

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**PERCEPCIÓN DE LOS LECTORES DEL MUNICIPIO DE
SOYAPANGO ACERCA DE LA IMAGEN DE LA MUJER UTILIZADA
EN LA SECCIÓN ENTRE CHERADA Y LA CONTRAPORTADA DEL
PERIÓDICO MI CHERO DURANTE EL PERÍODO DEL 1 DE ABRIL
AL 1 DE MAYO DE 2016**

PRESENTADO POR
BARRAZA DE AGUILAR AMÉRICA ARELY
BENITEZ PEREZ EMMA GERALDINE
MIRANDA SANTAMARIA MARCELA MARINA

CARNÉ
BA10005
BP10007
MS10018

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN ELABORADO POR
ESTUDIANTES EGRESADAS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN PERIODISMO**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS CORTEZ
DOCENTE DIRECTOR

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

12 DE AGOSTO DE 2016
CIUDAD UNIVERSITARIA SAN SALVADOR, EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

LIC. LUIS ARGUETA ANTILLÓN

RECTOR INTERINO

MAE. ROGER ARMANDO ARIAS

VICERRECTOR ACADÉMICO INTERINO

ING. CARLOS ARMANDO VILLALTA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL INTERINA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MsD. JOSÉ VICENTE CUCHILLAS MELARA

DECANO

MsI. EDGAR NICOLÁS AYALA

VICEDECANO

Mstro. HÉCTOR DANIEL CARBALLO DÍAZ

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICDA. ARELY FRANCO RAMOS

JEFA DE DEPARTAMENTO

MsC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS CORTEZ

DOCENTE DIRECTOR

AGRADECIMIENTOS

El llegar a este punto de mi carrera universitaria, a pesar de todas las dificultades que existieron en este largo trayecto, es gracias, principalmente, a la ayuda de **Dios**, quien me dio fortaleza, paciencia, entusiasmo y perseverancia para no rendirme en este arduo camino.

Del mismo modo, agradecerle infinitamente a mi amada madre **Elena Aguilar**, por apoyarme en cada proyecto y en cada circunstancia de mi vida, gracias por sus consejos, sus palabras de motivación, y sobre todo, por ser mi conciencia interior en la toma de mis decisiones, gracias mamá.

También, agradezco a mi querido esposo, **Gerson Colato**, por brindarme su apoyo incluso en los momentos más difíciles, por motivarme a seguir adelante, por enseñarme a levantarme de los tropiezos y a aprender de ellos.

Por supuesto, agradecerle a mi preciosa y pequeña hija **Emma Barraza**, quien aun sin poder decir palabras de su boca, me inspira y me motiva con su sonrisa a no rendirme y a superar mis metas, gracias hermosa por ser parte importante de este logro en mi vida.

Además, agradecer sinceramente a mis compañeras de tesis, **Marcela Miranda** y **Geraldine Benítez**, por brindarme su amistad y permitirme trabajar junto a ellas durante todo este proyecto.

Por último, darle las gracias a la persona que con sus conocimientos y dedicación hacia nosotras hizo posible esta investigación, nuestro apreciado docente tutor el **Licenciado Carlos Ernesto Deras**.

América Arely Barraza Aguilar

AGRADECIMIENTOS

Me llena de mucha satisfacción y alegría haber culminado esta Licenciatura en Periodismo.

Agradezco a Dios, mi Padre Celestial primeramente por este camino recorrido, un camino lleno de retos y desafíos pero igualmente lleno de bendiciones y éxitos. Gracias Dios Todopoderoso por tu sabiduría y guía.

Igualmente agradezco a mi madre **Emma Pérez de Benítez**, y padre **Francisco Romeo Benítez**, por sus sacrificios hechos por mí para poder finalizar mi licenciatura, porque desde pequeña me impulsaron a prepararme profesionalmente.

A mis hermanos **Stefany Sarai Benítez Pérez** y **Francisco Isaac Benítez Pérez** por su apoyo cuando lo necesite. A mis compañeras de Tesis, **América Arely Barraza** y **Marcela Marina Miranda** por apoyarnos y entendernos en este proceso de grado, ha sido ya un año trabajando juntas y fue una bonita experiencia, son excelentes profesionales y grandes mujeres.

A todos las y los docentes, que a lo largo de la carrera han formado parte de mi preparación profesional y en especial al **Licenciado Ernesto Deras** por su guía y asesoramiento en nuestra tesis.

A mis amigas y amigos que siempre me acompañaron en este camino, que cuando tuve retos me dieron la mano y ánimos, a todas esas personas confiaron en mí y formaron parte de mi vida en este camino, Muchas Gracias.

¡TODO LO QUE SIEMBRAS, COSECHAS!

¡TODO ESFUERZO TIENE SU RECOMPENSA!

Emma Geraldine Benítez Pérez

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecerle a **Dios todo poderoso**, por permitirme cumplir unas de mis mayores metas, por brindarme fortaleza, sabiduría y esperanza para seguir adelante cada día de mi vida.

De igual forma, agradezco enormemente a mi madre **Marta de Miranda**, por siempre creer en mí y apoyarme tanto económicamente, como por medio de sus consejos, a mi padre **Mauricio Miranda**, por enseñarme que uno siempre se debe esforzar para lograr sus metas.

A mi familia en general, quienes también me han dado su apoyo para poder seguir adelante en mi carrera.

También quiero agradecerle a Dios por haberme permitido conocer a un ser tan especial en mi vida, a mi amado novio **Ernesto Peña**, quien de una u otra forma siempre ha tratado de apoyarme.

Al igual, quiero agradecerles a mis compañeras de tesis **América Barraza** y **Geraldine Benítez**, a quienes aprecio mucho, les agradezco por haber conformado un buen equipo y sacar adelante esta tesis, en el tiempo en que nos propusimos, les deseo éxitos y muchas bendiciones a lo largo de sus vidas.

Finalmente quiero agradecerle a nuestro docente tutor al **Licenciado Carlos Ernesto Deras**, por ayudarnos en la realización de esta tesis, por medio de sus consejos y por compartir con nosotras sus conocimientos académicos.

Marcela Marina Miranda Santamaría

INDICE

INDICE	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
1. CAPITULO I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	11
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	17
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4 LIMITANTES	21
2. CAPITULO II. CONSIDERACIONES TEÓRICAS- METODOLÓGICAS	23
2.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	23
2.2 PERSPECTIVA TEÓRICA.....	29
2.3 SISTEMA DE CONCEPTOS.....	37
3. CAPITULO III. METODOLOGÍA	44
3.1 CARÁCTER DE LA MUESTRA	44
3.2 DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	46
3.3 DEFINICIÓN DE LA TÉCNICA.....	49
3.4 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	51
3.4.1 <i>GRUPOS FOCALES</i>	51
3.4.2 <i>ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD</i>	53
4. CAPITULO IV. EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS	55
4.1 GRUPOS FOCALES	55
4.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	68

5. CAPITULO V. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	80
5.1 GRUPOS FOCALES	80
5.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	84
5.3 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE GRUPOS FOCALES Y ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD ...	86
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
6.1 CONCLUSIONES.....	99
6.2 RECOMENDACIONES.....	102
7. FUENTES DE CONSULTA.....	105

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son importantes canales para transmitir información en una sociedad, los mensajes que estos transmiten pueden fortalecer o debilitar las costumbres y el comportamiento social.

En la actualidad vemos como la imagen del sexo femenino es expuesta con diminutas vestimentas en el periódico Mi Chero, ante los ojos de los públicos los cuales crean distintos estereotipos desde su percepción.

Esta investigación describe y analiza la percepción de los lectores del municipio de Soyapango acerca de la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero

Asimismo, para desarrollo de este proceso de grado se aplicó la investigación cualitativa, ya que trabajamos con el elemento receptor de la comunicación y nuestro objetivo era conocer la percepción de la imagen de la mujer que ellos percibían del periódico Mi Chero.

De igual forma, para la búsqueda de los resultados a nuestros objetivos específicos utilizamos la técnica de los grupos focales, en esta técnica se realizó un cuestionario con 15 preguntas y técnica de la entrevista en profundidad con un cuestionario de 12 preguntas a las posturas, feminista, machista y religiosa.

Este documento está estructurado en cinco capítulos. En el primero encontramos, *Definición del objeto de estudio*, se presenta el planteamiento del problema, el cual describe como la imagen de la mujer es estereotipada como objeto sexual en los medios de comunicación y como son víctimas de la violencia simbólica.

En el segundo capítulo, Consideraciones teóricas-metodológicas, se mencionan los antecedentes mundiales, regionales y nacionales a nuestra investigación, es decir se hace mención de diversas investigaciones de percepción que se asemejan a nuestro objeto de estudio.

De igual manera, se presenta el paradigma teórico que aplicamos a nuestro elemento de la comunicación, receptor. Un paradigma sirve de guía en una investigación y este debe de ir de acuerdo a sus objetivos específicos a cumplir y en estudio trabajamos con el paradigma interpretativo o funcionalista.

En este mismo capítulo se presenta el enfoque teórico, que describe las teorías de comunicación aplicadas a la recepción, como la Teoría de la recepción activa y la teoría de las multimediasiones y para la percepción utilizamos dos teorías de la percepción muy reconocidas que son la Teoría asociacionista y la Teoría de la “Gestalt”. Además se encuentra el sistema de conceptos básicos de la investigación como: Efecto del halo, Representación del cuerpo femenino, percepción visual y estereotipo.

En el tercer capítulo se presenta la *metodología* utilizada, en la que se describe el carácter de nuestra investigación que es cualitativo, este tipo de metodología es característico de un planteamiento científico fenomenológico, además se presenta la justificación y definición de la muestra que incluye el universo de estudio, en esta investigación fueron 2 grupos focales mixtos de jóvenes y adolescentes, conformados de 10 cada grupo.

Además, incluye las técnicas que elegimos para los receptores que fueron grupos focales y entrevistas en profundidad y sus respectivos instrumentos utilizados en cada técnica.

En el cuarto capítulo, *Exposición de los resultados*, sobre cada una de las técnicas realizadas, los grupos focales y las entrevistas en profundidad.

El quinto capítulo integra el *Análisis e interpretación de resultados* de las técnicas ejecutadas en este proceso investigativo, el análisis comparativo de los grupos focales sus coincidencias y diferencias entre los dos grupos. Asimismo se hace el análisis comparativo de las entrevistas en profundidad desde sus diferentes perspectivas, feminista, machista y religiosa. Al finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones sobre el tema investigado.

1. CAPITULO I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El auge de la creciente necesidad de información combinada con las nuevas tecnologías ha incrementado la búsqueda incansable por satisfacer dichas necesidades, esto agregado con la actual situación económica, política y social de El Salvador ha dado lugar a la creación y adaptación de medios de comunicación acordes al contexto en el que se encuentra el país.

Una situación bastante particular es la forma en como los medios escritos presentan la imagen de la mujer a la sociedad salvadoreña, especialmente en aquellas secciones o apartados destinados a mostrar imágenes o fotografías de las mismas, haciendo que el lector forme su propio criterio de lo observado.

La imagen de la mujer puede ser percibida de formas diferentes por los lectores, y su percepción responderá al ambiente y al contexto en el cual se encuentre ligado, últimamente, en algunos periódicos, la mujer tiene mayor participación en cuestiones políticas, económicas y sociales, pero, en otros, se sigue usando la imagen de la mujer como mero instrumento de atracción, fortaleciendo incluso estereotipos y sistemas machistas, misóginos y androcéntricos.

A la fecha existen varios estudios que muestran el abordaje de la imagen de la mujer en los medios de comunicación y la publicidad, pero son pocos aquellos dedicados especialmente al medio escrito, específicamente en secciones de entretenimiento.

Las investigaciones realizadas acerca de la imagen de la mujer en los medios de comunicación y la publicidad tienen sus orígenes en décadas anteriores

llegando hasta la elaboración de estudios recientes, todos brindando un gran aporte a la temática.

Entre ellas se pueden mencionar: Imagen, Papel y Condición de la mujer en los medios de comunicación social. MiekeCeulemans y Guido Fauconnier, 1980.¹ El consumo femenino de la imagen de la mujer en la publicidad por Núria García Muñoz y Luisa Martínez, Barcelona 2009², en el cual trata sobre la recepción femenina de las representaciones de género presentes en la publicidad.

Asimismo se encuentran estos estudios: La discriminación del género femenino en las notas informativas de El Diario de Hoy, 2008.³ Y la recepción de la violencia simbólica contra las mujeres, 2015.⁴

Hoy en día, los medios de comunicación impresos utilizan el recurso de la imagen como instrumento de atracción y consumo para el lector. Por tanto, es necesaria la elaboración de un estudio que refleje la percepción de los receptores en cuanto al tratamiento que los periódicos dan a la imagen de la mujer.

La investigación se trató de la recepción, por consiguiente, identificamos al receptor como un ser activo tal como lo plantea la **Tendencia de la Recepción Activa** expuesta por Valerio Fuensalida, la cual afirma que el sujeto receptor es capaz de seleccionar los mensajes de forma crítica y creativa apropiándose así del mensaje⁵. También, el **Modelo de las Multimediaciones** de Guillermo Orozco⁶ quien plantea la existencia de diferentes mediaciones en la percepción del mensaje.

¹Publicadopor la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

²Organización El consumo femenino de la imagen de la mujer en la publicidad, por Nuria García y Luisa Martínez, Trípodas, número 24, Barcelona 2009.

³Elaboradopara optar al grado de Licenciatura en Comunicación Social de la UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA JOSÉ SIMEÓN CAÑAS. Erika Domínguez, Janina Kaufman, Ruth Verónica Marroquín Cortez

⁴Informe final de investigación elaborado porestudiantes egresadas para optar al título delicenciadas en periodismode la Universidad de El Salvador. Damaris Aguilar, Dalila Pérez.

⁵RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx

⁶Multimediaciones

Asimismo, se tomó en cuenta **la Teoría de la Percepción**, que de acuerdo a Santos Zunzunegui con la percepción se pretende responder a cómo es que al mirar al mundo o una fotografía, la imagen percibida por el ojo se convierte en esa imagen que caracteriza nuestra percepción espontánea⁷.

Dentro de los elementos que utiliza el receptor para percibir una imagen destacamos los siguientes que serán objetos de nuestra investigación:

La percepción del color, que para Umberto Eco (1985) es la valoración del espectro cromático que está basada en principios simbólicos es decir, culturales⁸. Por lo que cada persona hace una valoración de los colores que se les presenta haciendo una discriminación de ciertos colores y aceptación de otros, pero que este proceso está íntimamente ligado con los principios culturales y simbólicos de nuestra vida cotidiana (es decir nuestro entorno).

En este caso se evaluó en los receptores si los colores utilizados en la imagen que se publica en el periódico Mi Chero en la sección antes mencionada y en su contraportada, logran atraer su atención.

Conceptualización del espacio, en una hoja de papel pueden desarrollarse multitud de convenciones estilísticas, como el asignar el arriba y el lejos a la parte superior de la hoja, asimismo como el lado izquierdo o derecho⁹. Es decir hay varias formas en que se puede colocar una imagen si pone al lado de arriba se le da más realce a la foto y más aún si se coloca al lado derecho. En nuestra investigación identificaremos en que parte de la página publican las imágenes de las mujeres.

⁷Pensar la Imagen por Santos Zunzunegui en 1989.

⁸Idem

⁹Idem

Percepción del tamaño, dependiendo del tamaño de la imagen causa mayor interés en el lector, es decir si es una foto pequeña el receptor es poco probable que se detenga a verla o incluso identificarla, pero si se trata de una imagen de mayor tamaño sus ojos inmediatamente logran captarla.

