

## **CAPITULO II**

### **TRABAJO DE CAMPO**

# **DIAGNÓSTICO DE LA INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN SENSACIONALISTAS EN LA OPINIÓN PÚBLICA SALVADOREÑA, RESPECTO A LA IMAGEN DE LA MUJER.**

### **2.1 Objetivo de la Investigación**

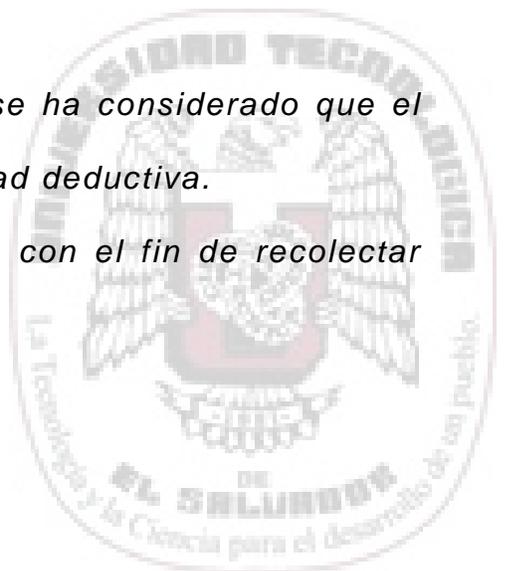
*Obtener la información necesaria que permita determinar el grado de incidencia de los programas sensacionalistas de la televisión en la opinión pública salvadoreña, respecto a la imagen de la mujer.*

### **2.2 Tipo de Investigación**

- *Descriptiva.*
- *Propósito contar con información cuantitativa y cualitativa.*

*Debido al contenido de la investigación, se ha considerado que el tipo de estudio es descriptivo con modalidad deductiva.*

*Se realizó una investigación bibliográfica, con el fin de recolectar información que sustente el estudio.*



Además, se realizó una investigación de campo a través de una encuesta, con el propósito de contar con información cuantitativa y cualitativa, por parte de la población salvadoreña para determinar el grado de incidencia de los programas de televisión sensacionalistas. Así también, se entrevistó a las personas encargadas de la programación de los distintos canales de televisión que transmiten programas sensacionalistas.

### **2.3 Unidades de Análisis**

#### **2.3.1 Sujetos de Estudio**

Los sujetos de estudio son hombres y mujeres que oscilan entre las edades de 21 a 45 años residentes en el municipio de San Salvador.

#### **2.3.2 Objetos de Estudio**

Son los programas sensacionalistas de la televisión, específicamente los “talk shows”.

### **2.4 Determinación del Universo y Muestra**

#### **2.4.1 Universo**

El universo está formado por el total de habitantes que oscilen entre 21-45 años residentes en el municipio de San Salvador en el cual es de 203,660, (dato proporcionado por Estadísticas y Censos).



### 2.4.2 Muestra

Se selecciona la muestra de acuerdo el total de la población de San Salvador utilizando la forma finita.

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N-1) e^2 + 2^2 pq}$$

Donde:

$$n =$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$N = 203,660$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(203,660)}{(203,660 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.50)(0.50)(203,660)}{(203,659) (0.0025) + (3.8416) (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{195595.064}{509.1475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{195595.064}{510.1379}$$

$$n = 383 \text{ Casos.}$$



## **2.5 Diseño del Cuestionario**

*El principal instrumento para la recolección de información, es el cuestionario el cual consta de 16 preguntas, el cual fue diseñado en forma clara de fácil comprensión la estructura es la siguiente:*

- **Encabezado.** *Contiene la identificación de la Universidad con su respectivo logotipo.*
- **Objetivo.** *El objetivo básico del cuestionario, con el fin que la población conozca las pretensiones y la información que desea recabar.*
- **Datos Generales.** *el cual comprende la información general del encuestado entre ellas: edad, sexo, nivel educativo, estado civil.*
- **Preguntas medulares.** *Son 14 preguntas cerradas y 2 abiertas, con las cuales se obtuvo la información necesaria para la investigación.*

## **2.6 Tabulación de Datos**

*Se presentan cuadros y gráficos, los análisis de los resultados obtenidos en las encuestas.*



## 2.7 Análisis de los Datos Generales

### 1. SEXO:

- *Masculino* 192
- *Femenino* 192

### 2. EDAD

- *De 21 a 25 años.* 154
- *De 26 a 30 años.* 90
- *De 31 a 35 años.* 69
- *De 36 a 40 años.* 34
- *De 41 a 45 años.* 37

### 3. NIVEL EDUCATIVO

- *Bachiller* 65
- *Técnico* 114
- *Universitario* 63
- *Profesional* 61

### 4. ESTADO CIVIL

- *Soltero* 182
- *Casado* 98



- *Divorciado* 5
- *Viudo* 7
- *Acompañado* 92

### 5.ZONA DE SAN SALVADOR

- *Ciudad Delgado* 45
- *Colonia Monserrat* 31
- *Zacamil* 39
- *Colonia Miramonte* 28
- *Colonia La Cima* 16
- *Colonia Miralvalle* 25
- *Colonia Centroamérica* 9
- *San Ramón* 10
- *San Jacinto* 21
- *Colonia Ferrocarril* 14
- *Cuscatancingo* 37
- *Colonia Dina* 9
- *Colonia Escalón* 29
- *Metrópolis* 40
- *Ayutuxtepeque* 31



## 2.8 ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

### PREGUNTA No. 1

*¿Ha visto alguna vez talk shows o programas hablados?*

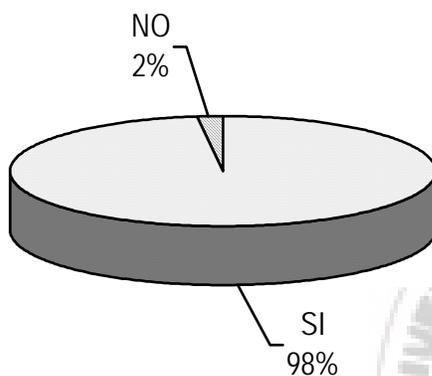
### OBJETIVO DE LA PREGUNTA

- Conocer si la población le gusta ver los talk shows.

