

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA TECNICO EN PERIODISMO



TEMA: PRESENCIA DE LA MUJER EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS.

TRABAJO GRADUACION PRESENTADO POR:

BASILIO GUZMAN ROSA VILMA

HERNANDEZ QUINTANILLA JOSUE ISRAEL

RODAS ROSA ERNESTO ANTONIO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN PERIODISMO

ABRIL, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICDA. MORENA LIDIA AZUCENA MAYORCA DE RIVAS

PRESIDENTE

LIC. JAIME PATRICIO VILLACORTA

PRIMER VOCAL

LICDA. CAMILA CALLES

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Jaime Patricio Villacorta Vega, Licda. Camila Calles Minero, Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas, a las 5:00p.m. del día Jueves, 8 de Diciembre del dos mil dieciocho.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

1-Rosa Vilma Basilio Guzmán Carnet 36-1776-2014

2-Josué Israel Hernández Quintanilla Carnet 36-3931-2014

3-Ernesto Antonio Rodas Sosa Carnet 36-2611-2014

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Presencia de la mujer en los espacios informativos"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

APROBADO

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 8 de Diciembre de dos mil dieciséis.

F.


PRIMER VOCAL

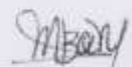
Lic. Jaime Patricio Villacorta Vega

F.


SEGUNDO VOCAL

Licda. Camila Calles Minero

F.


PRESIDENTE DEL JURADO

Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas

Agradecimientos

Agradezco a Dios todopoderoso por darme fuerzas suficiente y no desmallar en el camino a pesar de las diferentes dificultades que se presentaron a lo largo de la carrera, pero Dios nunca desampara a nadie y levanta al caído las veces que sea necesario, Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante para ser una persona de bien, pero sobre todo por su amor incondicional y la paciencia que la caracteriza, también por la perseverancia con la que nos ha demostrado como hijas que no, nos tenemos que dar por vencidas por pequeños obstáculos, más bien ser constante para cumplir los objetivos.

Para finalizar doy gracias a mi esposo pues él fue el principal pilar para la construcción de mi vida profesional, sentó las bases de responsabilidad y deseos de superación, ya que en él tengo el espejo en el cual me quiero reflejar, por sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevaron a admirarlo y a luchar por lo que quería llegar a ser, gracias a dios por haber permitido conocer un hombre capaz de poder apoyar para estudiar y ayudarme con los cuidados de nuestro bebé para poder llegar a la meta y se ha cumplido uno de mis objetivos

Vilma Basilio

Le doy gracias a Dios por permitirme finalizar mis estudios con salud y también a mi madre que me apoyo en las buenas y malas.

De igual forma agradezco a cada persona que me apoyaron para poder culminar mis estudios de la mejor forma posible.

Le doy gracias a mi madre por involucrarme valores para ser un hombre y estar en el camino correcto, ahora sé que cada día puedo ser mejor persona y espero que muy pronto pueda aplicar todos los conocimientos adquiridos.

Josué Hernández

En primer lugar agradezco a Dios por haberme permitido finalizar mi proceso de graduación con éxito y a mi familia en especial a mis tías ya que sin ellas no hubiera podido realizar mi sueño de estudiar periodismo.

También agradezco a la persona que más me ha apoyado incondicionalmente con mucho amor, y ella me ha formado para que sea la persona que soy hoy, nunca me ha dejado solo y es mi madre ya que ella me ha apoyado animándome para finalizar este proceso.

De igual forma agradecer a mi asesora, la Lcda. Camila Calles por su dedicatoria y esfuerzo para explicarnos.

De igual importancia a la Universidad por ser mi alma mater durante todo este tiempo y a cada docente que me impartió clase y me formo para ser la persona que soy ahora.

Para finalizar también agradecer a cada una de las personas que fueron mis compañeros y me brindaron su ayuda.

Ernesto Rodas

ÍNDICE

Introducción.....	i
-------------------	---

Capítulo I Definición y justificación del problema

1.1 Planteamiento del problema	1
1. 2 Justificación	6
1.3 Objetivo General.....	11
1.4 Objetivos específicos.....	12
2.1 Narrativa periodística	13
2.2Despertar la curiosidad:	13
2.3 Planos narrativos:	15
2.4 Antecedentes históricos sobre la participación de las mujeres.....	16
2.5 Estereotipos de la mujer en los medios de comunicación	16
2.6 La discriminación de la mujer en los medios de comunicación.	17
2.7 Historia de la televisión	20
2.8 La mujer y la televisión.	21
2.9 La mujer en el periodismo Rosa	22
2.10 Rol de la mujer en los medios de comunicación	23

2.11 Participación de la mujer en los espacios informativos.....	24
--	----

Capítulo III Herramientas para el desarrollo de la investigación

3.1 Metodología.....	27
3.2 La entrevista	30
3.3 Guía de preguntas para entrevista.....	31
3.4 Participantes:	32
3.5 Método multimodal	32
3.6 Enfoque cuantitativo:.....	33
3.7 Enfoque cualitativo:.....	33
3.8 La observación.....	33
3.10 Procedimiento	36

Capítulo IV Resultados de la investigación

4.1 Análisis de resultados	38
4.1.2 resultados cuantitativos	38
4.2 Narrativa periodística	39
4.3 Tipo de contenido noticioso que presentan las mujeres	43
4.4 Análisis de resultados cualitativa	43

Capítulo V Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones.....	45
5.2 Recomendación.....	50
REFERENCIAS.....	52

Introducción

En el presente trabajo está basado cual es el trato de la mujer desde los años 70's hasta la fecha, de acuerdo a la investigación que se realizó se ha observado como la mujer ha ido cada vez más evolucionando con la ayuda de instituciones nacionales como internacionales ya que hoy la mujer se involucra en el trabajo fuera de la casa, porque hay mujeres profesionales, la mujer ya no es vista como en las décadas pasadas donde la mujer solo se dedicaba al cuidado de los hijos y la atención del esposo.

Así mismo se logró observar cómo sigue siendo tratada en algunos lugares de trabajo la mujer, ya que no se le brinda la misma oportunidad que a los hombres, y se ve como objeto de llamar la atención, y para ello se investigó de cómo es la presencia de la mujer en los medios de comunicación en la televisión, muchos de los medios de comunicación televisiva cuentan con la presencia de mujeres pero son estereotipadas no se logró observar a una mujer realizando actividades delicadas.

Los medios informativos que tomaron como referencias para el estudio de este tema son el canal 4 conocido también como cuatro visión , canal 12 conocido como noticiero hechos y el canal 23 tvx, de estos medios se observó presencia de mujeres pero en pocas oportunidades se observó a una mujer con noticias judiciales, política entre otros .

Así mismo no se notó la presencia de mujeres como camarógrafos, de acuerdo a los resultados obtenidos y presentados más adelante se ha determinado que la mujer aun cuenta con un alto porcentaje de desigualdad.

No obstante hay instituciones que siguen luchando que las mujeres sean incorporadas en las oportunidades de trabajos igual que los hombres ya que muchas mujeres son capaces de desarrollar actividades de alto nivel.

Capítulo I Definición y justificación del problema

1.1 Planteamiento del problema

La invisibilidad histórica que han sufrido las mujeres, hace que se desconozca su voluntad, sus fuerzas, su conocimiento, y a veces su vida para contribuir en la construcción de una sociedad más justa, a las mujeres no se les reconoce un salario digno como los hombres.

Así mismo las mujeres han tenido que luchar en contra de múltiples barreras que no le dan la oportunidad a la mujer de poder desarrollarse tanto aquí en el país como en todas partes del mundo, donde muchas mujeres tuvieron que salirse de la norma para luchar contra la incomprensión de la sociedad, de su tiempo, contra el fascismo, el racismo, o simplemente contra una absurda discriminación basada en el sexo. Así lo afirma el diario Mujeres en red (1997)

El Salvador es uno de los países en desarrollo que está luchando para lograr la equidad de género, con ayuda de organizaciones internacionales, Estado y sociedad civil para lograr erradicar esa invisibilidad de las mujeres en los diferentes campos laborales, ya que si bien es cierto que muchas empresas, instituciones y organizaciones les dan la oportunidad de laborar, pero no les dan la oportunidad de poder desarrollarse, opinar lo que piensa, Huevo (2004).

No obstante si las mujeres se intentan percibir atención, no son escuchadas y los medios de comunicación no se quedan atrás, puesto que también están formando parte de este problema sociocultural así lo dice la Onu de Mujeres en sus noticias sobre Los Medios de Comunicación, Onu (2016).

Un estudio realizado en el Instituto Nacional de las Mujeres INM (2006) la invisibilidad de las mujeres en el campo laboral reflejan que el tema sobre el trato de la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde los años setenta ya que desde hace años se ha visto la discriminación de la mujer en el campo laboral ya que la caracterizan ineficiente así lo manifiesta la Universidad de Chile (2013).

