

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

TÉCNICO EN PERIODISMO



TEMA:

VALORES QUE SE TRANSMITEN EN LAS REVISTAS MATUTINAS DE
TELEVISIÓN EN EL SALVADOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

KAREN BRISSEYDA MARTÍNEZ ORTIZ

SANDY YURLENY MONTES MEJÍA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

SEPTIEMBRE, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

Página de Autoridades

ING.NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC.JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC.VICTOR HUGO DUEÑAS

PRESIDENTE

LIC. CARLOS VIRGILIO MARÍN ALFARO

PRIMER VOCAL

LIC. MORENA AZUCENA MAYORGA DE RIVAS

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Carlos Virgilio Marín Alfaro, Lic. Víctor Hugo Dueñas Alfaro, Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas a las 6:00p.m. del día Lunes, 19 de junio de dos mil diecisiete.

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

<u>1-Karen Briseyda Martínez Ortiz</u>	<u>Carnet 36-5413-2009</u>
<u>2-Sandy Yurleny Montes Mejía</u>	<u>Carnet 36-4009-2010</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Valores que se transmiten en las revistas matutinas de Televisión en El Salvador"

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, 19 de Junio de dos mil diecisiete.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Carlos Virgilio Marín Alfaro

F. 
SEGUNDO VOCAL
Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Víctor Hugo Dueñas Alfaro

Agradecimientos

Todo camino tiene su meta, ahora me encuentro cruzando mi meta junto a muchos sacrificios que hacen este momento sea más importante y valioso para mí y mis seres queridos.

Agradezco a Dios por darme la vida y colocarme en la familia correcta, con mucho amor y respeto elevo mi agradecimiento a mi bisabuela que me observa orgullosa de mi logro, también agradezco a mi madre y hermana por cada sacrificio y consejo que han brindado a lo largo de la carrera.

A lo largo de este proceso se unieron amigos y amigas que mostraron su apoyo por mis estudios, gracias a mi compañera de tesis por haber aprendido juntas, de igual forma a mi asesora de trabajo.

Lo importante en la vida no es correr o ser veloz, lo que cuenta es tener resistencia y llegar a tener éxito.

Karen Ortiz.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco enormemente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Agradezco a mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, su comprensión y su constante motivación y ayuda.

También a mi esposo que en todo momento me dio ánimos para salir adelante y ayudándome a cumplir mis metas.

A nuestra asesora que nos ayudó con las dudas presentadas y en la elaboración de nuestro trabajo. En todo momento motivándonos a salir adelante y finalizar este trabajo.

Reconozco que sin la ayuda de Dios y mi familia y asesora no hubiese cumplido mi sueño de finalizar mis estudios.

Yurleny Montes

Índice

Introducción	i
---------------------------	----------

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Justificación	9
1.2 Enunciado del Problema.....	12
1.3 Delimitación	14
1.4 Objetivo General.....	15
1.5 Objetivos Específicos	15

Capítulo II

Marco teórico

2.1 La televisión.....	18
2.2 Influencia de programas de TV desde América Latina hacia Estados Unidos	21
2.3 Surge la televisión en El Salvador	23
2.4 Primeros programas en El Salvador	25
2.5 Valores y telerevistas en El Salvador	26
2.6 La producción en televisión	27
2.7 Contenidos de la programación.....	28
2.8 Clasificación de programas de televisión.....	31
2.9 Programas matutinos de televisión.....	32
2.10 Los valores	34

Capítulo III

Metodología

3.1 Método.....	38
3.2 Muestra.....	41
3.3 Técnicas	47
3.4 Procedimiento.....	50

Capítulo IV

Resultados.....	51
------------------------	-----------

Capítulo V

Análisis de tablas observadas	85
--	-----------

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones.....	88
6.2 Recomendaciones.....	90

Referencias.....	94
-------------------------	-----------

Anexos	98
---------------------	-----------

Introducción

Los medios de comunicación dentro de una sociedad poseen un papel fundamental. Su rol e influencia como comunicadores de la realidad social y política es indiscutible; pero, ¿qué pasa con ellos al momento de convertirse en promotores de valores?

Por ello, este trabajo de investigación plantea como punto de partida la observación de “Viva la mañana” de TCS y “Tu mañana” de canal 10, dos telerevistas en la que su eje central es la de ser espacios para la familia y sociedad en general en donde se difunde la cultura nacional e internacional.

Es de tener en cuenta que la comunicación cultural radica en la creación de espacios de difusión cultural, razón para estudiar las revistas como primera fuente de información, orientación y educación local.

En esta investigación se propone en el planteamiento del objeto de estudio de investigación en donde se establece la problemática abordada y se toman en cuenta algunos aspectos específicos sobre la realidad estudiada, asimismo se plantea la justificación en la cual se explica cuáles son los propósitos que han influido a seleccionar el tema de estudio, ambas son las categorías dentro de las cuales se precisa la investigación.

También, con la intención de encontrar una solución al problema mediante este proceso de investigación, se plantea su respectiva formulación que permitirá dimensionar qué tanto abordan los valores y cómo se ven reflejados en estos espacios.

Además, en este documento están expresados los propósitos que se logran mediante la observación estructurada, proceso fundamental dentro de la investigación científica que permite conocer a fondo el objeto de estudio. Por otra parte, la realización de la investigación se ha tomado en cuenta las limitaciones relevantes que, en cierta manera, incidieron en la realización de la presente investigación.

Es importante destacar los antecedentes existentes de estos programas en análisis y, por supuesto de los valores, variables y elementos que poco han sido retomados por los investigadores en el área de comunicación. Además, estos insumos son importantes para futuros investigadores que estén interesados en ahondar los valores transmitidos en las revistas matutinas salvadoreñas.

Habiendo compilado los antecedentes que existen sobre el objeto de estudio se determinó que no son muchos los estudios que existen a nivel nacional sobre los mensajes o valores que transmiten estas revistas. Por tanto, se convierte en una razón para realizar una investigación que permita identificar si existe contenido con valores en la revista.

Capítulo I

Planteamiento del problema

Dentro de la sociedad salvadoreña los flujos de información son excesivos, dando la pauta para que los realizadores de entretenimiento en televisión generen nuevos productos y los consumidores tengan más opciones o nuevos contenidos que satisfagan sus necesidades informativas.

Los medios de comunicación tienen la facilidad de transmitir hasta 20 horas ininterrumpidas a todo el país, si no es que más tiempo; ya que dependerá de la programación de cada canal. Como contraparte el televidente siempre está en una constante búsqueda de información, ese interés de saber que está sucediendo en su entorno.

Estos pueden ser de cualquier índole entre ellos: tradiciones, costumbres, ritos, culturas, lugares turísticos, paisajes, diferentes estilos de vida y diversidad de idiomas que hay o lenguas que se hablen en una región.

La televisión es uno de los medios de comunicación masivo con mayor impacto tanto en captar la atención, informar, generar opinión, entretener y así mismo puede penetrar en la mente de cada individuo que lo percibe diariamente.

Este medio de comunicación forma parte del estilo de vida de muchas personas, ya que siempre se está en búsqueda constante por saber lo que se transmitió en los diferentes canales de televisión.

Según Martin Barbero (1998), la mediación es utilizada para abordar el tránsito de las culturas populares a las culturas de masas, experimentando por las sociedades latinoamericanas. Así mismo, abordan el fenómeno de la comunicación de masa como una arena de negociación entre distintos integrantes de las sociedades.

La modernidad como transformación contempla no la sustitución de unas formas de vida por otras, sino la hibridación de elementos folclóricos o populares con elementos modernos urbanos o refinados.

Los bienes culturales, se caracterizan en que su valor simbólico es mayor que su valor material.

Las jerarquías en la cultura soporta los bienes culturales, así mismo existe la cultura alta, la cultura tolerada, popular, de masas y la cultura folclórica. La cultura es un terreno de luchas y negociaciones entre los distintos actores y grupos que componen una sociedad.

Barbero (1998), critica ciertas perspectivas de izquierda que consideran que las clases dominantes a través de las instituciones como medios de comunicación de masas, escuelas, cárceles, imponen patrones y referentes culturales para mantener su dominio sobre otros grupos sociales, la deficiencia de esta visión es que los grupos o clases subalternas son reducidos a meros espectadores incapaces de instrumentar resistencia frente a la dominación de las clases dominadas.

Las mediaciones cobran importancia como instrumento de reconciliación de las clases y reabsorción de las diferencias sociales y, como espacios donde se negocia el posible éxito o fracaso de los medios de comunicación como innovaciones técnicas.

El éxito de los medios de comunicación depende de las posibilidades que brinda para articular las raíces culturales de cada comunidad, grupo, clase o estrato social, en la vida diaria.

La calidad de los mensajes influye en el éxito de los medios de comunicación, y su permanencia dependerá en una buena medida de las relaciones que las audiencias puedan establecer con estos y su pasado cultural.

Entre los productos que la televisión ha creado en las últimas décadas se encuentran las revistas matutinas o de variedades que son un verdadero macro género que se ha convertido en espectáculo de todo tipo de material.

Generalmente estos programas son transmitidos en horario matutino y tienen una duración de aproximadamente de tres horas, que pueden variar por regiones; además su *rating* puede indicar el porcentaje de tele espectadores, al igual que una revista impresa, incluye en su programación diversas secciones y contenidos sumamente variados, y que el concepto del programa y el carisma de sus presentadores se logra homogenizar.

La televisión ínsita a la dramatización, en un doble sentido: escenifica en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático. (Bourdieu 1996).

El mundo de la imagen está dominado por las palabras, y las palabras pueden causar estragos, según Bourdieu (1996).

La televisión es un medio muy importante para hacer llegar un mensaje, los personajes que aparecen dentro de la pantalla chica son los protagonistas principales para crear un escenario y formar un ambiente propicio para el traslado de información a la audiencia a una realidad en la que sean partícipes de dicha situación y resuelvan las problemáticas presentadas.

Por ello en estas ideas, se encuentra el objeto de estudio que fue, la observación de valores en los contenidos de la programación en las revistas “Tu Mañana, de canal 10 “y “Viva la mañana”, de Telecorporación Salvadoreña (TCS). En síntesis, las revistas televisivas son un macro género que se convierten en un espectáculo de entretenimiento; por eso, es de suma importancia la observación de sus contenidos y de cómo actualmente dan a conocer valores, principios y enseñanza a la hora de estar al aire.

El medio comunicativo y, en caso específico en una revista de variedades se transmite significados con el propósito de afectar sensorial, conceptual y emotivamente el receptor para ampliar o reducir sus condiciones de conciencia o generar en las nuevas actitudes y conductas.

Influyen en gran manera en la formación o desintegración de los valores en los espectadores, ya que proyectan desintegración de actitudes de las personas, además de paradigmas o estereotipos que ellos aceptan o rechazan, provocando conductas humanas que pueden transformarse en fenómenos y conflictos sociales. (Maigret, 1999).

Según el informe mundial denominado “Invertir en la diversidad Cultural y el diálogo Intercultural”, presentado por la UNESCO en 2009, indica que “para que los contenidos culturales y comunicacionales contribuyan a la diversidad cultural se deben resolver los problemas planteados por el tipo de necesidad y producir contenidos innovadores”.

En ese sentido, este informe hace alusión a potenciar la diversidad de contenidos culturales tomando en cuenta lo local, como parte fundamental para el desarrollo de contenidos y, de esa manera, obtener un desarrollo equilibrado, ya que el estudio menciona que algunos grupos solo les interesa tener contacto con otros grupos con similares rasgos culturales haciendo uso de los medios de comunicación, no tomando en cuenta el desarrollo de la cultura ya que el mismo informe indica algunos grupos se interesan por tener contacto con otros grupos de similares rasgos culturales haciendo uso de los medios de comunicación, dejando de lado u observando rasgos propios de pequeños grupos.

En el libro “Historia mínima de El Salvador”, (VA, 2002) hace referencia a que después del conflicto armado en El Salvador se experimentaron una serie

de transformaciones en la cultura salvadoreña y, de manera específica, sus valores, así como en los medios de comunicación social.

Así, los valores alusivos a democracia, paz, riqueza cultural, social y de identidad, entre otros, renacieron luego de doce años de conflicto armado que silenciaron a los artistas y al mismo pueblo que generaban y fortalecían la generación de valores que habían sido transmitidos de generación en generación.

Sin embargo, el efecto de la postguerra provocó que la sociedad salvadoreña actuara con relaciones violentas, las cuales se ven reflejadas actualmente en la vida cotidiana entre personas.

Un informe revela que el 48 % de los salvadoreños ven la inseguridad y la violencia como su mayor problema, por encima de la economía (20 %).

Asimismo, señala que El Salvador está entre los países donde un buen número de sus pobladores reconoce tener temor a ser víctimas de algún delito. (Latino barómetro, 2016).

El sociólogo Nelson de Jesús Gómez, (2017) hace alusión a los valores y, especialmente, a la democracia, la cual representa un valor, el paradigma más representativo de nuestros tiempos. Es así como de la democracia se desprenden otros subvalores fundamentales centrados en la libertad, la equidad, la igualdad, la solidaridad, la justicia y la soberanía popular.

Por tanto, Gómez sostiene que para los estudiosos de las Ciencias Sociales no puede ni debe quedar como un aspecto que interpreten otros, el reto es investigar a fondo la problemática para construir propuestas viables de las sociedades contemporáneas

En esta evolución, la sociedad salvadoreña se ha tornado excluyente; no obstante, existen sectores que trabajan para el reconocimiento de las identidades, de la diversidad cultural y de transculturización, aspectos de suma importancia que deben ser evaluados mediáticamente.