Como en este caso la mayoría de las imágenes publicada en la sección Entre Cheras y en la contraportada del periódico Mi Chero utilizan una página completa para publicar las fotografías de las modelos, con el propósito que los receptores lo puedan identificar con facilidad.

La edad del lector, aquí se identificó la edad del sujeto acorde a los grupos focales utilizados en la investigación, estas fueron de 18 a 23 y de 24 a 29 años, de acuerdo a su edad el sujeto se vio limitado o capacitado de cierta mediación cognoscitiva para percibir el significado de la imagen que observa.

Rasgos físicos de la mujer en la imagen, en este elemento se reconocieron aquellas características corporales de la mujer utilizada en las imágenes de la sección y contraportada, que hacen que el sujeto perciba el físico femenino de formas distintas.

Vestimenta, en este caso investigamos si la ropa utilizada por la mujer en la imagen influye en la percepción que el sujeto o lector tenga de la imagen de la mujer, identificando el tipo de ropa y los colores de la mismas.

Expresiones faciales y corporales de la mujer en la fotografía, aquí el receptor interpretara las expresiones faciales y poses corporales adoptadas por la mujer de la fotografía las cuales tienen como objeto atraer la atención del lector y encaminarlo hacia ciertas reacciones mentales.

Esquemas cognitivos, “están localizados en nuestro cerebro en los circuitos neuronales de la memoria, son el resultado del desarrollo biológico y las

experiencias de aprendizaje de cada persona y están constituidos por los significados que tiene cada persona respecto del mundo y de si mismo”¹⁰ es decir, la percepción de las personas estará dada a partir de su propio marco de referencia y el sistema de valores de cada persona, este aspecto está íntimamente ligado con el nivel académico, el sexo, el nivel afectivo y la edad.

Relacionado a esto también se tuvieron en cuenta los elementos de **identificación**, considerada como representación agrupando entidades constitutivas, una imagen material o visual, y la percepción visual de sistemas posibles; **reconocimiento**, es una propuesta de percepción visual destinada a la configuración de una forma, componentes analíticos- constructivo, a tractor y agrupamientos.¹¹

Además, en nuestra investigación agregamos el modelo clásico en la percepción de personas que Martin Baro lo identifica en su libro Acción e ideología como el **efecto del halo** donde se subraya el papel primordial de la emoción en la percepción interpersonal, evaluando a las personas por un rasgo superficial (aparición física) o algún comportamiento observado que generaliza a la totalidad de la persona¹². En este caso se nos demuestra que cada persona tiene la habilidad de hacer sus evaluaciones y hacer una interpretación y criterio sobre la imagen que se le muestra.

En El Salvador, los periódicos, al igual que otros medios de comunicación, hacen uso de imágenes visuales de la mujer, en donde ella solo actúa como elemento atractivo y de consumo, de acuerdo al tratamiento o abordaje que este le otorgue, dando lugar a diferentes reacciones y respuestas por parte de los lectores.

¹⁰ Los esquemas cognitivos <http://www.psicologosvalencia.es/los-esquemas-cognitivos/>

¹¹ MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. A. 1999b. Los Mundos Semióticos Posibles en la Investigación Social/Possible Semiotic Worlds in Social Research.

¹² Acción e ideología por Martin Baro, 2005 UCA editores

Un periódico relativamente nuevo en circulación en nuestro país es Mi Chero¹³, fundado por el Grupo Dutriz, el cual se publicó por primera vez en abril del 2013, este medio impreso es de corte popular, utilizando un lenguaje coloquial y posee un bajo costo en el mercado, menor que los demás periódicos en circulación.

Este periódico presenta diariamente en la sección Entre Cherada, y en su contraportada acontecimientos del mundo de la farándula, en las cuales hace uso de imágenes de mujeres con muy poca ropa o casi nada, realizando poses fotogénicas sensuales y eróticas.

Ante esta situación nos formulamos la pregunta siguiente ¿Qué percepción tiene los lectores del municipio de Soyapango sobre la imagen de la mujer publicada en la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero?

Esta investigación la ubicamos dentro del paradigma fenomenológico, ya que cada persona interpretara de forma individual las imágenes visuales propuestas por el medio, a partir de sus experiencias y del entorno en el que se desarrolla, este fenómeno es desarrollado a partir de tres planteamientos teóricos críticos sobre la recepción, los cuales son la Recepción Activa, el Modelo de las Multimediaciones y la teoría de la percepción.

De esta forma, nuestra investigación posee un carácter cualitativo¹⁴, es decir, no nos interesa conocer la cantidad sino las razones, interesa conocer las cualidades de la percepción de los receptores en cuanto a la imagen de la mujer propuesta por el periódico.

La investigación se realizó en el municipio de Soyapango, el segundo municipio más poblado del área metropolitana de San Salvador, comprendiendo un periodo de tiempo desde el 1 de abril al 1 de mayo de 2016.

¹³Mi Chero es una opción más del Grupo Dutriz (empresa mediática salvadoreña)

¹⁴La Real Academia Española define lo cualitativo como “que denota cualidad” entendiéndose está a “cada uno de los caracteres naturales o adquiridos que distinguen a la persona, a los seres vivos o cosas”

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

- Analizar la percepción de los lectores del municipio de Soyapango acerca de la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir la percepción que los lectores tienen acerca de la imagen de la mujer presentada en la sección Entre Cherada y la Contraportada del periódico Mi Chero.
- Identificar si el efecto del halo propuesto por Martín Baró, es practicado por parte de los lectores de la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero del municipio de Soyapango.
- Detallar los criterios que los lectores del municipio de Soyapango utilizaron para evaluar la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero.

1.3JUSTIFICACIÓN

A. Porque es importante nuestra investigación

En El Salvador a pesar de la existencia de leyes que protegen los derechos de las mujeres como lo es la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las mujeres, (LEIV), la cual tiene como objeto principal establecer, reconocer y garantizar el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia con el fin de proteger el derecho a la vida, integridad física, moral y la discriminación hacia las mujeres. Las mujeres lamentablemente siguen siendo utilizadas en los medios de comunicación como el principal atractivo del público masculino.

Los medios de comunicación conocidos como el cuarto poder no pueden pasar desapercibidos en cuanto al papel que juega la mujer en estos, donde es violentada y utilizada como objeto sexual, para nosotros es de importancia nuestra investigación porque el grupo pretendió analizar los comportamientos de los receptores, asimismo conocimos el impacto cultural que provoca el poder de las imágenes de los medios impresos en el desarrollo cultural y creación de estereotipos hacia la mujer.

Como futuras profesionales de periodismo no podemos ignorar la violencia simbólica hacia la mujer en periódicos de rotación diaria en nuestro país tal es el caso de sección “Entre cherrada” y en la contraportada del periódico Mi Chero, que presentan la imagen de la mujer como un símbolo sexual, imágenes que generan una percepción en toda la sociedad salvadoreña.

Nuestra investigación es importante porque conocimos la percepción de los receptores en cuanto a los estereotipos que se crean de la figura de la mujer. Asimismo, esta investigación es importante debido a que da un aporte novedoso a nivel académico, ya que a nivel universitario de San Salvador, no sea realizado este tipo de estudio, sobre este periódico, acerca de la percepción que genera en

los lectores del municipio de Soyapango la imagen de la mujer publicada en la sección antes mencionada y en la contraportada del medio escrito Mi Chero.

De igual forma, este estudio tiene relevancia social, debido principalmente que estamos hablando de un tipo de violencia que afecta a las mujeres, las cuales conforman más de 50% de la población salvadoreña.

También existen organizaciones feministas, asociaciones que velan por el cumplimiento de las leyes que protegen los derechos de las mujeres y la sociedad civil en general ve este tipo de faltas que realizan algunos medios de comunicación sobre el sector femenino, para el cual debería haber un mayor control sobre lo que se publica a las entidades correspondientes.

Asimismo, esta investigación es importante porque es necesario que se realicen este tipo de estudios que promuevan la defensa de la integridad moral de la mujer, que se rompa ese pensamiento machista donde la mujer es vista de menos y percibida como un símbolo sexual y que este tipo de imágenes que publica dicho periódico no sean vistas como algo normal, dentro de la sociedad salvadoreña.

B. Para que servirá nuestra investigación.

Esta investigación sirve a nivel académico como un precedente a las nuevas investigaciones que tengan relación sobre el tema o que surjan del mismo. Asimismo porque en la Licenciatura de Periodismo como en otras carreras de la comunicación llevan materias que están incluidos los temas de la percepción de las audiencias ya sea sobre contenidos, imágenes, entre otros.

Además, en el estudio se incita para que los medios de comunicación que faltan a la integridad moral de la mujer, como en este caso en el periódico Mi

Chero, cambien la utilización errónea de la imagen de la mujer en sus publicaciones, estereotipándolas como un objeto sexual.

Para los estudiantes que se están formando a nivel universitario o en otras instituciones educativas, para que se exija la defensa de la dignidad de la mujer no solo en los medios de comunicación, sino que en toda la sociedad salvadoreña en general.

Para las entidades correspondientes que regulan a los medios de comunicación (televisivos, radiales y escritos), sobre los contenidos a publicar, para que hagan énfasis en no utilizar imágenes denigrantes de las mujeres, que incluso pueden ser vistas por menores de edad.

Actualmente, El Salvador solo cuenta con una Dirección de Espectáculos Públicos para Radio y Televisión, como profesionales de la comunicación nuestro deseo es que a partir de nuestra investigación nazca el deseo de no solo ser ente supervisor del contenido de los medios de comunicación radio y televisión sino que incluya a los medios impresos que actualmente son varios los periódicos que circulan en El Salvador.

1.4 LIMITANTES

1. Uso de un solo objeto de estudio.

Partiendo de que nuestra investigación tiene como objeto de estudio a los receptores/ consumidores que lean o tengan conocimiento sobre los contenidos de la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero, tomamos como primer limitante el no poder trabajar nuestra investigación desde los elementos emisor o productor de dicho medio impreso ni el análisis del mensaje o contenido.

2. Tiempo de la investigación

Asimismo, otra limitante que encontramos es el tiempo en el que realizamos la investigación, dentro de la cual se tiene como referencia las imágenes publicadas en el periódico Mi Chero, específicamente de las secciones Entre Cherada y de la contraportada durante el periodo del 1 de abril al 1 de mayo de 2016, las cuales sirvieron para el análisis de nuestro fenómeno de estudio.

3. Espacio de la investigación

Nuestra investigación fue desarrollada solo en el municipio de Soyapango, una de las zonas más pobladas dentro del área metropolitana de San Salvador. Sin embargo, por respeto a los procesos de tiempo no podemos optar por estudiar más municipios que comprende dicha zona, además solo se tomó en cuenta ciertos grupos de dicho municipio debido a que utilizamos la técnica de grupos focales y entrevista a profundidad.

4. Limitaciones de los recursos financieros

La investigación de nuestro objeto de estudio requiso gastos financieros para la recolección de datos. Sin embargo, debido a la situación económica que como estudiantes poseemos en estos momentos, tomamos como limitante el no haber contado de forma inmediata con un presupuesto seguro para el desarrollo de nuestro trabajo.

5. Inseguridad

Todos y todas somos testigos de los altos niveles de inseguridad que corre nuestro país y como grupo somos conscientes que la inseguridad de algunas colonias de Soyapango fue una limitante para el desarrollo y recolección de datos de nuestro estudio de investigación.

2. CAPITULO II. CONSIDERACIONES TEÓRICAS- METODOLÓGICAS

2.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Ámbito Mundial

Los objetos de estudio en las comunicaciones en sus inicios solo estudiaban al emisor (Productor del mensaje) y al mensaje o producto. Sin embargo, en los años setentas gracias a la Escuela de Frankfort empieza una nueva era en los estudios de las comunicaciones, donde se empezó a tomar en cuenta los efectos que tenían los mensajes sobre los públicos.

Como dijo Mc. Lunhan “Debemos pasar de los medios a las mediaciones” con esto se abre paso a estudiar a los receptores y su comportamiento al recibir el mensaje.

En los antecedentes a nivel mundial de nuestra investigación encontramos pocos países en donde se ha investigado esta temática con respecto a la recepción de los públicos en referencia a este tema en España una tesis con el tema Representación de la violencia contra las mujeres en la prensa española desde una perspectiva crítica de género.¹⁵

En el mismo país, en EUSKADI (Comunidad Autónoma de España) en 2013, se realizó un estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre el alumnado adolescente de la comunidad autónoma. En este trabajo se indagó la recepción del discurso publicitario en relación con la imagen de las mujeres, analizando la percepción del alumnado específicamente.¹⁶

¹⁵Tesis: Representación de la violencia contra las mujeres en la prensa española desde una perspectiva crítica de género, España, por Claudia Vallejo, 2005.

¹⁶Tesis: Estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre el alumnado adolescente de la com. Autónoma de EUSKADI, España, por Pablo Vidal Vanaclocha y Teresa Nuño Angos

De igual forma, en Barcelona, España en 2010 encontramos el estudio, la recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Resultados de la investigación cualitativa. Con este estudio se verifico el consumo femenino de la imagen de la mujer en la publicidad y el sexismo en las campañas publicitarias rechazadas por la audiencia.¹⁷

Asimismo, como antecedente a nuestra investigación encontramos en Bélgica, país miembro de la Unión Europea (UE) en 1980 encontramos la investigación Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social este trabajo estudia la representación de las mujeres en la radio, la televisión, la prensa y el cine y la influencia que tiene la publicidad en esta área.¹⁸

América Latina

El inicio de los estudios de recepción en América Latina fue en 1980, De ahí se desencadena una serie de estudios de recepción a nivel latinoamericano. A diferencia de tiempo pasado donde los estudios de grado solo trabajaban como objeto de estudio al Emisor (Productor) y canal de mensaje. En este camino se cambió la mirada, dejar de analizar los contenidos para ver que hacen las audiencias con lo que consumen.

En cuanto a nuestro tema en América Latina ha sido estudiado en varios países donde la figura de la mujer tiene ponderación en la política, economía y otros campos. A diferencia de otros continentes en América Latina es un continente donde la mujer junto a diversas organizaciones defensoras de los derechos de la mujer han luchado porque la figura de la mujer sea restablecida.

¹⁷Tesis: Recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Resultados de la investigación cualitativa. Universidad Complutense de Madrid, España, por Rocio Herrera Faundez, 2010.

¹⁸Tesis: Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación, Bélgica, por MiekeCeulemans, 1981

Ejemplo de ello es una tesis de grado en México, en 2008 con el tema la recepción de imagen de las mujeres en los medios: Una aproximación cualitativa. En esta investigación se dan a conocer algunos estereotipos de género que las mujeres valoran como discriminatorias.¹⁹

En Colombia encontramos un estudio de percepción de los medios de comunicación de la Universidad de Antioquia, en esta investigación se indagó sobre la receptibilidad, aceptabilidad, motivación y expectativas de los públicos.²⁰

En la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, Ecuador en 2005, encontramos la tesis Imagen de la mujer como objeto publicitario: Estudio de impacto entre los estudiantes de la misma universidad.²¹

El Salvador

A nivel nacional, a pesar que ya en los años setenta se comenzaba a considerar al receptor como un objeto de estudio dentro de la comunicación, y que a nivel de América Latina entre los años ochenta y noventa ya se marcaban ciertas pautas al respecto, en El Salvador se formuló por primera vez este tipo de estudio en 1994 por parte del departamento de periodismo de la Universidad de El Salvador (UES).