Así mismo los medios de comunicación han hecho énfasis en la realización de tareas de la mujer con una clara intención, la cual es promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios informativos, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianidad.

Por otra parte reflejan la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, es decir de las mujeres.

Las mujeres son una parte fundamental de la sociedad, debido a esa realidad en la última década organizaciones de mujeres de diferentes partes del mundo han levantado la voz cada vez más fuerte, con el propósito de promover y demostrar la

capacidad que tienen las mujeres para poder desarrollarse en los diferentes campos laborales, sin ser discriminada por el hecho de ser mujeres De acuerdo con el libro de Susan Thistles de (2006).

Debido a que los medios de comunicación tienen un alto potencial para la contribución de la sociedad por que mediante estos medios la población se mantiene informada de los principales hechos noticiosos que ocurren tanto nacionales como internacionales, los principales son: impresos, medios visuales, radiales y periódicos digitales medios en los que se logra identificar el aporte y participación de las mujeres.

“Las diferentes organizaciones de mujeres están luchando para poder lograr una igualdad de género para llevar acabo la labor de gestión y dirección de los diferentes medios informativos y con el esfuerzo que se está haciendo se espera que también las mujeres tengan más oportunidades de aporte para la construcción de los contenidos” así lo reconoció la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

El tema de la participación de la mujer en el campo laboral ha sido reflejado en la Plataforma de Acción que se ha establecido a partir de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer (1995).

Dicha plataforma fue celebrada en Beijing en (1995) donde se evidenció como problema la imagen estereotipada de la mujer que difunden los medios, el aumento significativo de las imágenes que perpetúan la violencia contra las mujeres y la falta de acceso de éstas a la expresión y a la toma de decisiones en y a través de los medios.

El Salvador es un país en vías de desarrollo, no obstante existe la invisibilidad de muchas mujeres con capacidades para poder desarrollarse en los diferentes medios de comunicación a nivel nacional Onu (2014).

A pesar de los grandes esfuerzos que se han hecho en el país por la igualdad de género, aun se expresa en muchos campos laborales como en la política, en donde la opinión de las mujeres no es tomada en cuenta como se espera.

Por otra parte en la familia la mujer es la que lleva el apellido de reconocimiento de una familia de clase media, por lo que genera inferioridad a la mujer, y los medios de comunicación informativos televisivos no hacen la excepción de la invisibilidad de las mujeres.

Así mismo los medios de comunicación televisiva se observa más la presencia de hombres, cuando se habla de política, Judicial entre otras.

Las mujeres son vistas más en noticias culturales y sociales, esta declaración es de acuerdo a la metodología de la observación (2016) que fue utilizada para el desarrollo de la investigación por estudiantes de periodismo.

Así mismo se le dio seguimiento a los noticieros locales de los siguientes canales televisivos salvadoreños canal 4 conocido también como cuatro visión, canal 12 (hechos) y canal 23 (TVX) cable donde en ninguno de estos medios informativos se logró visualizar a mujeres como camarógrafos, o presentando noticias de política.

Según una publicación que hizo el diario.es el (2013) sobre un estudio realizado en España, refleja que la participación de las mujeres en los medios informativos "se puede pensar de forma razonable que la menor presencia de mujeres en los programas informativos reflejan la participación social existente en la sociedad.

Estudios realizados en España (2013) la participación de la mujer en los medios informativos es diferente en España comparado a los profesionales de la salud que ejercen su profesión en dicho país, ya que los índices de porcentaje para el sector salud es el siguiente; un 46,4% son mujeres, y el porcentaje se reduce a un 26,7% cuando aparecen en televisión.

Para el sector educación el porcentaje se determina de la siguiente manera las profesoras universitarias un 37,5% son mujeres, pero en televisión se reducen a un 12,7%".

Aun en la actualidad las mujeres salvadoreñas se encuentran ubicadas en una situación de exclusión social ya que no cuentan con la participación política, religiosa, económica con igualdad y escasamente tienen involucramiento en las actividades productivas del país,

Debido a que desde décadas pasadas las mujeres se han visto más como amas de casa o para la reproducción ya que por años se ha venido dando el fenómeno que la mujer es una "buena mujer cuando tiene tres o más hijos".

Pero se espera que en estas últimas décadas con los esfuerzos que hacen todas las instituciones para apoyar a las mujeres, cabe mencionar que luchan por la igualdad de género para que logren equilibrar la invisibilidad y a las mujeres no se les siga viendo como objetos de reproducción, amas de casa.

Así mismo las instituciones tanto públicas y privadas que apoyan a que los derechos de la mujer no sean violentados están: ISDEMU, Ciudad Mujer que son de gobierno y las Dignas, Colectivo Feminista, ASMUJERES que son ONG.

1. 2 Justificación

El tema "la presencia de la mujer en los medios informativos es importante ya que se dará a conocer como la mujer se ha ido desenvolviendo en el campo laboral, y se ha minimizado cada vez más la apariencia que la mujer ha tenido por décadas, donde la mujer era vista nada más como un sujeto reproductor o ama de casa, así mismo las instituciones como las Melidas, las Dignas entre otras que lucha para que se vaya erradicando cada vez más la invisibilidad de la mujer.

Las mujeres desde décadas pasadas han vivido aisladas de la política, el campo laboral, etc., Por esa razón se muestra como para la época de los años 30 en Italia la

mujer no era tratada con igualdad y el trabajo femenino no era tomado en cuenta ya que era bien escaso el trabajo de las mujeres en diversas áreas y gracias a la Primera Guerra Mundial por la falta de hombres para ejercer diversos trabajos, obligo a las mujeres a ocupar diversos puestos como de agricultura, sectores económicos y produjo la inserción de la mujer en las actividades laborales, así lo afirma Carlota Coronado Ruiz en su libro la imagen de la mujer italiana en los noticieros en los noticieros luce así lo manifiestan en una entrevista Gutiérrez, Boselli (2009).

Así mismo para la década de los 50's las mujeres eran consideradas como amas de casa las cuales tenían que cumplir con las labores del hogar sin quejarse del cansancio que tenían al terminar el día por las labores del hogar, ya que debían de estar agradecidas por que el esposo salía a trabajar todo el día para traer el dinero a la casa.

La discriminación de la mujer se ha minimizado en el 2016 a comparación de los años 50's gracias a los esfuerzos que han realizado diversas organizaciones naciones con ayuda de internacionales y ha dado un giro increíble ya que las mujeres no son vistas nada más por la procreación de los hijos si no por el aporte que hace a la sociedad.

“En esa época, pocas mujeres pudieron seguir sus estudios y la mayoría de las que lo hicieron, renunciaron a tener una vida laboral cuando se casaron ‘así afirma Luque (2014)

Para la década de los 50's las mujeres tenían estilos de vida y de formación diferente a la realidad de la actualidad ya que las mujeres para ese tiempo no deberían de tener más que un solo novio con quien realmente se casaría, así mismo el divorcio no era una acción corriente porque era considerado un estigma.

Para Luque la vida en familia era muy diferente en los años '50 Por que "solo un 9,8% de hogares tenían un solo ocupante en 1950, para pasar a un 16,3% en los años '60 hoy en día asciende a un 25% las perspectivas de las mujeres solteras , las mujeres divorciadas padecen un 45% de reducción en su status económico"

Así mismo para la década de los 50's las mujeres tenían reglas que cumplir como la de salir a encontrar al esposo y tratarlo bien, tener la ce lista, tratar de hacer el mejor ruido posible para compensarle parte del trabajo al que estaba sometido durante todo el día para llevar el dinero a la casa.

También durante esas décadas quien velaba por el aseo y orden de la casa para cuando el esposo llegue era la mujer, la responsabilidad de los hijos es más para las madres de familia que para los padres hoy en la actualidad el cuidado de los hijos se ha logrado casi en un 40% el involucramiento de los padres ya que en muchos casos las mujeres se han involucrado poco a poco al campo laboral fuera del hogar.

Por otra parte las mujeres solo debían de regirse por el rol de cumplir como traer hijos al mundo y obedecer al esposo fielmente en lo que se le ocurría, sin embargo en

la actualidad hay hogares donde ambos padres pueden brindar sus opiniones y tomar la mejor decisión ya sea para los hijos, como para el bienestar de la familia.

Hoy en día, las cosas han mejorado ya que Los datos indican que las mujeres tienen mayor participación en las universidades de todo el mundo y muchas de ellas deciden no "crear una familia" es decir puede estar una pareja juntos y no tener hijos, para no renunciar a sus aspiraciones personales, a pesar de la presión social que sigue existiendo.