Por tanto, es necesario verificar si los contenidos televisivos están contribuyendo al desarrollo de una sociedad que practica valores para una mejor convivencia.

En ese sentido, los medios de comunicación juegan un papel fundamental ya que son generadores de cultura y valores. Es así como se entiende por cultura al conjunto de signos, relaciones, producciones y hechos humanos que contribuye un sentido de identidad o de identidades como lo afirma Alvarenga (2011).

Otra definición del antropólogo británico Taylor (1871) define: cultura es "aquel complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, leyes, moral, costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad.

Con respecto a los valores son constructores socioculturales abstractos y de ellos se desprenden los intereses específicos de cada individuo, además dan dirección a las actividades e intereses. Schwartz, (1992)

Afirma que los valores morales surgen primordialmente en el individuo, por el influjo y en el seno de la familia; además menciona que el respeto, la tolerancia, la honestidad, la lealtad, el trabajo, la responsabilidad, son considerados como valores.

Ahora, llevar estos valores a la pantalla de televisión, verlos reflejados y que, al mismo tiempo, representen o caractericen a una sociedad o varias es un objeto y un reto de estudio para los especialistas. Este es el caso de ChaffeeMcLeod, (1971) y Atkin (1983), quienes señalan “altas correlaciones entre los valores familiares y los valores percibidos por los programas televisivos”.

Según el estudio realizado por ChaffeeMacLeod y Atkin plantea que: cuanta más televisión ven las personas, mayor es la probabilidad de que sus concepciones acerca del mundo y de su gente (sus actitudes, creencias, valores, comportamientos) reflejen lo que ven en televisión (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1994).

Su estudio reveló que altas correlaciones entre los valores familiares y los valores percibidos por los adolescentes y sus padres en los programas televisivos, los cuales proceden de una elección personal, que reflejan los valores y las actitudes familiares.

Tomando en cuenta lo anterior, se hace necesario hacer una revisión e identificación de las revistas matutinas dado a que productos televisivos que pueden ser consumidos por públicos que son un fiel reflejo de esa diversidad cultural y de práctica de valores señalados anteriormente.

En El Salvador, el abordaje de valores dependerá de cómo el productor le dé tratamiento a la información o si responde a una audiencia. Es de evaluar si aporta al consumidor final que es el espectador o si solo cumplen con los compromisos comerciales que sostienen en su mayoría a las revistas matutinas. Pueden preguntarse, ¿Sí estos programas deberían estar en programación?

Por ello, es importante conocer cómo se ven reflejados los valores en sus contenidos a su público, ya que los valores son los principios que permiten que los seres humanos mediante su desarrollo puedan realizarse como “mejores” personas, es decir son esas cualidades y creencias que vienen anexadas a las características de cada individuo y que ayuden a la vida del ser humano, además de caracterizar una sociedad.

1.1 Justificación

La televisión siempre ha sido considerada como un medio influyente en el modo de la vida de las sociedades, los televidentes consumen algún contenido transmitido por la televisión y se identifican ya sea por su contexto, por el tema desarrollado, modo de presentar el contenido o por atractivo visual.

Entre todos los medios de comunicación actuales es sin duda la televisión la que tiene una presencia social más amplia. La unión de la imagen y del sonido y la posibilidad de su traslado, practicante instantáneo en el espacio, hace de ella un instrumento ideal para superar las barreras. (Sánchez, 1994).

Existen muchos programas televisivos que son los preferidos en la audiencia, los cuales cuentan con un amplio contenido que va desde la política, pasando por temas de la vida cotidiana hasta llegar a la cultura y valores.

En determinados formatos televisivos es muy poco recurrente encontrar la palabra “valores” de manera explícita como parte de las secciones o contenidos a desarrollar dentro del espacio al aire. Asimismo, es de considerar que los medios de comunicación, en teoría, deben incluir los temas de valores dentro de un programa a transmitir y, de manera paralela, deben además informar. Por tanto, es un doble rol a esperar ya que además de ser novedoso deben apegarse a la temática que ha sido adecuada al segmento o espacio determinado.

La relación entre los valores y los medios televisivos se entiende a partir de que ayudan a una mejor convivencia entre diferentes tipos de sociedades y de manera más específica las revistas, pueden colaborar al impartir temas con buenos hábitos. Así, las revistas son un producto mediático, pero a la vez tienen la obligación de educar, formar y entretener, Kleir, (2001).

La investigación surgió al poco espacio brindado a los temas relacionados con dar a conocer valores, así como al observar un contenido deficiente en dichos

segmentos. Ayudando a ello está el paradigma de que en estas revistas abordan los temas superficialmente y carecen de un enfoque cultural y de valores definidos.

Otro motivo esencial fue también el compromiso de brindar información que además de entretener a la audiencia informe y contribuya a un conocimiento que concluya en un mejor desarrollo de la identidad cultural y de valores de la sociedad.

Esta investigación puede llegar a ser de mucha ayuda para la sociedad ya que debido a los pocos trabajos sobre valores en programas de televisión se convierte en una brecha para fijar la atención en la clase de información y espacios que se le brinden al tema investigado.

El medio audiovisual permite informar y a la vez puede aportar al recurso de aprendizaje en el medio educativo y sabiendo utilizar este medio como herramienta educativa para llegar a un objetivo. Es de importancia no perder de vista cómo las revistas matutinas están abordando los valores en su programa.

Asimismo, es importante porque permite conocer la calidad de mensaje que imparten y reconocer si vale la pena que tengan un espacio aproximado de tres horas y una hora y media, y si dentro de ese contenido abordan valores.

Para la Escuela de Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador será una tesis de interés para conocer detalladamente si el contenido

de las telerevistas es importante y cómo están realizando el manejo de información para la sociedad salvadoreña, además conocer los tipos de valores que se transmiten a través de los temas y secciones.

La investigación por ser de carácter exploratorio se espera tenga un aporte a la creación de espacios que den a conocer valores y al mejoramiento de los ya existentes dentro de la televisión nacional. De igual forma este trabajo puede funcionar como guía para futuros productores de televisión para incluir temas que sean importantes para el desarrollo de la sociedad y la cultura al mismo tiempo ser guía para estudiantes de la carrera de Periodismo y Comunicaciones para dar pie a nuevos trabajos e investigaciones que aporten a una mejor calidad de producción audiovisual.

1.2 Enunciado del Problema

En la actualidad es importante analizar los valores que las revistas de variedades transmiten contenidos productivos y educativos.

En El Salvador hay diez revistas matutinas entre ellas, “Viva la Mañana”, “Tu mañana”, “Hola El Salvador”, “Arriba mi gente, entre otras. La mayoría de telerevistas manejan un perfil, lenguaje y forma de vestir, todas ellas se sostienen de la publicidad que se pauta.

Es de suma importancia verificar si las revistas pueden ser portadoras de los valores en la sociedad y de cómo los presentadores y productores reflejan a los televidentes.

Ya que las principales funciones de la televisión son: educar, informar, entretener y generar opinión. (Klein, 2001).

Uno de los principales recursos en una revista matutina son los productores y presentadores en la que se apoyan los medios de comunicación social para dar a conocer la información en los diferentes contenidos, y de todo profesional debe manejar y conocer para su tratamiento antes de estar al aire. (Guía de producción de TV, 2016)

Las revistas de entretenimiento se han posicionado en la creación de contenidos en los diferentes medios de comunicación social, es de suma importancia saber cuál es el aporte que surge de estos programas a la sociedad salvadoreña.

Ya que se ven en los mayores niveles de *rating* en sus programaciones, los obtienen los canales 2, 4 y 6 de TCS, seguidos por el canal 21 de Mega visión, canal 12 de AS Media México y Canal 19 de Megavisión.

Puede observarse que, en términos de *rating* de audiencia, el mercadeo de TV abierta comercial está ampliamente liderado por el grupo de TCS, a través de sus canales 2, 4, 6 y 35, que conjuntamente representan el 69 y el 66 por

ciento de rating promedio en los años 2013 y 2014, respectivamente. Informe de Superintendencia de Competencia, (2016).

En ese sentido, surge la interrogante siguiente: ¿Cómo las revistas televisivas reflejan valores que pueden caracterizar a la sociedad salvadoreña?

1.3 Delimitación

La investigación se centrará en las revistas matutinas, Viva la mañana de la Tele Corporación salvadoreña (TCS) y Tu mañana de Televisión educativa de El Salvador canal 10, se tomará aproximadamente cinco meses y medio para llevarla a cabo. Los objetos de estudio serán las revistas matutinas, que serán analizados a y estructurados al igual de manera paralelamente se harán en entrevistas a presentadores, productores, sociólogos, y profesionales que trabajen en los medios de comunicación.

Además, se trabajará con tablas de observación de valores en un período de un mes, donde se visualizará los programas, Tu mañana y Viva la mañana. En esas tablas se observará que valores se dan a conocer en las revistas matutinas.

1.4 Objetivo General

- Observar cómo las revistas matutinas en El Salvador reflejan y exponen los valores difundido en el medio televisivo.

1.5 Objetivos Específicos

- Observar las revistas Viva la Mañana de TCS y Tu mañana de canal 10 y cómo expresan los valores.
- Identificar en cuáles secciones desarrollan valores en las revistas seleccionadas.
- Conocer qué tipos de valores proyectan en el programa televisivo.

Capítulo II

Marco teórico

Los medios de comunicación tienen una alta influencia en la sociedad al ser fuentes inmediatas de la realidad social y política. No obstante, es preciso analizar lo que sucede cuando estos toman el rol de “promotores culturales”. Así, es oportuna la frase del escritor mexicano José Vasconcelos (1965) quien manifestó: “tanto hace por la cultura quien la crea como el que la promueva”.

La comunicación es una necesidad donde la finalidad es la interacción; es decir, es un proceso mediante el cual los seres humanos transmiten e intercambian información, ideas, emociones, vivencias, entre otras experiencias. Así, la comunicación enriquece los sistemas de las relaciones sociales al permitir al individuo construir, reconstruir y adquirir nuevos conocimientos, a fin de contribuir al desarrollo y transformación de la sociedad.

Según los sociólogos la comunicación es un fenómeno complejo, no sólo porque concentra diversas áreas, sino porque implica correlación, interacción e interdependencia, aspectos que constituyen la base misma de la idea de complejidad. Según Castells (2009), “el sistema de comunicación es tan versátil, diversificado y abierto que puede integrar mensajes y códigos de cualquier origen, abarcando la mayor parte de la comunicación socializada” (pág. 537).

El funcionamiento actual de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación, pues con el pasar del tiempo, la acción comunicativa de la

humanidad se ha desarrollado a pasos agigantados y ha evolucionado mediante los avances tecnológicos. Es así como las comunicaciones rompieron las fronteras del espacio y del tiempo, y ahora es posible relacionarse alrededor del mundo de una manera sencilla.

La comunicación sigue una lógica de producción social acorde con las necesidades, ideologías, patrones culturales de la población, pese a que muchos de los códigos que se emplea en el día a día responden a una herencia intergeneracional; además son adaptaciones y combinaciones de otras sociedades que responden a tendencias. (Ulloa, 2007, pág. 25)

Según Castells (2009), el proceso de comunicación influye en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales. La revolución en las tecnologías de la información y la comunicación es un elemento fundamental de la actual transformación.

Sus consecuencias reales en el campo de las comunicaciones dependen de decisiones políticas que son resultado de los debates y conflictos propiciados por las empresas y grupos de intereses sociales y políticos que pretenden establecer el régimen regulador en el que han de actuar empresas y personas.

En la actividad humana, la comunicación permite comprender cómo se constituye el tejido de las relaciones sociales, los pensamientos colectivos, la identidad, las nuevas formas de comunicación, las percepciones de los símbolos, y entre otros fenómenos, promoverá una manera de acercarnos a la realidad.

Para Ulloa (2007), “La comunicación se reinventa las veces que sean necesarias para que los actores no tengan dificultades cada vez que cambian los contextos, los hechos y suceden nuevos paradigmas socioeconómicos, políticos y culturales” (pág. 147).

La comunicación es una herramienta clave para construir opinión pública, puesto que brinda la apertura de nexos de diálogo entre los diversos actores sociales, y con ellos, contribuir al fortalecimiento de una sociedad democrática, por lo tanto, es importante promover la vinculación y participación activa para su desarrollo.

Según (Ongallo, 2007, pág. 11), la comunicación “es un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo”.

Los medios de comunicación no crean ni reflejan la realidad sociocultural, porque no existe, no tienen interés en crear o reflejar la realidad. Estos medios de comunicación lo que utilizan es la imaginación y proyectan fantasía. (James Lull 1997).

2.1 La televisión

La televisión es un sistema comunicativo que se base en el envío y recepción de imágenes y sonidos, a través de diferentes soportes como la radio, el cable o el satélite o entre otros. La televisión hizo su aparición a nivel comercial

en la década de 1930, aunque, años antes, ya se conocía el sistema para unos científicos.

En los orígenes de la televisión se expusieron distintas soluciones mecánicas, como el disco de Nipkow, en 1884; sin embargo, se desecharon estos sistemas mecánicos en beneficio de los sistemas de captación totalmente electrónicos actuales.

En 1925, el inventor escocés John Logie Baird efectúa la primera experiencia real utilizando dos discos, uno en el emisor y otro en el receptor, que estaban unidos al mismo eje para que su giro fuera síncrono y separados por 2 milímetros.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC *One* en Inglaterra, en 1927; la Televisión Française¹ (TF1), de Francia, en 1935; la National Broadcasting Company, Incorporated (NBC) y la Broadcasting Inc CBS en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular.