### CUADRO No. 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
1. Sí	375	98%
2. No	9	2%
TOTAL	384	100%

### GRÁFICO 1



### ANÁLISIS

Los datos muestran que los programas investigados tienen gran número de espectadores, los que puede relacionarse con la incidencia de los mensajes.



**PREGUNTA No.2**

¿Cuál de los talk shows ha visto?

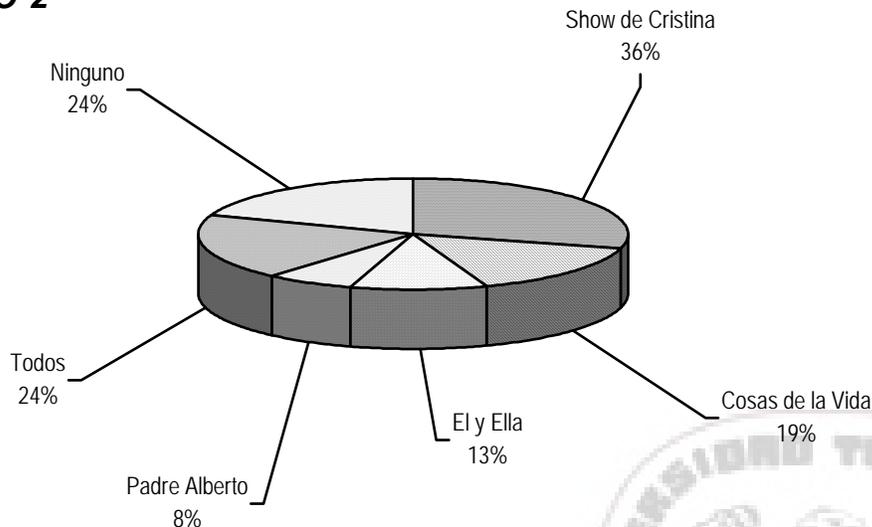
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- Conocer cuál de los talk shows prefieren los televidentes

**CUADRO No. 2**

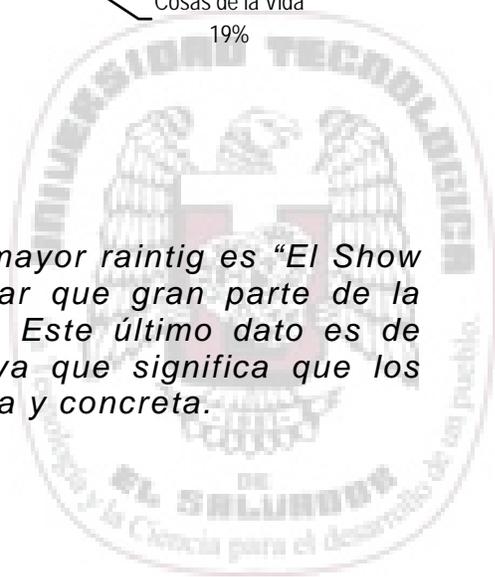
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
1. Show de Cristina	138	36%
2. Cosas de la Vida	73	19%
3. El y Ella	49	13%
4. Padre Alberto	33	8%
5. Todos	91	24%
6. Ninguno	-	24%
TOTAL	384	100%

**GRÁFICO 2**



**ANÁLISIS**

Las cifras reflejan que el talk shows con mayor raintig es “El Show de Cristina”, aunque es importante indicar que gran parte de la población encuestada los ha visto todos. Este último dato es de gran importancia para la investigación, ya que significa que los sujetos de estudio darán información crítica y concreta.



**PREGUNTA No.3**

*¿Cada Cuánto ve el programa?*

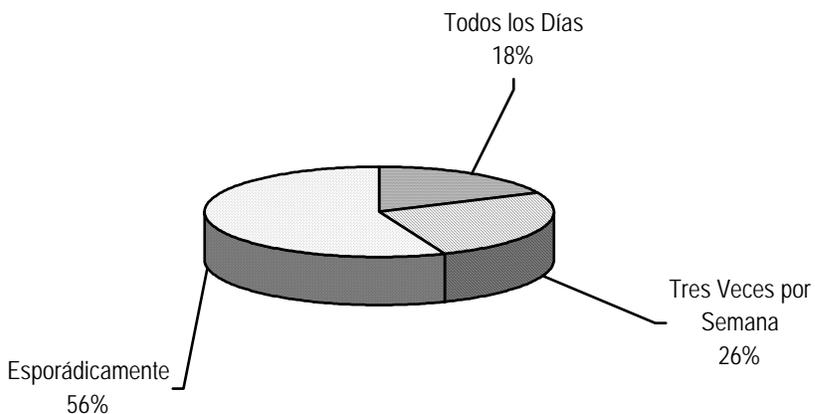
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Determinar la frecuencia con que la población ven los talk shows.*

**CUADRO No. 3**

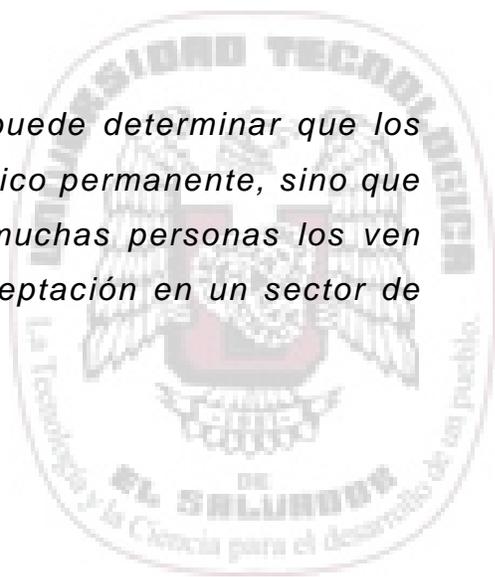
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
<i>1. Todos los días</i>	69	18
<i>2. Tres veces por semana</i>	101	26
<i>3. Esporádicamente</i>	214	56
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO 3**



**ANÁLISIS**

*De acuerdo con los datos obtenidos, se puede determinar que los programas en estudio no cuentan con público permanente, sino que de forma esporádica. Sin embargo, hay muchas personas los ven semanalmente, lo cual nos muestra su aceptación en un sector de la población.*



**PREGUNTA No.4**

¿Considera que el horario en que son transmitidos estos programas son adecuados?