Las que deciden seguir adelante, saben combinar todos los aspectos que implica ser mujer-madre-empresaria, sin renunciar a ninguno de ellos no obstante se encuentran hombres que luchan junto a ellas para salir adelante y tener una mujer profesional, pese a lo pesado que toca cuando hay ya una familia, pero esos y más avances se van logrando para que más mujeres vayan logrando ser profesionales, y se involucren cada vez más en el campo laboral.

Así también los medios de comunicación han evolucionado tanto desde la primera Guerra Mundial y en la actualidad se puede observar un poco más de mujeres en los diversos canales de televisión como es el caso de las emisiones estelares de los canales 4, 12 y 23 de la televisión abierta en El Salvador.

Sin embargo el salvador es un país que tiene muchos estereotipos hacia la mujer, un ejemplo muy claro es que es muy raro observar a una mujer en un alto puesto es una de las conclusiones del estudio Mujeres en la Alta Dirección en España, realizado por el

Centro de Gobierno Corporativo (2014), formado por IE Business School, Mutua Madrileña, Iberdrola y Pwc y es el mismo caso de los medios de comunicación.

A pesar que instituciones como ISDEMU luchan por la igualdad de género aún existe sexismo ya son pocas las mujeres que trabajan en medios y las que trabajan son presentadoras de televisión debido a que en mucho de los programas televisivos “venden la imagen de la mujer” ya que no ven a la mujer con la misma capacidad de un hombre, sino más bien la imagen, la vestimenta, es por esa razón que para los medios informativos reporteras tienen como mujer, o presentadoras, no obstante faltan mujeres que trabajen como Camarógrafos, productores, directores de medios de comunicación entre otros.

Pese a la importancia que tienen una mujer en los espacios informativos televisivos juega un papel muy importante ante la sociedad, ya que la mujer es la imagen principal de los diversos noticieros y se puede observar que en las diferentes emisiones de los noticieros y la gran mayoría son reporteras y presentadoras.

La mujer, además, de ser la imagen principal tiene un gran problema y es que no se le da mucha importancia en los medios televisivos ya que por estigma de género no son muy tomadas en cuenta.

De igual forma, algunos de los problemas más comunes hacia la mujer en los medios televisivos son la desigualdad de género y el protagonismo que se les da a la hora de emitir noticias. Según un estudio realizado por Global Media Monitoring Project (GMMP) (2015) encargado de verificar la igualdad de género, en los medios televisivos las mujeres no son tratadas con igualdad ya que en algunos espacios informativos las mujeres solo están presentando noticias sobre espectáculos, cocina o moda y los hombres tienden a presentar entrevistas, deportes, economía y política y rara vez se perfila a una mujer es este tipo de información.

De igual forma, el protagonismo de las mujeres en los medios de comunicación es robado por los hombres ya que por los diversos estereotipos, ellos son casi siempre los mayores protagonistas de los espacios informativos.

Es importante conocer acerca del tema para darle el mismo trato a la mujer en los medios televisivos y romper paradigmas para así mejorar la situación que existe de machismo en el país.

1.3 Objetivo General.

- Analizar la presencia de la mujer en los espacios informativos nacionales en caso de las noticias televisivas.

1.4 Objetivos específicos.

- Caracterizar la narrativa periodística en los noticieros televisivos nacionales.
- Identificar el rol de la mujer en espacios televisivos informativos noticiosos
- Identificar los contenidos noticiosos que son frecuentes para las mujeres en los medios televisivos.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Narrativa periodística

La narrativa periodística debe de ser comunicativa y no expresiva para así tratar de captar la atención del lector desde el comienzo, así lo expresa el blog de Comunicación social (2013).

En el blog se habla que la narración periodística se debe de partir de lo más importante y de lo más relevante para que así el lector tienda a ver entretenido el texto.

Además una de las características que debe de tener en cuenta el periodista a la hora de redactar es escribir con claridad y sencillez para que la lectura de su texto sea más fluido.

En la narrativa existen una serie de pasos a seguir como por ejemplo Comunicación social (2013):

2.2Despertar la curiosidad:

No basta con despertar la curiosidad en los textos sino que hay que despertar la curiosidad para que así el lector profundice más en el texto y una herramienta es crear suspenso por medio de textos dramáticos.

De igual forma el periodista debe de buscar un enfoque centrado para ver donde se establece el eje central de la historia.

Matizar el tema es otra de las herramientas es donde se debe de crear dialogo sobre los antecedentes del tema.

La narración debe de ser objetiva es decir que siempre se va hablar con la verdad y no se va alterar nada.

Para escribir un proceso narrativo periodístico se debe de seguir una serie de pasos:

Entre los cuales está la observación del suceso y la recopilación de datos para así tener una investigación más sustentada de igual forma hay que elegir lo más importante a la hora de empezar a redactar.

Se debe de tener una buena estructura y su estructura debe de tener las siguientes Características:

El lead: es el arranque de la narración y es lo que mayor fuerza debe de tener para atraer al lector debe de dar una apresurada síntesis de lo que va a tener el contenido.

La pregunta de los periodistas cuando van a comenzar una narración y es por donde iniciar, no hay formula indicada para iniciar los periodistas lo deben de hacer de acuerdo a su intuición.

El cuerpo: en el cuerpo narrativo es donde se incluyen ya más a fondo las acciones y es donde se empieza a describir el ambiente y los personajes y los posibles diálogos de cada participante.

Se debe de mantener el interés del lector y nunca decaer y al contrario debe de ir en aumento.

En el cuerpo narrativo se puede hacer uso de algunas interpolaciones que pueden ser descriptivas y esto permite darle un balance al texto de modo que el lector no tenga que soportar todo tiempo un mismo ritmo narrativo.

Desenlace: es esta una de las más partes y sobresalientes del texto ya que es donde se presentan los resultados y es donde se presenta una posible solución.

2.3 Planos narrativos:

Dentro del mismo párrafo se encuentran muchas ideas ya sean principales, colaterales y secundarias y los cuales se deben de ordenar de forma de mayor a menor importancia, para así darle una unidad a los planos.

De igual importancia se deben de tener en cuenta los recursos narrativos entre los cuales están:

La composición: es donde se compone la estructura del texto y se le da una educada composición para así componer el suceso.

Tiempo:

Se debe de redactar en el mismo tiempo y no mezclar tiempos para así no confundir al lector, si se va iniciar una idea en tiempo presente se debe de terminar en ese tiempo. Un ejemplo muy claro es cuando narran un hecho que ya ocurrió en algo como que estuviera ocurriendo.

2.4 Antecedentes históricos sobre la participación de las mujeres

El fenómeno de la marginación de las mujeres se ha dado desde hace muchas décadas, ya que no se les da la oportunidad a las mujeres de poder demostrar sus habilidades o de poder obtener un nivel académico para ejercer una profesión, porque son considerados con inferioridad y las malas costumbres de muchos hogares es de que las mujeres deben de estar en la casa cuidando a los hijos, o como amas de casa.

2.5 Estereotipos de la mujer en los medios de comunicación

Según Carlos Villegas, del (periódico feminista mujeres en red) presenta una reflexión sobre el trato de la mujer desde sus inicios y menciona que desde el siglo XXI aún está presente en nuestra sociedad la diferencia de género, diferencias sociales y laborales de la mujer. Ya que están muy presentes en la sociedad.

Los estereotipos generados durante años sobre las condiciones de vida, a pesar que la mujer ha hecho grandes esfuerzos para poder involucrarse poco a poco, en el mercado laboral, y va sobre saliendo y destacándose igual o mejor que los hombres, aun son muchos las metas que deben superar las féminas.

No obstante, las mujeres deben sobre pasar a esos arcaicos arquetipos que ha y están condicionando la progresión de la mujer en la sociedad para que las diferencias sociales solo se equiparen por condiciones físicas y no sociales.

Según el manual para igualdad sustantiva en las comunicaciones (ISDEMU 2015) los medios de comunicación en El Salvador la mujer sigue siendo identificada por su cuerpo, sus relaciones, su belleza y destacan aquellas que posean estas cualidades, aunque carezcan de poca formación.

Por su parte, el hombre va adaptándose a los nuevos cambios sociales que la mujer va generando y a ser más consecuente con las tareas de la casa, ya que en la actualidad debido a los grupos de mujer que se han unido para luchar por la igualdad de las mujeres, es más notable la participación de las mujeres en la casa, debido al nuevo rol de la mujer trabajadora.

Pero para los medios el género masculino no ha evolucionado y sigue comportándose de la misma manera que hace dos siglos.

2.6 La discriminación de la mujer en los medios de comunicación.

Así mismo el instituto salvadoreño para el desarrollo de la mujer ISDEMU considera que la discriminación de la mujer juega un papel muy importante en los espacios informativos ya que no es tratada con igualdad porque es vista como sexista, ya que es considerada buena empleada si posee cualidades físicas comerciales.

El fortalecimiento de la igualdad para las mujeres en los espacios informativos es de suma importancia ya que muchas veces son utilizadas como objetos sexuales en los anuncios publicitarios y de alguna forma utilizar el sexismo es un tipo de violencia.