La investigación realizada por Nordenstreng y Varis (1974, pág.19) constató que un promedio de un 52 por ciento de los programas de televisión en América Latina eran importados, en su mayoría, desde Estados Unidos.

Estos datos corresponden al año 1972, no obstante, se han ido produciendo grandes cambios en los sistemas latinoamericanos de televisión a

medida que estos han madurado, y que la tecnología de la producción y distribución de televisión ha cambiado. Es así como México, Brasil, Argentina, y Venezuela se han convertido en importantes productores y exportadores de televisión a otros países, incluyendo a Estados Unidos.

Sin embargo, esta última potencia sigue manteniendo liderazgo como el mayor exportador hacia los países latinoamericanos, sin embargo, algunos espacios que una vez fueron ocupados por series norteamericanas está siendo ahora llenados por telenovelas y comedias latinoamericanas.

Nordenstreng y Varis (1974) constataron que la televisión latinoamericana estaba dominada por Estados Unidos; por tanto, varias naciones importaban desde un 10 hasta un 84 por ciento de sus programaciones totales de la televisión.

Alrededor de un 80 por ciento de las importaciones provenían de Estados Unidos, correspondido el 20 por ciento restante a Europa Occidental y a otros países latinoamericanos, especialmente México y Argentina.

En 1972, la programación de televisión se orientaba principalmente hacia el entretenimiento. Una tercera parte de esta programación consistía en seriales y películas importadas, en su mayoría de Estados Unidos.

Nueve años más tarde en América Latina de Comunicación (CIESPAL) documentó que la tendencia era a “producir más y a importar menos”. Es así

como Brasil bajó las importaciones de sus programas de televisión de un 60 por ciento a un 39 por ciento, Venezuela disminuyó sus programas importados de un 50 por ciento a un 33 por ciento; y Chile bajo de un 56 por ciento a un 44 por ciento (Katz y Wedell, 1977, pág. 156).

2.2 Influencia de programas de TV desde América Latina hacia Estados Unidos

El intenso flujo de programas de televisión desde Estados Unidos hacia América Latina no está contrarrestado por un flujo similar en el sentido inverso. La Red Internacional Hispana y otras estaciones de TV de habla hispana en los Estados Unidos, solo puede transmitir a los 22 millones de hispanohablantes que representaban alrededor de un 10 por ciento de la población norteamericana.

Por su parte, Argentina ha bajado su programación de televisión doméstica al 60 por ciento y ahora importa un 40 por ciento de sus horas de programas.

De la misma manera, Perú importaba un 60 por ciento de sus horas de programación de TV en 1972, y ahora importa un 70 por ciento. En ambas naciones, el sistema de televisión pasó, en esa época, a ser controlado por el gobierno y los funcionarios del gobierno dirigían los canales televisivos. Ahora el panorama ha cambiado ya que se tienen cadenas privadas y públicas que

producen de manera constante y, al mismo tiempo, exportan a Latinoamérica o a otras latitudes del mundo.

Regresando a las importaciones de Estados Unidos son aún importantes en la televisión latinoamericana, aunque en menor grado que a principios de los años 70.

Atraen, en promedio, *ratings* de sintonía más bajos que programas de TV importados de otras naciones latinoamericanas (como las telenovelas), o que los programas de producción nacional, especialmente Nordenstreng y Varis (1974).

Otro de los países que lidera el mercado es México, quien sigue siendo el principal en los flujos de programas desde Estados Unidos a América Latina, así como también en sentido inverso, debido a su posición geográfica y dada la concentración de estudios de doblaje en dicho país.

Pero este papel crucial está empezando a cambiar. Porque en los últimos 25 años, los televidentes latinoamericanos hispano-hablantes se han acostumbrado al acento “neutral” mexicano. Sin embargo, en los últimos años se han abierto estudios de doblaje en la ciudad de Los Ángeles, que obviamente tiene una posición ventajosa al ser el principal centro productor de series de

televisión norteamericanos, ahorrándose así el costo de las aduanas. Según lo informa la revista Tecnología y Comunicación Educativas (ILCE).

El Salvador no fue la excepción al seguir este mismo patrón: el de retomar modelos estadounidenses y mexicanos. Muestra de ello, son las actuales telerevistas transmitidas por los canales nacionales.

Pese a que este patrón era constante, los canales salvadoreños empezaron a producir de manera autónoma. Así, entre las primeras revistas o espacios de entretenimiento destacan: “Juegue, ría y gane”, “Fin de semana”, ambos producidos por Telecorporación Salvadoreña; “Las puntadas de Aniceto”; Éxitos musicales, “Hoy sábado”; “Variedades del 6”; “Hoy en su casa”, transmitido por canal 4; “Jardín infantil”, canal 2; entre otros.

2.3 Surge la televisión en El Salvador

Como era de esperarse, tras aparecer la televisión en Estado Unidos, en 1940, sólo era cuestión de tiempo para que, a iniciativa de empresarios salvadoreños, el más novedoso de los medios hiciese su aparición en El Salvador.

La televisión llegó al país en los primeros meses de 1956, con el visionario esfuerzo de Boris Eferski, Guillermo Pinto y Tono Alfaro, propietarios de la

empresa radiofónica YSEB La voz de Latinoamérica. (Jorge Vargas Méndez, 2000).

Fue el 7 de septiembre 1956 día en que se transmiten las primeras imágenes televisivas en El Salvador. El primer canal que se inauguró fue YSEB TV Canal 6, la cual llegó a pocos hogares por la falta de aparatos receptores. Por ello, esta empresa televisiva transmitía solo dos horas diarias de a 8 de la noche cubriendo su programación con artistas nacionales y cintas cinematográficas importadas de México y Estados Unidos.

Poco a poco la televisión logró un alto nivel de consumo ya que representaba el desarrollo y avance de la sociedad. Con el paso del tiempo la televisión se fue expandiendo hasta llegar a Latinoamérica y, por consiguiente, a El Salvador. La televisión en El Salvador se le debe a su gran parte a la iniciativa de la empresa privada, YSU, S.A; aparece en 1946 motivada por el éxito de los canales 6 y 8 y luego deciden fundar canal 4. En 1963 surge canal 2 con una programación continua, posteriormente en 1986 los tres canales 2, 4 y 6 se unen y crean “Telecorporación salvadoreña”.

Poco a poco el espectro televisivo iba aumentando en El Salvador y la audiencia tenía diferentes opciones de contenidos; en 1964 surge Canal 10 desde la ciudad de Santa Tecla, este medio surge con la idea de ser la opción educativa de los medios televisivos. La novedad de canal 10 era que por primera vez se iban a transmitir programas a color. Poco a poco la audiencia fue

demandando más opciones de contenido, en diciembre de 1984 nace canal 12, con lo que se constituye El Salvador como uno de los países centroamericanos con mayor número de estaciones televisivas.

2.4 Primeros programas en El Salvador

Los primeros intentos de crear televisión los realizó el mexicano Rubén González por iniciativa propia en septiembre de 1956. En ese mismo mes, Boris Eferski, Guillermo Pinto y Tono Alfaro, antiguos dueños de la radio YSEB colaboraron en esta creación. El primer canal televisivo lanzado fue YSLA-TV, hoy conocido como Canal 6.

Su programación se basaba en presentaciones artísticas nacionales y películas importadas de México y Estados Unidos. Su programación era bien corta, iniciaba a las 4 de la tarde y finalizaba a las 10 de la noche.

Días después se incluyeron otros dos programas con los que contaba el canal 6 uno era un proyecto del escritor salvadoreño Eugenio Martínez Orantes, quien declamaba sus poemas en vivo mientras un grupo de danza clásica los interpretaba musicalmente. Y el programa “Teleperiódico” conducido por el escritor y periodista Álvaro Menéndez Leal, programa que gozó de mucha audiencia en su época.

Meses después el canal 6 implementa nueva programación con "Conciertos del sábado", conducido por el músico Nicolás Arene y "Televariedades Pilsener". (Guerrero, 1998).

2.5 Valores y telerevistas en El Salvador

En El Salvador la apertura de varios medios de comunicación ha incentivado la producción de televisión, la cual que hace referencia al proceso mediante el cual son elaborados los distintos productos audiovisuales, donde se lleva a cabo todas las etapas de realización por las cuales debe pasar cualquier programa.

Su correcta ejecución determinará si los resultados son positivos o negativos basándose en los objetivos planteados.

Los objetivos esenciales en la producción de televisión consisten en asegurar la calidad del producto, distribuir correctamente el presupuesto asignado, velar por la rentabilidad del medio televisivo, prever la circulación y difusión del producto, cumplir con los plazos instituidos para la entrega en tiempo y forma, y mantener una expectativa en torno al producto.

El comunicador y ex presentador de la telerevista "Buenos días familia", Patricio Navas, afirmó que para realizar producciones en revistas matutinas es

necesario “apegarse y estar bien claro al medio para quién se está trabajando; ya que no puede a ver una incongruencia entre los valores del medio a los valores que se muestran en las temáticas de producción.” (Navas, comunicación personal, marzo 2017).

En su ejemplo personal el comunicador relata su experiencia que al haber sido presentador de la revista matutina “Buenos días familia” de canal 8 Asociación Ágape del El Salvador. Navas comenta que se tenía que tener sumo cuidado a la hora de tratar un tema, como ejemplo: Las relaciones sexuales. Según Navas, (2017) el tema lo enfocaban con el objetivo de educar y de destacar los valores, familiares y religiosas, dónde no se hablaba de métodos anticonceptivos, si no de abstinencia, fidelidad y castidad.

Para Navas las revistas matutinas en su mayoría abordan implícitamente los valores, ya que, “aunque el objetivo sea entretener también es educar”. (Navas, comunicación personal, marzo 2017).

2.6 La producción en televisión

Según Zettl (2000), la producción de televisión mantiene una organización por etapas. La primera es la preproducción en donde se trabaja en la elaboración de los guiones, contratación del equipo técnico y artístico, creación de escenarios, créditos, títulos y gráficos; la segunda, es la producción, aquí se

realiza la grabación del programa, donde se vuelve una realidad, todo lo planificado en ideas; la tercera, es la postproducción, donde una vez culminada la grabación, se ejecuta la labor de edición y sonorización para su posterior difusión.

Para un adecuado desarrollo de la producción de televisión son necesarios algunos factores indispensables tales como los contenidos; es decir, la traducción que realiza el productor a una específica necesidad mediante su creatividad; la infraestructura como son las instalaciones, estudio de televisión, postproducción, cámaras, micrófonos, cabinas de edición, equipos de audio, entre otros; el personal tanto de producción como técnico; el capital que cubrirá en presupuesto de producción y los materiales de escenografía, utilería, maquillaje, entre otras.

2.7 Contenidos de la programación

El medio televisivo es parte indispensable en las dinámicas sociales puesto que es una fuente primordial de entretenimiento e información, por tal razón, el principio y el fin de la programación es el público. Es por ello que es necesario un correcto ajuste de los contenidos, no solo para acaparar una gran cantidad de público, sino para conservarlo y lograr que sea fiel a la programación día tras día.

Las empresas se convierten en factorías de producción de contenidos para distribuirlos por todos los canales que estén a su alcance. El primordial objetivo de las empresas es empaquetar los contenidos producidos en cualquier sistema de difusión, explotar a las distintas plataformas. (Cebrián, 2004, pág. 271)

Esta última referencia la confirma el comunicador Patricio Navas quien mencionó que “un presentador tiene que responder a las necesidades de la empresa y actuar en base a sus políticas, desde el momento que es contratado”. (Navas, comunicación personal, marzo 2017).

Al referirse a los contenidos en la televisión, cabe resaltar que están bajo normas de difusión y, es por ello, que generalmente existen coletillas que muestran a qué tipo de televidente va direccionado y los distintos elementos que tiene la producción.

Los medios masivos únicos en proveer tanto bienes que comandan un lugar crítico en la economía moderna, como proveer los vehículos por medio de los cuales los símbolos y los valores que la gente despliega al dar sentido a sus vidas son entregados y diseminados.

De acuerdo a (Napoli 1999, Pág.10), la diversidad de contenido tiene tres diferentes subcomponentes, saber el formato en el tipo de programa, diversidad, demografía y diversidad idea o punto de vista.

Es decir, las categorías asignadas a los formatos de radio y televisión individuales, tipos de programas disponibles para el televidente durante una hora de tiempo.

De acuerdo al comunicador y ex presentador de “Buenos días familia”, Patricio Navas, muchas veces “los comunicadores en lo cotidiano utilizan la improvisación de temas, por la falta de preparación de los mismos”. Y continúa al comentar que “esto no quiere decir que tiene que ser mediocre la información que se presente, más bien, se tienen que hacer una buena utilización del recurso”.

El manejo de los contenidos de una programación es, sin duda, una actividad que requiere de una estrecha relación con el manejo de análisis cuantitativo, donde se tiene en cuenta las estimaciones de la audiencia y los posibles resultados; y cualitativos donde es preciso conocer al público desde diferentes aristas como son hábitos sociales, costumbres, cultura, contexto espacial y económico (Contreras & Palacios, 2001).

Para Roncarolo (2013), la televisión nació como un medio social que congrega personas, sentimientos, conversaciones, opiniones y mil historias distintas. Por tal razón, los programas más comentados son los *reality*, las novelas, el fútbol, las ceremonias de premios, entre otros; es decir, aquellos programas donde las emociones están a flor de piel y el anhelo del televidente es compartir de una manera rápida su punto de vista sea esta negativa o positiva.