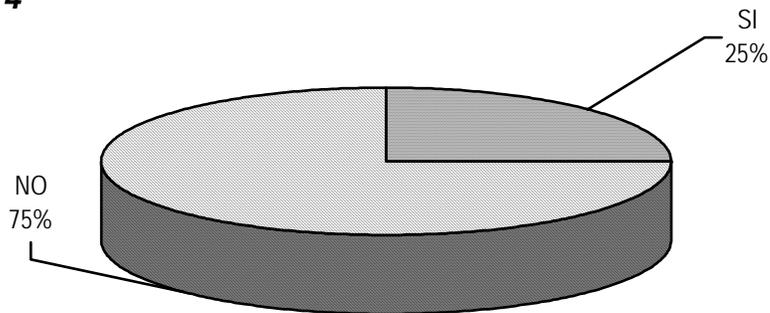
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- Conocer la opinión de la población sobre el horario en el cual están siendo transmitidos los talk shows.

**CUADRO No. 4**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	95	25
2. NO	289	75
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 4**



**ANÁLISIS**

Las estadísticas reflejan que la mayoría de personas están en desacuerdo con los horarios de transmisión de los programas sensacionalistas. Esto podría deberse al hecho de que los menores aún están despiertos cuando los talk shows son presentados, y sus contenidos son polémicos.



**PREGUNTA No.5**

*¿Qué opinión le merecen los talk shows?*

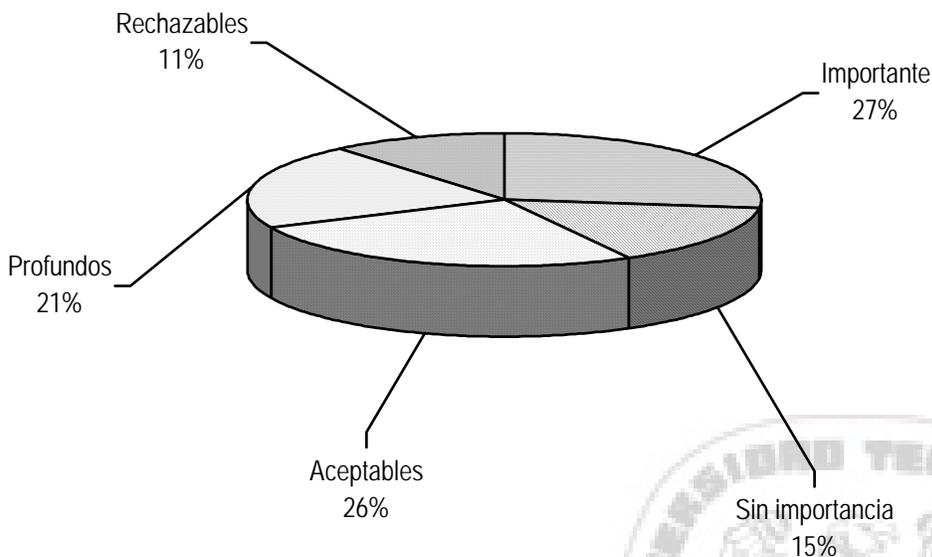
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Determinar el grado de atención que generan los talk shows a la población.*

**CUADRO No. 5**

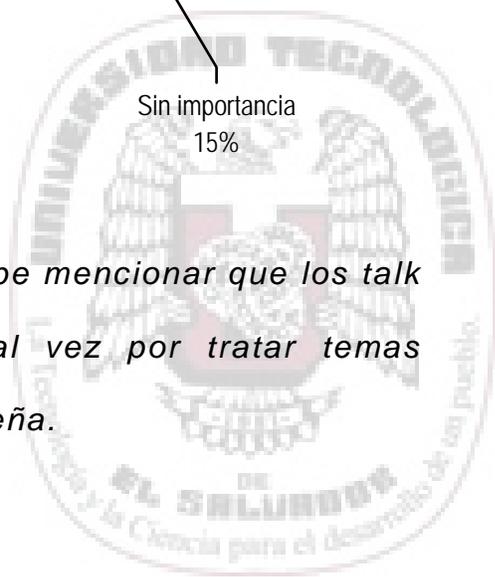
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. <i>Importante</i>	103	27
2. <i>Sin importancia</i>	58	15
3. <i>Aceptables</i>	99	26
4. <i>Profundos</i>	82	21
5. <i>Rechazables</i>	42	11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 5**



**ANÁLISIS**

*De acuerdo con los datos obtenidos se debe mencionar que los talk shows son considerados importantes, tal vez por tratar temas reales y comunes en la sociedad salvadoreña.*



**PREGUNTA No.6**

*¿Cree que los problemas discutidos en los talk shows se dan en la sociedad salvadoreña?*

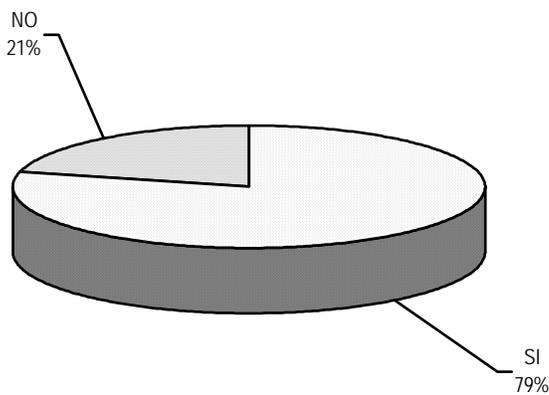
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Conocer si para la población salvadoreña la problemática que presentan los talk shows forman parte de la realidad salvadoreña.*