Asimismo, se comienza a ver un cambio sobre la metodología utilizada en las investigaciones, debido a que antes de 1995 a nivel nacional se utilizaban estudios cuantitativos, es decir solo se interesaban en conocer las cantidades que estuvieran a favor o en contra de algo o de alguien, sin embargo después de dicha fecha se empieza a utilizar la metodología cualitativa que busca conocer las razones que una persona tiene para juzgar sobre un hecho o una persona.

¹⁹Tesis: Recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Una Aproximación cualitativa, México, por Nuria García y Luisa Martínez, 2008.

²⁰Tesis: Estudio de Percepción de los medios de comunicación de la Universidad de Antioquia.

²¹Tesis: Imagen de la mujer como objeto publicitario, En la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, Ecuador en 2005.

Desde esta fecha en adelante se han realizado una serie de investigaciones tomando al receptor como objeto de estudio, tanto en la UES como en otras universidades privadas de El Salvador, a continuación se presenta un breve resumen de algunos trabajos relacionados con nuestro tema.

En 1998 en la Universidad Dr. José Matías Delgado se realizó la tesis: *El uso de la imagen fotográfica como elemento de información periodística, en la Prensa Gráfica y el Diario deHoy*,²² en este caso se hizo un estudio comparativo sobre las fotografías que se utilizan en ambos periódicos.

Este trabajo abona a la investigación porque describe la importancia del movimiento del ojo respecto a la posición de la fotografía en la página, la cual si está colocada en la parte superior tiene mayor contenido visual y más aun si es de gran tamaño, porque puede ser captada con más facilidad por parte del receptor.

Asimismo, se puede destacar la tesis realizada en el año 2000 por estudiantes del Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera, titulado *Estudio de las percepciones y significados generados por los salvadoreños en torno al tema de los estereotipos físicos contruidos icónicamente por el medio televisivo*,²³ en este trabajo se realiza un estudio cualitativo ocupando la técnica de grupo de discusión delimitados por estrato socio económico y por rango de edad.

En dicho trabajo se logró diferenciar los diversos significados que puede tener la imagen de una mujer para distintas personas de acuerdo a su edad o estrato socio económico, lo cual permite identificar un antecedente sobre los elementos cognoscitivos que se utilizará en la presente investigación.

²²Tesis: El Uso de la imagen fotográfica como elemento de información periodística, en la Prensa Gráfica y el Diario de Hoy, por Nelly Aparicio y Xenia Contreras, 1998.

²³Tesis: Estudio de las percepciones y significados generados por los salvadoreños en torno al tema de los estereotipos físicos contruidos icónicamente por el medio televisivo, por Patricia Gómez Posada, Eduardo López Serrano y Silva Posada Magaña, 2000.

Por otra parte, en la Universidad de El Salvador en el año 2001 se realizó la tesis: *La Percepción que tienen las y los líderes de opinión sobre la imagen de la mujer presentada en la publicidad televisiva*,²⁴ en este estudio también se ocupó el método cualitativo y a su vez se realizó una comparación de las respuestas brindadas por los entrevistados.

En la tesis también se utilizó los elementos cognitivos de los entrevistados fraccionados por su nivel académico y por su estado familiar, que en cierta forma incidieron en las respuestas brindadas durante las entrevista, por lo cual esta investigación aporta a nuestro estudio.

Mientras tanto, en ese mismo año en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) se presentó la tesis: *Estudio sobre la percepción de la imagen institucional que tiene las socias de ASES*²⁵ donde se utilizó el método cuantitativo, representando por gráficos las opiniones de las socias.

A pesar que en el estudio de una metodología opuesta a nuestra investigación, cabe recalcar el hecho de la proximidad que tiene a nuestro objeto de estudio refiriéndonos a la percepción de la imagen, que para definirla en esa tesis se consultó el libro: *Pensar la Imagen*, el cual será retomado en el presente trabajo.

De igual forma, en el 2001, en la Universidad Dr. José Matías Delgado se investigó el tema *Internet y Publicidad: un acercamiento cualitativo a los usuarios salvadoreños*,²⁶ el estudio trato sobre las preferencias que tienen los usuarios

²⁴Tesis: *La Percepción que tienen las y los líderes de opinión sobre la imagen de la mujer presentada en la publicidad televisiva*, por María Elena Martínez Quijada, Erlinda Quezada Ramos y Reina Yesenia Vásquez, 2001.

²⁵Tesis: *Estudio sobre la percepción de la imagen institucional que tienen las socias de ASES*, por Elizabeth Benavides Bonilla, 2001

²⁶Tesis: *Internet y Publicidad: un acercamiento cualitativo a los usuarios salvadoreños*, por Luis Carlos Gólcher Mejía y Tania María Vanegas Rodríguez, 2001.

sobre los spots publicitarios y sitios web sobre todo redes sociales y las razones por las cuales las preferían.

Sobre esta investigación cabe destacar la categorización que se hizo sobre los colores, sobre su significado y el impacto que tiene sobre los receptores, es decir la sensación que causa en ellos, para lo cual se utilizó la teoría del color, lo cual servirá como antecedente a uno de los elementos de nuestra investigación.

Otro trabajo que vale la pena destacar es el realizado en el año 2008 de ediciones UCA titulado: *La Percepción social de la violencia y la elaboración de la nota roja en la prensa escrita salvadoreña*,²⁷ el cual se trató de descubrir que los medios de comunicación influyen en la percepción social de la violencia.

En la tesis se utilizó la metodología cualitativa, por medio de fraccionar a los entrevistados por tres grupos de discusión, los cuales eran definidos por su capital económico, cultural, lugar donde habitan y nivel académico.

Asimismo, en 2015 estudiantes de la licenciatura en Periodismo de la UES realizaron una investigación a la que llamaron Análisis Cualitativo de la Publicidad Televisiva: “el efecto Axe” y la recepción de la violencia simbólica contra las mujeres.

Este estudio destaca la forma de violencia sutil hecha por esta marca en sus publicidades donde se ve seriamente afectada la imagen de la mujer formando estereotipos y reforzando el sistema machista y androcéntrico ya establecido. La anterior investigación se realizó de forma cualitativa, retomando el paradigma fenomenológico y manifestando la recepción activa y las multimediasiones.

A diferencia de estas investigaciones, nuestra investigación será la pionera en estudiar la percepción de los lectores del periódico Mi Chero sobre el uso la imagen de la mujer en su sección Entre cherada y contraportada. Asimismo esta

²⁷Tesis: *La Percepción social de la violencia y la elaboración de la nota roja en la prensa escrita salvadoreña*, por Lauri García Dueñas, 2008.

investigación se realizará de forma cualitativa, teniendo como objeto de estudio a las audiencias.

2.2 PERSPECTIVA TEÓRICA

En el transcurso de los años se han creado diferentes paradigmas, con la intención de comprender mejor un fenómeno y para darle las posibles soluciones, entre los primeros paradigmas que surgieron podemos mencionar el funcionalista o positivista (relacionado con la metodología cuantitativa) y el crítico o interpretativo (relacionado a la metodología cualitativa), de los cuales han surgido una serie de clasificaciones.

Pero para poder comprender mejor qué es un paradigma y porque es tan importante establecerlo en una investigación se retomará la definición brindada por Thomas Samuel Kuhn (1922 - 1996) “considero a los paradigmas como realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica”.²⁸

Es decir que un paradigma sirve para guiar a una investigación y que este íntimamente vinculado con sus propósitos u objetivos, en este trabajo se utilizó el **paradigma interpretativo o funcionalista** que para Martín Heidegger (1889 - 1976) se refiere a la interpretación de la interacción social en la que propone que se deben estudiar las interpretaciones y significados que las personas le dan cuando interactúan, en distintas situaciones y la realidad social en la cual viven.²⁹

En este caso Heidegger encuentra la relación que tiene la interpretación (el significado personal) de un individuo con el contexto social en el cual vive, como a partir de esto se influye en el sujeto para que cree sus propios significados que han sido heredados por las personas de su entorno, aunque estos también pueden llegar a ser modificados, ya que cada persona piensa diferente y tiene la capacidad de hacer sus propios criterios.

²⁸<http://www.webdianoia.com/contemporanea/kuhn.htm>

²⁹<http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/2011/03/autores-mas-importantes-del-p.html?m=1>

Asimismo, Edmund Husserl (1859 - 1938) indica que desde la fenomenología se puede distinguir como son las cosas a partir de cómo nosotros pensamos que son en realidad, de las bases conceptuales del conocimiento, el autor muestra su interés por conocer la interacción entre las personas del cómo se comprenden recíprocamente sus conciencias, como se establece el significado y la comprensión en el interior de las personas.³⁰

Al respecto, Husserl hizo un señalamiento importante al referirse de las bases conceptuales del conocimiento, es decir sobre la capacidad cognoscitiva de la personas, de esto depende las distintas significaciones que se le puede dar a un mismo objeto diferentes personas.

Otro autor que define este paradigma es Orozco Gómez, quien indica que según este paradigma existen múltiples realidades construidas por los actores en su relación con la realidad social en la cual viven. Por eso, no existe una sola verdad, sino que surge como una configuración de los diversos significados que las personas le dan a las situaciones en las cuales se encuentra.³¹

Por tanto el paradigma interpretativo parte de la subjetividad de las personas, por medio de las cuales se buscan sus razones de porque construyen cierto significado sobre un objeto o persona, en su entorno social, asimismo este paradigma está ligado al método cualitativo por medio del cual no se busca cantidades sino como las audiencias interpretan sus situaciones.

En este caso, lo que se pretendió con la presente investigación fue conocer las razones por medio de las cuales los lectores del municipio de Soyapango evalúan y crean su propia percepción respecto a las imágenes publicadas en la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero.

³⁰<http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/2011/03/autores-mas-importantes-del-p.html?m=1>

³¹Paradigmas y Modelos de Investigación, texto reestructurado por: Libia Elena Ramírez Robledo, Adriana Arcila, Luz Elena Buritica y Jairo Castrillón, Fundación universitaria Luis Amigo, segunda edición, 2004.

Razones que dependieron del nivel cognoscitivo de los sujetos y del entorno en el cual se han desarrollado porque esto influyó en el momento en que las personas hicieron su propia interpretación sobre lo que han percibido por medio de su mirada.

De igual forma, dependió de sus emociones, de los elementos que utilizaron a la hora de evaluar la imagen, por lo cual se considera que el paradigma interpretativo o fenomenológico es el que mejor se relaciona con nuestra investigación, pues encontramos razones, respuestas a profundidad, y no cantidades o estadísticas. Asimismo se utilizó en el ámbito de la subjetividad, es decir la significación personal que cada sujeto le da a un objeto o persona.

Para comprender mejor dicha significación, la investigación se hizo a partir de dos teorías de percepción muy reconocidas, la primera es la **teoría asociacionista**, también conocida como teoría empirista de la percepción, “esta doctrina radica en sostener que todo hecho mental complejo está constituido por múltiples elementos irreductibles de origen sensorial, combinados entre sí en virtud de leyes asociativas; el número y la naturaleza de éstas se definen de forma diferente en las diversas orientaciones asociacionistas”.³²

Los diferentes aportes a la psicología bajo el nombre de asociacionismo se manifiestan desde Platón, quien en un pasaje del "Fedón" ilustró con ejemplos dos leyes asociativas: las de contigüidad y semejanza entre las ideas,³³ también, Aristóteles planteaba como asociar una idea con otra, el término asociacionismo alude a la asociación que se establece entre un estímulo y la correspondiente respuesta.³⁴

³²Teorías psicológicas del aprendizaje, pagina web: <http://aidecidguadalupesotocolorado.jimdo.com/inicio/5-teorias-psicologicas-de-aprendizaje/5-1-teor%C3%ADa-asociacionista/>

³³Idem

³⁴Preparado por Fundación Chile. Portal Educarchile: <http://www.educarchile.cl>

Para David Hume, el filósofo empirista, “las ideas de nuestra mente se asocian según unos principios que rigen nuestros pensamientos, estableciendo lazos entre ellos”. Asimismo, Iván Petrovich Pavlov adopta el principio de asociación por frecuencia, pero dirigido al ámbito subjetivo de las sensaciones, las ideas y la memoria al nuevo ámbito objetivo y experimental de las secreciones glandulares externas.³⁵

De igual forma, Edward Lee Thorndike, psicólogo y pedagogo estadounidense, extiende los criterios asociacionistas al estudio del niño y del adolescente y elabora una teoría asociacionista general sobre una base experimental, denominada por él: conexionismo, para diferenciarla del asociacionismo de la tradición filosófica.³⁶

Ante lo anterior destacamos entonces las leyes que defendió el asociacionismo: ley de contigüidad: dos procesos psíquicos que ocurren a la vez o sucesivamente se asocian entre sí, ley de frecuencia: las asociaciones que se hacen con mayor frecuencia son las que más duran, ley de recencia: las asociaciones que se realizan recientemente son también las que más duran.³⁷

Como se mencionaba anteriormente, la segunda teoría de la percepción que se usó en esta investigación es la teoría innatista, o mejor conocida como **teoría de la “Gestalt”**, es decir, la forma como estructura, “su tesis central se resume en la idea de que la percepción visual no es un proceso de asociación de elementos sueltos sino un proceso integral estructuralmente organizado,...en concreto por la existencia de un isomorfismo entre el campo cerebral y la organización de los estímulos”.³⁸

³⁵ Ibídem nota 32

³⁶ Idem

³⁷ Ibídem nota 22

³⁸ Santos Zunzunegi. 1989. Pensar la Imagen.

Las leyes de la percepción o leyes de la Gestalt fueron enunciadas por Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka a principios del siglo XX en Alemania, y demostraron que el cerebro humano organiza los elementos percibidos en forma de configuraciones (gestalts) o totalidades.³⁹

Para conocer y comprender mejor la percepción a través de la forma y la organización, Guillermo Leone nos hace mención de las leyes generales y particulares de la Gestalt, las primeras son: Principio general de figura y fondo: la percepción sucede en forma de "recortes"; percibimos zonas en las que centramos la atención y a las que llamamos "figura" y zonas circundantes que quedan justamente en un plano de menor jerarquía al que denominamos "fondo".

También, la Ley general de la buena forma: se basa en la observación de que el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, esto incluye el sentido de perspectiva, volumen, profundidad.

Las leyes particulares de la Gestalt están conformadas por: Ley del cierre o de la completud: las formas abiertas o inconclusas provocan incomodidad y por lo que existe una tendencia a completar con la imaginación aquello que falta. Ley del contraste: la posición relativa de los diferentes elementos incide sobre la atribución de cualidades. Ley de la proximidad: los elementos tienen a agruparse con los que se encuentran a menor distancia. Ley de la similitud: los elementos similares tienden a verse como parte del mismo conjunto o bloque y se pueden separar claramente del resto.

A partir de las anteriores teorías de la percepción conocimos de qué forma los receptores perciben la imagen de la mujer, asimismo, fuimos capaces de identificar cuál de las dos teorías predomina más en los lectores o si ambas son necesarias para la construcción de la realidad de cada sujeto.

³⁹ Guillermo Leone, LEYES DE LA GESTALT. www.gestalt-blog.blogspot.com

Como bien se sabe, el receptor fue nuestro sujeto de investigación y para conocer y analizar su forma de actuar, pensar y sentir tomamos como base dos teorías del ámbito de la comunicación: la **Tendencia de la Recepción Activa** propuesta por el chileno Valerio Fuenzalida Fernández y la **Teoría de las Multimediaciones** del mexicano Guillermo Orozco Gómez.