En la actualidad la televisión contemporánea, desde la llegada de la web 2.0, ha tenido que renovar sus contenidos por la evolución de los múltiples formatos y las nuevas plataformas de difusión, donde el espectador tiene el control de elegir qué desea ver y pensar.

Es así como los contenidos difundidos en internet como los canales de YouTube o las webseries, están teniendo un sitio importante en la compleja industria de la producción audiovisual y esto preocupa a los medios de televisión.

Los contenidos de la nueva televisión deben ser creados con una visión global, pensados para que arraiguen en un mercado local, primero, y puedan viajar, a continuación, por un mercado internacional en el que la información y los valores circulan a gran velocidad, en todas direcciones. (Ruano, 2013, pág. 688).

2.8 Clasificación de programas de televisión

Los programas de televisión tienen dos grandes definiciones, según Tomas (2006). “Una por el horario y otra por su contenido. A mediados de los 90’s se identificaron los horarios donde la audiencia era de mayor nivel “(prr.7). Todo ello determina que la televisión consta de cuatro franjas de programación: matinal, vespertino, nocturno y madrugada. Tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

Matinal	Vespertino	Nocturno	Madrugada
Franja dedicada a asuntos informativos, familiares e infantiles.	Franja donde predomina contenido de ocio como telenovelas, Farándula o dramas populares.	Entretenimiento, noticias, películas y series.	Franja dedicada a deportes, resumen de noticias, largometrajes y repeticiones de programación relevante.

2.9 Programas matutinos de televisión

Los magazines o revistas son espacios de televisión en que tratan muchos temas y mezclados. Son por tanto los denominados así mismo programas almacén, porque en ellos cabe de todo, noticias, reportes, entrevistas, tertulias, actuaciones artísticas, series, espacios educativos, de servicio al hogar etc. El magazine es un flujo continuo de micro segmentos a rápidas variaciones de contenido y estilo.

Mónica Gómez Martín en su artículo “Magazine” plantea que entre los nuevos géneros de la “neo televisión”, destaca a la revista como el género híbrido por excelencia, por ser el mayor contenedor de géneros y en el que se juntan una gran variedad de temas.

Es un género que muestra, como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de los géneros) informativo, musicales, de opinión, de entretenimiento. Es un mosaico amplio (pueden durar varias horas), caracterizado por la diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques. (Wikipedia, Magazine).

Por su parte, la Real Academia Española (RAE) lo define como “un espacio de televisión o radio de contenido muy variado”.

Los programas matinales de televisión conjugan una serie de elementos. Los mismos que le asignan su denominación. Pero, cabe recalcar que este término surge con relación a otros términos que ayudarán a comprender de mejor forma su conceptualización y permitirán generar un análisis correcto.

Los autores, Legorburu, Ruiz, & López (2011) determinan que “los magazine o revistas matinales son programas de carácter misceláneo”. Además estos autores plantean que es un “escrito en que se tratan muchas materias inconexas y mezcladas: la nueva revista pretende ser una miscelánea cultural”. Y añaden que los estos espacios son los que se transmiten en la franja televisiva a primeras horas del día” (Pág.22).

Este horario suele estar comprendido entre las 6 am hasta las 12:30 pm. Dichos programas exponen temas variados como salud, cocina, deporte, concursos, educación, motivación, entre otros.

Siguiendo lo expuesto por estos autores, se puede concluir que generalmente se enfocan en temas familiares y de entretenimiento. Su mayor audiencia es la femenina dedicada a labores del hogar. Se da habitualmente en horarios de otras revistas matinales de la competencia. Su potencial radica en la correcta selección de la audiencia y el horario idóneo.

2.10 Los valores

Los valores son constructores socioculturales abstractos y de ellos se desprenden los intereses específicos de cada individuo, además dan dirección a las actividades e intereses. Schwartz, (1992)

De acuerdo al autor los valores son aquellos que determinan las acciones del hombre, en cuanto a las acciones que realice, como vivir. Además de ser una decisión personal.

A continuación, exponemos algunas definiciones interesantes que los autores han atribuido a los diferentes valores. Para empezar Juan Corona, opina que la familia es el lugar ideal para forjar los valores, es una meta alcanzable y necesaria para lograr un modo de vida más humano, que posteriormente se transmitirá a la sociedad entera.

El valor de la familia se basa en la presencia física, mental y espiritual de las personas en el hogar, con disponibilidad al diálogo y a la convivencia.

La familia es el verdadero núcleo para fomentar los siguientes valores, respeto, tolerancia, honestidad, lealtad, trabajo, responsabilidad, generosidad, justicia y autoestima, estos valores son necesarios para la conservación de una sociedad con principios que sirvan de base para el desarrollo de la misma.

Emilio Martínez (SF) define los valores cívicos como una relación con otros que debe estar siempre presente y los define como libertad responsable, igualdad cívica, solidaridad universalista, respeto activo, y apertura al diálogo.

Edenin Vásquez (2009) define los valores sociales como un componente principal para mantener buenas y armoniosas relaciones sociales y son igualdad, solidaridad, responsabilidad, fraternidad, dignidad, diseño, cooperación, amor, sinceridad, migración, inclusión, ambientales y paz.

En las diferentes tablas de observación se han incluido los valores periodísticos vistos en los diferentes programas ya que los programas de variedades en sus contenidos aplican géneros periodísticos, por lo que es necesario observar que valores periodísticos se emplean.

Deborah Potter & Wilfredo Jordan (2011) opina que los valores periodísticos se reflejan en una noticia y las características hacen que un hecho noticioso sea valioso y pueda ser publicado o difundida, este se basa en la

oportunidad, impacto, proximidad, controversia, prominencia, actualidad y extrañeza.

Gehll Bolivar (s.f.) menciona a los valores políticos son aquellos que contribuyen a la convivencia del hombre en la sociedad y los desglosa de la siguiente manera, justicia, paz, libertad y democracia.

Cecilia Pintado (2003) opina que los valores religiosos muestran todo aquello que, a partir de la referencia a la idea de lo sobrenatural, es significativo para el creyente en la medida que le reporta utilidad y/o sentido, logra movilizarlo y orientarlo con cierto grado de estabilidad en su vida, y los identifica como: amor al prójimo, caridad, misericordia, respeto a la religión y la obediencia

De acuerdo al investigador Renato Hevia S.J la influencia de los medios de comunicación en la formación o deformación de una sociedad está fuera de duda, ya que son los medios que transmiten masivamente determinadas apreciaciones, valores valoran o no valoran tales o cuales acontecimientos o políticas, que neutralizan o condenan otras.

En una sociedad democrática, los medios de comunicación debieran estar, de modo u otro, en manos de la propia comunidad para Hevia para que estén precisamente a su servicio les permitan comunicarse.

El investigador mencionó que la publicidad nos convence de que, para ser felices, hay que comprar más y más cosas y vestir de tal forma y no de otra, no

es la felicidad humana lo que importa, como se dice, sino que se consuma más, para la ganancia de los proveedores.

Lo mismo pasa con los valores que se dicen promover, hay medios de comunicación que proclaman con altavoz la suprema dignidad de las personas, pero no tienen miramientos en faltar a la verdad cuando se trata de algunas personas discrepantes de su manera de pensar. Él afirma que en los valores hay que mirar más las conductas reales que las palabras. Como lo dice el refrán “Obras son amores y no buenas razones”.

Capítulo III

Metodología

3.1 Método

La presente investigación emplea el método cualitativo o método no tradicional, que de acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2002), se orienta a profundizar casos específicos y su interés no es prioritariamente medir numéricamente, sino cualificar y medir el fenómeno social, a partir de rasgos determinantes.

Además, este método busca entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. (Bernal, 2010).

Además, para Taylor y Bogdan (1987), la metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras, habladas o escritas y la conducta observable.

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y como sucede, identificando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Por tanto, este estudio es de tipo cualitativo y se basa en registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante la técnica como la

observación y la entrevista, asimismo trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades. (Fernández, 2002).

En este caso en particular, se echará mano de la observación estructurada, tipo de observación que va dirigida a investigar la situación del problema o necesidades, a través del cual se distinguirán los valores que reflejan las revistas seleccionadas en los contenidos.

Según Gómez (2007) este tipo de análisis de investigación inicia con la recolección de datos por medio de la observación empírica, a partir de relaciones descubiertas en sus categorías y proporciones teóricas.

Al verificar la utilidad del mismo y de adecuar el objeto a estudiar, se tomó en cuenta a la observación estructurada y la entrevista de profundidad, procesos en los cuales permitirán conocer el objeto de investigación las telerevistas “Viva la Mañana”, de canales 2 y 4 y “Tu mañana”, de canal 10.

Para Blasco y Pérez (2007), el método cualitativo hace uso de variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes observables, historias de vida, casos, entre otros momentos en la que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas de una sociedad.

En este caso se reitera la importancia de la observación estructurada que para Campos y Covarrubias (2012), se refiere a la observación metódica, apoyada por los instrumentos como la guía de observación y el diario de campo,

mediante la utilización de categorías previamente codificadas y así poder tener observación controlada, clasificada y sistemática de todos los procesos.

Así, en la observación es de suma importancia que se tenga presente y en claro el tiempo de empleo de los criterios metodológicos a emplear a efecto de darle forma e impulso a la manera de proceder ante esa realidad observada, es decir resulta imperante el reconocimiento de la metodología más conveniente para el alcance de los propósitos en el tiempo estimado y así evitar la aparición de variables extrañas en la investigación, por lo que es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Qué se observará para así esclarecer el objeto de estudio.
- Determinar cuál es la fundamentación con que se rige la observación y así establecer la forma de realizarla.
- Diseñar las guías o tablas de observación que auxilien a sistematizar el proceso.
- Realizar registros de observación con base a las guías, según sea el caso
- Seleccionar los procesos que darán cuenta al análisis de lo observado. Campos y Covarrubias (2012),

3.2 Muestra

Para efectos de análisis de los objetos de estudio antes mencionado, se eligió el muestreo intencional, una técnica que permite la selección de los elementos con base a criterios y juicios del investigador. Asimismo esta muestra es sistemática y acertada, mediante una lista de criterios la muestra puede acercarse más a la realidad. (Grisell Bolívar, 2014).

Por tanto, el investigador en la muestra intencional selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo que exige un conocimiento previo de la población que se investiga. (Tesis de investigación Población y Muestra 2011).

El muestreo intencional es la selección de los elementos con base a criterios y juicios del investigador, esta muestra es sistemática y acertada, mediante una lista de criterios la muestra puede acercarse más a la realidad. (Grisell Bolívar, 2014).

El investigador en la muestra intencional selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo que exige un conocimiento previo de la población que se investiga. (Tesis de investigación Población y Muestra 2011).

Las revistas a investigar en este trabajo son “Viva la mañana de TCS y Tu mañana de canal 10, es de suma importancia conocer el origen de estas revistas ya que son medios de información vistos a nivel nacional e internacional, y así

tener una comparación más objetiva por ser un medio estatal Canal 10 y TCS por ser una telecorporación comercial.

“Viva la mañana” es un programa de tipo revista matutina que se transmite a través de los canales 2 y 4 de Telecorporación Salvadoreña.

La telerevista “Viva la mañana” nace el 18 de julio de 2005, como parte de un plan de expansión en el área de producción de programas nacionales de TCS. Este fue el segundo programa de esta línea ya que el primero en salir al aire fue “Chivísimo”, en marzo de 2005, el cual estaba dirigido para el público juvenil, pero dejó de ser transmitido por esta cadena televisiva.

Desde que se creó TCS en 1965, se concibió como una televisora que transmitía programas internacionales principalmente de su cadena aliada *Televisa*, pero ante el creciente auge de programas de otras televisoras, TCS decide comenzar a crear nuevos programas, ya que cuenta con programas de larga trayectoria como “Fin de Semana” que estuvo al aire 33 años y “Domingo para Todos”, que ya tiene 30 años de transmisión. Viva la mañana marca precedentes por el equipo de conductores que son ampliamente conocidos por el ámbito local, los presentadores iniciales fueron Daniel Rucks, Luciana Sandoval, María Elisa Parker, Francisco “El chele” González y Leandro Sánchez Arauz, María Fernanda Badillo y tiempo después, Roberto Acosta.

El 28 de marzo de 2011, luego de estar cinco años al aire el formato sufre una modificación al estrenar imagen con nuevo foro y un nuevo equipo de trabajo

renovado. El productor en esa etapa del programa fue Eduardo Hutt, productor mexicano que ha estado a la cabeza de programas tales como los 10 primeros y programas de variedad en la televisora Ritmoson Latino de Televisa.

Los presentadores que se unieron a esta nueva faceta del programa fueron Luciana Sandoval, Daniel Rucks, Gerardo Parker, Gina Salazar y Linnet Luján, mejor conocida como “La cubana”. En febrero de 2013, Luján dejó el programa quien es sustituida por Estefanía Uribe, de origen colombiano. Para esa época la producción del programa la retoma, Juan Carlos Turcios, quien antes fue productor y presentador de “Buena onda” de canal 33. Y quién finalizó sus labores este año. Al momento de la salida de Turcios, la producción la retoma, Alex Oviedo, productor y cantante de “Prueba de Sonido”.

Por otra parte, la revista “Tu mañana de canal 10 ¡Lo mejor del día!”, se define como una telerevista familiar, de carácter educativo y cultural. Donde abordan temas sociales, económicos, humanos y medio ambientales, de una forma dinámica y con secciones diseñadas para el hogar. Así lo afirmó la productora de la revista, Marcela Bustamante.