Se espera que con los esfuerzos que están haciendo los grupos feministas se logre la visibilidad y participación en los espacios informativos ya que es muy importante para tener una vida libre de violencia y promover un mejor estilo de vida al menos para las mujeres.

Las leyes en El Salvador son específicas y contienen principios bien marcados como por ejemplo la erradicación de sexismo para evitar su difusión y según el ISDEMU el sexismo es lo que mayor incidencia tiene en los medios de comunicación.

Existen diversos artículos en El Salvador que protegen la integridad de la mujer y unos ejemplos son el 49, 50 y 51 y tienen algo en común y es que si se utiliza su imagen como promoción de algo sin su consentimiento puede ser penado de 2 a 3 años de cárcel.

La principal meta del ISDEMU (2015) es erradicar el sexismo en los medios de comunicación para darle el trato que se merece a la mujer y no invisibilidad a las mujeres por medio del machismo.

Las mujeres en algunos casos no son tomadas en cuenta en la redacción por ejemplo en los noticieros dicen los periodistas a pesar que hay mujeres y pudiendo decir los y las periodistas.

De igual forma los medios de comunicación deben de ayudar a eliminar el pensamiento androcentrismo que es la visión que se centra desde una idea machista ya que generaliza a toda la humanidad en un solo género.

De igual forma la misoginia es el rechazo hacia la mujer y es otro problema y es importante que los medios ayuden a borrar dicho problema desde la raíz para evitar dicha conducta de odio.

Los medios de comunicación son los principales creadores de estereotipos como por ejemplo en las niñas crean una imagen que deben de ser buenas madres y buenas amas de casa desde muy pequeñas y en los hombres dicen que deben de ser los proveedores del hogar.

En los saludos en los medios de comunicación es importante romper paradigmas como por ejemplo quitarse esa idea que el hombre va antes que la mujer y para darle mayor realce se puede iniciar un discurso con niñas y niños en lugar de niños y niñas.

En los espacios informativos hay que evitar más temas de violencia sobre la mujer para evitar el odio que sienten algunas personas por algunas mujeres.

2.7 Historia de la televisión

La televisión es uno de los medios de comunicación masivos que revoluciono las formas de entretenimiento y de diversión principalmente, en lo que respecto a informar al principio tenían dificultades para expresarse

La televisión fue creada gracias a la contribución de piezas para el diseño de este complejo sistema.

Una de las primeras aproximaciones a lo que es la televisión tal como la conocemos en la actualidad fue inventada en 1883 por el Alemán Paul Nipkon, no logro óptimos resultados sin embargo muchos de los principios básicos de la televisión ya se encontraban en el disco de Nipkon.

Después de haber terminado su labor en la creación de la televisión se realizaron las primeras transmisiones las cuales eran muy confusas para la población ya que tenían muy baja definición.

Para finales de 1937 se alcanzó un mejor resultado y fue aceptado para la reconstrucción visual.

Los espacios noticiosos en los orígenes de la televisión eran vistos como interrupciones molestas a la programación para los directores, no obstante, tenían que reservar esos espacios principalmente por requisitos legales exigidos.

Las noticias tenían una duración de 5 a 15 minutos posteriormente se optó por crear los de 30 minutos en estos se transmitía información nacional, internacional, deportes, reportes meteorológicos y comentarios.

2.8 La mujer y la televisión.

La mujer en la televisión debe de tener un perfil bastante alto para su apariencia física ya que por estereotipo se dice que las presentadoras de televisión deben de ser una mujer dotada de belleza y debe de tener ciertos atributos como ser estatura media, ser delgada, tener medidas ideales en su cuerpo, con tez blanca en su piel y de preferencia jóvenes.

Las y los comunicadores deben de ser considerados y alejarse de los estereotipos para así sensibilizar a las personas.

Cuando hay mujeres que sufren violencia se debe de proteger las identidades y no revelar sus domicilios.

La sociedad y los medios de comunicación son los principales propulsores de este estereotipo ya que si una mujer no cubre con esas características la pasan por alto y muchas veces es ignorada cuando piden trabajo solo por no tener altos atributos de belleza.

Algunos ejemplos claros son que usan a mujeres rubias con ojos azules para publicidad cuando en El Salvador, las mujeres tienen rasgos comunes y latinoamericanos.

De igual forma los medios salvadoreños son los que promueven actividades de belleza y patrocinan concursos de belleza y muchas mujeres por esas ideas que los medios venden en sus espacios publicitarios tratan de alcanzar ese tipo de belleza y ponen su vida y su salud en riesgo.

Es por eso que en los últimos informes sobre la representación de la mujer en la televisión, realizados por el consejo el consejo audiovisual de Catalunya (CAC) presento diversos datos importantes ya que analizo diversos programas de televisión y se observó que en los espacios informativos se visualizaban un 29% de mujeres y un 30.7% en los debates y entrevistas.

2.9 La mujer en el periodismo Rosa

El periodismo de espectáculos o mejor conocido como periodismo rosa sirve como entretenimiento y el ocio en la televisión y es la que se encargar de informar sobre temas de música, arte, cine, televisión.

Las mujeres eran han perfiles como fuentes en el periodismo de espectáculos ya que son en su gran mayoría las protagonistas de dichas notas, según la Portillo (2016).

2.10 Rol de la mujer en los medios de comunicación

Los mensajes de los medios de comunicación permiten cambiar costumbres y comportamientos ya que juegan un papel muy importante en la sociedad, en América Latina existe un atraso sobre la equidad de género por el tipo de educación machista que reciben.

Los ejemplos más claros de que la mujer es violentada en los medios de comunicación, son como es presentada con materiales audiovisuales pornográficos y violentos que degradan la imagen de la mujer.

La ONU de mujeres enfatiza que el rol de la mujer es ser estereotipadas Onu Mujeres. (2015). “Las mujeres suelen estar delgadas y aparecer sexualizadas. Hablan menos que los hombres. Tienen menos opiniones. Y en la industria del entretenimiento todavía es más difícil que desempeñen un papel protagonista o de profesional”.

Actualmente se vive en una sociedad que es estereotipada y que beneficia al hombre y deja en desventaja a la mujer.

Por lo tanto la Onu de Mujeres realizo un proyecto donde observaron alrededor de 100 países y llegaron a la conclusión que el 46 de las noticias tanto de medios impresos como televisivos promueven estereotipos de géneros.

El sexo femenino debe de gozar de los mismos derechos que el sexo masculino ya que todas personas son iguales ante la ley y deben de gozar de los derechos, así lo establece el artículo 3 de la constitución de la Republica.

2.11 Participación de la mujer en los espacios informativos

La mujer en los medios de comunicación, en su participación no han tenido mucha prioridad sin embargo en estos últimos años se han incrementado en un 3.6% al respecto a la imagen de las voces femeninas, en un estudio realizado por el concejo Audio Visual de Andalucía CCA, en España.

Esto se debe a que las mujeres hoy en día tienen cargos institucionales, esto quiere decir que la participación de ellas interviene en el ámbito público, mientras tanto los hombres sigue en las responsabilidades institucionales.

También se observa el espacio que se le da a la mujer en estos medios de comunicación y como es en la televisión, al momento de participar como reportera y muchas veces como las fuentes de los hechos que pueden expresarse de una manera espontánea al momento de efectuar una notas periodística.

Al hablar de contenidos como el deporte, los hombres tienen una mayor participación en la televisión deportiva dado a esto una desigualdad de las mujeres al trato de esta información en un margen de 5,4% en el año 2014 fueron presentadoras, al contrario de los hombres en un 94,6% de los presentadores.

En los medios de comunicación la mujer muchas veces se ve la desigualdad y no es tomada como una fuente fiable en los temas de interés informativos, se observa que la presencia de la mujer fue significativa en las noticias acerca de la educación en un 48%, en salud 44,6%, y sociedad 40%, sin embargo los hombres siguen destacados en los temas científicos y tecnológicos 81,6%, en el mundo laboral 71,5% y también en internacionales 80%.

Consejo AudioVisual (2016). La presencia de la mujer en noticieros de TV aumentó en 3.6% en seis años.

Al hablar en la presentación de la mujer en los medios de comunicación, la valoración por sus contenidos que se transmiten, muchos de ellos se mencionan como mediático por los estereotipos que la sociedad tiene en mente sin tomar la importancia que tienen cada nota periodística.

La sociedad tiene la imagen de la mujer como estereotipos sexistas, se debe establecer escenarios de igualdad de géneros utilizadas para cualquier ámbito significativo no simplemente por su apariencia sino por la valoración de la importancia de los contenidos en los medios informativos.

En los medios de comunicación es común ver a la mujer como un acompañante para el hombre, más bien llamado como objeto decorativo observado por la audiencia y los estereotipos que se manejan en los espacios informativos por motivos de géneros.