**CUADRO No. 6**

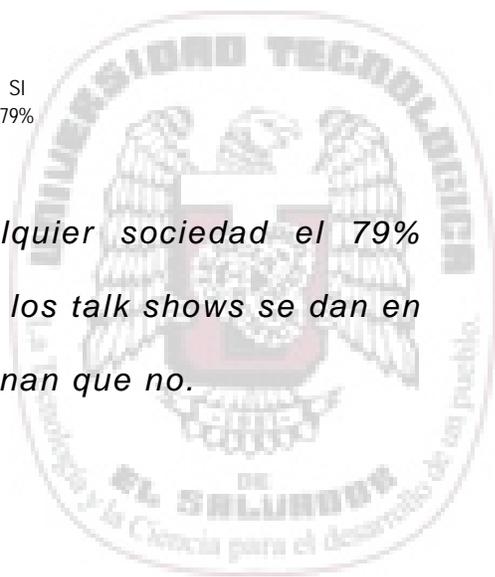
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	302	79
2. NO	82	21
TOTAL	384	100%

**GRAFICO 6**



**ANÁLISIS**

*Por tratar temas que se dan en cualquier sociedad el 79% considera que los problemas discutidos en los talk shows se dan en la sociedad salvadoreña y sólo un 21% opinan que no.*



**PREGUNTA No.7**

*¿Cómo considera qué es el lenguaje que se utiliza en los talk shows?*

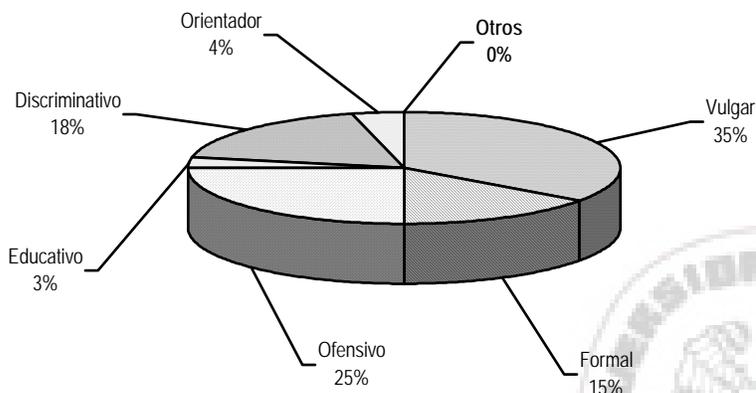
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Conocer cómo considera la población que es el lenguaje que se utiliza en los talk shows.*

**CUADRO No. 7**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. <i>Vulgar</i>	136	35
2. <i>Formal</i>	57	15
3. <i>Ofensivo</i>	95	25
4. <i>Educativo</i>	12	3
5. <i>Discriminatorio</i>	68	18
6. <i>Orientador</i>	16	4
7. <i>Otras</i>	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 7**



**ANÁLISIS**

*Las cifras demuestran que el lenguaje utilizado en los programas sensacionalistas es inadecuado y en su mayoría vulgar. Esto puede ser uno de los motivos por los que los encuestados consideran inapropiados los horarios de transmisión.*



**PREGUNTA No.8**

*¿Cree que los salvadoreños imitamos los comportamientos de las personas que se ven inmersos en los diversos problemas que se presentan en los talk shows?*

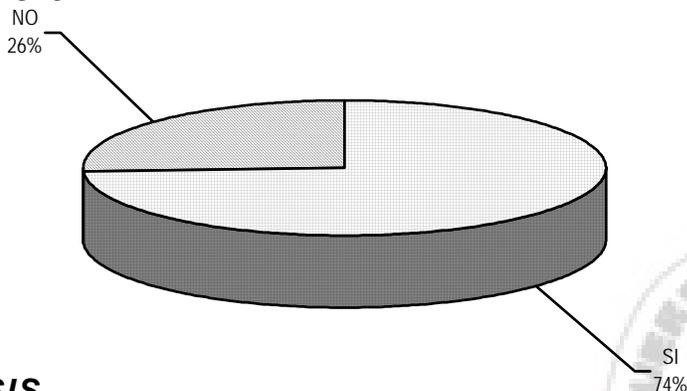
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Determinar si los salvadoreños imitamos comportamientos ajenos, los cuales presentan los talk shows.*

**CUADRO No. 8**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	283	74
2. NO	101	26
TOTAL	384	100%

**GRAFICO 8**



**ANÁLISIS**

*Los resultados indican que la población encuestada considera que los salvadoreños imitan comportamientos de otras culturas. Esto refuerza que los talk shows tienen incidencia en los televidentes.*



### **PREGUNTA No.9**

*¿Ha observado a personas que imitan comportamientos que se ven en los talk shows?*

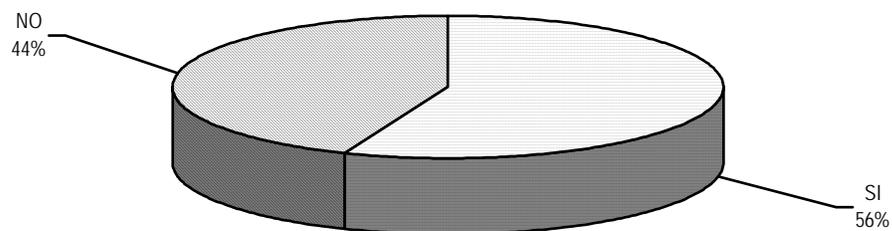
### **OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Determinar si se da con frecuencia que personas imiten comportamientos que se ven en los talk shows.*

### **CUADRO No. 9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	216	56
2. NO	168	44
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

### **GRAFICO 9**



### **ANÁLISIS**

*De acuerdo con los resultados obtenidos, es frecuente observar a personas que repiten actitudes que se presentan en los programas hablados.*



**PREGUNTA No.10**

*¿A quiénes ha observado que imitan comportamientos que se ven en los talk shows?*