La revista inició en el año 2011 su transmisión conducida por: Maura Rubio, Ronoldy Quinteros, Leydi Cornejo y Xavi Lara, incorporándose después Claudeth Arévalo y Mónica Rodríguez.

Dentro de la producción están Víctor Hernández, Katherine Rogel, Amílcar de Echeverría. Y como jefe de producción Marcela Bustamante.

Dentro de su escaleta se encuentran temas y secciones de salud, rutinas de ejercicio, cocina y turismo. En las secciones Infórmate con nuestros especialistas en salud, ponte en forma, haz surgir el chef que hay en ti en “A tu Sazón” y viaja de punta por los diferentes rincones turísticos de El Salvador. Su transmisión es de lunes a viernes de 8 am a 9: 30 am.

De acuerdo a Bustamante (2017), son seis secciones de las cuales abordan temas de interés al público utilizando un set que lo dividen en cuatro espacios. Además, mencionó que en la revista hablan de valores en las diferentes secciones por medio de notas, reflexiones.

“En los temas se reflejan valores, familiar, sociales y culturales”, mencionó Bustamante.

Además, la productora agregó que dentro de su programa se reflejan valores sociales y patrióticos, ya que ellos fomentan amor al país, amor a las tradiciones diferentes departamentos inculcando la convivencia.

La realización de todo el contenido expuesto, temas, escaleta, publicidad y coordinación la realiza la productora, y dónde recalco que si le sugieren temas ellos están abiertos a debatir ya que todos tenemos diferentes pensamientos y no lo vemos como una queja o un reclamo ya que tenemos una sección que se

llama “La polémica”, donde se le da oportunidad al televidente que se exprese, destacó. La revista cuenta con sus patrocinadores comerciales.

Según el perfil de los presentadores de la tele revista los presentadores deben tener conocimientos culturales, sociales entre otros.

Antes de la salida al aire de “Tu mañana”, le antecedió el programa “Hoy es un buen día”, otra revista con un perfil similar a la actual. Entre sus presentadores destacan: Maryam Soler, Diego Selva, cantante del grupo REDD; José Urbina y Roberto Amaya.

Canal 10 es un medio de comunicación televisivo nacional con una larga trayectoria en información de acontecer Nacional e Internacional, evolucionando en su programación y plataformas de comunicación en programas en vivo. Asimismo está diseñado con un formato educativo.

“Tu mañana”, en definitiva, es una revista matutina familiar de carácter educativo y cultural, abordan temas sociales, económicos, medio ambientales y secciones diseñadas para el hogar.

La revista matutina “Tu mañana” está diseñada para inculcar valores por medio de entrevistas, notas en las diferentes secciones. (Bustamante, 2017).

Por su parte, “Viva la mañana” se encuentran las secciones, entrevistas, cocina, farándula, clima tráfico, moda, salud entre otras, por eso el interés de observar el lenguaje que utilizan y de qué manera abordan los valores.

Se analizaron diez emisiones de la revista matutina Tu mañana de canal 10 y de Viva la mañana de canales 2 y 4; estas transmisiones, que tienen una duración entre una y media a tres horas, son parte de la programación de canales de señal abierta.

Se optó por analizar diez días continuos con el objetivo de observar los cambios en las secciones y verificar si reflejan valores en el transcurso de los días seleccionados.

Asimismo se analizaron cinco días del mes de abril y mayo, para obtener la información de los contenidos en las diferentes secciones, y verificar si cambian los temas al finalizar mes y a inicios del siguiente, además conocer si continúan reflejando y desarrollando valores en sus temas.

Según Marcela Bustamante (2017), productora de la revista matutina “Tu mañana” de canal 10, los contenidos varían dependiendo de la planificación que se elabora de manera mensual; por tanto, el guion se elabora con el objetivo de “no caer en la rutina y ser diferentes a las demás revistas y se planifican temas y de interés social y educativo” (Bustamante, 2017).

La observación inició en el mes de abril a partir del 24 hasta el 28 y en el mes de mayo la observación inicio lunes 1 hasta viernes 5, acumulando quince horas en el programa Tu mañana y en Viva la mañana treinta horas, lo que hace un total de cuarenta y cinco horas observadas.

Por otra parte, en la elección de estas telerevistas ha imperado el criterio de conocer y observar la producción tanto en un medio estatal como en un privado. Asimismo, el de tener conocimiento de la importancia que le dan a los valores en el transcurso de desarrollo de temas.

Las muestras de estas telerevistas también se basan en la noción del tiempo en televisión ya que en las horas de transmisión observadas son suficiente para obtener una observación detallada de cómo observan los valores durante las tres horas de duración de cada uno de los programas.

Por otro lado, la muestra también permite conocer la proyección de la información y del mismo fomento de los valores, entre los cuales destaca el ambiente cotidiano, la armonía y la actualización a sus televidentes. (Bustamante, 2017).

3.3 Técnicas

Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán las siguientes técnicas: La observación estructurada es definida por Asdrúbal Silva (2015) como una técnica de investigación básica de fondo procedimiento científico, el

inicio de la comprensión de la realidad y el método básico en el desempeño de todo investigador.

La observación estructurada se realiza a través del establecimiento de un sistema que guíe la observación paso a paso, y relacionándola con el conjunto de la investigación que se lleve a cabo (Bunge SF).

La observación estructurada es el proceso de aprendizaje a través de la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario del investigador (Schelsul, Lecompete 1999).

Este método es útil en una variedad de formas proporcionan estrategias para revisar expresiones no verbales de sentimientos, permite comprender como los participantes se comunican entre ellos (Schmuck 1997).

Por medio de la observación, se pretende conocer cómo las revistas matutinas seleccionadas reflejan valores en sus espacios, Silva (2015). Además, asegura que este tipo de investigación tiene ventajas como técnica natural en cuanto no interviene sobre el objeto de investigación, este puede ser percibido en su ambiente natural y en sus formas de comportamiento independiente de cualquier participación externa.

Para poder elaborar la observación se elaboraron una serie cuadros como instrumento de diseño propio con el objetivo de sistematizar, facilitar y obtener los datos pertinentes para el desarrollo de esta investigación. Los programas de

las revistas salvadoreñas fueron seleccionados en dos meses específicos, cuyos temas y secciones son relevantes para la investigación, dada la observación estructurada en el fenómeno de estudio.

En la observación estructurada se realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como fichas, cuadros, tablas, etc. Por lo cual se le denomina observación sistemática (Díaz, 2011).

La entrevista a profundidad, según Sabino (1992), es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

Además, Sabino (1992), la define como una técnica que posee una ventaja esencial donde los mismos sectores sociales proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera. Nadie mejor que la misma persona involucrada para hablarnos acerca de todo aquello que piensa y siente, experiencias y proyectos.

La entrevista en profundidad está definida como reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y entrevistado; un encuentro que va dirigido hacia la comprensión de las perspectivas que tiene el informante respecto a su vida, experiencia (Taylor y Bodgan 1994).

3.4 Procedimiento

Se observaron diez programas de las revistas matutinas salvadoreñas, durante del mes de abril y mayo, así mismo los programas fueron grabados como resguardo y evidencia, para poder ser analizados con mayor cuidado.

Se revisaron todos los programas para confirmar y extraer información referente únicamente al tema de los valores en las revistas matutinas de El Salvador.

Capítulo IV

Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos y compilados en dieciocho diferentes cuadros de observación estructurada aplicado a 10 emisiones de las telerevistas “Viva la mañana”, de TCS y “Tu mañana”, canal 10, durante los meses de abril y mayo de 2017. Las revistas son transmitidas de lunes a viernes con una duración entre 1.5 a 3 horas de duración. Asimismo, el total de horas observadas fueron 45.

En los cuadros se han incluido las siguientes unidades de análisis, categorías y subcategorías:

- Variables principales: Valores y telerevistas
- Unidades de análisis: Tipos de valores: familiares, cívico, morales, religiosos, periodísticos, políticos, cultura, sociales,
- Categorías: fecha, temas, explícito e implícito, presentador.
- Subcategorías:
Libertad responsable, igualdad cívica, solidaridad, respeto, tolerancia, honestidad, lealtad, trabajo, generosidad, justicia, responsabilidad, apertura al diálogo, amor al país.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina “Viva la mañana”
Canales 2 y 4
Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 1

TIPOS DE VALORES	FECHA: 24/04/2017 Tema: Reciclaje	FECHA: 25/04/2017 Tema: Redes sociales	FECHA: 26/04/2017 Tema: Cuidado animal	FECHA: 27/04/2017 Tema: La importancia de la risa	FECHA: 28/04/2017 Tema: Quien duerme más los hombres las mujeres	FECHA: 01/05/2017 Tema: Tendencia en decoración de habitación de niños	FECHA: 02/05/2017 Tema: cómo cuidar los peces correctamente	FECHA: 03/05/2017 Tema: Día de la cruz	FECHA: 04/05/2017 Tema: Los hijos se marchan de la casa	FECHA: 05/05/2017 Tema: Evolución de la música de banda en El Salvador	EXPLÍCITO	IMPLÍCITO
FAMILIARES			x	X	X	X	x		x		24/04/2017	
CÍVICOS												25/04/2017
SOCIALES		X	x								26/04/2017	
CULTURALES	x							x		X	27/04/2017	
PERODÍSTICOS	x	X								X	28/04/2017	
POLÍTICOS											01/05/2017	
RELIGIOSOS								x			02/05/2017	
											03/05/2017	
											04/05/2017	
												05/04/2017

Resultado en proporción de los valores a nivel explícito e implícito

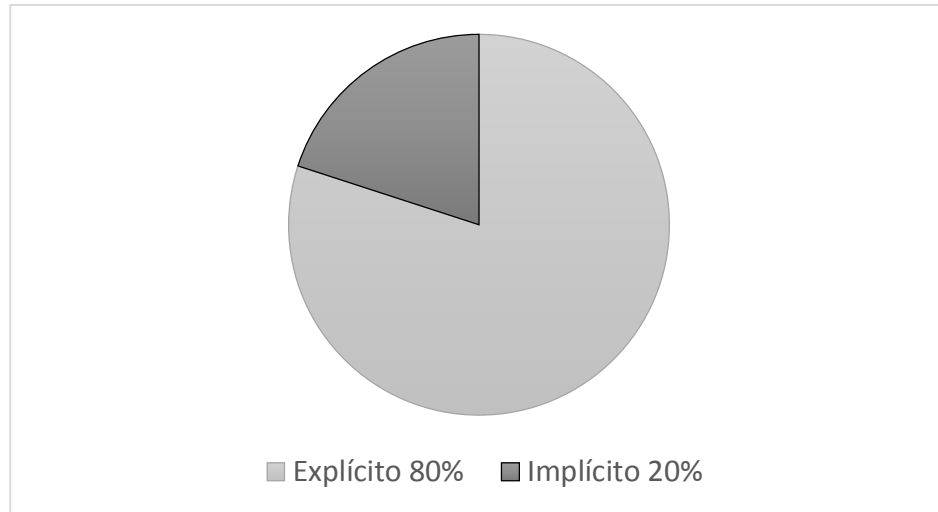


Figura 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina “Viva la mañana”
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 2

Tipos de valores	Clima	Tráfico	Nota del día	Tema
Familiares				X
Cívicos				
Sociales		X		X
Culturales			X	
Periodísticos	X	X		
Religiosos				X
Políticos				

Resultados en proporción respecto a las secciones y valores

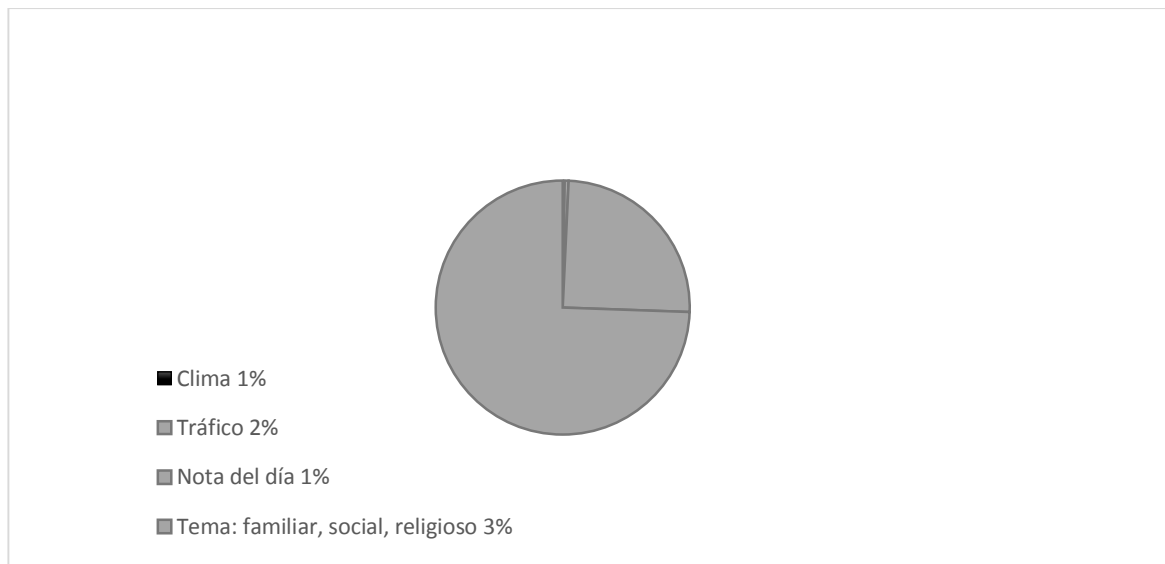


Figura 2

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina "Viva la mañana"
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 3