Capítulo III Herramientas para el desarrollo de la investigación

3.1 Metodología

La presencia de la mujer en los espacios informativos debe de ser estudiada por medio de entrevistas y de igual forma estudios de campos como por ejemplo: observar como es tratada la mujer en los espacios informativos de televisión para así poder obtener un resultado de acuerdo a la investigación.

Con la realización de la presente investigación, fueron planteados objetivos desde un inicio para poder llegar a una determinación, se utilizara el método cualitativo, ya que por medio de esta investigación se recurrirá a las entrevistas de tres periodistas de los diferentes canales; notas de campo, narraciones u otros tipos de documentos que puedan favorecer a nuestra investigación.

Para tener una forma más clara y precisa se pudo determinar que el método cualitativo es el que nos permite el uso de perspectivas teóricas para tomar datos y otras observaciones en el campo.

“Utiliza medición de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de investigación” según Sampieri (2003).

También dentro de la investigación se ara la metodología cuantitativa por la cual se determinó este método para 15 días iniciando del día 03 de octubre del presente

año finalizado el 21 de octubre los canales de Noticias 4 Visión, Noticieros Hechos cana 12 e informa TVX23 para determinar cuántas veces participa la mujer como; presentadoras, periodistas, camarógrafos y los tipos de fuentes que aparecen en cada una de las notas realizadas por la programación del noticiero y en el ámbito que son destacadas.

Los canales de televisión, Noticias 4 Visión, Noticieros Hechos cana 12 e informa TVX canal 23 son los que tienen mayor circulación en el país por lo cual se han tomado en cuenta para la realización de la investigación, son noticieros importantes para el pueblo salvadoreño, esto determina que se debe realizar una investigación cuantitativa para contabilizar la participación de la mujer en los medios informativos, para analizar de una mejor forma las principales funciones.

Al elegir estos canales como 4 visiones se tomaron en cuenta por el ranking de este medio informativo por el cual muchos de los salvadoreños apartan su tiempo para ver las noticias que se transmiten, es uno de los más conocidos en nuestro país.

Es importante saber que la cadena TCS es una de las más conocidas a nivel nacional y una de las más televisadas por la población salvadoreña y por esa razón es importante conocer la presencia de la mujer en este medio.

De igual manera se eligió el canal 12 de Noticieros Hechos, que ahora en día también tiene un margen de participación muy vista por los televidentes, por los contenidos de las notas que se dan a conocer en dicho medio informativo.

Así mismo el canal 23 de informa TVX, haciendo una comparación de los contenidos que se transmite como el trato que le dan a la mujer en este medio a pesar de ser uno de los más recientes en nuestro país, como se ha tomado en cuenta la mujer en estos espacios, poder observar como un noticiero con mayor audiencia y otro de menor trayectoria.

Perspectiva cualitativa en la metodología sociológica de Alvira Martí, Francisco en: La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización de objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una probación de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada. Una característica de este enfoque se manifiesta en que debe haber claridad entre los elementos de investigación donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico.

Sampierie también dice: que el método cuantitativo se utiliza para la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento

El objeto de estudio es la presencia de la mujer para el cual se tomará como ejemplo la cadena de televisión de estos tres canales y con esto se espera acercarse más al trato que se le da a la mujer mediante la observación.

Es de suma importancia la selección de una fuente confiable para una investigación y sobre todo elegir a personas que tengan conocimiento acerca del tema y con mucha experiencia en el ámbito de la televisión, seguir de cerca los pasos y poder llegar a un juicio sobre la prioridad y el trato adecuado de las funciones que se le debe de dar a la mujer en los medios.

Para una investigación se deben de utilizar algunos métodos y uno de los más usados es el cuantitativo es donde se deben de realizar entrevistas para tener un estudio más acertado.

De igual forma se debe de entrevistar para saber cómo se sienten las mujeres en dichos medios y saber si sienten tratadas con igualdad.

3.2 La entrevista

Según Alex Grijelmo la entrevista tiene un sistema muy básico que es pregunta y respuesta, toda entrevista debe de tener datos básicos como describir bien al personaje en el entorno de su ambiente de donde se desarrolló la entrevista así como también la presentación del personaje, su cargo y su edad.

Algunas entrevistas deben de ser obligatoriamente textual lo que dice el entrevistado a la hora de redactar el texto ya que se lleva un formato de preguntas y respuestas.

El principal objetivo de hacer una entrevista es tratar de sacar a la luz algo que se encuentra oculto por alguien y para poder hacer una entrevista se debe de seguir una serie de pasos como por ejemplo estudiar al personaje y leer sobre él.

Se debe de tener una buena preparación para así poder llevar el dominio de la entrevista y no terminar siendo entrevistado por el personaje.

3.3 Guía de preguntas para entrevista

- ¿Quién es que presenta más titulares en su medio?
- ¿cuántas mujeres trabajan en su medio? ¿Por qué?
- ¿Cuál es la mujer idónea para su medio?
- ¿Cuántas mujeres son periodistas, camarógrafas?
- ¿Cuál es la imagen adecuada para una mujer en un medio de comunicación?
- ¿Cuáles son los requisitos para que una mujer trabaje en un medio de comunicación?
- ¿Creé usted que las mujeres son capaces de desarrollar el mismo trabajo que un hombre?
- ¿Alguna vez ha tenido una mujer como jefa?
- ¿Qué tipo de sección es la adecuada para una mujer en un noticiero?

- ¿Por qué la mayoría de mujeres están en espacios del hogar, cocina o espectáculos?
- ¿Qué importante es la presentación de una mujer en los medios de noticias?
- ¿Qué tipos de fuentes buscan los periodistas a la hora de hacer la noticia?
- ¿Considera usted que una mujer es lo suficientemente buena para dar noticias de política?

3.4 Participantes:

Las principales protagonistas de la investigación son los medios de comunicación y los canales que se van a ver ya que es de suma importancia conocer acerca dentro de ellos el trato que las mujeres tienen en los medios de comunicación específicamente en los espacios informativos.

Así mismo no se debe de excluir a las demás personas para la investigación y puede ser un editor, productor, camarógrafo ya que ellos ven el trato que se le da a la mujer en los espacios informativos.

3.5 Método multimodal

El método multimodal es una fusión entre los métodos de investigación cualitativo y cuantitativo y son importantes porque enriquecen una investigación y la sustentan de igual forma son complementarios.

3.6 Enfoque cuantitativo:

El enfoque cuantitativo es el que se encarga de probar las hipótesis planteadas de la investigación por medio de un plan que analiza y mide por medio de métodos estadísticos.

3.7 Enfoque cualitativo:

Es el que se encarga de comprender el entorno social por medio de la observación y se da sin medición numérica un ejemplo muy claro son las entrevistas abiertas.

Los enfoques cualitativos y cuantitativos tienen fases en común como por ejemplo:

3.8 La observación

Se establecen suposiciones (con base a la observación)

Probar suposiciones

Proponen nuevas observaciones.

3.9 La guía de observación

Se define como una lista de datos que se desarrollaran paso a paso para llegar al punto específico que se desea del tema a desarrollar.

Por otra parte esta guía ayudara a encaminar la investigación mediante la observación de los medios de comunicación televisivo, cual es el trato que se le da a las mujeres y su participación, con la entrevista se pretende explicar el porqué de las obligaciones y labor de las periodistas en los medios que se ha tomado como referencia , canal 4, canal 12 y canal 23 ... ya que mediante la observación se quiere detectar y contrastar información , para tomar registro de determinados hechos mediante el instrumento de la guía de observación.

También se dice que la guía de observación es un instrumento de registro que facilita la evolución y desempeño, también permite una evaluación integral.

Según hurtado (2000), la observación es la primera forma de contacto o de relación con los objetos que va hacer estudiados.

Contribuye al proceso de atención, para el cual el investigador se apoya en su sentidos (vista, oído olfato, tacto, sentidos kinestésicos, y cenestésicos), para estar al pendiente de los sucesos y analizarlos los eventos ocurrentes en una visión global, en todo un contexto natural, de este modo no se limita al uso de la vista.

La observación es una actividad del ser humano y además es un elemento fundamental para las investigaciones.

Por otra parte la observación permite la descripción del hecho real sin alterar lo que ocurre, es decir no se toma opinión propia aunque sea significativo para el investigador

También para una investigación es un paso fundamental la elaboración de una guía de observación ya que sirve para recolectar datos de observación para determinar el comportamiento del sujeto o grupo de sujetos para lograr analizar el fenómeno con mayor claridad.

“En toda observación intervienen elementos muy precisos como son el: observador, persona que se encarga de codificar las situaciones o eventos ocurrientes., el instrumento de registro, que puede ser directamente los interesados o instrumentos mecánicos como cámaras de video, fotográfica, termómetro, cinta métrica, escala de color, grabador, entre otros., y la situación observada, que es un complejo de múltiples eventos y relaciones, del cual hay que seleccionar lo que se pretende estudiar”. Así afirma Hurtado.