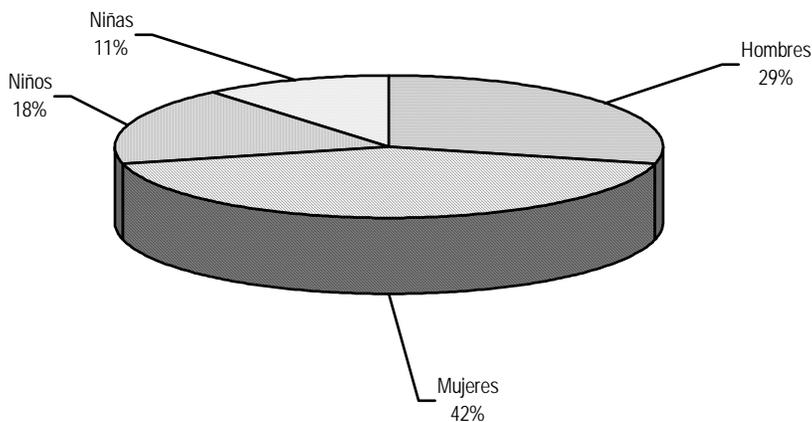
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- Conocer quiénes son los que mayormente imitan comportamientos observados en los talk shows.

**CUADRO No. 10**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. Hombres	111	29
2. Mujeres	160	42
3. Niños	69	18
4. Niñas	44	11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Grafico 10**



**ANÁLISIS**

*Las personas encuestadas consideran que las mujeres son mayormente influenciadas por los talk shows. En este rubro, es necesario considerar cuál es la imagen que se presenta de la mujer. De ello dependerá en gran manera el comportamiento de las mujeres que sintonizan estos programas.*



**PREGUNTA No.11**

*Desde su punto de vista ¿Cómo considera que se enfoca el papel de la mujer en los talk shows?*

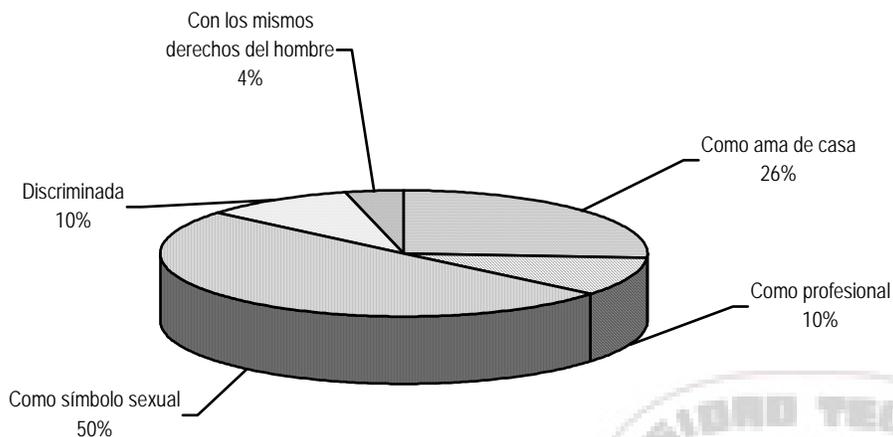
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Conocer cómo es vista la mujer dentro de la sociedad a través del enfoque que se da en los talk shows.*

**CUADRO No. 11**

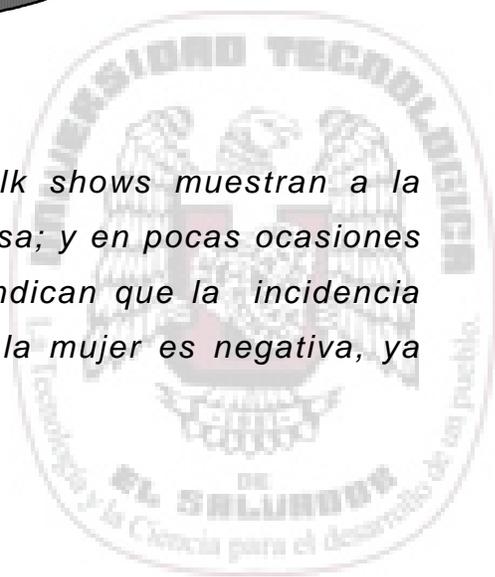
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. <i>Como ama de casa.</i>	99	26
2. <i>Como profesional.</i>	37	10
3. <i>Como símbolo sexual.</i>	192	50
4. <i>Discriminada</i>	40	10
5. <i>Con los mismos derechos del hombre.</i>	16	4
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 11**



**ANÁLISIS**

*Las cifras permiten observar que los talk shows muestran a la mujer como un símbolo sexual; ama de casa; y en pocas ocasiones como una profesional. Estos resultados indican que la incidencia en la población respecto a la imagen de la mujer es negativa, ya que es denigrante.*



**PREGUNTA No.12**

*¿Cree usted que los talk shows estimulan a la mujer para que rompa el patrón cultural de ser ama de casa y se desenvuelva en otras actividades?*

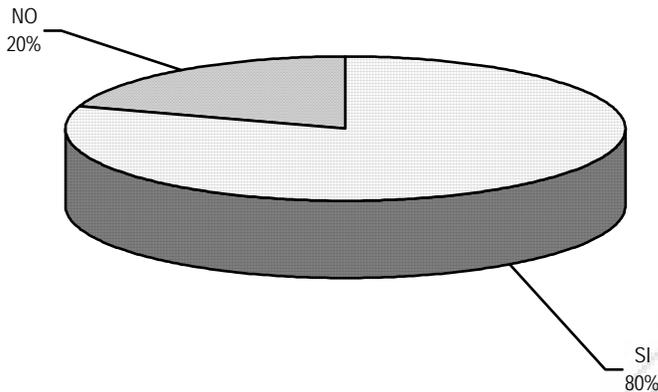
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Conocer si a través de los talk shows la mujer salvadoreña ha sido estimulada para que se desenvuelvan en otras actividades y dejar de ser la tradicional ama de casa.*