Valores familiares		
	Fecha	Presentador
Respeto	24/04/17 - 04/05/17	Estefany Uribe
Tolerancia	04/05/2017	
Honestidad	01/05/2017	Daniel Rucks
Lealtad	01/05/2017	Luciana Sandoval
Trabajo	01/05/2017	Gerardo Parker
Responsabilidad	01/05/2017	
Generosidad		
Justicia		
Autoestima		

Proporción de los valores familiares presentes

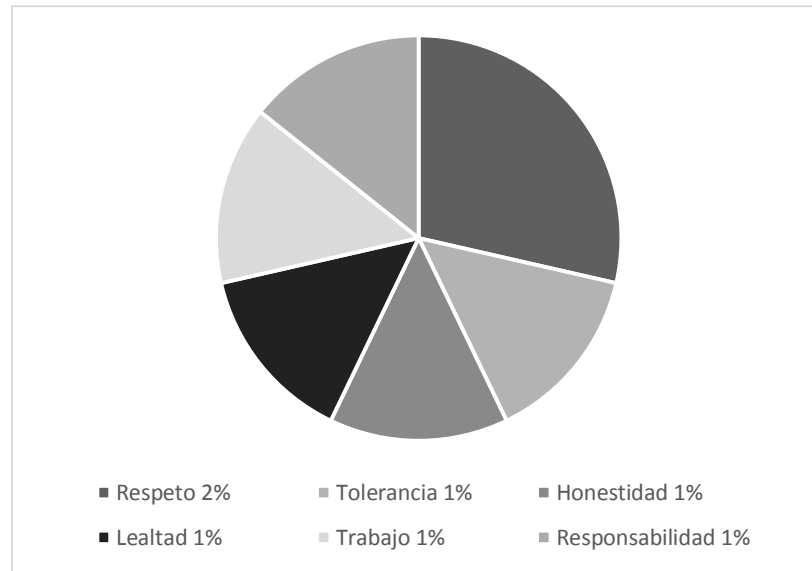


Figura 3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada
Revista matutina Viva la mañana
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 4

Valores cívicos		
	Fecha	Presentador
Libertad responsable		
Igualdad cívica		
Solidaridad universalista		
Respeto activo		
Apertura al diálogo		
Amor al país		

Proporción de los valores cívicos en el programa

Figura 4

Nota: No se reflejaron valores cívicos

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Viva la mañana”

Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 5

Valores sociales		
	Fecha	Presentador
Igualdad		
Solidaridad	01/05/2017	Estefanía Uribe
Responsabilidad	24/04/2017	Gina, Gerardo
Fraternidad	04/05/2017	Luciana, Daniel
Dignidad		
Cooperación		
Amor	02/05/2017	Estefanía Uribe
Sinceridad	27/04/2017	Luciana Sandoval
Paz		

Proporción de los valores sociales predominantes en el programa

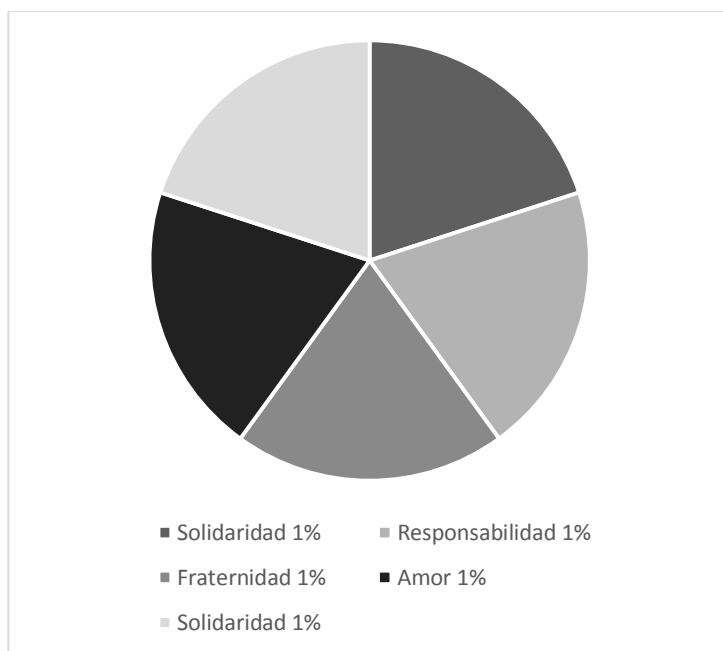


Figura 5

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Viva la mañana”

Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 6

Valores culturales		
	Fecha	Presentador
Antropología		
Emprendurismo	24/04/2017	Luciana Sandoval
Arqueología		
Historia	03/05/2017 - 05/05/2017	Daniel, Gerardo
Identidad nacional		
Tradición	03/05/2017	Daniel Rucks
Arte	05/05/2017	Gerardo Parker
Realización personal		

Proporción de los valores y subvalores culturales más presentes

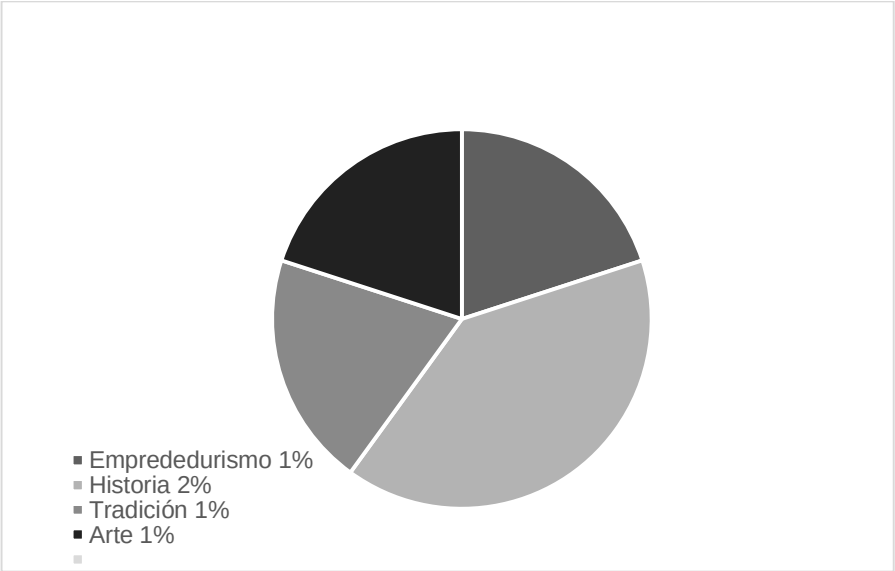


Figura 6

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina Viva la mañana
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 7

Valores periodísticos		
	Fecha	Presentador
Oportunidad	24/04/2017	Luciana Sandoval
Impacto	05/05/2017	
Proximidad		
Controversia		
Prominencia		
Actualidad	24/04/2017 - 25/04/2017	Luciana - Estefanía
Extrañeza		

Proporción de los valores periodísticos más presentes en el programa

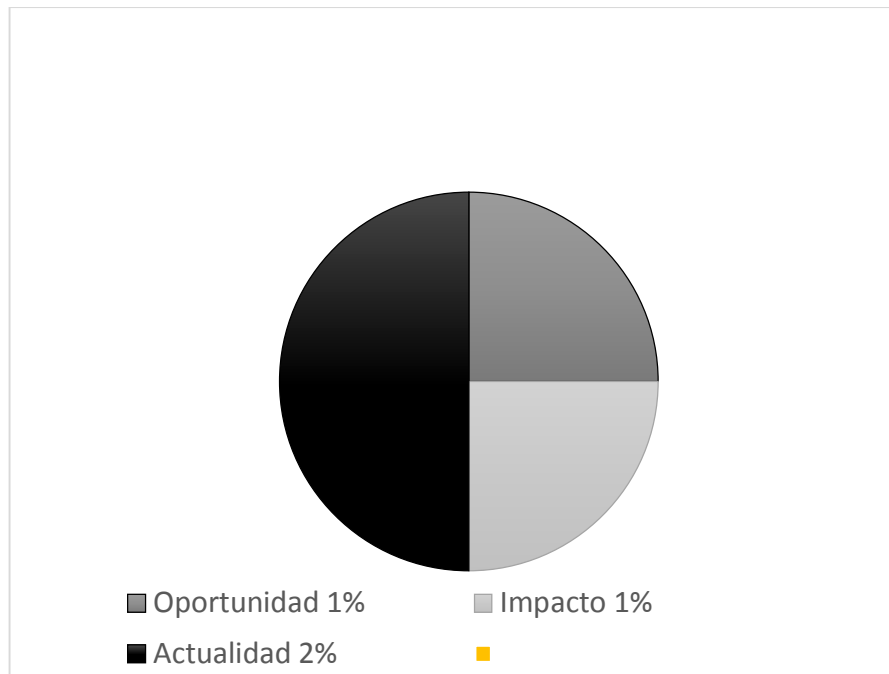


Figura 7

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina Viva la mañana
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 8

Valores políticos		
	Fecha	Presentador
Justicia		
Paz		
Libertad		
Democracia		

Proporción de los valores políticos en el programa

Figura 8

Nota: No se reflejaron valores políticos

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina Viva la mañana
Canales 2 y 4

Horario: 8 am a 11:00 am

Tabla 9

Valores religiosos		
	Fecha	Presentador
La caridad		
La misericordia		
Respeto a la religión	03/05/2017	Luciana Sandoval
La obediencia		
Amor al prójimo		

Proporción de valores religiosos más predominantes en el programa

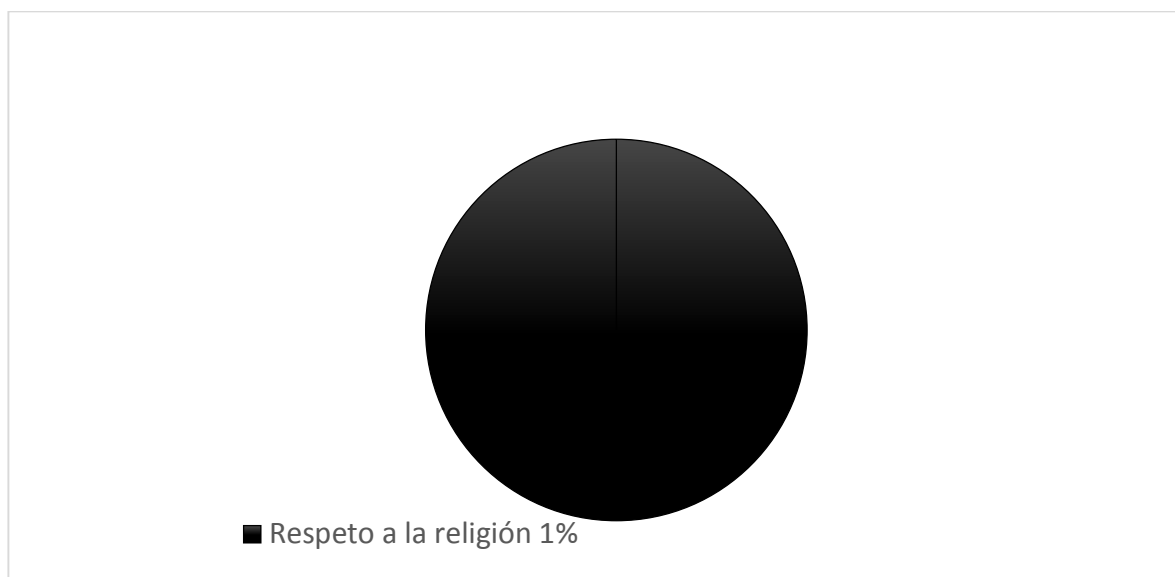


Figura 9

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina Tu mañana
Canal 10
Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 10

TIPO DE VALORES	Fecha: 24/04/17	Fecha: 25/04/17	Fecha: 26/04/17	Fecha: 27/04/17	Fecha: 28/04/17	Fecha: 01/05/17	Fecha: 02/05/17	Fecha: 03/05/17	Fecha: 04/05/17	Fecha: 05/05/17	EXPLÍCITO	IMPLÍCITO
	Tema: Hasta a donde se puede complacer a la pareja.	Tema: Esgrima para niños.	Tema: Estafa migratoria.	Tema: La lectura infantil.	Tema: Cuité, Zapatos artesanales	Tema: No hubo programa	Tema: Estrés laboral	Tema: Día de la Cruz	Tema: Salud visual	Tema: Eres tiburón, o eres pez		
FAMILIARES	X	X				-			X	X	24-04-2017	
CÍVICOS						-						25-04-2017
SOCIALES			X	X	X	-						26-04-2017
CULTURALES						-	X	X				27/04/2017
PERIODÍSTICOS		X			X	-						28-04-2017
POLÍTICOS						-					-	-
RELIGIOSOS						-					02-05-2017	
												03-05-2017
												04-05-2017
												05-05-2017