La capacidad crítica de las audiencias en la recepción del mensaje es lo que afirma Fuenzalida en la **Recepción Activa**, “para el investigador lo que muestran en definitiva los estudios de Recepción es que el receptor socio-cultural y el contexto de la recepción televisiva son constituyentes activos del proceso de Comunicación”,⁴⁰ es decir, no son receptores pasivos de información, por lo tanto es capaz de construir a partir de la interacción que tenga con el mensaje y con el emisor del mismo.

Con la Recepción Activa se cambia el papel de los receptores frente a los medios, dichas audiencias eran identificadas en los primeros estudios de la comunicación de masas, como la de la “aguja hipodérmica” como simplemente un ente pasivo y manipulable.⁴¹ En otras palabras, “la recepción era un producto o resultado que podía ser previsto y deducido a partir de los supuestos deterministas causales manipulados por el emisor”.⁴²

Fue hasta los años cuarenta en donde se inicia a cambiar los enfoques de las investigaciones acerca de la comunicación, dando paso a investigaciones muy importantes, como: la Teoría de Usos y Gratificaciones, donde se considera que los medios compiten con otras fuentes de necesidades, que las personas tienen conciencia de sus intereses y deciden si un medio le es útil o no. Este tipo de investigaciones destacaron el rol del receptor como un ser activo que se apropia del mensaje, lo interpreta y lo analiza para darle así una respuesta a este.

⁴⁰M.C. Gustavo A. León Duarte. Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual.

⁴¹RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación

www.razonypalabra.org.mx

⁴²Ibidem nota 26

De esta manera, Fuenzalida afirma que “la influencia grupal es sumamente importante en la construcción del sentido que las personas le confieren al mensaje. En este sentido, la familia, la mediación televisiva y la interacción con grupos organizados de todo tipo, ejercen una influencia decisiva en los hábitos y preferencias de información en la recepción del mensaje y en la elaboración de las significaciones socioculturales del individuo.”⁴³

Y precisamente a esa extensa gama de mediaciones es a la que se refiere Guillermo Orozco en la **Teoría de las Multimediaciones**, el autor afirma que “Asumir a la audiencia como sujeto y no solo como objeto frente a la TV supone, en primer lugar, entenderla como un ente en situación y, por tanto, condicionado individual y colectivamente, que se va constituyendo como tal de muchas maneras y diferenciando como resultado de su particular interacción con la TV y, sobre todo, de las diferentes mediaciones que entran en juego en su proceso de recepción”.⁴⁴

Martín-Barbero define a las mediaciones como “el lugar desde donde se otorga el sentido a la comunicación” y para ello Orozco plantea que el modelo de las mediaciones en la recepción televisiva se compone por las siguientes mediaciones: 1.) Las mediaciones cognoscitivas (lo afectivo, lo racional y lo valorativo); 2). Las mediaciones culturales (presentes en las interacciones sociales y televisivas); 3). Las mediaciones situacionales (étnica, sexual, cultural, socio-económica y geográfica); 4). Las mediaciones institucionales (todas las instituciones sociales con las que el sujeto interactúa) y, 5). Las mediaciones video tecnológicas (en sus diversas significaciones con la realidad: la creación de noticias, la presencia del receptor, la construcción de la verdad y la apelación emotiva).⁴⁵

⁴³Fuenzalida (1989: 32)

⁴⁴Orozco (1996)

⁴⁵M.C. Gustavo A. León Duarte. Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual, pág. 39

Todas las mediaciones planteadas por Orozco y tomadas a partir de la Recepción Activa de Fuenzalida darán como resultado la percepción que los lectores o receptores tengan de la imagen de la mujer mostrada por el periódico Mi Chero en la sección Entre Cherada y Contraportada, porque tal y como lo afirma Orozco “Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríticas, simplemente espectadoras.”⁴⁶

⁴⁶Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española. *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., Edición del Tricentenario, [en línea]. Madrid: Espasa, 2014

2.3 SISTEMA DE CONCEPTOS

EFECTO DEL HALO

Este término fue utilizado por primera vez en 1920 por el psicólogo y pedagogo estadounidense Edward Thorndike (1874 - 1949) en su artículo “El error constante en la calificación psicológica”, en el cual describió “el efecto halo como un sesgo cognitivo, donde se parte de una característica central para formarnos una opinión del total de esa persona”.⁴⁷

Thorndike consideraba que el origen de esto radicaba en nuestra incapacidad para resistir la influencia afectiva de una evaluación global sobre una evaluación de cualidades específicas.⁴⁸ Es decir que los seres humanos hacemos una sola evaluación de una persona a partir de un rasgo físico en específico o una característica, que da nuestra primera percepción del sujeto, sin la oportunidad de fijarnos en su totalidad.

Otro aporte importante para comprender que es el efecto halo, es el de Salomón Asch (1907 - 1996), quien consideraba que “este efecto era consecuencia de una disonancia cognitiva, en la cual si la primera impresión que nos formamos de una persona es positiva entonces mostraremos a una tendencia a evaluarla positivamente de manera global”.⁴⁹

Esto también está relacionado con lo que nosotros consideremos lo que es bueno o lo que es malo, es decir tiene que ver con la subjetividad de la persona y que de acuerdo a esto si nuestra primera impresión es positiva entonces consideraremos a esa persona como positiva en su totalidad, aunque nuestra evaluación solo la hayamos hecho desde una característica física en específica.

⁴⁷<http://jesusgonzalezfonseca.blogspot.com/2009/10/el-efecto-halo.html?m=1>

⁴⁸Idem

⁴⁹Idem

De igual forma, se tomó en cuenta la definición que le da Martín Baro que lo nombra como el modelo halo “en el cual se subraya el papel primordial de la emoción en la percepción interpersonal” y describe que cuando conocemos a una persona tendemos a evaluarla en una u otra forma y esa evaluación, frecuentemente apoyada en algún rasgo superficial (por ejemplo la apariencia física) o en algún comportamiento observado, que se extiende o generaliza a la totalidad de la persona.⁵⁰

Este efecto ha sido vinculado con el área de recursos humanos, al momento de contratar nuevo personal, donde hacen una evaluación de la apariencia física de la persona, de cómo se viste y como actúa en el momento de la entrevista. Sin embargo inconscientemente este efecto es practicado por las personas cotidianamente.

En base a estos tres términos citados, consideramos que el **efecto del halo** es la primera impresión que tenemos sobre una persona, la cual ha sido construida a partir de nuestra capacidad perceptiva, que puede ser influenciada por un rasgo físico en específico, que haya llamado nuestra atención ya sea de forma positiva o negativa, y que por medio de la cual formemos una opinión total de esa persona.

REPRESENTACION DEL CUERPO FEMENINO

Con el paso de los años se puede observar que la representación de cuerpo femenino está en función del papel que han ejercido las mujeres dentro de las sociedades a las cuales pertenecen, adaptándose a las exigencias de cada lugar y época en la que se encuentren.

Para comprender que es la representación del cuerpo femenino es necesario realizar un desglose de las palabras para darle una pequeña explicación a cada

⁵⁰Acción e Ideología, por Martín Baro, UCA editores, 2005.

una y así conocer su significado en conjunto. Para ello, la representación, según la Real Academia Española, en su significado figurado psicológico manifiesta que es la imagen o concepto en que se hace presente a la conciencia un objeto exterior o interior.⁵¹

A lo anterior, le sumamos a lo que Michel Foucault define como cuerpo femenino, este “es la encrucijada del cuerpo social, del familiar y del saber médico”.⁵² Por otro lado, para Aristóteles el Cuerpo es materia extraña y opuesta al espíritu; los dos co-principios del hombre no presuponen realmente un solo origen, ya que la materia es eterna.

De esta forma, podemos decir entonces que la representación del cuerpo femenino es lo que se desea mostrar a través de diversos factores como lo son la vestimenta, la forma, la expresión, el maquillaje, y aspectos socialmente establecidos que estarán pautados por la época, el tipo de sociedad en la que se ubique y el contexto social de la misma.

De acuerdo a la representación del cuerpo femenino que muestra el periódico Mi Chero de en la sección Entre Cherada y la Contraportada se pueden establecer dimensiones de la percepción de la imagen de la mujer a partir de dicha representación.

La primera dimensión es la *Estética*, aquí existe la necesidad de la mujer por verse bella, tener un cuerpo delgado, estilizado y curvilíneo, lucir bien para ser admirada por los hombres y envidiada por las demás mujeres, es decir verse bien para atraer al lector o receptor. La segunda es la *Sexualidad*, esta dimensión se refiere al contacto más íntimo del ser mujer, que implica necesariamente

⁵¹Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española. *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., Edición del Tricentenario, [en línea]. Madrid: Espasa, 2014

⁵²Michel Foucault. *Historia de la Sexualidad*. Tomo I: La Voluntad del Saber. Buenos Aires. Siglo XXI Editores. Argentina. 2003. Pág. 130

diferenciarse y relacionarse sexualmente con los otros, es expresada a partir de rituales de erotismo, autoerotismo y seducción.⁵³

PERCEPCIÓN VISUAL

La percepción visual es la captación de la realidad visual que nos rodea (estímulos visuales) con la percepción le damos significado a la sensación visual.⁵⁴

Es decir es la selección, ordenación y reelaboración de los datos sensoriales-visuales para reconstruir la realidad en forma de representación (los datos sensoriales son los que captan los sentidos) para poder ser almacenados en la mente.

Es la mente la que ve y no los ojos: la mente, al dar significado a las sensaciones primarias siempre simplifica, pone o quita algo de la realidad. Por lo tanto, al percibir, construimos en parte la realidad. También es la mente a partir de los datos sensoriales que le llegan los agrupa en conjuntos de conceptos, por ejemplo, estoy caminando por un camino en pendiente, de arena, el viento me da en la cara, etc. A partir de la experiencia y a partir del contexto construye la percepción del entorno.⁵⁵

Nuestra forma de actuar y de sentir están condicionadas por nuestra forma de ver, es decir por nuestra percepción del mundo.⁵⁶ En nuestra investigación utilizamos la percepción visual para analizar a los receptores al momento que sus mentes perciben las imágenes de mujeres semidesnudas en la contraportada y sección Entre Cherada del periódico Mi chero.

⁵³MAYBEL PIÑÓN LORA. CYNTHIA CERÓN HERNÁNDEZ ÁMBITOS SOCIALES DE REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO.El caso de las jóvenes estudiantes universitarias de la Ciudad de México.

⁵⁴Jordi Alberich, David Gomez Fontanills, Alba Ferrer. Percepción Visual. España 2005

⁵⁵La percepción visual <http://destinoaitaca.blogspot.com/p/la-percepcion-visual.html>

⁵⁶Cecilia M. Alonso. Percepción visual. <http://es.calameo.com/read/000710094974b208123ec>

Este proceso de percepción visual le permite al organismo, a través de los sentidos, recibir, elaborar e interpretar la información proveniente de su entorno. Es la interpretación o discriminación de los estímulos externos visuales relacionados con el conocimiento previo y el estado emocional del individuo.⁵⁷

Este es un proceso activo mediante el cual el cerebro transforma la información lumínica que capta el ojo en una recreación de la realidad externa o copia de ella, que es personal, basada en programas genéticamente determinados y que adquiere una tonalidad emocional única.

Sin embargo, en la percepción visual surgen diferencias de interpretación a causa de las diferentes culturas, educación, inteligencia y edad. Los psicólogos de la Gestalt, a comienzos del siglo XX, fueron los primeros en proponer una teoría filosófica de la forma. Max Wertheimer, Wolfgang Kohler, Kurt Lewin, entre otros aseguraron que en la percepción, el todo es mayor a la suma de las partes.⁵⁸

Los modelos actuales de la visión humana se basan en un estudio interdisciplinario de la percepción visual que tiene en cuenta como mínimo fisiológico, neurológico, psicológico en ellos el ojo actúa como receptor y el proceso perceptivo es principalmente neurológico y del intelecto.

ESTEREOTIPO

El término "estereotipo" fue utilizado por primera vez en las ciencias sociales por Walter Lippman en su libro *Public Opinion* publicado en el año 1922, aunque no aportó una definición final de la palabra, la utilizo para designar un determinado mecanismo de percepción inevitable y eficiente, elaborado por el individuo o su grupo, que se tiene en cuenta en el momento de percibir otro objeto o contenido similar.⁵⁹

⁵⁷Merkeau-Ponty. M (1985) fenomenología de a percepción. Barcelona: Planeta- Agostini

⁵⁸Bruce Goldstein E (2006) sensación y percepción (6ta edición).

⁵⁹<http://www.monografias.com/trabajos93/estereotipos-genero/estereotipos-genero.shtml>

Es decir que los seres humanos por naturaleza tendemos a realizar esa percepción dándole un significado a ese objeto, persona o contenido y que lo mantenemos en nuestra memoria y que lo tomamos en cuenta al momento en que volvemos a percibir un objeto similar, dándole el mismo significado que el anterior.

Por su parte, la Real Academia Española define la palabra estereotipo como una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad.⁶⁰

Este concepto ya nos aporta dos elementos importantes de los estereotipos, uno de ellos es que se forman a partir de características generales sobre el objeto o la persona a quien se percibe, es decir sus rasgos generales de los cuales creamos nuestra propia definición sobre esa persona u objeto y el segundo es que esta imagen estructurada es aceptada por la mayoría de personas de un determinado colectivo, es decir que ya determinados rasgos físicos en una persona pueden servir para calificarla dentro de una sociedad, comunidad, cultura o país.

Desde la utilización del concepto estereotipo se ha ido desarrollando en el transcurso de los años su definición y una serie de clasificaciones de los mismos, sin embargo para la presente investigación se utilizaron los estereotipos de género que aunque no se tiene un concepto formal, se puede decir que son creencias sobre las características de los roles típicos que los hombres y las mujeres tiene que tener y desarrollar en una etnia, cultura o en una sociedad.⁶¹

A partir de los estereotipos de género, se han ido formulando una serie de características y roles que las mujeres deben seguir dentro de una sociedad,

⁶⁰<http://definicion.de/estereotipo/>

⁶¹<http://www.poderjudicialmichoacan.gob.mx/web/atencion/contenido/ponencias/mesa2/Estereotipos%20de%20G%C3%A9nero%20Julia%20P%C3%A9rez.pdf>

porque eso es visto como lo normal que una mujer debe hacer entre estos podemos mencionar la ama de casa, la triunfadora profesional, entre otros sin embargo nos enfocaremos más en la mujer objeto o la mujer amante, que son las que usualmente publica el periódico Mi Chero.

Entonces por tanto entenderemos como estereotipo a la imagen o percepción que tenemos sobre una persona u objeto, creada a partir de unas características generales de las cuales les creamos sus propios conceptos, roles y características dentro de una misma sociedad, cultura o comunidad.

3. CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 CARÁCTER DE LA MUESTRA

El carácter de estudio de nuestra investigación es cualitativo este tipo de metodología es característico de un planteamiento científico fenomenológico. Tal aproximación a la ciencia tiene sus orígenes en la antropología, donde se pretende una comprensión holística, global del fenómeno estudiado, no traducible a términos matemáticos. El postulado característico de dicho paradigma es que «lo subjetivo» no sólo puede ser fuente de conocimiento sino incluso presupuesto metodológico y objeto de la ciencia misma.⁶²

Como grupo optamos por el carácter cualitativo ya que nuestro elemento de estudio fueron los receptores por lo tanto, estudiamos sus reacciones al momento de recibir el mensaje, en el caso de nuestra investigación sus valoraciones cuando observaban las imágenes con mujeres semidesnudas. En nuestros objetivos no buscamos cantidades, sino reacciones dadas de la percepción del mensaje.