Así mismo la guía de observación es una evaluación instantánea ya que en este caso para poder observar la presencia de la mujer se tomara como muestra ver las noticias de los canales de televisión 4, 12 y 23 por 15 días para ver cuáles son los cargos que desempeñan las periodistas en los mencionados medios de comunicación.

Hurtado menciona que la ventaja de usar este método para una investigación es que se puede emplear durante una semana un mes, un semestre.

Refleja los desempeños conceptuales y de habilidades durante la sesión el desarrollo y el final. Permite al investigador obtener directamente los datos de la realidad empírica sin intermediarios ni distorsiones de la información.

3.10 Procedimiento

Se observó en los noticieros cual es el trato que han tenido las mujeres en los noticieros.

Se planteó el principal problema de la investigación que fue la presencia de la mujer en los espacios informativos y los principales objetivos de la investigación que son los que se pretenden haber llegado al final.

De igual forma se empezó a recolectar la información necesaria para poder crear el marco teórico y poder la mayor cantidad posible.

Nombre												
Fecha												
Canal												
Cantidad de noticias	Secciones											
	Titulares		salud		judicial		Política		Educación		total	
Presencia de la mujer	m	h	m	h	m	h	m	h	m	h	m	h
periodistas												
fuentes	m	h	m	h	m	h						
Presentadores del noticiero	M h											

La metodología es una de las partes más importantes de los trabajos de investigación y por eso que se realizó se dé la siguiente forma, primero de identifico cuales eran los instrumentos viables para poder elaborar la metodología.

Capítulo IV Resultados de la investigación

4.1 Análisis de resultados

4.1.2 Resultados cuantitativos

Con la meta de finalizar el trabajo de graduación se observó los noticieros del canal 4, 12 y 23 durante 15 días de acuerdo a investigaciones anteriores se recomienda observar el objeto de estudio por una semana para obtener información acertada de cuál es el rol de la mujer en los espacios informativos, que tipos de contenidos presenta la mujer en los noticieros, y la narrativa periodística en los noticieros, se realizaron gráficos para una mejor comprensión de los datos obtenidos de los noticieros.

Los noticieros salvadoreños están formados por diferentes secciones como titulares, notas principales, clima, internacionales, espectáculos entre otras.

En los noticieros, de acuerdo a la investigación se encontró que las mujeres solo presentan algunas temáticas como: espectáculos, cultura, salud y algunos económicos.

Los datos se presentan iniciando con el rol de periodista para ver si se cumplió con de los objetivos planteados.

El estudio está basado en 3 noticieros que son 4 visión, Hechos del canal 12 e Informa TvX del canal 23 en las emisiones estelares a continuación se presenta la narrativa periodística, el rol de la mujer, los contenidos noticiosos que presenta la mujer.

4.2 Narrativa periodística

La presencia de la mujer en los espacios informativos desde principios de la década de los ochenta, se señalaba que las mujeres no estaban presentes en las agendas de los medios ni eran fuente de información, y menos aún eran consideradas como audiencia. Esta situación, de acuerdo con Menéndez (2001).

La presencia de la mujer aumento gracias al periodo de la Primera Guerra Mundial, en donde les toco a las mujeres ejercer los diferentes trabajos que los hombres abandonaron y fue así como hubo mayor inserción laboral para la mujer.

En la actualidad en los noticieros Salvadoreños televisivos, la presencia de la mujer es sumamente fuerte ya que se observó los noticieros por 15 días en sus emisiones estelares de los canales 4,12 y 23, se obtuvieron los siguientes datos:

La observación de los noticieros fue alrededor de 15 días a 3 noticieros de los cuales se vieron 720 noticias, de las que 444 tuvieron presentes a mujeres en distintas formas, ya sea como fuente o como presentadoras dando diferentes tipos de noticas.

En la presente investigación se revisa como es la presencia de las mujeres por medio de una observación de 15 días a los noticieros, y se observó a las presentadoras de los noticieros en las emisiones estelares de noticieros.

La observación de los noticieros apunto que en unos sigue siendo una poca baja presencia, mientras que otros son media y en otros es sumamente alta.

4 Visión:

Los titulares de las noticias los presenta un hombre, y las noticas son expuestas por un periodista y por un periodista de igual forma la mayoría de fuentes que presenta el canal son mujeres.

Hechos:

En este canal los titulares son presentados por hombres y la mayoría de noticias son presentadas por personas del sexo masculino, de 20 noticas diarias que dan, solo 5 de las más importantes son presentadas por mujeres.

Informa TVX:

La presencia de la mujer en el noticiero del canal 23 Informa TVX es sumamente alta ya que la mayoría de noticas son presentadas por mujeres.

Figura1. En la imagen siguiente se presenta el número de noticias vistas por cada canal durante los 15 días.

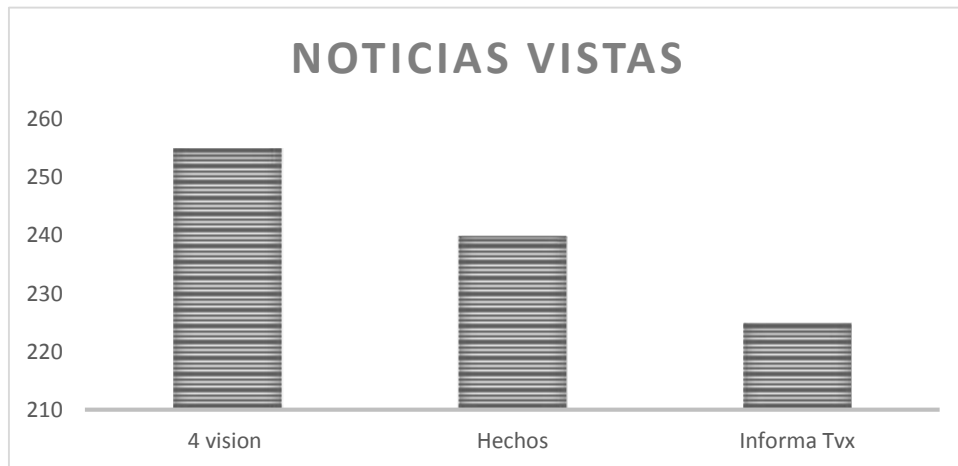


Figura 2 En la siguiente

Imagen se presenta los resultados de cuantas mujeres estuvieron presentes en los noticieros.

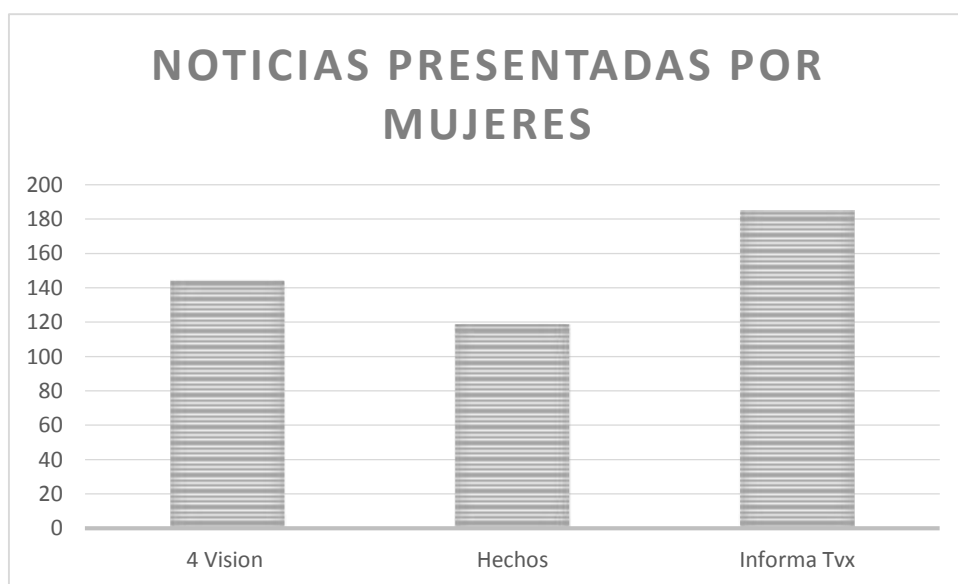


Figura 3 a continuación se presentan los datos obtenidos por cada canal y se presenta el dato de cuentas mujeres sirvieron como fuente de información en los diferentes noticieros.