Proporción de los valores explícitos o implícitos

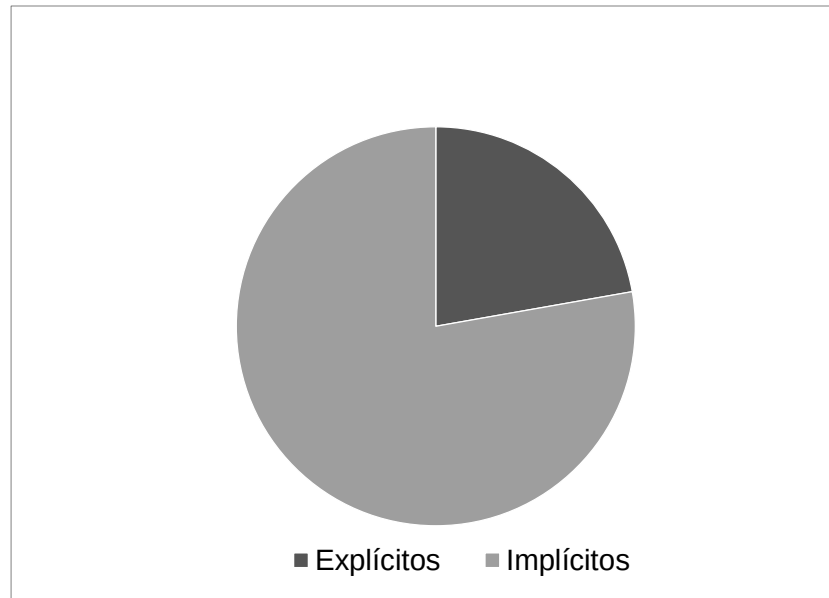


Figura 10

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 11

Tipo de valores	Dicen por ahí	Lo ví en la web	La polémica	La cocina de tu mañana	Entrevista
Familiares			X	X	X
Cívicos					
Sociales		X			X
Culturales	X	X			X
Periodísticos					
Religiosos					
Políticos					

Proporción de valores y secciones

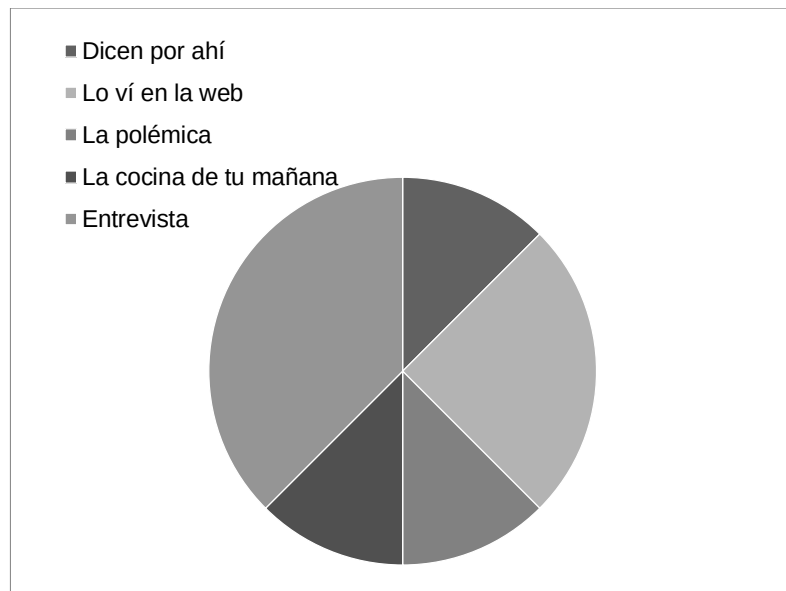


Figura 11

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 12

Valores familiares		
	Fecha	Presentador
Respeto	24-04-2017	Ronoldy Quinteros
Tolerancia	24-04-2017	Maura Rubio
Honestidad		
Lealtad		
El trabajo		
Responsabilidad	25-04-2017	Mónica Rodríguez
Generosidad		
Justicia		
Autoestima		

Proporción de los valores familiares presentes en el programa

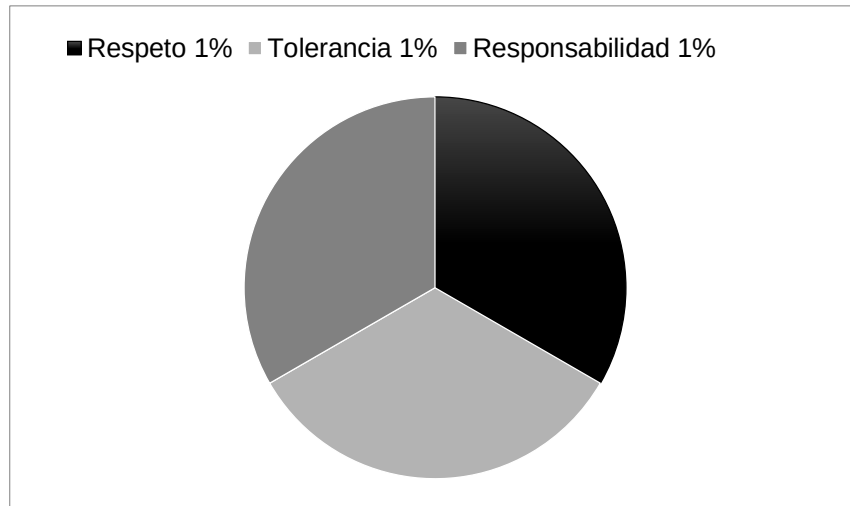


Figura 12

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 13

Valores cívicos		
	Fecha	Presentador
Libertad responsable		
Igualdad cívica		
Solidaridad universalista		
Respeto activo		
Apertura al diálogo		
Amor al país	24-04-2017	Maura Rubio

Proporción de los valores cívicos más predominante en el programa

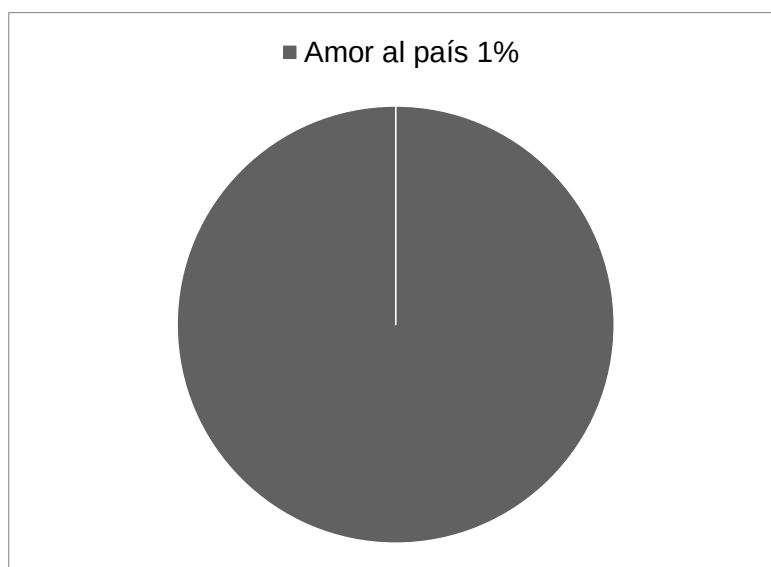


Figura 13

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador
Tabla de observación estructurada
Revista matutina “Tu mañana”
Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 14

Valores sociales		
	Fecha	Presentador
Igualdad	24-04-2017	Maura Rubio
Solidaridad		
Responsabilidad		
Fraternidad		
Dignidad	05-05-2017	Maura Rubio
Cooperación		
Amor	24-04-2017	Ronoldy Quinteros
Sinceridad	24-04-2017	Maura Rubio
La paz	24-04-2017	Mónica Rodríguez

Proporción de los valores sociales más predominantes en el programa

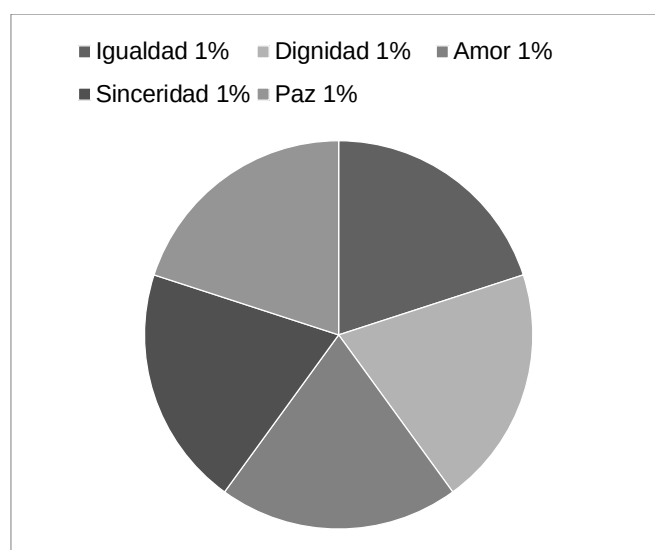


Figura 14

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 15

Valores culturales		
	Fecha	Presentador
Antropología		
Emprendurismo	27-04-2017 / 03-05-2017	Claudeth Arévalo
Arqueología		
Historia		
Identidad nacional	26-04-2017	Ronoldy Quinteros
Tradición	05-05-2017	Ronoldy Quinteros
Arte	05-05-2017	Claudeth Arévalo
Realización personal		

Proporción de los valores culturales más predominantes en el programa

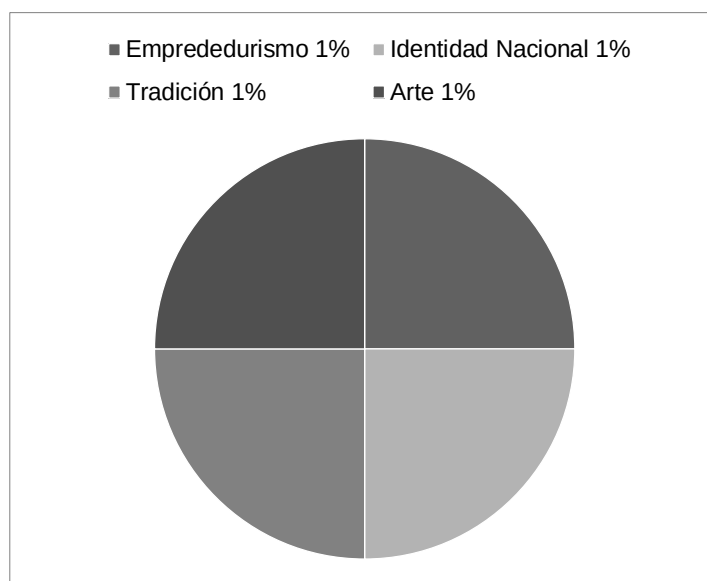


Figura 15

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 16

Valores periodísticos		
	Fecha	Presentador
Oportunidad	28-04-2017	Claudeth Arévalo
Impacto		
Proximidad		
Controversia	24-04-2017	Maura Rubio / Ronoldy
Prominencia		
Actualidad		
Extrañeza		

Proporción de los valores políticos predominantes en el programa

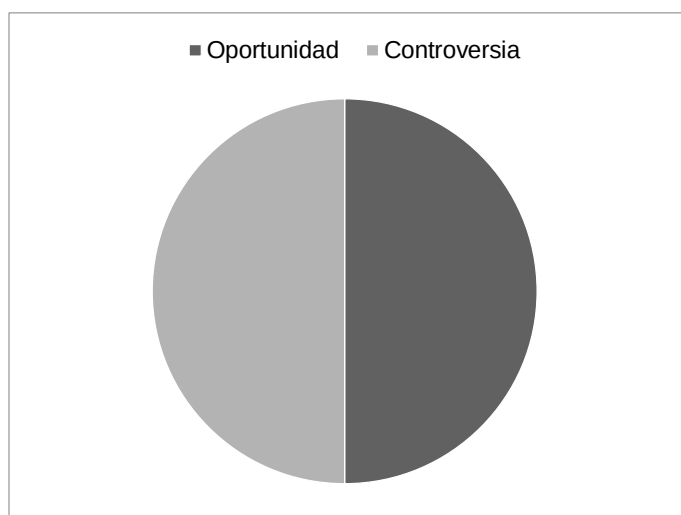


Figura 16

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 17

Valores políticos		
	Fecha	Presentador
Justicia	-	-
Paz	-	-
Libertad	-	-
Democracia	-	-

Proporción de los valores políticos predominantes en el programa

Figura 17

Nota: No se reflejaron valores políticos

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIONES



Valores que transmiten las revistas matutinas televisivas de El Salvador

Tabla de observación estructurada

Revista matutina “Tu mañana”

Canal 10

Horario: 8 am a 9:30 am

Tabla 18

Valores religiosos		
	Fecha	Presentador
Amor al prójimo		
Caridad	03-05-2017	
Misericordia		
Respeto a la religión	03-05-2017	Ronoldy Quinteros
Obediencia	03-05-2017	Claudeth Arévalo

Proporción de los valores religiosos más predominantes en el programa

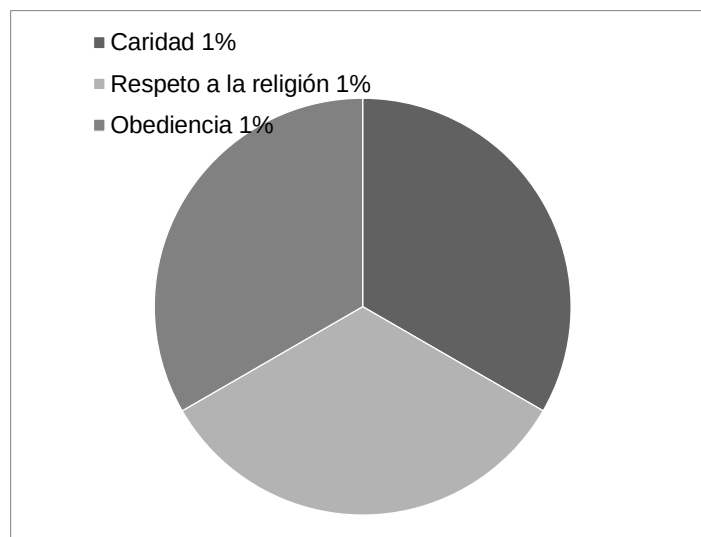


Figura 18

Capítulo V

Análisis de tablas observadas

En la revista matutina Viva la mañana de canales 2 y 4, Tú mañana de canal 10; se observaron las diferentes fechas con el fin de saber y conocer en cuales secciones reflejan valores y tener el conocimiento si son explícitos o implícitos en el desarrollo de los temas acompañados de valores.

