

FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de Ciencias y Tecnologías de la
Comunicación

Tesis

**Estereotipos raciales en los contenidos de redes
sociales de Saga Falabella y Ripley de Perú**

Susan Caso Ramirez

Yesseira Stephani Porras Ramos

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Ciencias y Tecnologías de
la Comunicación

Huancayo, 2023

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TESIS

A : Eliana Carmen Mory Arciniega
Decano de la Facultad de Humanidades

DE : Ruben Dario Alania Contreras
Asesor de tesis

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de tesis

FECHA : 27 de Diciembre de 2023

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado asesor de la tesis titulada: "Estereotipos raciales en los contenidos de redes sociales de Saga Falabella y Ripley de Perú", perteneciente al/la/los/las estudiante(s) Susan Caso Ramirez y Yesseira Stephani Porras Ramos, de la E.A.P. de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación; se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores (Nº de palabras excluidas: 20) SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que la tesis constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



Asesor de tesis

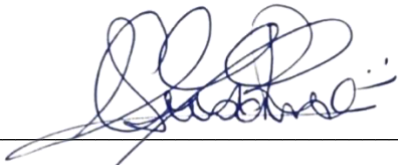
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, Susán Caso Ramírez, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 71724157, de la E.A.P. de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación de la Facultad de Humanidades la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La tesis titulada: "Estereotipos raciales en los contenidos de redes sociales de Saga Falabella y Ripley de Perú", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias y Tecnologías de la Comunicación.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

27 de diciembre de 2023.



Susan Caso Ramirez
DNI. No. 71724157

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, Yesseira Stephani Porras Ramos, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 70305896, de la E.A.P. de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación de la Facultad de Humanidades la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

5. La tesis titulada: "Estereotipos raciales en los contenidos de redes sociales de Saga Falabella y Ripley de Perú", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias y Tecnologías de la Comunicación.
6. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
7. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
8. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

27 de diciembre de 2023.



Yesseira Stephani Porras Ramos

DNI. No. 70305896

TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	idus.us.es Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	

1 %

10

revistas.urp.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

11

www.slideshare.net

Fuente de Internet

1 %

12

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de
Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

14

copred.cdmx.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

15

core.ac.uk

Fuente de Internet

<1 %

16

Submitted to Universidad Tecnologica de
Honduras

Trabajo del estudiante

<1 %

17

ddd.uab.cat

Fuente de Internet

<1 %

18

miguelbm07.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

19

Submitted to SUNY, Binghamton

Trabajo del estudiante

<1 %

20

Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD
AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA

Trabajo del estudiante

<1 %

21

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

22

Submitted to Universidad de Lima

Trabajo del estudiante

<1 %

23

cdn.www.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

25

repositorio.une.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

26

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1 %

27

escort.guide

Fuente de Internet

<1 %

28

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

29

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

30

idoc.pub

Fuente de Internet

<1 %

31

www.parana.gov.ar

Fuente de Internet

<1 %

32

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

33

repositorio.unjfsc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

34

www.dialogoshumanos.pe

Fuente de Internet

<1 %

35

enlinea.pe

Fuente de Internet

<1 %

36

repositorio.unapiquitos.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

37

repository.unimilitar.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

Resumen

La investigación tuvo como objetivo diferenciar los estereotipos raciales de los protagonistas en los contenidos publicados por las redes sociales de Saga Falabella y Ripley de Perú en un cuatrimestre de 2022. El estudio fue de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, longitudinal, descriptivo simple. La muestra estuvo constituida por los contenidos publicitarios emitidos en los meses de julio, agosto, setiembre y octubre del 2022 por las dos cadenas de tiendas por departamentos más importantes del país; como técnica de selección se aplicó el muestreo censal. Para la investigación y creación del instrumento, denominado Ficha de análisis de contenidos de estereotipos raciales en los contenidos de redes sociales, se contemplaron las dimensiones fenotipo y rol, que refieren a las características físicas y comportamentales que se asocian a un grupo racial. Como resultado principal se halló que existen diferencias significativas en los estereotipos raciales de los contenidos sociales de las empresas Saga Falabella y Ripley Perú. Esto se evidencia en el valor calculado del chi cuadrado (20.48) es mayor que su valor teórico y el valor p (0) es menor que el nivel de significación de .05. Se concluye que en los contenidos publicitarios de ambas tiendas por departamento predomina el estereotipo racial caucásico como ideal de belleza; comparativamente, existe una mayor y significativa predominancia en los contenidos de Ripley. Los estereotipos idealizados no representan a la gran mayoría del público objetivo al que se dirigen.

Palabras claves: estereotipos, fenotipo, rol, racismo, discriminación.

Abstract

The objective of the research was to differentiate the racial stereotypes of the protagonists in the contents published by the social networks of Saga Falabella and Ripley of Peru in a four-month period of 2022. The research had a quantitative approach and a non-experimental, longitudinal, simple descriptive design. The sample consisted of the advertising content broadcast in the months of July, August, September and October 2022 by the two most important department store chains in the country; census sampling was applied as a selection technique. For the investigation and creation of the instrument, called the Racial Stereotype Content Analysis Sheet in Social Network Content; The phenotype and role dimensions were considered, which refer to the physical and behavioral characteristics that are associated with a racial group. As a main result, it was found that there are significant differences in the racial stereotypes of the social contents of the companies Saga Falabella and Ripley Peru, represented in the calculated value of the chi square (20.48) is greater than its theoretical value and the value p (0) is less than the .05 significance level. It is concluded that in the advertising content of both department stores the Caucasian racial stereotype predominates as an ideal of beauty, comparatively there is a greater and significantly predominance in Ripley's content. Idealized stereotypes do not represent the vast majority of the target audience to which they are addressed.

