### Análisis e interpretación

Los encuestados mencionaron en un 7% que se informan acerca de los canes Pitbull por medio de noticias (tv, radio y periódico), 66% por terceras personas y el 27% a través de redes sociales, reforzando el hecho de que ellos no tienen contacto directo con la raza, por lo tanto, se demuestra que se basan en mitos de la sociedad.

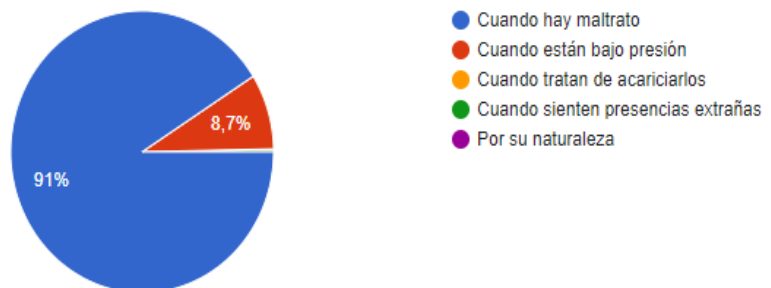
**Tabla 18. Casos de agresividad.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cuando hay maltrato	273	91
Cuando están bajo presión	26	8,7
Cuando tratan de acariciarlos	0	0
Cuando sienten presencias extrañas	0	0
Por su naturaleza	1	0,3
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Casos de agresividad.



**Gráfico 11**

**Fuente: Tabla 18**



### Análisis e interpretación

El 91% de personas encuestadas comentaron que habitualmente los perros Pitbull suelen mostrarse agresivos cuando hay maltrato, 8,7% cuando están bajo presión y el 0,3% por su naturaleza. Las respuestas nos indican que la reacción negativa de los canes, es causada por el mal comportamiento del ser humano hacia ellos, es decir, el animal actúa de tal manera cómo actúan con él.

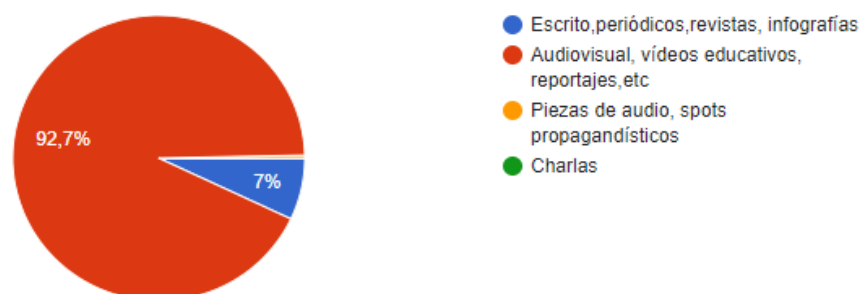
**Tabla 19. Medios de contenidos para aprender sobre esta temática.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Escrito, periódicos, revistas, infografías	21	7
Audiovisual, videos educativos, reportajes, etc.	278	92,7
Piezas audio, spots propagandísticos	1	0,3
Charlas	0	0
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alexandra Moya

### Medios de contenidos para aprender sobre esta temática.



### Gráfico 12

Fuente: Tabla 19

### Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron que les gustaría aprender sobre la raza canina Pitbull en un 7% escrito, periódicos, revistas, infografías, el 92,7% a través de audiovisual, videos educativos, reportajes y el 0,3% piezas audio, spots propagandísticos.

Las respuestas no indican que las personas tienen mayor interés para aprender sobre esta temática mediante contenidos audiovisuales, las mismas que nos concretan que la manera más directa de llegar con el mensaje hacia la población sobre temas de educación es a través de imágenes y sonidos que nos ayudan a estructurar nuestra propuesta investigativa.

## Anexo 6

### PLANTILLA DE ENTREVISTA

#### **PRESIDENTE DEL CLUB**

- ¿Cuál fue la necesidad de crear el club de pitbull en la ciudad de Santa Rosa?
- ¿Qué tiempo tiene el club?
- ¿Cada qué tiempo realiza campañas sobre la sensibilización canina de esta raza?
- ¿Qué tipos de estrategias comunicacionales utilizó para llegar a las personas?
- ¿Cuál ha sido la respuesta de la población?
- ¿Qué cosas han mejorado, a partir de la campaña?
- ¿Está de acuerdo usted que este tipo de raza sufra de mutilaciones?
- ¿Qué factores considera usted que son los causantes del rechazo social hacia estos canes?
  
- ¿Cuáles son las causas que usted considera que ocasionan la agresividad en esta raza?

#### **INSTRUCTOR DE CANINO FUERZAS ARMADAS**

- ¿De qué se trata el adiestramiento canino, especialmente en los perros pitbull?
- ¿A qué edad puede adiestrar a los perros de esta raza?
- ¿Qué cree usted que es la obediencia canina?
- ¿Qué métodos utiliza para el adiestramiento de esta raza?
- ¿Considera usted que es difícil educar a estos caninos?
- ¿Existen razas especialmente problemáticas en su comportamiento, si es así cuáles son?
- ¿Garantiza usted los buenos resultados de comportamiento de los perros `pitbull y/u obediencia canina?
- ¿Qué factores considera usted que son los causantes del rechazo social hacia estos canes?
  
- ¿Cuáles son las causas que usted considera que ocasionan la agresividad en esta raza?
  
- ¿Qué opina usted como instructor sobre la socialización del perro especialmente de la raza canina Pitbull ante la sociedad civil?
- ¿Cuál es su mejor experiencia con este tipo de raza?