En Viva la mañana si son explícitos un 80% y un 20% implícitos, ya que tienen tres horas en cual pueden indagar, en los diferentes temas y en secciones.

Figura 1

Sin embargo, en Tu mañana son más implícitos en el desarrollo de los temas, uno de los factores que los limita es el tiempo, no tienen el espacio suficiente, ya que por ser un canal nacional les dan prioridad a las personas que llegan a mostrar su trabajo. Figura 11

En Viva la mañana la sección que destaca más valores es “Tema”, donde reflejan valores familiares, sociales y religiosos; sin embargo hay unos valores que solo los reflejan en fechas específicas. Figura 2

En Tu mañana la sección que refleja valores es “La entrevista”, reflejan valores familiares, sociales y culturales, es ahí adonde tienen la posibilidad de ser más explícitos, ya que le dan mayor importancia a los emprendedores,

psicólogos, médicos etc. que llegan a mostrar su trabajo, reflexionan y proporcionan consejos a los televidentes. Figura 11

Los valores familiares son los más destacado en Viva la mañana, incluyendo el respeto, tolerancia, honestidad, lealtad, trabajo y responsabilidad
Figura 3

Sin embargo en Tu mañana los más destacados son los valores sociales como la igualdad, dignidad, amor, sinceridad, y la paz. Esta revista no toma en cuenta los valores como la solidaridad, responsabilidad, fraternidad, cooperación. Figura 14

En Viva la mañana no se reflejan valores cívicos, por el cual indica que están fallando, principalmente el productor y en segundo plano los presentadores ya que tienen la capacidad para pensar y decir en esto estamos fallando. Figura 4

En Tu mañana el único valor cívico que refleja es “amor al país”, como canal educativo deberían de priorizar los valores cívicos, ya que es de suma importancia que todas las generaciones actuales y futuras tengan conocimiento de la libertad responsable, igualdad cívica, solidaridad universalista, respeto activo, apertura la dialogo. Figura 13

Estas telerevistas si reflejan valores en sus secciones tales como: familiares, sociales, periodísticos, culturales, sin embargo no le dan mucha importancia a este tema. Los productores tienen la responsabilidad de actualizar la estructura de su telerevista.

Los valores sociales son un componente principal para mantener buenas y armoniosas relaciones sociales. (Vásquez 2009)

Por lo menos deberían de tener una sección específica que refleje valores, que pueda ayudar a la población salvadoreña, para que puedan ser mejores con las demás personas y principalmente así mismo.

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

- Una vez analizados los diferentes contenidos de las revistas matutinas Viva la mañana y Tu mañana, se constató que los valores se dan a conocer explícitamente, como lo muestra la gráfica 1 y 10. Mientras que los valores observados implícitamente reflejan bajo porcentaje en ambos programas matinales.
- En las 30 horas observadas de las revistas Tu mañana y Viva la mañana, se destaca en Viva la mañana los valores familiares, gráfica 3. Mientras que en la revista Tu mañana se observó que los valores que más destacan son los valores en las secciones específicamente en las entrevistas, sociales, familiares y culturales, gráfico 11.
- Los valores que no se observaron en Viva la mañana fueron los valores políticos, gráfico 8, y valores cívicos gráfico. Mientras que en la revista Tu mañana los valores que no se observaron fueron los valores políticos.
- En el análisis se pudo constatar que el valor periódico que más se destaca es el de actualidad, gráfico 7. Mientras que en el programa Tu mañana es nulo, gráfico 16.

- En la observación realizada de los programas las secciones donde destacan valores son: Viva la mañana, sección “Tema de Hoy” con el 3 por ciento, gráfico 2. En tu mañana se observó la sección “Entrevista” con un 38 por ciento, gráfico 11.

- Se concluyó que en ambos programas y en base a nuestra observación es necesario la implementación y fortaleza para incorporar valores, donde se puede cubrir equilibradamente las diferentes áreas y secciones de los programas.

- Como parte del análisis de la revista se pudo observar el recurrente uso de los formatos periodísticos para presentar diferentes informaciones mediante: notas simples, entrevistas, reportajes y debates. Pero muy poco se refuerzan los valores periodísticos gráficos 7 y 18.

6.2 Recomendaciones

Dado que a la luz de los resultados obtenidos por las revistas Viva la mañana y Tu mañana, se reflejan aciertos y desaciertos en cuanto la producción cultural, y de valores, se ofrece con base al contenido analizados una serie de señalamientos que ayudarán a mejorar los objetivos que la programación brinda a sus televidentes.

En primer lugar, los programas reflejan vacíos en cuanto a la preparación tanto de los contenidos como de conocimiento de los temas por parte de los conductores, quienes durante la realización de los programas muestran desconocimiento de las

Temáticas abordadas en los diferentes programas vistos, por lo que no se les da apertura ni contexto a las conversaciones, principalmente durante la entrevista.

En ese contexto deben buscar la manera de hacer sus contenidos más atractivos para los televidentes, enriqueciéndolos con conocimiento y pasajes argumentativos y así mantener su posición frente a las audiencias y de ser posible incluyendo valores implícitamente. Además, por ser revistas que cuentan mayor audiencia por parte de los salvadoreños aquí o en el extranjero, se tendrían que incluir más espacios culturales donde se refuercen los valores cívicos en su programación, para añoranza de otros en cuanto a nuestras

costumbres y tradiciones culturales y de valores. Por lo que los lineamientos de esta investigación, partiendo de los resultados obtenidos, pretenden que el mejoramiento y preparación de los contenidos serían de vital importancia para dar un giro positivo al futuro de los programas, ya que a nivel nacional la cultura de valores es un ámbito en el que aún falta mucho por explotar en los medios de comunicación.

Para el mejoramiento de futuros proyectos de investigación se recomienda el involucramiento con la fuente investigada tras un acercamiento que permitiría elevar positivamente sugerencias más directas a los actores involucrados.

El ámbito de valores debería ser vital importancia por el medio de comunicación ya que tras considerarse revistas pioneras, automáticamente se ve obligada a presentar a sus audiencias una propuesta que, aparte de ser diferente implica mayor seriedad, para ello es necesario la voluntad y profesionalismo por parte de los jefes de medios al momento de organizar y jerarquizar la información que transmiten, ya que es notable, que el espacio de hablar transmitir valores no se la importancia más allá de cualquier otro espacio, se puede considerar que solo se usa como relleno en la agenda diaria.

Revisar a fondo y replantear los objetivos y metas de cada uno de los programas sería un buen inicio, para que de esta manera se logre organizar mejorar tanto los tiempos como la información a tratar, además se reflejó durante

la investigación que el tiempo utilizado para la preparación de los contenidos es mínima como lo confirmaba Marcel Bustamante productora de Tu mañana.

Asimismo, las revistas deberían incluir diferentes géneros periodísticos que les permitan darle un tratamiento más profundo y preparado a cada uno de los temas.

Se recomienda a la producción de las revistas incorporen en sus agendas temáticas de información cultural y que se incorporen más valores, como lo son los valores cívicos, políticos, que no solo compartan valores en sus temas tradicionales ya que es importante reforzar lo tradicional e histórico de los salvadoreños, así como las expresiones artísticas y costumbres de grupos más pequeños, potenciando con ello los valores y derechos humano, a fin de construir en la mente de los salvadoreños una cultura que incluya la paz, la democracia, el respeto, armonía, etc.

Como última recomendación podemos decir que es necesario identificar y separar espacios de información cultural ya que nunca se observó alguna cortina propia de una sección de valores o de cultura, es decir que lo más importante es crear secciones que sean netamente para brindar cultura a nuestra sociedad en general.

Además, se sugiere a las telerevistas matutinas Viva la mañana de canales 2 y 4 y Tu mañana de canal 10 que planifiquen un guion quincenal, donde puedan reflejar de los diferentes valores, sin caer en lo moralista.

Referencias

- Acosta, A. (2017). *Los valores de la familia*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/blancacosta/los-valores-de-la-familia>
- Ahumada Barajas, R. (2015). *La atribución de la TV en la formación del imaginario social*. Recuperado de http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_04_PDF/GI_04_La_contribuci%C3%B3n_de_la_TV.pdf
- Barbero, J. M. (1991). *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte, ampliando horizontes*. Recuperado de <http://books.google.com.sv/books?id=nKbnbQuM8WkC&printsec=frontcover&dq=blasco+y+perez+investigaci%C3%B3n+cualitativa&hl=es&sa=X>
- Bodgan, R. (2002). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Recuperado de http://mastor.cl/blog/wpcontent/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativos-de-investigaci%C3%B3n-Taylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf&redir_esc=y#v=onepage&q=Blasco%20y%20perez%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa&f=false
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Recuperado de <http://somoslxspiratas.files.wordpress.com/2017/05/sobre-la-television-de-pierre-bourdieu.pdf>

Díaz, L. (2011). *La observación*. Recuperado de http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Fernández, S., & Díaz, S. (2002). *Investigación cualitativa y cuantitativa*. Recuperado de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

García Aguilera, L. O. (2017). *La educación de los valores*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos4/educvalores/educvalores.shtml>

Grande, A. (1998). *La transculturización como amenaza*. Recuperado de <http://www.psicologia.unam.mx/publicaciones>

Jordan, W. (2011). *Redacción periodística, los valores de la noticia*. Recuperado de <http://redaccion-periodistica.blogspot.com/2011/05/los-valores-de-las-noticias.html>

Larrea Espinar, A. M. (2012). *Los medios de comunicación y la enseñanza de valores inter culturales*. Recuperado de http://www.webs.ulpgc.es/lfe/resources/0233536_00018_0006.pdf

Lozano Rendon, J. C. (2006). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Recuperado de <http://es.scribd.com/.../Teoria-e-Investigacion-de-La-Comunicacion-de-Masas-Jose-C...>

- Lull, J. (1997). *Medios de comunicación y cultura*. Recuperado de <http://biblioteca.udb.edu.sv/library/index.php?title=72701&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@autor=LULL,%20JAMES@mode=&recnum=1>
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1995). *Historia de las teorías de la comunicación*. Recuperado de <http://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20TEMA%201%20Texto%201.pdf>
- Medrano, C., Pascual, A., & Palacios, S. (2007). *La televisión y el desarrollo de los valores*. Recuperado de http://www.researchgate.net/publication/28161209_La_television_y_el_desarrollo_de_valores
- Montes, Y. (2017, abril). [Entrevista con Marcela Bustamante, productora de canal 10, televisión nacional de El Salvador. *Los valores en las revistas matutinas en El Salvador*]. Grabación de audio.
- Ortiz, K., & Montes, Y. (2017, abril). [Entrevista con Patricio Navas, ex presentador de revista matutina, Buenos días familia, Ágape TV El Salvador. *Los valores que representaban, y lenguaje que utilizaban en el programa*]. Grabación de audio.
- Perera Pintado, A. C. (2003). *Religiones de origen africano, valores religiosos y cambio social en Cuba*. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/cips/20150429035049/1315p062.pdf>

Pita Fernández, S., & Pertegas Díaz, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado de [http://scholar.google.com/sv/scholar?q=Pita,+S.,+%26+Pertegas,+S.+\(2002\).+Investigaci%C3%B3n+cuantitativa+y+cualitativa&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwiB2cOQ4fXUAhXIWD4KHdqAB6MQgQMIHjAA](http://scholar.google.com/sv/scholar?q=Pita,+S.,+%26+Pertegas,+S.+(2002).+Investigaci%C3%B3n+cuantitativa+y+cualitativa&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwiB2cOQ4fXUAhXIWD4KHdqAB6MQgQMIHjAA)

Anexos

Diseño de tablas de observación

Figura 1

TIPO DE VALORES	Fecha: 24/04/17	Fecha: 25/04/17	Fecha: 26/04/17	Fecha: 27/04/17	Fecha: 28/04/17	Fecha: 01/05/17	Fecha: 02/05/17	Fecha: 03/05/17	Fecha: 04/05/17	Fecha: 05/05/17	EXPLÍCITO	IMPLÍCITO
	Tema: Hasta a donde se puede complacer a la pareja.	Tema: Esgrima para niños.	Tema: Estafa migratoria.	Tema: La lectura infantil.	Tema: Culté, Zapatos artesanales	Tema: No hubo programa	Tema: Estrés laboral	Tema: Día de la Cruz	Tema: Salud visual	Tema: Eres tiburón, o eres pez		
FAMILIARES	X	X				-			X	X	24-04-2017	
CÍVICOS						-						25-04-2017
SOCIALES			X	X	X	-						26-04-2017
CULTURALES						-	X	X				27/04/2017
PERIODÍSTICOS		X			X	-						28-04-2017
POLÍTICOS						-					-	-
RELIGIOSOS						-					02-05-2017	
												03-05-2017
												04-05-2017
												05-05-2017

Figura 2

Tipo de valores	Dicen por ahí	Lo ví en la web	La polémica	La cocina de tu mañana	Entrevista
Familiares			X	X	X
Cívicos					
Sociales		X			X
Culturales	X	X			X
Periodísticos					
Religiosos					
Políticos					

Figura 3

VALORES FAMILIARES		
	Fecha	Presentador
Respeto	24-04-2017	Ronoldy Quinteros
Tolerancia	24-04-2017	Maura Rubio
Honestidad		
Lealtad		
El trabajo		
Responsabilidad	25-04-2017	Mónica Rodríguez
Generosidad		
Justicia		
Autoestima		