Key words: stereotypes, phenotype, role, racism, discrimination

ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Abstract.....	5
ÍNDICE.....	6
Índice de Tablas.....	9
Índice de Figuras	10
Introducción.....	11
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	13
1.1 Planteamiento del problema de investigación.....	13
1.2 Formulación del problema de investigación.....	17
1.2.1 Problema general	17
1.2.2 Problemas específicos.....	17
1.3 Objetivos.....	17
1.3.1 Objetivo general	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Hipótesis	18
1.4.1 Hipótesis general	18
1.4.2 Hipótesis específicas.....	18
1.4.3 Operacionalización de las variables	18
1.5 Justificación	20
1.5.1 Justificación práctica	20
1.5.2 Justificación teórico-científica.....	20
1.5.3 Justificación metodológica	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.1.1. Internacionales.....	22
2.1.2. Nacionales	24
2.1.3. Locales.....	25

2.2.1. Fundamentos desde las ciencias de la comunicación	27
2.2.2. Estereotipos	29
2.2.3. Teoría de la identidad social y la categorización del yo.....	31
2.2.4. Dimensiones de estereotipo racial	32
2.3. Definición de términos básicos.....	32
CAPÍTULO III	35
DISEÑO METODOLÓGICO	35
3.1 Métodos y alcances de la investigación.....	35
3.1.1 Método.....	35
3.1.2 Alcance	35
3.2 Tipo de investigación.....	36
3.3 Diseño de la investigación.....	36
3.4 Población	37
3.4.1 Criterios de inclusión.....	37
3.4.2 Criterios de exclusión	38
3.5 Muestra	38
3.5.1 Tipo de muestreo	39
3.6 Técnica de recolección de datos	39
3.7 Instrumento de recolección de datos	40
3.8 Técnica de análisis de datos.....	43
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1 Descripción de las variables sociodemográfica.....	44
4.1.1 Características generales de los contenidos sociales de redes sociales	44
4.2 Descripción de las dimensiones.....	46
4.2.1 Fenotipo (características físicas de los protagonistas de los contenidos).....	46
4.2.2. Rol (funciones que cumplen los protagonistas en los contenidos).....	53
4.3 Prueba de hipótesis	57
4.3.1 Contraste estadístico de la hipótesis general	57
4.3.2 Contraste estadístico de la primera hipótesis específica.....	60
4.3.3 Contraste estadístico de la segunda hipótesis específica.....	62
4.4 Discusión de resultados	65
CONCLUSIONES.....	72

RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS	76
ANEXOS	83
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	83
Anexo 2: Ficha de análisis de contenidos de estereotipos raciales en los contenidos de redes sociales	84
Anexo 3: Validez y confiabilidad de expertos	88
Anexo 4: Juicio de expertos.....	90
Anexo 5: Evidencias de la aplicación del instrumento	108

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable de investigación.....	19
Tabla 2 Validez de contenido genérica con V de Aiken (n = 9)	88
Tabla 3 Validez de contenido específica – Pertinencia con V de Aiken (n = 9).....	88
Tabla 4 Validez de contenido específica – Relevancia con V de Aiken (n = 9)	89
Tabla 5 Validez de contenido específica – Claridad con V de Aiken (n = 9)	89
Tabla 6 Red social de los contenidos sociales.....	44
Tabla 7 Tipo de pieza de los contenidos sociales.....	44
Tabla 8 Número de personas en los contenidos sociales.....	44
Tabla 9 Sexo de los protagonistas	45
Tabla 10 Etapa de la vida de los protagonistas.....	45
Tabla 11 Producto que anuncian los contenidos sociales.....	46
Tabla 12 Estatura de los protagonistas	47
Tabla 13 Biotipo de los protagonistas	48
Tabla 14 Fototipo de los protagonistas.....	49
Tabla 15 Color de ojos de los protagonistas.....	50
Tabla 16 Color de cabello de los protagonistas.....	51
Tabla 17 Grupo racial de los protagonistas	52
Tabla 18 Vestuario de los protagonistas.....	53
Tabla 19 Escenario de los contenidos sociales.....	54
Tabla 20 Rasgo del protagonista	55
Tabla 21 Objetivo de los protagonistas	56
Tabla 22 Evaluación de la significación estadística de la diferencia de estereotipos raciales	59
Tabla 23 Evaluación de la significación estadística de las categorías de interés de los estereotipos raciales del fenotipo caucásico	62
Tabla 24 Evaluación de la significación estadística de las categorías de interés de los estereotipos raciales del rol de ideal de belleza.....	64

Índice de Figuras

Figura 1 Estatura de los protagonistas	47
Figura 2 Biotipo de los protagonistas	48
Figura 3 Fototipo de los protagonistas	49
Figura 4 Color de ojos de los protagonistas	50
Figura 5 Color de cabello de los protagonistas.....	51
Figura 6 Grupo racial de los protagonistas.....	52
Figura 7 Vestuario de los protagonistas	54
Figura 8 Escenario de los contenidos sociales.....	55
Figura 9 Rasgo del protagonista	56
Figura 10 Objetivo de los protagonistas	57
Figura 11 Prueba Z de Gauss para la estatura alta de Saga Falabella	59
Figura 12 Prueba Z de Gauss para la estatura alta de Saga Falabella	61
Figura 13 Prueba Z de Gauss para el vestuario casual de Saga Falabella.....	64