A diferencia de propiedad cualitativa, las propiedades cuantitativas obedecen a una cualidad a la cual se le ha asignado un número, medida, grado o cantidad, mientras que en las cualitativas es una manera y se apresuran a señalar que los atributos o propiedades cualitativos permiten su cuantificación.⁶³ Es decir, nos permite ver más allá de los números y analizar acciones que a través del método cuantitativo no podríamos obtener.

Esta metodología cualitativa ha sido inductiva; como consecuencia de ello, presenta un diseño de investigación flexible, con interrogantes que se resuelven en el grupo. Incluso, se pueden incorporar hallazgos que no se hayan previsto

⁶²http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacualitativa.html

⁶³Cinco Vías de acceso a la realidad, Por Miguel Beltrán, REIS

inicialmente, y que ayudan a entender mejor el fenómeno a estudiar. Así, es como trabajamos en los dos grupos focales mixtos divididos por diferencia de edades.

Una de las vías cualitativas más características es el llamado «grupo de discusión», al que Ibáñez dedica su libro, y que es definido como «una confesión colectiva» (1979: 45) que deja inmediatamente de serlo, o de parecer, ya que «el sujeto del enunciado dejará de ser el sujeto de la enunciación: se hablará en grupo, en segunda o tercera persona, de cualquier cosa» es a través de estos grupos de discusión que surgirán nuevos datos de la investigación.⁶⁴

Es así como realizamos el carácter de nuestra investigación sobre cómo es la percepción de la sección entre cherada y contraportada del periódico Mi Chero.

⁶⁴https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/GrupDiscusion_trabajo.pdf

3.2 DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Debido a que nuestra investigación se realizó a partir de la metodología cualitativa, tomamos en cuenta mínimas cantidades de personas del municipio de Soyapango, ya que nuestro objetivo no son estadísticas, sino trabajar con la subjetividad de las personas.

En la metodología cualitativa se encuentran una variedad de técnicas, que ayudan a trabajar con la interpretación de las personas sobre hechos o sobre otros sujetos, sin embargo en este trabajo se utilizaron **grupos focales y la entrevista a profundidad.**

Para los grupos focales se trabajó con una muestra de 18 personas, estas fueron seleccionadas entre los habitantes del municipio de Soyapango, universo de nuestra investigación, las cuales fueron organizadas en dos grupos de acuerdo a su rango de edad.

Cada grupo de lectores posee sus características particulares, entre las cuales podemos mencionar el rango de edad, inclinación al cristianismo, y su nivel académico, ya que se contó con la participación de bachilleres y universitarios de diversas ramas académicas entre estas, periodismo, administración de empresas, sociología, derecho, por tanto, la percepción que se tenga puede variar de acuerdo a las multimediasiones como lo explica Guillermo Orozco.

En este caso, la conformación de los equipos de trabajo se hizo de la siguiente manera: en el primer grupo participaron 5 hombres y 5 mujeres, entre las edades de 18 a 23 años, debido al rango de sus edades en su mayoría eran jóvenes bachilleres que recién comenzaban su carrera universitaria y otros que solo estaban trabajando.

Por otra parte en el segundo grupo conformado por 4 hombres y 4 mujeres, entre las edades de 24 a 29 años, eran adultos que estaban terminando su carrera universitaria o que ya tenían la mayor parte de la carrera cursada y otros que solo se dedicaban a trabajar.

Además de la técnica de Grupos Focales, se utilizó también la técnica de la Entrevista a Profundidad, con el fin de obtener a partir de esta, elementos como información sobre vivencias, experiencias, creencias, predisposiciones, orientaciones, deseos, motivaciones y expectativas, acerca de la percepción que aceptaron de la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero.

En las entrevistas a profundidad participaron tanto hombres y mujeres que tuvieran conocimiento respecto al punto de vista que necesitábamos que eran feminista, religioso y machista, y que además estuvieran dentro de los rangos de edad antes establecidos en los grupos focales.

Es decir se obtuvieron dos posturas feministas una de 21 y la otra de 26 años, en la perspectiva machista participaron dos hombres uno de 20 y otro de 25 años, no obstante en la postura religiosa solo se obtuvo una participación de un joven de 21 años.

A continuación se representa como fue la conformación de los equipos y su respectiva técnica:

Grupo	Rango de edad	Nº de participantes Sexo Femenino	Nº de participantes Sexo Masculino	Total de participantes	Técnica a utilizar
1	18 a 23 años	5	5	10	Grupo focal
2	24 a 29 años	4	4	8	

Grupo	Rango de edad	Nº de participantes Sexo Femenino	Nº de participantes Sexo Masculino	Total de participantes	Técnica a utilizar
1	18 a 23 años	1	2	3	Entrevista a Profundidad
2	24 a 29 años	1	1	2	

Los motivos por el cual se decidió tomar como muestra a los antes descritos equipos de trabajo son varios, uno de los principales es que el sexo de la persona puede incidir de manera específica en la forma de percibir la imagen de la mujer. En la sociedad salvadoreña podemos encontrar muy marcada la existencia de culturas, machistas, androcéntrica y misógina las cuales harían que las personas se inclinen a un tipo de percepción acorde a un tipo de dichas culturas.

Asimismo, encontramos dentro de nuestra sociedad una resistencia de ciertas personas por practicar, defender, apoyar, participar o simplemente ser parte de alguna de estas culturas que resaltan a la figura masculina como imponente ante el sexo femenino, o por el contrario encontramos a personas defensoras del movimiento feminista. Así, el sexo de la persona y su inclinación ideológica se convierten en elementos importantes al momento de comprender el trasfondo que existe en cada una de las percepciones que tienen de la imagen de la mujer propuesta por el medio de comunicación.

También la edad de los lectores se convirtió en uno de los elementos esenciales para la conformación de los equipos que se analizó e interpretó, a partir de la edad del lector se puede identificar principalmente el grado cognitivo, la

experiencia personal, la concepción de la realidad social, la madurez, y la conciencia que se tenga de lo correcto y lo incorrecto respecto a la valoración de la integridad y la imagen de las personas.

3.3 DEFINICIÓN DE LA TÉCNICA

En esta investigación se utilizó como ya se había mencionado dos técnicas la primera es de los **grupos focales**, la cual sirve para recolectar y analizar información acerca de lo que la gente piensa y opina, donde la discusión grupal se utiliza como un medio para generar entendimiento profundo de las experiencias y creencias de los participantes.⁶⁵

Es decir, que en la participación de un grupo focal que se esté tratando sobre un mismo tema, pueden que haya opiniones diferentes, los cuales pueden surgir por las experiencias de cada individuo, el contexto social, su nivel académico, entre otros. Por ende optamos por integrar los grupos focales por estudiantes universitarios, líderes religiosos y activistas feministas.

Por lo tanto esta técnica sirve para estudiar por qué se pueden dar estas opiniones diferentes, que es lo que hace que dos personas interpreten totalmente diferente sobre un mismo hecho.

La segunda técnica fueron las **entrevistas a profundidad** que consiste en encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, los cuales estarán dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras.⁶⁶

⁶⁵ Grupos Focales, Técnica de investigación colectiva, Orlando Mella, Julio 2000, publicado como Documento de Trabajo Nº 3, CIDE, Santiago, Chile.

⁶⁶ http://www.onsc.gub.uy/enap/images/stories/MATERIAL_DE_CURSOS/Entrevista_en_profundidad_Taylo_y_Bogdan.pdf

Con la entrevista a profundidad se desea obtener información más detallada de acuerdo al contexto social y educativo de las personas respecto a las imágenes utilizadas en las secciones antes mencionadas del periódico Mi Chero, por lo tanto se utilizara un modelo de conversación para que los participantes se sientan libres al momento de contestar.

3.4 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 GRUPOS FOCALES

La elaboración del instrumento de recolección de datos en los grupos focales se hizo a partir de tres bloques, los cuales están relacionados con nuestros tres objetivos específicos, con el fin de recolectar la información más precisa sobre la percepción que los participantes tenían acerca de las imágenes presentadas.

Aunque se hicieron dos grupos focales diferenciados por el rango de edad, donde en el primero participaron de 18 a 23 años y en el segundo de 24 a 29 años, en ambos se llevó a cabo el mismo instrumento.

Dicho instrumento consiste en un cuestionario de 15 preguntas para los y las participantes y es el siguiente:

GRUPO FOCAL

Edad:	Sexo: <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino
Ocupación: <input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Trabajador	

CUESTIONARIO

1. ¿Qué rasgos físicos y de personalidad le resultan interesantes en la mujer de la imagen?
2. Los rasgos que antes menciono, ¿Qué impresiones le producen?
3. ¿Qué piensa acerca de la mujer en la imagen?
4. Luego de observar un poco el contenido de la sección "Entre churada" y la contraportada del periódico mi chero ¿Qué impresión le dejó el periódico?
5. A su parecer, ¿Cree que está bien o mal la imagen que se muestra de la mujer, por qué?
6. ¿Qué profesión percibes que tiene esta mujer?
7. ¿Cómo consideras que está siendo utilizada la imagen de la mujer en este periódico?
8. ¿Por qué crees que los salvadoreños consumen este periódico?
9. Consideras que estas mujeres están siendo estereotipadas de alguna forma ¿Por qué?
10. ¿Consideras que en los periódicos nacionales es necesario el uso de imágenes con mujeres semidesnudas? ¿Porqué?
11. ¿Qué color de la imagen le atrae más y por qué?
12. ¿Qué opinas de la vestimenta que utilizan las mujeres?
13. ¿Le llama la atención el tipo de ropa que utiliza la mujer presentada?
14. ¿Qué tipo de expresiones faciales observa en la imagen?
15. ¿Qué significado le da usted a esas expresiones?

3.4.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

El instrumento de recolección de datos que se utilizó para las entrevistas a profundidad se elaboró a partir de nuestros tres objetivos específicos, con el fin que los entrevistados nos brindaran información más detallada sobre como percibían esas imágenes que se les mostraba.

A pesar que para las entrevistas a profundidad tomamos en cuenta tres perspectivas las cuales son la feminista, religiosa y machista, se practicó el mismo instrumento, el cual consta de un cuestionario de 12 preguntas y son las siguientes:

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Nombre:	Sexo:
Edad:	Ocupación:

Cuestionario

1. ¿Cómo describiría y clasificaría las imágenes propuestas por el periódico?
2. ¿Para usted son ofensivas, o no, este tipo de imágenes?
3. ¿Qué significado le daría usted a las expresiones faciales y corporales de las mujeres en la imagen?
4. A su parecer, defina el perfil de las mujeres que observo en las imágenes
5. ¿Cree que las imágenes publicadas promueven o refuerzan algún tipo de estereotipo en la mujer?
6. ¿Cómo definiría el rol sociocultural que se le da a la imagen de la mujer en este periódico?

7. ¿Considera que existe algún tipo de violencia o falta a la imagen de la mujer, por qué?
8. Según su perspectiva a quienes cree que van dirigidos los mensajes que se dan al utilizar la imagen de la mujer de esta forma en el periódico.
9. A su criterio, ¿cree que las imágenes que se muestran en dicho periódico fomentan valores o antivalores?
10. De qué forma cree usted que este tipo de imágenes afecta o beneficia a la sociedad salvadoreña.
11. Desde su punto de vista, ¿Cómo definiría y calificaría el trabajo del Periódico Mi Chero en el manejo de la información y de las fotografías para la construcción de la imagen de la mujer?
12. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted daría a los medios de comunicación que utilizan este tipo de imágenes?

4. CAPITULO IV. EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 GRUPOS FOCALES

GRUPO FOCAL A (de 18 a 23 años)

1. ¿Qué rasgos físicos y de personalidad le resultan interesantes en la mujer de la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ La belleza, son delgadas, tienen senos grandes, tienen una cara lisa bonita, su cabello también está bien arregladito y pintado.
- ✓ Son altas
- ✓ La definición de una mujer perfecta para los hombres.
- ✓ Son mujeres muy llamativas y atrevidas, alocadas.

2. Los rasgos que antes menciono, ¿Qué impresiones le producen?

RESPUESTAS

- ✓ Perfecta para los hombres por sus medidas, porque llaman la atención de los sectores masculinos.
- ✓ Y alocadas por sus aptitudes que hacen en las fotos, es decir en sus expresiones.

3. ¿Qué piensa acerca de la mujer en la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ Se podría decir que son mujeres que no tienen una relación estable.
- ✓ Lo hacen ver como una mujer complaciente.

- ✓ que son mujeres que de eso viven y que son mujeres que hacen dieta y ejercicio, entonces hacen todas esas cosas para tener esa imagen y trabajar de eso.
 - ✓ o simplemente por placer por llamar la atención.
4. Luego de observar un poco el contenido de la sección "Entre churada" y la contraportada del periódico mi chero ¿Qué impresión le dejó el periódico?

RESPUESTAS

- ✓ A mi criterio no es un periódico, porque se trata más que todo de vender la imagen de la mujer, no estaba basado en un periódico que debe dar información.
 - ✓ no utilizar el periódico como un medio publicitario para llamar más la atención.
5. A su parecer, ¿Cree que está bien o mal la imagen que se muestra de la mujer, por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Esta mal porque ocupan a la mujer como un objeto sexual.
- ✓ a mi parecer no debería ser así, porque todas las chicas o mujeres quieren vestir igual, porque o sino miren las mujeres que ahí andan con falditas enseñando todo, entonces pueden haber consecuencias con los hombres mal intencionados.
- ✓ fíjese que yo pienso que por la cultura que nosotros tenemos nos hace llevar a que eso está mal pero porque, porque en la portada le ponen a eso sexual, es decir a la imagen ya le ponen algo ya con morbo, tiene mucho que ver que si a la portada se le pone algo morboso ya lo induce a algo malo.

6. ¿Qué profesión percibes que tiene esta mujer?

RESPUESTAS

- ✓ Modelos.
- ✓ Bajo cierto punto se puede decir que sea una profesional.
- ✓ Atletas como por ejemplo el futbol que es uno de los deportes que más les gusta a los hombres.

7. ¿Cómo consideras que está siendo utilizada la imagen de la mujer en este periódico?

RESPUESTAS

- ✓ Para aumentar el consumo del periódico.
- ✓ Como un objeto sexual.
- ✓ con morbosidad.
- ✓ tentación, pecado.

8. ¿Por qué crees que los salvadoreños consumen este periódico?

RESPUESTAS

- ✓ Por subajocosto.
- ✓ Por el léxico que ocupan porque es más como hablamos los salvadoreños.
- ✓ También porque su fuerte del periódico es el deporte y relacionan las imágenes de las chicas con el deporte.

9. ¿Consideras que estas mujeres están siendo estereotipadas de alguna forma? ¿Por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Si porque muchas de las mujeres utilizaban vestimentas pequeñas.
- ✓ yo creo que si porque de cierta manera la imagen de la mujer vale más que la del hombre, referido al morbo.
- ✓ Ese periódico que está basado en el deporte que utiliza la imagen de la mujer como modelaje no lleva tanta información.
- ✓ Ellos han hecho quizás un estudio y se han segmentado en que tema se van a involucrar.

10. ¿Consideras que en los periódicos nacionales es necesario el uso de imágenes con mujeres semidesnudas? ¿Por qué?

RESPUESTAS

- ✓ No creo que sea necesario.
- ✓ hoy en día es raro que una persona lea periódico entonces quizás por eso lo hacen.

11. ¿Qué color de la imagen le atrae más y por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Como para gusto los colores, el rojo me gustó porque significa pasión.
- ✓ Utilizan colores llamativos.
- ✓ A mí me gusto el blanco porque connotaba tranquilidad.
- ✓ A mí me gusto el amarillo

12. ¿Qué opinas de la vestimenta que utilizan las mujeres?