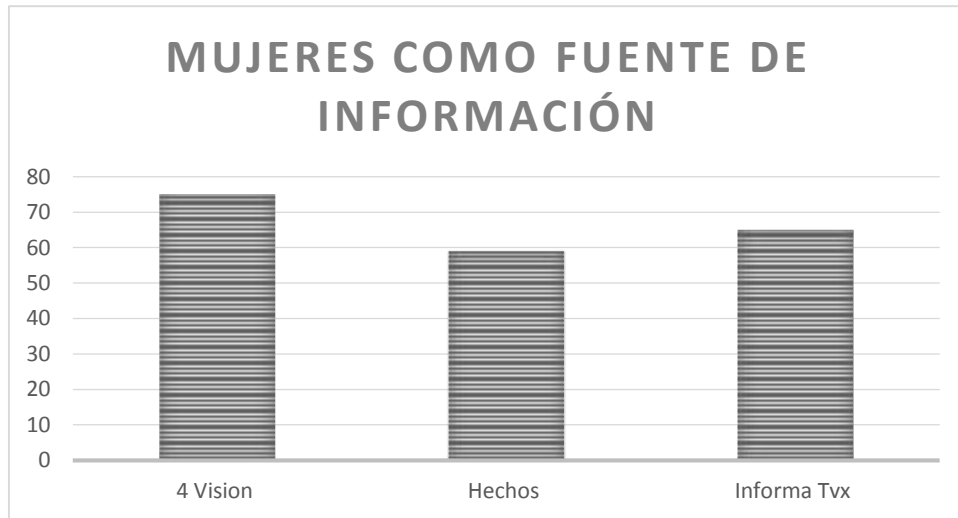
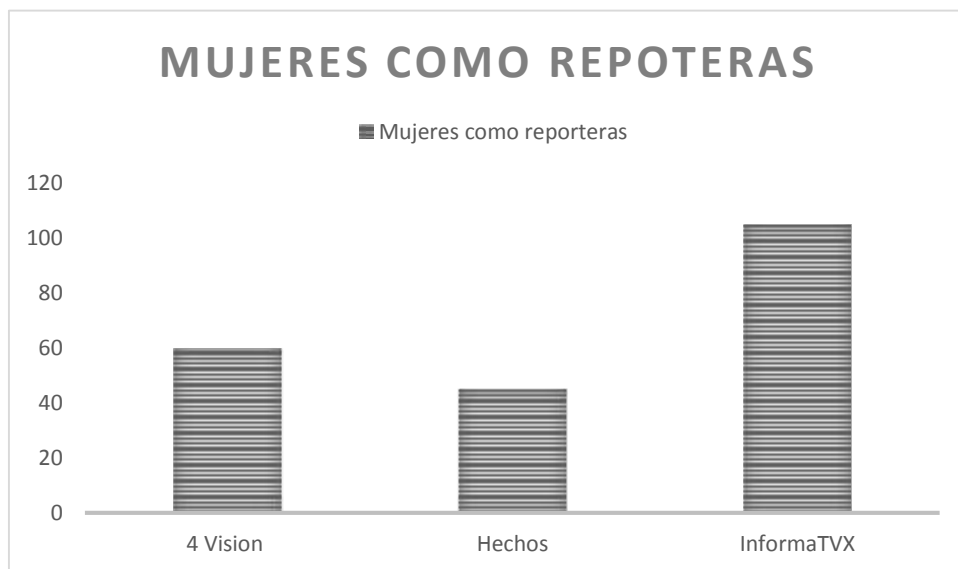


Figura 4. En la siguiente imagen se presenta la información recolectada de la observación de los noticieros sobre cuantas reporteras presentaban noticias a diario.



De igual importancia en el grafico anterior se puede observar que en el noticiero 4 visión durante los 15 días solo fueron tomadas 60 mujeres como reporteras lo cual quiere decir que son 4 reporteras por días, mientras que el noticiero del canal 12 es menor la presencia ya que solo son 3 por día y en el noticiero informa TvX la presencia de la mujer es mayor ya que da la mitad de las noticias la presentadora.

4.3 Tipo de contenido noticioso que presentan las mujeres

Las mujeres en los espacios informativos, a continuación se presentan los datos obtenidos a través de la observación de los 15 días de ver noticieros por medio de la siguiente gráfica.

Mujer presentando titulares:

Una mujer por día presenta los titulares.

Tipos de contenidos que da la mujer

De acuerdo a la investigación se encontró que la mujer presenta temáticas como salud, economía, espectáculos, titulares entre otros.

4.4 Análisis de resultados cualitativa

¿Cómo es la presencia de la mujer en los espacios informativos?

La presencia de la mujer en la actualidad es mayor que en décadas pasadas ya que hay mayor presencia de mujer en los espacios informativos y se observa en las emisiones estelares de cada noticiero, falta más desarrollo pero el país avanza.

Existe discriminación en los medios para la mujer por su género:

En la década pasada había marginación para las mujeres ya que se decía que el trabajo como camarógrafos era solo para hombre porque era muy pesado, pero en la actualidad se están rompiendo paradigmas y ya no es raro ver a una mujer como camarógrafo.

Noticias presentadas por mujeres:

Se presentan alrededor de 13 a 17 notas diarias la cual suma 720 notas visualizadas por los 15 días de noticieros de las cuales hay un término medio y la mitad de las noticias son presentadas por mujeres.

La importancia de ver los noticieros es para seguir la secuencia y poder obtener los datos necesarios así lo explica Sherry Ricchiardi (2016) "La información se publica rápidamente, y a menudo nadie se ocupa de enterarse qué es lo que pasa después o cómo termina el asunto. Estas alternativas no solo ayudan a los lectores; también pueden significar un tesoro de historias posibles para un buen periodista", dijo en un diálogo por email. "El seguimiento debe jugar un papel importante tanto en los medios impresos como en los digitales, y quizás más en estos, por su apetito insaciable".

Capítulo V Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

Caracterizar la narrativa periodística en los noticieros televisivos nacionales.

En la observación de los noticieros se encontró que la narrativa periodística en los medios de comunicación en estos canales de televisión se da de una manera comunicativa a la sociedad para dar información de los hechos que ocurren a diario, como aquellas de más importancia y relevancias que se dan en los noticieros.

Cada uno de estos canales trabaja con el motivo de despertar la curiosidad que tiene el televidente, cumpliendo para si una función como informativos siempre buscando decir con claridad las notas para su desarrollo.

Identificar el rol de la mujer en espacios televisivos informativos noticiosos

Identificar el rol de la mujer en espacios informativos noticieros, se observa que la mujer en estos medios de comunicación tiene un margen de presencia, teniendo más tiempo en las noticias como presentadora, reportera cubriendo notas en lugares muy arriesgado, sin embargo en el ámbito de camarógrafos se destacan los hombres por el hecho de ser el sexo más fuerte.

En los medios de comunicación donde se dio la investigación de la presencia de la mujer se puede identificar que hoy en día se está teniendo un poco más de participación en los espacios informativos de noticias.

Esperando ser vista a la mujer no por su belleza físicamente que en muchos medios de comunicación buscan para tener un mayor Ranking, al contrario es necesario hacer saber que las mujeres son importantes en las noticias por su capacidad intelectual.

Durante el desarrollo de la investigación del tema "la presencia de la mujer en los medios informativos, se concluyó que ha evolucionado la mujer en el campo laboral partiendo de la década de los 30's.

Debido a que en décadas anteriores las mujeres eran tratadas nada más como amas de casa y buenas esposas, para esos tiempos la mujer era vista para la procreación de hijos, atención al esposo, porque se decía que el hombre era "la cabeza del hogar más sin embargo hoy en la actualidad las decisiones son compartidas por que en muchos hogares la opinión de las mujeres son tomadas.

Así como avanza en el ámbito laboral, avanza en todos los demás sentidos como la participación en las labores fuera de la casa.

Ya que la mujer se ha visto cada vez más apoyada por diferentes instituciones tanto públicas como privadas para que puedan desarrollar sus destrezas y demostrar sus habilidades aportando a la sociedad.

Tomando en cuenta la participación de la mujer en el campo laboral, se realizó un estudio de los medios informativos canal 4, 12, 23 se observó cómo es tratada la mujer, desde que perspectiva los directores toman las decisiones de contratar a las mujeres de cuáles son las principales funciones a realizar.

La mujer en los medios de comunicación han sido tomada muy en cuenta y en los noticieros como en el canal de Noticias 4 Visión, Noticieros Hechos cana 12 e informa TVX canal 23 ya sea como presentadora o como periodista se destacan por su contenidos noticieros, tienen una participación importante en las notas que se realizan, se puede observar que la presentación, la imagen es importante en un medio.

Identificar los contenidos noticiosos que son frecuentes para las mujeres en los medios televisivos.

Al identificar los contenidos noticiosos que son frecuentes para las mujeres en los medios informativos, por medio de estos métodos se observa los tipos de tema en que la mujer participa, teniendo en cuenta la participación en notas más sencillas y de poco interés a la sociedad, sin embargo a los hombres se les sigue dando la mayor importancia en ciertas notas informativas.