**CUADRO No. 12**

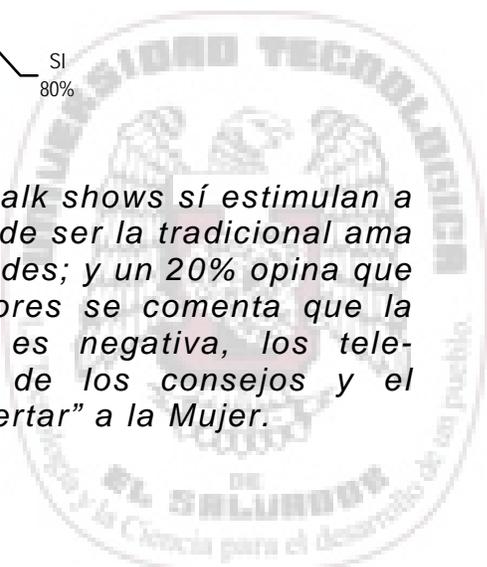
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	306	80
2. NO	78	20
TOTAL	384	100%

**GRAFICO 12**



**ANÁLISIS**

*El 80% de la población considera que los talk shows sí estimulan a la mujer para que rompa el patrón cultural de ser la tradicional ama de casa y se desenvuelva en otras actividades; y un 20% opina que no. A pesar de que en preguntas anteriores se comenta que la Imagen de la Mujer que se presenta es negativa, los tele-espectadores consideran que a través de los consejos y el tratamiento de los problemas, hacen “despertar” a la Mujer.*



### **PREGUNTA No.13**

*¿Considera que los talk shows dañan la imagen de la mujer?*

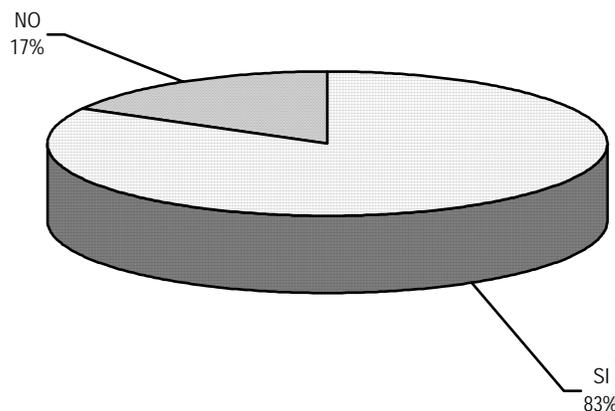
### **OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- *Determinar si por el contenido de los talk shows se daña la imagen de la mujer.*

### **CUADRO No. 13**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. SÍ	319	83
2. NO	65	17
TOTAL	384	100%

### **GRAFICO 13**



### **ANÁLISIS**

*Las personas encuestadas consideran que los talk shows perjudican la Imagen de la Mujer. Esta opinión respalda los resultados obtenidos en la pregunta 11.*



**PREGUNTA No.14**

*¿Cómo afectan los talk shows a la Imagen de la Mujer?*

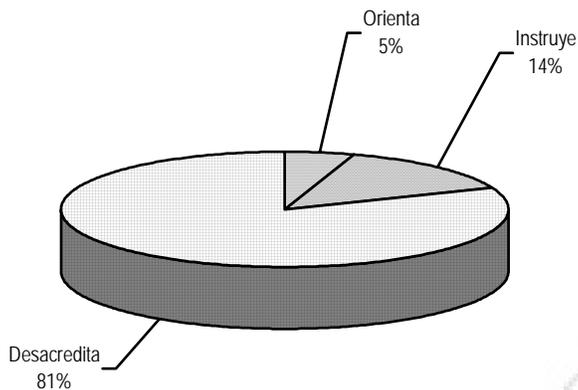
**OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

- Conocer de qué manera dañan la Imagen de la Mujer los talk shows.

**CUADRO No. 14**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
1. Orienta	21	5
2. Instruye	52	14
3. Desacredita	311	81
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 14**



**ANÁLISIS**

*El 5% de la población considera que los talk shows orientan, el 14% que instruyen y el 81% que desacreditan la Imagen de la Mujer*



## **2.9 Análisis de Resultados de Preguntas Abiertas**

### **Pregunta No. 15**

*¿Qué recomendación daría respecto a los talk shows?*

#### **Objetivo de la Pregunta**

*Determinar lo que la población le gustaría que fueran estos programas.*

#### **Análisis de los Resultados.**

*La mayoría de los encuestados respondió lo siguientes:*

- *Que sean temas reales.*
- *Que aborden temas de relevancia social.*
- *Que no se den insultos frente a cámaras.*
- *Que el presentador sea imparcial.*
- *Que traten temas culturales.*
- *Que eduquen e instruyan.*
- *Que se hagan programas orientados al desarrollo de la sociedad.*
- *Que eviten programas donde discriminen a las mujeres.*



**Pregunta No. 16**

*¿Qué sugerencia daría a los encargados de la programación de los distintos canales de TV que presentan los talk shows?*

**Objetivo de la Pregunta**

*Conocer la sugerencia de la población respecto a la transmisión de los talk shows.*

**Análisis de los Resultados.**

*La mayoría de los encuestados sugirió que el horario en que se transmiten los talk shows no es adecuado por lo tanto se transmitan en horarios nocturnos, y también que halla censura en cuanto al contenidos de muchos de estos programas.*