RESPUESTAS

- ✓ Está mal expuesta en la imagen de la mujer, y está mal porque no pueden ver a una señorita bonita porque ya se expresan de manera vulgar de ella.
- ✓ Parecían la novia de Tarzan.
- ✓ para el tipo de mujer que quiere presentar el periódico está bien, en esa forma es como ellos quieren llamar la atención.

13. ¿Le llama la atención el tipo de ropa que utiliza la mujer presentada?

RESPUESTAS

- ✓ Si dijeron los hombres.
- ✓ Obviamente a uno le llama la atención que se vean así.

14. ¿Qué tipo de expresiones faciales observa en la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ Sensualidad.
- ✓ Placer.
- ✓ Deseo.
- ✓ Sexo.

15. ¿Qué significado le da usted a esas expresiones?

RESPUESTAS

- ✓ Significa que le está coqueteando a uno.
- ✓ Quedicenteseo.

GRUPO FOCAL B (de 24 a 29 años)

1. ¿Qué rasgos físicos y de personalidad le resultan interesantes en la mujer de la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ Físicamente son las medidas los cuerpos esculturales no vi ninguna rellenita todas son delgadas,
- ✓ La fama es decir son famosas.
- ✓ Creo que las personalidades de ellas como algo pasional o sexual.
- ✓ Pienso que son atrevidas también, provocativas y como dicen que fomentan el modelo de mujer delgadas con medidas casi imposibles de conseguir sin operaciones.
- ✓ Creo que refuerzan ese estereotipo de la mujer, resalta más el rasgo físico que la personalidad, siempre tienen que resaltar más los pechos o los glúteos siempre tratan de sacar unos de los puntos de interés para los hombres.
- ✓ Creo que la personalidad queda totalmente descalificada, y se centra únicamente en el físico.

2. Los rasgos que antes mencionó, ¿Qué impresiones le producen?

RESPUESTAS

- ✓ Íncita como si la mujer tiene que cumplir esos requisitos e íncita al esposo o a la pareja a que su mujer tiene que ser así.
- ✓ Como si la mujer este obligada a hacer eso.
- ✓ También si tienes baja autoestima le dan deseos de operarse para verse sensual.
- ✓ Se ve como objeto como incentivar a ser como ella

3. ¿Qué piensa acerca de la mujer en la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ Que tiene valor para hacer eso, se presta para eso, le gusta.
- ✓ Por interés económico, o simplemente la mujer quiere resaltarse y que la vean.
- ✓ Yo creo que es cuestión más de cultura ahí ellas saben que tienen y se operan para tener más entonces saben que es una mercancía, entonces se sabe que la mujer su profesión es modelo pero no modelo de pasarela sino que es algo más.
- ✓ Parecieran pornografía incluso.
- ✓ Uno en realidad no conoce su historia, porque no sabemos porque está haciendo esa foto, puede ser que este bien o mal pero eso depende del estilo de vida de cada quien, porque en otros países que tienen más cultura es algo diferente porque no es algo así tan extraño si es con lencería.

4. Luego de observar un poco el contenido de la sección "Entre churada" y la contraportada del periódico mi chero ¿Qué impresión le dejó el periódico?

RESPUESTAS

- ✓ Vulgar hecho para una cierta población.
- ✓ Que tienen como público meta a los hombres considero que no debe llamarse ni periódico, porque trata como mercancía a la mujer como algo de publicidad.
- ✓ Creo que aboca a los instintos más bajos del hombre es decir lo sexual, entonces busca vender, entonces no trae información de servicio a la comunidad, entonces va dirigido a las personas que se dejan llevar por ver este tipo de imágenes y no es el único están otros como el Mas, donde su atracción son las modelos, está hecho como un medio de entretenimiento en ningún momento información importante para la población como temas de interés de economía o política.

- ✓ Lo veo más como de entretenimiento o de perder el tiempo, yo nunca he comprado este tipo de periódico porque no informa sino que es más farándula lo que vende.
5. A su parecer, ¿Cree que está bien o mal la imagen que se muestra de la mujer, por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Pienso que está mal empleada la utilización de la imagen de la mujer, viéndola como un objeto sexual o una mercancía porque no tiene nada que ver que hablen de economía y utilizar una imagen así.
- ✓ Yo creo que ni bien ni mal porque por una parte está bien porque la mujer como que se motiva a estar en forma, mal porque refuerza esta cultura machista sexista.
- ✓ Para mi está mal porque refuerzan la cultura de consumo y utilizan la imagen como objeto de consumo.
- ✓ Bueno primero esto hay que reconocer que esto del modelaje es una gran industria estas fotos ni siquiera son tomadas acá son modelos internacionales que viene mi chero la descarga o se las pasan y las publican, por ejemplo mi hermano tiene siete años y una vez vio un periódico de esos, y entonces digo que pensamiento están desarrollando los pequeños ante esta foto y hay veces que la foto que no tiene nada que ver con el texto entonces lo que llaman es al morbo, considero que los niños y niñas no deberían tener acceso a este tipo de periódicos, entonces en las escuelas es inadecuado hablarles sobre sexualidad porque allá afuera los periódicos les está mostrando mujeres desnudas porque no lo ven como algo natural sino que siempre le incluyen el morbo yo creo que por eso esta inadecuado lo que hace el periódico.
- ✓ Yo también quiero opinar en ese aspecto porque yo tengo sobrinos menores de edad y ya no les veo la inocencia porque ya están como

acostumbrados a ver este tipo de imágenes inducidas al morbo que se les presentan en los medios de comunicación y en la música.

- ✓ Yo veo que esto se está haciendo una costumbre de seguir así el periódico se puede volver en una necesidad del hombre en conseguir este tipo de periódico por ese tipo de imágenes, y de hecho una compañera del trabajo compra ese tipo de periódico y lo deja en un lugar la mayoría de los hombres se reúnen a decir un montón de vulgaridades o hacer chiste entonces eso está en la familia en el trabajo, entonces lo han hecho en una mala costumbre.
- ✓ Para mi está bien y mal, mal porque ya lo dijeron pero bien porque si mi diario fuera mi chero y veo que está siendo cotizado y que se está vendiendo yo lo sigo publicando, es decir en el aspecto económico si está bien.

6. ¿Qué profesión percibes que tiene esta mujer?

RESPUESTAS

- ✓ La profesión que tienen son modelos o actrices.
- ✓ Siento que algunas de estas modelos pueden ser licenciadas o tener alguna otra profesión.
- ✓ Lo que también puede ser que tenga otra profesión pero como modelo puede ganar más.
- ✓ Le quitan toda su capacidad intelectual.
- ✓ Yo conozco a una chica que le gusta diseño pero en su red social sube fotos algo así como hobby o algo así.

7. ¿Cómo consideras que está siendo utilizada la imagen de la mujer en este periódico?

RESPUESTAS

- ✓ Como mercancía.

- ✓ Consumo.
- ✓ Como algo sexual.

8. ¿Por qué crees que los salvadoreños consumen este periódico?

RESPUESTAS

- ✓ Yo me he fijado cuando voy en el microbús que el motorista pide ese periódico, entonces yo pienso que a veces las personas compran ese tipo de periódico por el lenguaje que utilizan se sienten identificados porque entienden lo que dicen porque si leen algún tema económico en La Prensa Gráfica no lo van a entender.
- ✓ Yo creo que hay varios factores uno de ellos es el económico porque es más barato.
- ✓ Yo creo que por el tipo de mujeres que salen en el periódico que a veces hasta las coleccionan.
- ✓ Yo también pienso que se consume porque utilizan un lenguaje más coloquial y un medio de entretenimiento.
- ✓ Hay veces que las que leen ese periódico son cheras, en mi caso por la zona donde yo trabajo hay un mercado entonces yo hablo con la señora de los periódicos y dice que el que más se va es el periódico mi chero y de un solo se lo piden con día de anticipación.
- ✓ Lo que sucede que ese periódico es más humano por ejemplo en los deportes porque ellos van a meterse en canchas polvosas que no solo son de primera o segunda división sino que son más cercanos con la comunidad.

9. ¿Consideras que estas mujeres están siendo estereotipadas de alguna forma? ¿Por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Yo siento que si se me viene a la mente la imagen de la mujer que representaba a Eva como si nosotras fuéramos las causantes o que llevamos a los hombres a pecar, yo eso percibo, como que yo la veo a ella y eso me lleva a pecar.
- ✓ Es una tendencia al estereotipo de tipo de las medidas perfectas 90, 60, 90.
- ✓ Yo creo que es el estereotipo que representa es el tipo americano estadounidense, por lo que representan en los medios de comunicación son las novelas mexicanas donde representan ese estereotipo de la mujer perfecta.
- ✓ Me refiero que es una mujer con esas medidas es una pasmada y la limitan toda la capacidad que ella tenga por esas medidas perfectas, entonces esto va a generar siempre una cierta competencia entre las mujeres, o hacerle creer a la mujer que tiene que ser mejor que la otra que se compare con otras para ver que tiene que mejorar.

10. ¿Consideras que en los periódicos nacionales es necesario el uso de imágenes con mujeres semidesnudas? ¿Porqué?

RESPUESTAS

- ✓ Habría que consultarle a los consumidores del periódico Mi Chero si ya no comprarían el periódico si ya no trae a las mujeres desnudas porque hay que comparar los precios con otros periódicos como el Grafico, el Mundo o Colatino que no trae muchachas desnudas y trae buen contenido.
- ✓ Yo creo que no porque eso no tiene nada que ver con la noticia, pero visto desde el punto de marketing si necesita a esas mujeres para vender.

- ✓ Para mí está mal, porque no poner a científicas o doctoras ellos las pueden sacar pero no lo hacen porque tal vez dicen que se ve fea en cambio a una con una lencería ahí sí, entonces por eso para mí está mal.

11. ¿Qué color de la imagen le atrae más y por qué?

RESPUESTAS

- ✓ Yo vi que sacaban bastante negro.
- ✓ Una que me llamo la atención fue que tenía de fondo un color pastel y la mujer vestía una combinación roja.
- ✓ Otra que también me llamo la atención fue la que tenía las copas.
- ✓ Otro que llamo la atención es el color piel.
- ✓ Habían colores fuertes y suaves, la parte en que habían colores suaves era cuando la lencería era más reducida y variaba en los diseños.
- ✓ También salía el color blanco que se supone que representa la pureza y tenían bastantes expresiones las mujeres, con mirada penetrante, mordiéndose la lengua y los labios.

12. ¿Qué opinas de la vestimenta que utilizan las mujeres?

RESPUESTAS

- ✓ De acuerdo a la vestimenta que vi eran de diferentes tamaños, color y diseño, en lo personal si me atrae la ropa interior y tratar de estar en la moda y actualizarme por un futuro, entonces lo que a mí me despierta ese tipo de periódico es ver qué tipo de vestimenta usan.
- ✓ Yo creo que exactamente ocupar el mismo tipo de vestimenta que ellas presentan no es muy accesible porque los precios de esas lencerías pueden ser muy alto.
- ✓ Si es cierto porque yo vi en un medio de comunicación una pasarela de modas de otro país y la lencería que ocupaba valía \$7,000 y solo cubría lo muy esencial.

- ✓ Como a uno de hombre nos gusta ver a las mujeres con lencería pero entre las mismas mujeres se pueden decir muy vulgar o que esta bonito es decir hay diferentes opiniones.
- ✓ Eso de vulgar o no vulgar yo creo que es de la mente de cada quien, porque la lencería que se ocupa es muy provocativa, pero considero que todo depende de la emoción que tengamos que también está relacionada con una madurez, por ejemplo ve una foto de una mujer así y diga a esta bonita me gusta, otra cosa es que la vea y que, enfermo se empieza a masturbar o vea a una niña y la quiera tocar entonces eso ya es delito entonces creo que es más cuestión de madurez y no satanizar la lencería.

13. ¿Le llama la atención el tipo de ropa que utiliza la mujer presentada?

RELACIONADA CON LA 12

14. ¿Qué tipo de expresiones faciales observa en la imagen?

RESPUESTAS

- ✓ Las expresiones que más le vi a las modelos es como más de seducción entonces llama más a la fantasía de los hombres.
- ✓ De sensualidad y de morbo, como por ejemplo la imagen en que la chica se estaba mordiendo el labio me pareció más como sexual.

15. ¿Qué significado le da usted a esas expresiones?

RELACIONADA CON LA 14.

4.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

PREGUNTAS	POSTURA FEMINISTA 1	POSTURA FEMINISTA 2
1. ¿Cómo describiría y clasificaría las imágenes propuestas por el periódico?	Como que es violencia simbólica así las describiría yo, es un tipo de violencia que se visibiliza que generalmente se ocupa para atraer la mirada de los hombres y el consumo de los hombres, porque estos periódicos los que los consumen son los hombres en su mayoría motorista, conductores de camiones vendedores y sensacionalista, y considero que es violencia simbólica porque se está utilizando el cuerpo de una mujer para la venta de un producto.	Morbosas, sexuales, son de poca moral.
2. ¿Para usted son ofensivas, o no, este tipo de imágenes?	Si claro que si son ofensivas porque se quiere visibilizar que ese es un tipo de violencia, la mayoría de personas no saben que existe un tipo de violencia que se llama simbólica que hace alusión o se refiere a ciertas imágenes, iconos, símbolos que se utilizan para cosificar el cuerpo de las mujeres.	Para mí no, pero quizás para un menor de edad sí!
3. ¿Qué significado le daría usted a las expresiones faciales y corporales de las mujeres en la imagen?	Lo que trata de vender la imagen es alguna sensualidad, trata de transmitir algún deseo para los hombres, porque para mí no significa nada porque yo puedo verla y no veo más que un tipo de violencia reflejado en ese papel, se ve como que es un producto que se está vendiendo.	Son imágenes que llaman a los hombres, expresiones de deseo de placer de codicia.
4. A su parecer, defina el perfil de las mujeres que observo en las imágenes	Generalmente son mujeres delgadas, chelitas, rubias se ve que son altas y obedecen a un estereotipo de mujer que nos hacen creer que las mujeres tenemos que ser noventa, sesenta, noventa y todo ese bombardeo que nos hace la sociedad a las mujeres es lo que	Mujeres superficiales, operadas que se cuidan sus cuerpos, se operan sus pechos, sus pompis. CONNOTACIÓN: una mujer superficial, mujeres materialistas, utilizan su cuerpo con un fin económico, pueden tener una autoestima alto o bajo.