#### **Dueños de un Pitbull.**

- ¿Cuándo llegó el perro a su hogar, cuál fue la reacción del canino?
- ¿Qué experiencia ha tenido usted, como dueño de este can?
- ¿Cómo es la manera de convivir del animal y las personas que lo rodean, ha mostrado alguna agresividad?
- ¿Qué fuentes de información usa de modo personal para adiestrar o convivir con su perro?
- ¿Qué tipo de actividades propondría para concientizar a la ciudadanía en general sobre los pitbulls?
- ¿Qué factores considera usted que son los causantes del rechazo social hacia estos canes?
  
- ¿Cuáles son las causas que usted considera que ocasionan la agresividad en esta raza?

## Anexo 7

### PLANTILLA DE FOCUS GROUP



#### Objetivos:

- Determinar los factores que causan el rechazo hacia la raza canina Pitbull.
- Seleccionar el producto comunicacional que permita la sensibilización y transmisión de información para la desmitificación de los Pitbulls.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Qué tipo de raza de perros conocen?	
2. ¿Cuál de las razas que han mencionado consideran que son los más agresivos? ¿Por qué?	
3. ¿Qué opinan sobre la raza pitbull?	
4. ¿Qué sentimiento o sensación reflejan cuando ven a un perro pitbull?	
5. ¿Conocen o han pasado por momentos incómodos con perros de raza pitbull?	
6. ¿Por qué creen ustedes que la sociedad rechaza a esta raza de canes?	
7. ¿A través de qué medios les gustaría informarse más sobre este tipo de raza canina?	
Otras Observaciones:	

Anexo 8

**PERMISO PARA LA REALIZACIÓN DEL *FOCUS GROUP*  
ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA “JACINTO GRANDA PAREDES”**

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 

Oficio S/N  
Santa Rosa, 06 de Diciembre del 2018

Señor  
Lic. Javier Pesantes  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA JACINTO GRANDA PAREDES.**  
En su Despacho.-

De mis consideraciones:


Por medio del presente me dirijo a su despacho para expresarle un atento y cordial saludo, a su vez aprovecho la oportunidad para solicitarle que se me permita de la manera más comedida ingresar a la institución educativa que usted labora como director, así mismo realizar un focus group con los alumnos del séptimo año de educación básica con tema "Pitbull una raza marginada".

Esperando que se me brinde la ayuda necesaria, de tal manera poder tomar fotografías, solicitud que le formulo en vista de que me encuentro realizando mi tesis para egresar en la Universidad Técnica de Machala en la carrera de Comunicación Social, Unidad Académica de Ciencias Sociales.

Por la gentil atención que se digne dar al presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.

Atentamente,

Alexandra Nataly Moya Cuenca  
C.C: 0704405471  
SOLICITANTE

Recibido 

Anexo 9

*FOCUS GROUP*

ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA “JACINTO GRANDA PAREDES”

Y CIUDADELA “LOS GIRASOLES”



Anexo 10

REGISTRO DE ASISTENCIA

ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA “JACINTO GRANDA PAREDES” Y CIUDADELA “LOS GIRASOLES”

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
TRABAJO DE TITULACIÓN

Técnica de investigación: Focus Group  
Estudiante de proceso de titulación: Alexandra Moya

Lista de asistencia

Estudiantes			
N°	Nombre	Curso	Firma
1	Jesús Torres	7º sep año	[Firma]
2	Michael	7º sep año	[Firma]
3	Amador	7º sep año	[Firma]
4	Juliana	7º sep año	[Firma]
5	Michael	7º sep año	[Firma]
6	Judson	7º sep año	[Firma]
7	José	7º sep año	[Firma]
8	Melby	7º sep año	[Firma]
9	Benito	7º sep año	[Firma]
10	Esteban	7º sep año	[Firma]
11	Carlos	7º sep año	[Firma]
12	David	7º sep año	[Firma]
13	Diana	7º sep año	[Firma]
14	Marcel	7º sep año	[Firma]
15	Yanina	7º sep año	[Firma]
16	Lady	7º sep año	[Firma]
17	Esteban	7º sep año	[Firma]
18	José	7º sep año	[Firma]
19	Leina	7º sep año	[Firma]
20			

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
TRABAJO DE TITULACIÓN

Técnica de investigación: Focus Group  
Estudiante de proceso de titulación: Alexandra Moya

Lista de asistencia

Habitantes de la ciudadela “Los Girasoles”

N°	Nombre	N° cédula	Firma
1	Wilson	070658233-7	[Firma]
2	David	07063206-3	[Firma]
3	KERLY	070582989-1	[Firma]
4	Laura	070284736-9	[Firma]
5	Piedad	070656733-4	[Firma]
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			

Anexo 10

PLANTILLA DE *FOCUS GROUP*  
PRESENTACIÓN DEL REPORTAJE AUDIOVISUAL

**Objetivo:** Presentar el producto audiovisual a un grupo de personas para registrar sus diferentes reacciones.

<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>1. ¿Qué les pareció este tipo de propuesta para la sensibilización canina sobre la raza Pitbulls?</b>	
<b>2. ¿Qué mensaje recibieron de este reportaje?</b>	
<b>3. ¿En qué medios les gustaría ver este tipo de reportajes?</b>	
<b>4. ¿Con campañas se puede mejorar la perspectiva social ante los canes Pitbulls?</b>	
<b>5. Después de haber visto este reportaje. ¿Qué opinan de la raza canina Pitbull?</b>	
<b>Otras Observaciones:</b>	

**Anexo 11**

***FOCUS GROUP***

**PRESENTACIÓN DEL REPORTAJE AUDIOVISUAL  
ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA “JACINTO GRANDA PAREDES” Y  
CIUDADELA “LOS GIRASOLES”**