La mujer en los medios de comunicación han sido tomada muy en cuenta y en los noticieros como en el canal 4, 12 y 23 ya sea como presentadora o como periodista se destacan por su contenidos noticieros, tienen una participación importante en las notas que se realizan, se puede observar que la presentación, la imagen es importante en un medio.

De igual manera se destacan por su inteligencia, su capacidad de desempeño por cada nota efectuada, se observó en cada noticiero el desarrollo de las mujeres como son tomadas en cuenta su participación dentro de ellas teniendo una igualdad de género en ciertos aspectos.

Lo más común es ver a una mujer destacarse como presentadora, periodista, o editora en un rol que se cree que es adecuado a sus capacidades, y no muy visto en el ámbito de camarógrafos donde es poca la participación de las mujeres en los noticieros.

Los noticieros que se observaron no se menciona a las mujeres como camarógrafos, es uno de los roles que no se toma en cuenta a la mujer, un motivo de estos sería su capacidad física donde influye por el equipo y recursos que se recurren.

Las mujeres así como los hombres tienen sus habilidades en realizar una nota periodística o presentadoras, el trato que reciben, se ve muchas veces la diferencia de género ya sea en lo social como en lo laboral.

En cuanto a los estereotipos de la mujer durante muchos años lo que se cree en su condición de vida de estar solo en el trabajo del hogar, con esfuerzo para poder involucrarse poco a poco en lo laboral en una mayor presencia en los noticieros.

En los medios de comunicación queremos destacar que la mujer muchas veces es vista como objeto sexual, la belleza de una mujer se refleja, muchos de los noticieros buscan a presentadoras o reporteras que son de buen parecer esto dejando de lado su capacidad o inteligencia en el cual ellas pueden destacarse por los contenidos de noticias que transmiten.

Cabe mencionar q el Instituto salvadoreño para el desarrollo de la Mujer (ISDEMU) (2015) identifica que la mujer es vista por su cuerpo, en relación a su belleza donde destacan ciertas cualidades y no su conocimientos académicos.

La adaptación de las mujeres a nuevos cambios sociales que se van generando en las áreas de trabajo para una mayor participación de los noticieros en que son destacados.

Se debe tomar en cuenta la igualdad de género es de muy importancia en los espacios informativos ya que muchas veces son utilizadas como objeto sexual como en anuncios publicitarios y en ocasiones el sexismo es visto como un tipo de violencia contra la mujer.

Para concluir con el presente trabajo de investigación, se puede decir que se cumplió los objetivos planteados al inicio, mediante el análisis de observación de los canales 4, 12 y 23 la presencia de la mujer en los medios informativos noticieros como es la mujer tratada y en que ámbito se destaca mayormente y no vista como un objeto sexual sino más bien por su capacidad inteligencia y habilidades que puede desarrollar en los medios de comunicación en nuestro país.

5.2 Recomendación.

Al caracterizar la narrativa periodística en los noticieros televisivos nacionales, se debe hablar con objetividad se tiene presente que muchos medios tratan solamente llamar la atención de la sociedad por lo que hablan dejando inquietudes en los televidentes.

Las medidas que se deben de tomar para tratar de solucionar esta problemática de sexismo que existe en los noticieros es que los gobiernos traten de educar para evitar este tipo de situación.

Es importante que se tomen medidas como investigaciones encaminadas para la orientación de un equilibrio del trato hacia la mujer en los espacios informativos y sobre las funciones que ellas desempeñan. Los medios de comunicación son los principales propulsores de crear este tipo de lenguaje y la principal forma de erradicar

este tipo de lenguaje es que los gobiernos capaciten a estas personas para educarlas en buen sentido y que las mujeres no sean estereotipadas y de igual forma se rompan esos paradigmas que las mujeres solo pueden dar cierto tipo de noticia.

En cuanto a la igualdad de género de las mujeres en los espacios informativos, tomas a bien la participación de cada una de ellas por su intelecto la destreza que las destacan como presentadora o reporteras y no como un objeto sexual en los medios de comunicación vistas por los salvadoreños.

Se recomienda a los medios de comunicación que capacite a su equipo de trabajo en cualquier área técnica como imagen, presentador, complementado el tiempo la acción el dialogo y cada aspecto que pueda favorecerá los noticieros.

En cuanto a los contenidos noticiosos que son frecuentes para las mujeres en los medios de televisión, se debe dar una mayor participación en temas como política, economía entre otras, así mismo el tiempo el espacio en que son frecuentemente vistas los noticieros en dar más prioridad a un desarrollo de igualdad en las temáticas.

REFERENCIAS

Cabrejo, M. (2016). *Discriminación malas ideas de los hombres sobre las mujeres.*

Recuperado de <http://www.elpopular.pe/espectaculos/2016-08-28-discriminacion-malas-ideas-de-los-hombres-sobre-las-mujeres/>.

Carballo, W. (2013). *Estéticas y narrativas del periodismo de espectáculo en El Salvador en*

los periódicos La Prensa Gráfica Y El Diario de Hoy. (Tesis maestría). Recuperado de

<http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/d7dftesiswilliancarballomaco-octubre2013.pdf/>.

Cd periodismo. (2016, 04 de enero). La presencia de la mujer en noticieros de tv aumento

en 3.6% en seis años. *Clasesdeperiodismo.com* Recuperado de

<http://www.clasesdeperiodismo.com/2016/01/04/espana-la-presencia-de-la-mujer-en-noticieros-de-tv-aumento-en-3-6-en-seis-anos/>.

Centro de Gobierno Corporativo. (2014). *Mujeres en la alta dirección en España.*

Recuperado de [http://www.centrobuengobierno.ie.edu/wpcontent/uploads](http://www.centrobuengobierno.ie.edu/wpcontent/uploads/sites/87/2015/01/Mujeres-en-la-Alta-Direcci%C3%B3n-en-Espa%C3%B1a-2015.pdf/)

[/sites/87/2015/01/Mujeres-en-la-Alta-Direcci%C3%B3n-en-Espa%C3%B1a-2015.pdf/](http://www.centrobuengobierno.ie.edu/wpcontent/uploads/sites/87/2015/01/Mujeres-en-la-Alta-Direcci%C3%B3n-en-Espa%C3%B1a-2015.pdf/).

García, N., Muñoz., & Martínez, L. (2008). *La recepción de la imagen de las mujeres*

en los medios: una aproximación cualitativa. Recuperado de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n10/n10a5.pdf/>.

Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición de guía de observación*. Recuperado de

<http://definicion.de/guia-de-observacion/>.

Gutierrez, M., & Boselli, O. (2009). *Entrevista lejos de la igualdad de género*. R-

ecuperado de <http://www.ipsnoticias.net/2009/10/mujeres-italia-lejos-de-la-igualdad-de-genero/>.

Huezo, M. (2004). *En la equidad de género en El Salvador*. Recuperado de

<https://es.scribd.com/doc/12758181/La-equidad-de-genero-en-El-Salvador/>.

Instituto de las Mujeres en México. (2005). *Las mujeres y los medios de*

comunicación. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf/.

Isdemu. (2015). *Manuales para la igualdad sustantiva en las comunicaciones*. San

Salvador: ABC de la igualdad sustantiva.

Juárez, N., Molina., & Díaz. (1996). *La necesidad de un periodismo de reforma en*

la televisión Salvadoreña. (Tesis inédita de licenciatura), Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador Sv.

Luque, J. (2014). *El rol de la mujer en los años*. Recuperado de

<https://prezi.com/voc-gp90n6so/el-rol-de-la-mujer-en-los-anos-50/>.

Suarez, J. (2007). *Estereotipo de la mujer en los medios de comunicación*.

Recuperado de <http://www.mujaresenred.net/spip.php?article1211/>.

Naanous T. (2015). *El rol de la mujer en los medios*. Recuperado de

<https://polibar.org/2015/02/19/el-rol-de-la-mujer-en-los-medios/>.

Nuria, G., & Luisa, M. (2009). *La representación positiva de la imagen de la mujer*

en los medios. Recuperado de <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electro>

[niques/congenere/comunicacions/pdf/02_representacion_mujeres_publicidadp/](http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electro).

ONU Mujeres. (2016). *Medios de comunicación*. Recuperado de

<http://www.unwomen.org/es/news/stories/2016/7/media-advisory-un-women-at-the-2016-rio-olympics/>

ONU Mujeres. (2015). *Las mujeres y los medios de difusión*. Recuperado de

<http://beijing20.unwomen.org/es/in-focus/media/>.

Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2003) *Metodología de la investigación*. (6ta

Ed). México, D.F: McGraw Hill Interamericana.

Sherry R. (2016). *La importancia de hacer un seguimiento de las noticias*.

Recuperado de <https://ijnet.org/es/blog/la-importancia-de-hacer-un-seguimiento-de-las-noticias/>.