	<p>al final nos lleva a tener una autoestima negativa, y que al final por eso es que hay muchos problemas sociales como la bulimia y la anorexia y que se cosifica el cuerpo de las mujeres en este caso se ve como un producto que se está vendiendo, es decir ponen estas imágenes para atraer la mirada de las personas que quieren consumir este tipo de producto</p>	
<p>5. ¿Cree que las imágenes publicadas promueven o refuerzan algún tipo de estereotipo en la mujer?</p>	<p>Si se refuerza el estereotipo que la mujer tiene que ser una modelo que la mujer debe obedecer a un cierto peso a una cierta talla, e incluso si nos salimos de estos estereotipos e incluso hay personas que dicen que no somos mujeres o que no parecemos mujeres por ejemplo una mujer que no es femenina, este concepto no me gusta de femenino porque al final la mujer si se arregla o no es decisión de cada mujer, pero si no obedecemos a estos estereotipos nos pueden tachar de lesbianas.</p> <p>Todo va enfocado que nosotras tenemos que hacer esto para agradarle a los demás y no nos enseñan a que nosotras decidamos como vestirnos, como salir que hacer o que dejar de hacer y si nosotras nos salimos de estos estereotipos que la sociedad nos enseña desde que estamos pequeñas ya nos tachan de que tenemos algún problema.</p>	<p>Sí, porque ponen a la mujer con un cuerpo perfecto y se va creando ese estereotipo que la mujer se tiene que vestir así, con una cintura 90 60 90, aparte de eso que se ocupa la mujer como un objeto sexual que le va a dar placer.</p>
<p>6. ¿Cómo definiría el rol sociocultural que se le da a la imagen de la mujer en este periódico?</p>	<p>Completamente machista porque este periódico está impulsando la violencia simbólica y que es un tipo de violencia que se invisibiliza en la sociedad muchas mujeres no saben que es la violencia simbólica y mucho menos los hombres y se niegan a reconocerlo como tal, como decía este tipo de periódicos los consumen hombres y son hombres porque se dejan llevar</p>	<p>Que la mujer es un objeto sexual</p>

	<p>por la vista, y que es lo primero que ven a una mujer desnuda yo he visto estos periódicos, o estas páginas más bien pegadas en los talleres, o en los buses y microbuses o en los cuartos incluso de algunos hombres entonces todo esto sigue reforzando ese estereotipo machista y consumista a la vez.</p>	
<p>7. ¿Considera que existe algún tipo de violencia o falta a la imagen de la mujer, por qué?</p>	<p>La violencia simbólica e incluso podría ser una violencia sexual porque esto genera que los hombres en su mente se promueva el acoso sexual y todo ese tipo de imágenes se queda como interiorizada en ellos y a la vez reproducen esto en las calles, si ven a una mujer con una vestimenta ajustada, o incluso la vestimenta no importa porque no es necesario que lleve una falda, por ejemplo yo no ocupo faldas y siempre soy víctima de acoso sexual en las calles, y no importa con lo que me ponga así me ponga un pantalón pegado o flojo al final se reciben ese tipo de piropos dicen ellos pero los piropos es un acoso sexual.</p>	<p>Fíjese que si porque no se valora a la mujer por su esencia puede ser una profesión, una mamá, una hija, a esas mujeres solo las tachan que pueden ser una modelo o una prostituta y se ignora que esa mujer puede ser una doctora o una profesional.</p>
<p>8. Según su perspectiva a quienes cree que van dirigidos los mensajes que se dan al utilizar la imagen de la mujer de esta forma en el periódico.</p>	<p>A los hombres en su mayoría o general a los hombres porque no creo que una mujer compre el periódico porque vea a una mujer desnuda más bien si una mujer lo compra es para informarse pero no se deja llevar por la portada pero los hombres sí.</p>	<p>Va para los hombres, porque acordarte que el hombre es más visual, las mujeres no. Entonces una imagen con una mujer desnuda capta más la mirada del hombre, y así ganan más personas que les comprenden para que los hombres los comprenden como cuando vas a un taller de autos ves que los hombres tienen imágenes de mujeres porque los que llegan ahí son hombres, entonces las utilizan para atraer van clientes. Alcohol cuandovendenlasedecanes.</p>
<p>9. A su criterio, ¿cree que las imágenes que se muestran en dicho periódico fomentan valores o antivalores?</p>	<p>Pues yo lo llamo como violencia simbólica, que es más fuerte que un antivalor.</p>	<p>Antivalores, porque un valor es algo que aporta para que una persona sea respetada, pero en estas imágenes no se valoran a las mujeres, ya que muestra a la</p>

		mujer como objeto sexual. Irrespeto a la mujer, machismo.
10. De qué forma cree usted que este tipo de imágenes afecta o beneficia a la sociedad salvadoreña	Afecta en los estereotipos de ser mujer o como debe de ser una mujer y que nosotras nos creamos que debemos ser así para ser una buena mujer en la sociedad y en los hombres el hecho de que ellos nos vean como una mercancía que cosifiquen el cuerpo y esto lleva al acoso sexual en las calles e incluso hasta las violaciones porque todo esto ínsita a que se den ese tipo de acciones y actitudes aunque no es justificación tampoco.	Afecta porque aumenta el morbo, entonces ven a la mujer como objeto de placer y no valoran a la mujer por lo que lleva dentro, yo creo que a muchas de estas personas dueños de las empresas lo hacen por entretenimiento como distractor de la realidad, lo que hace que las personas sean ignorantes de la realidad.
11. Desde su punto de vista, ¿Cómo definiría y calificaría el trabajo del Periódico Mi Chero en el manejo de la información y de las fotografías para la construcción de la imagen de la mujer?	Muy amarillista, es que para mí ese periódico no es de mi preferencia, en general las noticias muy amarillista y sensacionalistas entonces no me gusta, lo clasificaría como amarillista y considero que es un periódico que promueve las aptitudes machistas que refuerza los estereotipos de ser mujer que nos han enseñado y que a la vez se cosifica el cuerpo de las mujeres.	Mal trabajo, porque no se están centrando en lo que su función, informar, sino que ya lo están haciendo con el sentido de tener más ganancias económicas y desde el momento que usan la mujer como objeto sexual está mal. Nunca lo he leído pero no sacan información importante sino que solo espectáculos y chismes. Una construcción y se basa en cosas que no son importantes.
12. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted daría a los medios de comunicación que utilizan este tipo de imágenes?	Que tengan formación y sensibilización con un enfoque de género, yo sé que es una expectativa demasiado grande amplia extensa pero yo creo que los medios de comunicación como se dicen son el cuarto poder, por lo tanto se debería de utilizar de la mejor forma y no solo informar por informar, sino que también informar con enfoque de derechos humanos, con enfoque de género que promueva la igualdad y equidad en todo sentido de género y en la sociedad.	Que su trabajo está malo pueden atraer a más lectores poniendo cosas culturales, cosas que ayuden a la población que piense, que sea una población analítica de lo que pasa en el país, que siembren valores, que se den a conocen personas que han salido adelante, cosas de tecnología, cosas acerca de la salud.

PREGUNTAS	POSTURA MACHISTA 1	POSTURA MACHISTA 2
1. ¿Cómo describiría y clasificaría las imágenes propuestas por el periódico?	Pues la verdad las mujeres se ven bastante bien, muy provocativas y sensuales, y si hablamos de clasificarlas pues diría que son excelentes imágenes, justamente lo que nos gusta a los hombres, jajaja (riendo de manera picara), porque despiertan la curiosidad y el interés de los que las miramos, es que ellas están bien chulas.	Pues vulgarmente bien jajaja, son bastante exhibicionista porque las mujeres muestran bastante carne y usan poco ropa hay una que ni siquiera tienen ropa, y si están bien.
2. ¿Para usted son ofensivas, o no, este tipo de imágenes?	No para nada (riéndose), al contrario son muy entretenidas y atractivas, bueno por lo menos a mí no me ofende ver preciosuras tan lindas así, tal vez podrían ser ofensivas para otros que se creen unos grandes puritanos, pero para mí no, no me ofenden en lo absoluto por eso a veces lo compro para verlas a ellas ah y los deportes también	No al contrario lo hace imaginar muchas cosas a uno de hombre jaja (risa) y no las considero ofensivas para nada.
3. ¿Qué significado le daría usted a las expresiones faciales y corporales de las mujeres en la imagen?	Bueno yo creo que las expresiones que hacen son bastante provocativas se siente así bien directas con uno es como si ellas me dijeran algo con sus gestos, algo sexy, algo como si me llamara y me dijera aquí estoy para ti bebe cómeme (mordiéndose los labios y riendo), las del cuerpo bueno la verdad es que cuando ves una de esas imágenes y ella se toca así de forma sensual dan ganas de ser esa mano, o quien fuera brisa para tocar ese cuerpazo (diciendo un piropo a las mujeres de la imagen). Son sensuales como que me dijeran hmm ven con migo o algo así (risa).	Pues sinceramente es como que si ellas estuvieran deseosas de algo sexual, y lo hace pensar a uno en lo mismo, porque me fije que en una imagen la mujer está sirviendo copas de alcohol no sé yo interpreto como si ella estuviera ofreciendo su cuerpo es como si nos dijera te lo doy en bandeja de plata embriégate de mí uhhh (se toca los brazos y dice: me pongo chinito solo de pensarlo)
4. A su parecer, defina el perfil de las mujeres que observo en las imágenes	Bueno creo que son mujeres que les gusta llamar la atención principalmente de nosotros (los	Son mujeres que le gustan que las vean sobre todo nosotros porque me he fijado que entre

	hombres) y a veces también de ellas mismas es como si compitieran entre ellas para ver quién es más bonita.	más las miran mejor se sienten es como si eso les subiera el ego, se ven seguras de su cuerpo y que están orgullosas de tenerlo.
5. ¿Cree que las imágenes publicadas promueven o refuerzan algún tipo de estereotipo en la mujer?	Tal vez pero eso depende del tipo de mujer que sea, porque si es alguien que se deja llevar por cualquier cosa obvio que hará lo mismo que ellas (refiriéndose a las mujeres del periódico) pero si son chicas inteligentes no se van a dejar llevar por lo que vean si no que osea se aprenden a querer tal y como son y no les importa lo que los demás piensen.	No muchos en realidad pero sí creo que tal vez el de mujer bonita, porque cuando una mujer las ve piensan que quieren ser como ellas porque mi sobrina es rellenita y cuando ve mujeres así como modelos siempre dice hasta suspirando "hay si yo fuera así" pero igual no deja de tragar por eso está toda gorda, pero igual no es un cuerpo o una imagen que cualquier mujer pueda tener porque se tienen que cuidar muchas quieren estar así pero no hacen nada para verse así.
6. ¿Cómo definiría el rol sociocultural que se le da a la imagen de la mujer en este periódico?	La verdad es que el periódico las usa, prácticamente para ellos son un instrumento más para vender, y si aunque me cueste admitirlo si el diario la usa a la mujer para atraernos pues es algo que gusta al ojo del hombre y aunque algunos lo nieguen sé que es así solo que no se atreven a aceptarlo.	Si más o menos entiendo creo que te referis a la imagen que proyecta o algo así verdad, creo que es como que la mujer debe complacer al hombre, porque en las imágenes que vi pues así lo sentí porque en la mayoría salen casi desnudas y con unas caras que si hace que pienses unas cosas y la verdad son las que se me vinieron a la mente son bien sucias, pero eso es lo que nos hace hacer, porque que se puede imaginar uno de hombre cuando le enseñan mujeres así... solo dan ganas de solucionar tus pensamientos (con risa).
7. ¿Considera que existe algún tipo de violencia o falta a la imagen de la mujer, por qué?	Creo que para la mujer que aparece en la imagen no es violencia porque incluso ellas están de acuerdo de aparecer de esa forma creo que a nadie están obligando, todo lo hacen a conciencia, pero tal vez para las otras mujeres que no les agrada esta forma de trabajo o de ser si podría ser ofensivo o incluso violento peo en mi caso no considero que se violente a la	No la verdad no, no creo que sea así

	mujer.	
8. Según su perspectiva a quienes cree que van dirigidos los mensajes que se dan al utilizar la imagen de la mujer de esta forma en el periódico.	Bueno es más que seguro que para nosotros (los hombres) porque a algunos nos gusta ver así a las chicas guapas y para comprarlo hay que tener motivos y la verdad como te decía anteriormente las chicas atraen.	A esa es fácil, a mi jajaja (riendo a carcajadas) porque me gusta ver a las mujeres así, bueno a quien no si son lindas.
9. A su criterio, ¿cree que las imágenes que se muestran en dicho periódico fomentan valores o antivalores?	Yo creo que valores, porque para mí ver una chica así me causa admiración por su hermosura y por su cuerpo porque hay que ser disciplinados física y mentalmente para tener un cuerpo así de definido, se necesita constancia, perseverancia, la verdad es que el verse bien cuesta trabajo y yo creo que a eso le huimos muchos hombres y mujeres por igual nos da pereza lograr una rutina de ejercicio y ser disciplinados a la hora de comer.	Bueno aunque las mujeres están bastante bien, tengo que admitir que en su mayoría son antivalores porque hace que uno de hombre piense en cosas sucias y hay unos que no se controlan y la verdad que en este mundo hay bastante gente enferma, porque a veces se pierde el respeto con las mujeres, porque soy sincero al ver a una mujer en la calle así no me hace pensar que tenga una vida sana, bueno para decírtelo más simple y en pocas palabras uno piensa que es prostituta.
10. De qué forma cree usted que este tipo de imágenes afecta o beneficia a la sociedad salvadoreña	Beneficia en cierta forma porque hace que las mujeres se preocupen un poco por su físico que no se descuiden y se quieran un poquito siempre es bueno cuidar la salud, y si es cierto que hay gorditas bonitas pero a la larga también el comer mucho también enferma a la gente, no digo que porque sea flaca es saludable si no que todo con moderación y sabiendo siempre lo que es bueno y malo para nosotros tendremos una buena salud.	Dependiendo porque si son adolescentes los que ven a las mujeres si como que se les descontrola todo y les dan ganas de como dicen por allí “de jalarle el cuello al ganso” pero si son mayores pues si estamos jodidos de la mente ya como que ya no importa mucho, es más cuestión de madures.
11. Desde su punto de vista, ¿Cómo definiría y calificaría el trabajo del Periódico Mi Chero en el manejo de la información y de las fotografías para la construcción de la imagen de la mujer?	Pues le ha funcionado la estrategia porque yo lo compro a veces jaja, es bueno porque como quieren llamar la atención para poder venderla y si les funciona la estrategia es porque supongo que está bien.	Está bien, porque me supongo que lo que quieren es vender, pero de lo contrario si hacen que se haga una imagen de un bajo perfil de ellas, porque uno no piensa muy bien de ellas, pero a varios nos beneficia que sean así.