**2.10 Resultados del Análisis de la Guía De Entrevista**

**Medio: Grupo Megavisión (Canal 21)**

**Encargada de programación: Sra. Ana Margarita Martínez**

**Talk Shows en estudio: Padre Alberto**

**El y Ella**



**1. De acuerdo a los estudios de audiencia: ¿Cuáles son los programas de televisión que prefieren los televidentes?**

*Entretenimiento e informativos.*

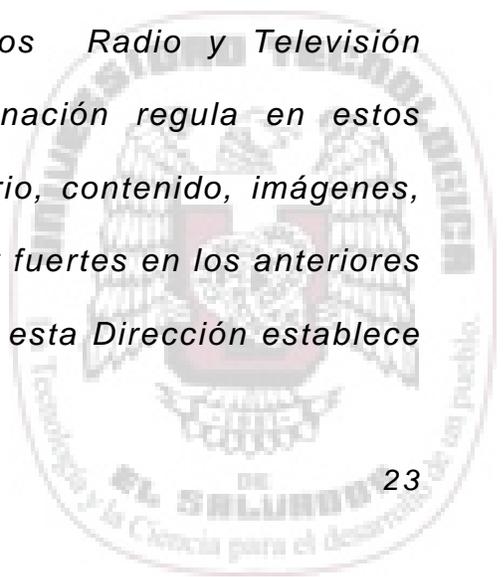
**2. ¿Cómo considera el papel de los talk shows?**

*En el caso del Padre Alberto es más educativo ya que a través de la figura de conductor, como sacerdote inculca en el programa la palabra de Dios a los invitados compartiendo con profesionales puntos de vista y dando soluciones a los problemas expuestos.*

*El y Ella: es más popular, programa donde se abordan temas controversiales y reales que se dan en la sociedad latinoamericana incluyendo otros aspectos que se alejan de lo real como los esotérico, brujerías y energía temas no muy arraigados en la sociedad.*

**3. ¿Qué se regula para la transmisión de los programas?**

*La Dirección de Espectáculos Públicos Radio y Televisión perteneciente al Ministerio de Gobernación regula en estos programas aspectos como el vocabulario, contenido, imágenes, en el sentido que si hay programas muy fuertes en los anteriores aspectos se censurarán, de igual modo esta Dirección establece una clasificación de:*



*A – para todo público.*

*B – Mayores de 15 años.*

*C – Mayores de 18 años.*

*También existe un regulador diario, dependiendo de las quejas por parte de los televidentes.*

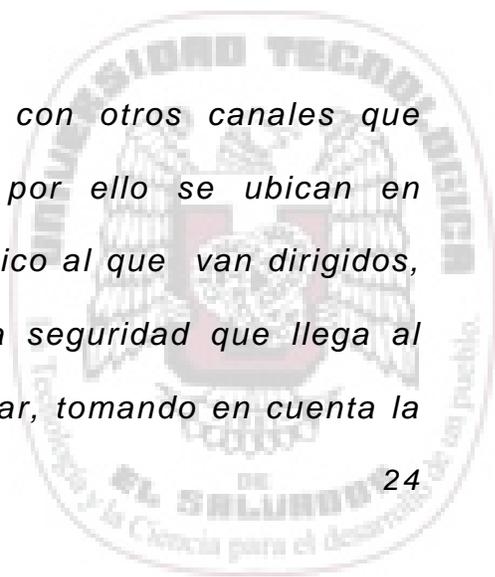
*Además existe una autorregulación como medio televisivo en el cual se consideran aspectos como lenguajes no adecuados e imágenes de violencia que pueden ocasionar no lanzar el programa al aire.*

**4. ¿Cuáles son los criterios para regular?**

*Tomando en cuenta que estos programas no son locales sino internacionales se regulan bajo los criterios de: lenguaje, gustos, información y entretenimiento.*

**5. ¿Cuál es el criterio para estos programas sean transmitidos en tales horarios?**

*Lo que se pretende es no competir con otros canales que transmiten este tipo de programas, por ello se ubican en horarios en que sean vistos por el público al que van dirigidos, éste puede variar hasta contar con la seguridad que llega al público al que realmente se quiera llegar, tomando en cuenta la*



*parte comercial que involucran a nuestros anunciantes que son el medio de subsistencia económica que contribuyen a que estos programas se mantengan en aire.*

**6. ¿En qué nivel de Reinting se encuentran estos programas?**

*El nivel varía de acuerdo a las encuestas que mes a mes se realizan para medir la aceptación del televidente el cual reflejamos a través de un pastel publicitario pero sí puedo decir que el programa tiene más aceptación por su contenido educativo es : Padre Alberto.*

**Medio: Canal 12**

**Encargada de programación: Sr. Adonai Aquino**

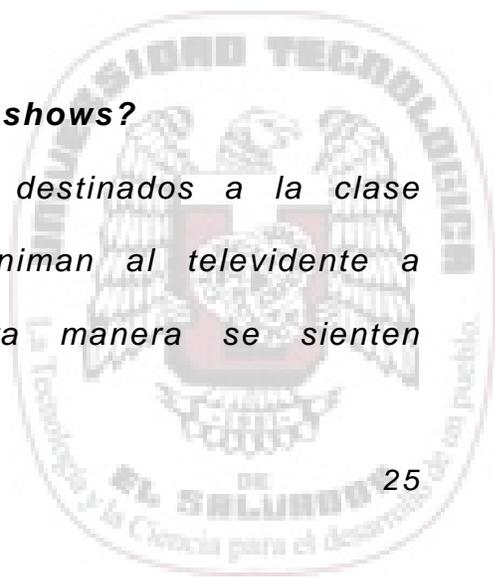
**Talk Shows en estudio: Cosas de la Vida**

**1. De acuerdo a los estudios de audiencia: ¿Cuáles son los programas de televisión que prefieren los televidentes?**

*Entretenimiento e informativos.*

**2. ¿Cómo considera el papel de los talk shows?**

*Influyentes, sobre todo porque van destinados a la clase popular, pero de alguna manera animan al televidente a expresarse cuando de una u otra manera se sienten identificados con el tema.*



**3. ¿Qué se regula para la transmisión de los programas?**

*Ajenas no adecuadas, lenguajes vulgares, comportamientos violentos y escenas sexuales fuertes.*

**4. ¿Cuáles son los criterios para regular?**

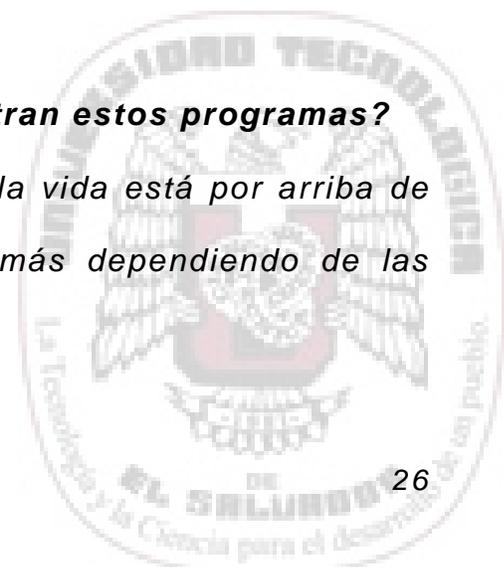
*Realmente aparte de las regulaciones del Ministerio de Gobernación contamos con un auto control es el cual como medio valoramos cada uno de los programas transmitidos tomando en cuenta que el contenido de los mismos no dañe la mentalidad y oral de nuestro público.*

**5. ¿Cuál es el criterio para estos programas sean transmitidos en tales horarios?**

*Cosas de la Vida se transmite a las 10:00 a.m. nuestro público son: amas de casas y domésticas y es precisamente a ellas a quienes va dirigido el programa entonces el horario es oportuno.*

**6. ¿En qué nivel de Reinting se encuentran estos programas?**

*Según nuestras mediciones Cosas de la vida está por arriba de nuestra competencia entre un 5.6 o más dependiendo de las referencias por mes.*



**Medio: Canal 4**

**Encargada de programación: Sra. Olivia Herrera**

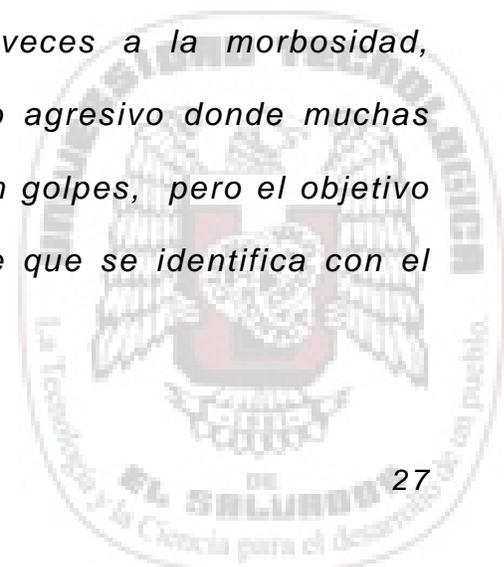
**Talk Shows en estudio: Show de Cristina**

**1. De acuerdo a los estudios de audiencia: ¿Cuáles son los programas de televisión que prefieren los televidentes?**

*Los de entretenimiento, los informativos pero agregaría los deportivos que son más demandados por los televidentes y por los cuales el canal se ha identificado.*

**2. ¿Cómo considera el papel de los talk shows?**

*Ejemplarizantes, en Cristina plasma casos que con seguridad no son ficticios, casos en que la gente se identifica y aunque el programa va a salir de aire porque su conductora los suspenderá para dedicarse a su empresa, el Show de Cristina dejará una huella muy marcada, ha sido un talk show en el que se han roto tabú y llamó muchas veces a la morbosidad, mostrando en algunos casos un estilo agresivo donde muchas veces entre los invitados se propinaron golpes, pero el objetivo es mantener entretenido al televidente que se identifica con el tema.*



**3. ¿Qué se regula para la transmisión de los programas?**

*Su contenido de inicio a fin, para dar efecto a casos extremos el Show de Cristina siempre se clasificó con una C la cual es letra que la Dirección de Espectáculos Públicos del Ministerio de Gobernación, asigna a programas cuya regulación es mínima, y que en todo caso queda a disposición del padre de familia si sus hijos ven o no el programa transmitido.*

**4. ¿Cuáles son los criterios para regular?**

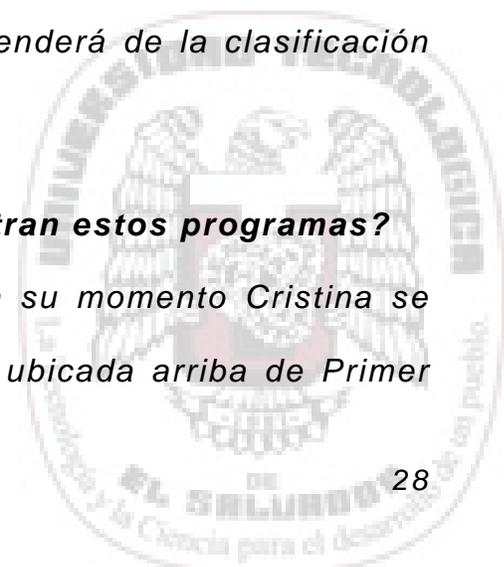
*Los criterios nacen viendo el contenido del programa. Son múltiples en base a vocabulario, y actuaciones siguiendo estrictas normas de ética y moralidad.*

**5. ¿Cuál es el criterio para estos programas sean transmitidos en tales horarios?**

*Con base en la clasificación si es una letra C obviamente el programa es transmitido en horas nocturnas, entonces el criterio para la regulación horaria dependerá de la clasificación del programa.*

**6. ¿En qué nivel de Reinting se encuentran estos programas?**

*No tengo una escala numeral pero en su momento Cristina se ubicó muy por alto de la competencia ubicada arriba de Primer*



*Impacto, hoy que el programa está muriendo obviamente el nivel es muy bajo.*

### **2.11 Comprobación de Hipótesis**

*La investigación ha permitido aceptar las siguientes hipótesis:*

*H<sub>1</sub>: La no existencia de estudios sobre programas sensacionalistas de la televisión, no permiten conocer la incidencia, en la opinión pública respecto a la Imagen de la Mujer.*

*H<sub>2</sub>: Los programas sensacionalistas de la televisión refuerzan patrones culturales ya existentes.*

*H<sub>3</sub>: Los programas sensacionalistas de la televisión, permiten que el televidente, adopte culturas distintas a la salvadoreña.*