<p>12. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted daría a los medios de comunicación que utilizan este tipo de imágenes?</p>	<p>Tal vez que usen un poco más de ropa las chicas son hermosas pero a veces el periódico si se pasa un poco, una cosa son los trajes de baño y otras pues son simples cosas que usan para censurarles sus partes.</p>	<p>Que si las sigan sacando, uno se entretiene viéndolas y para uno de hombre entre menos ropa mejor pero a la larga si nos hacemos más morbosos.</p>
--	--	---

PREGUNTAS	POSTURA RELIGIOSA
<p>1. ¿Cómo describiría y clasificaría las imágenes propuestas por el periódico?</p>	<p>Las describiría de cierta forma llamativa porque lo que hacen es llamar la atención del lector en cierta forma, porque en la cultura en que vivimos los hombres consumen más periódicos, entonces al que vende le interesa más generar una imagen para un sector, entonces si yo complazco a este sector me va a seguir comprando entonces la imagen la relacionan más que todo con la forma de vender y llamar la atención.</p>
<p>2. ¿Para usted son ofensivas, o no, este tipo de imágenes?</p>	<p>aquí hay dos cosas dependiendo del punto de vista en que se captan en la mente porque por la vista se observa pero esto es lo que percibe la mente, entonces vengo yo si ponen una foto obscena o no digamos una mujer en biquini normal pero si yo a la portada le pongo caliente, entonces me está generando un morbo, pero si esa misma mujer en una portada le ponen excelente cuerpo ya no me está generando morbo sino una realidad, entonces pienso yo que dependiendo de la portada que se le ponga a eso así es como se percibe la imagen de la mujer o en ese periódico.</p> <p>Y así depende de lo que diga ahí si me distorsiona y yo lo acepto, pero si veo que es una foto normal aunque la portada diga otra cosa, yo lo percibo de otra manera.</p> <p>Pero de acuerdo a una de las imágenes mostradas sería una imagen obscena porque según el tipo de cultura que nosotros tenemos nos han enseñado y tenemos ese paradigma de que tenemos una mujer semidesnuda y que nos saca la lengua es porque me esta insinuando algo, y de cierta manera la mujer debe cuidar su imagen y si lo relacionamos con cuestiones religiosas la palabra dice que nuestro cuerpo es templo y morada, por lo tanto mi templo y morada no lo voy a andar exhibiendo a todo el mundo entonces tengo que cuidar mi imagen, si voy a mostrar algo no lo tengo que hacer con morbosidad.</p>

<p>3. ¿Qué significado le daría usted a las expresiones faciales y corporales de las mujeres en la imagen?</p>	<p>Las expresiones son muy llamativas son morbosas porque desde el punto de vista cuando una mujer le giña el ojo a uno o se muerde el labio, entonces le está queriendo decir algo, si nosotros nos damos cuenta a veces las expresiones hablan más que las palabras, entonces una expresión dice mucho de una persona, si te giña el ojo te está queriendo decir me gustas, o vamos o cualquier cosa entonces da cierta libertad a la morbosidad.</p>
<p>4. A su parecer, defina el perfil de las mujeres que observo en las imágenes</p>	<p>creo que son mujeres muy sociables en todos los aspectos porque si se prestan a ese tipo de trabajos salir semi desnudas porque no crea q esas posiciones son normales hay posiciones que salen bien extravagantes, entonces mi concepto de perfil de esas personas es que llevan una vida muy alegre que andan de fiesta en fiesta que esta corrompida en cierta forma y que de eso trabajan y que está relacionado con el libertinaje y con la lujuria porque viene un hombre y desea a esa persona y lo convierte en pecado.</p>
<p>5. ¿Cree que las imágenes publicadas promueven o refuerzan algún tipo de estereotipo en la mujer?</p>	<p>si creo que se refuerzan estereotipos en las imágenes, sobre todo resaltan el tema sexual, a la mujer la relacionan con el tema sexual, si sale una mujer desnuda sexo, si sale una mujer giñando el ojo sexo, si sale una mujer mordiendo el labio sexo y vivimos en un mundo tan convulsionado porque ven a una mujer aunque no esté desnuda y tiene un traje de baño ya la relacionan con el sexo, entonces ese estereotipo se exalta más como un objeto sexual. Ya no es algo que se vea como un arte ya sino como algo sexual por el tipo de cultura y globalización que vivimos.</p>
<p>6. ¿Cómo definiría el rol sociocultural que se le da a la imagen de la mujer en este periódico?</p>	<p>que lo que quieren decir ellos es que la mujer tiene que estar así, que la mayoría de las mujeres que ven eso le incentivan a ser así, hay una mujer que tal vez tenga un buen cuerpo rellenita y todo pero eso lo incentiva a ella a tener ese tipo de cuerpo eso si me imagino que es lo que quieren promover, y para el hombre llamar la atención del lado vulgar</p>

<p>7. ¿Considera que existe algún tipo de violencia o falta a la imagen de la mujer, por qué?</p>	<p>si se violenta porque ya no lo ocupan como un arte sino como algo sexual, entonces por eso se violenta, porque no ocupan la imagen de un hombre porque el hombre no llama la atención pero una mujer si entonces están violando al derecho de la mujer, porque la mujer tiene derecho de expresarse como quiera pero están violando el derecho a otras mujeres, ustedes que están aquí que son mujeres están violando su derecho porque ellas salen así y todos los hombres piensan que las mujeres son así que son un objeto sexual, entonces si nacen con esa cultura es un peligro.</p>
<p>8. Según su perspectiva a quienes cree que van dirigidos los mensajes que se dan al utilizar la imagen de la mujer de esta forma en el periódico.</p>	<p>creo que está dirigido más que todo al sector masculino, porque una mujer no creo que quiera ver a otra mujer, entonces creo que más que todo al sector masculino porque ellos son los que compran más periódicos y le interesan más ver a una mujer así.</p>
<p>9. A su criterio, ¿cree que las imágenes que se muestran en dicho periódico fomentan valores o antivalores?</p>	<p>fomentan antivalores porque no es nada bueno lo que se está exhibiendo y alguno de estos serían el irrespeto hacia la mujer, la denigración porque en cierta forma se denigra a la mujer y la desvaloración porque no la valoran como una persona y un ser humano como lo que es la mujer sino como un objeto sexual.</p>
<p>10. De qué forma cree usted que este tipo de imágenes afecta o beneficia a la sociedad salvadoreña</p>	<p>No veo beneficios, pero las desventajas serian que los hombres se vuelven más morbosos más adictos, las mujeres de cierta manera se les baja el autoestima, creo que no fomenta valores, creo que a la sociedad afecta en general tanto hombres como mujeres. Y con esto se va fomentando la cultura machista y en las mujeres el baja autoestima por no sentirse bien con su cuerpo</p>
<p>11. Desde su punto de vista, ¿Cómo definiría y calificaría el trabajo del Periódico Mi Chero en el manejo de la información y de las fotografías para la construcción de la imagen de la mujer?</p>	<p>yo lo definiría que ellos lo hacen por dinero no lo hacen por fomentar valores, alguna cultura no lo hacen por eso más que todo lo hacen para llamar la atención para vender más para obtener beneficios económicos y no para fomentar valores en la sociedad que es lo que más importa, porque si te fijas esas cosas vienen de Europa, allá se venden normal eso porque esa es la cultura de allá pero</p>

	<p>acá nuestra cultura es diferente se visten diferente, de entretenimiento, de informativo tal vez porque trae algunos segmentos, trae información pero el imán de ellos es la portada con esas imágenes</p>
<p>12. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted daría a los medios de comunicación que utilizan este tipo de imágenes?</p>	<p>La recomendación sería para nosotros para mejorar nuestra cultura y sociedad, les recomendaría que fomenten una cultura de valores hay periódicos que en su portada ponen un valor, por ejemplo hay filósofos y escritores que dicen palabras muy bonitas, entonces esa sería una forma de llamar la atención del público, tal vez no tanto pero fomenta valores, en cambio ellos creo que harían caso omiso por la cultura de ellos de obtener dinero.</p> <p>Sin embargo, esto ya viene de años ya se ve como algo normal la mayoría de personas, aunque algunas personas aún no lo ven como algo normal.</p>

5. CAPITULO V. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 GRUPOS FOCALES

El presente análisis de los grupos focales A y B se realizó en tres bloques, los cuales estaban relacionados con los tres objetivos específicos antes planteados de nuestra tesis.

Grupo focal A

Bloque 1: Describir la percepción que los lectores tienen acerca de la imagen de la mujer.

En el grupo focal A compuesto por jóvenes de 18 a 23 años, al momento de describir la percepción que los lectores tienen acerca de la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero llegaron a las siguientes conclusiones “que son bellas, son delgadas, tienen senos grandes, tienen una cara lisa, bonita, son altas, la definición de una mujer perfecta para los hombres, son mujeres muy llamativas, atrevidas y alocadas”.

Además indicaron que el periódico “las hacen ver como una mujer complaciente, que son mujeres que hacen dieta y ejercicio, entonces hacen todas esas cosas para tener esa imagen y trabajar de eso, o simplemente por placer o para llamar la atención” y todos destacaron que “utilizan a la mujer como objeto sexual”.

Bloque 2: Identificar si el efecto del halo propuesto por Martín Baro, es practicado por parte de los lectores.

Por otra parte, los y las participantes del grupo focal A, respecto a este bloque indicaron de forma generalizada, que las mujeres que aparecían publicadas en ese periódico eran “Modelos, bajo cierto punto se puede decir que sea una profesional, atletas como por ejemplo de futbol que es uno de los deportes que más les gusta a los hombres”.

Asimismo, detallaron que el periódico utiliza este tipo de imágenes “Para aumentar el consumo del periódico”, y que el consumo de este medio escrito está relacionado “Por su bajo costo, por el léxico que ocupan porque es más como hablamos los salvadoreños, también porque su fuerte del periódico es el deporte y relacionan las imágenes de las chicas con el deporte”, “ese periódico que está basado en el deporte que utiliza la imagen de la mujer como modelaje”.

Además, las y los participantes al preguntarles si era necesario utilizar ese tipo de imágenes concluyeron que “No es necesario”.

Bloque 3: Detallar los elementos que los lectores utilizaron para evaluar la imagen de la mujer.

Al momento de realizar la evaluación sobre la mujer presentada, los y las receptoras utilizaron los elementos como vestimenta, color, tamaño y expresiones faciales, lo cual en general respondieron lo siguiente: “el rojo me gustó porque significa pasión, utilizan colores llamativos”, “las mujeres que presentan en ese periódico demuestran sensualidad, placer, deseo, sexo, por las expresiones que hacen” “Digamos que con esas expresiones significan que le está coqueteando a uno” “Que dicen te deseo”.

Grupo focal B

Bloque 1: Describir la percepción que los lectores tienen acerca de la imagen de la mujer.

Asimismo el grupo focal B compuesto por mujeres y hombres de 24 a 29 años, en el momento de describir la percepción que tenían acerca de la mujer presentada indicaron que “físicamente son las medidas de los cuerpos esculturales”, “son atrevidas, provocativas”, “siempre tienen que resaltar más los pechos o los glúteos siempre tratan de sacar unos de los puntos de interés para los hombres”.

Además agregaron que la mujer presentada “se ve como objeto sexual”, “simplemente la mujer quiere resaltarse y que la vean”, “pareciera pornografía incluso”, “Ínsita a que la mujer tiene que cumplir esos requisitos”.

Bloque 2: Identificar si el efecto del halo propuesto por Martín Baro, es practicado por parte de los lectores.

A la vez, los participantes destacaron que a las mujeres presentadas en el periódico “Le quitan toda su capacidad intelectual”, “La mujer percibida como mercancía, consumo, como algo sexual”, “Es una tendencia al estereotipo de tipo de las medidas perfectas 90, 60, 90,... donde representan ese estereotipo de la mujer perfecta”, “esto va a generar siempre una cierta competencia entre las mujeres, o hacerle creer a la mujer que tiene que ser mejor que la otra”.

Y las respuestas que se obtuvieron respecto a que se debe el consumo de este, medio escrito son las siguientes “Yo creo que hay varios factores uno de ellos es el económico porque es más barato” “yo también pienso que se consume porque utilizan un lenguaje más coloquial y es un medio de entretenimiento”, sin embargo catalogaron que “está mal porque no poner a científicas o doctoras ellos las pueden sacar pero no lo hacen porque tal vez dicen que se ve fea en cambio a una con una lencería ahí sí”.

Bloque 3: Detallar los elementos que los lectores utilizaron para evaluar la imagen de la mujer.

Los y las participantes del grupo B al igual que el primer grupo utilizaron los elementos de vestimenta, color, tamaño y expresiones para evaluar a la mujer publicada en la sección Entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero, aunque brindaron más detalles y se obtuvieron estos resultados: “habían colores fuertes y suaves, la parte en que habían colores suaves era cuando la lencería era más reducida”.

Además indicaron que “Sacaban bastante negro”, “una que me llamo la atención fue que tenía de fondo un color pastel y la mujer vestía una combinación roja”, “la vestimenta que vi eran de diferentes tamaños, color y diseño”, “la lencería que se ocupa es muy provocativa”, “las expresiones que más le vi a las modelos es como más de seducción entonces llama más a la fantasía de los hombres, de sensualidad y de morbo”.

5.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

En nuestras entrevistas a profundidad como ya habíamos indicado utilizamos tres perspectivas, las cuales son: feminista, machista y religiosa, a continuación se presentaran los resultados divididos en tres bloques cada uno presentando en conclusión la postura de cada uno.

Bloque 1: Describir la percepción que los lectores tienen acerca de la imagen de la mujer.

Postura religiosa: “Las describiría de cierta forma llamativas”, “obscenas en algunas porque según el tipo de cultura que nosotros tenemos nos han enseñado y tenemos ese paradigma de que tenemos una mujer semidesnuda y que nos saca la lengua es porque me esta insinuando algo”, “y si lo relacionamos con cuestiones religiosas la palabra dice que nuestro cuerpo es templo y morada, por lo tanto mi templo y morada no lo voy a andar exhibiendo a todo el mundo”.

Postura feminista: “es violencia simbólica, es un tipo de violencia que se invisibiliza que generalmente se ocupa para atraer la mirada de los hombres y el consumo de los hombres”, “son ofensivas, porque se está utilizando el cuerpo de una mujer para la venta de un producto”, “Lo que trata de vender la imagen es alguna sensualidad, trata de transmitir algún deseo para los hombres”, “generalmente son mujeres delgadas, chelitas, rubias se ve que son altas y obedecen a un estereotipo de mujer que nos hacen creer que las mujeres tenemos que ser noventa, sesenta, noventa”, “Afecta en que nos vean como una mercancía que cosifiquen el cuerpo”.

Postura machista: “las mujeres se ven bastante bien, muy provocativas y sensuales, y si hablamos de clasificarlas pues diría que son excelentes

imágenes, justamente lo que nos gusta a los hombres”, “bueno por lo menos a mí no me ofende ver preciosuras tan lindas así”.

Bloque 2: Identificar si el efecto del halo propuesto por Martín Baro, es practicado por parte de los lectores.

Postura religiosa: “creo que son mujeres muy sociables, que llevan una vida muy alegre que están relacionado con el libertinaje y con la lujuria”, “a la mujer la relacionan con el tema sexual.”

Postura Feminista: “No se valora a la mujer por su esencia... esas mujeres solo las tachan que pueden ser una modelo o una prostituta y se ignora que esa mujer puede ser una doctora o una profesional”, “en estas imágenes no se valoran a las mujeres, ya que muestra a la mujer como objeto sexual.

Postura machista: “Pues sinceramente es como que si ellas estuvieran deseosas de algo sexual, y lo hace pensar a uno en lo mismo”.

Bloque 3: Detallar los elementos que los lectores utilizaron para evaluar la imagen de la mujer.

Postura religiosa: si sale una mujer desnuda sexo, si sale una mujer guiñando el ojo sexo, si sale una mujer mordiendo el labio sexo”.

Postura feminista: “Son imágenes que llaman a los hombres, expresiones de deseo de placer de codicia”.

Postura machista: “Bueno yo creo que las expresiones que hacen es como si ellas me dijeran algo sexy, algo como si me llamara y me dijera aquí estoy para ti bebe cómeme, las del cuerpo bueno la verdad es que cuando ves una de esas imágenes y ella se toca así de forma sensual dan ganas de ser esa mano”.

5.3 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE GRUPOS FOCALES Y

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

En esta investigación, como previamente se había establecido, se realizaron grupos focales y entrevistas a profundidad.

A partir de los resultados obtenidos de los grupos focales tanto A y B, ambos integrados por mujeres y hombres, donde el primero estaba compuesto entre las edades de 18 y 23 años, y el segundo de 24 a 29 años, se puede decir que tal y como lo plantea Martin Heidegger con relación al Paradigma Interpretativo Funcionalista "...cada persona piensa diferente y tiene la capacidad de hacer sus propios criterios", en este caso son todas las interpretaciones y significados que dan las personas cuando interactúan entre sí, tal y como lo señalamos en el Capítulo II, Perspectivas Teóricas.

Entre las opiniones y criterios que resultaron en los grupos focales se pueden identificar percepciones con similitudes y diferencias, estas son consecuencia de las diferentes características de cada grupo y de los miembros por los cuales estaban compuestos.

En cuanto a las similitudes de los grupos focales se puede señalar que ambos reconocen a las mujeres de las imágenes, propuestas por el periódico Mi Chero en la sección Entre Cherada y Contraportada, como mujeres esculturales, en la mayoría de ocasiones voluptuosas, provocativas, atrevidas Y complaciente creando a partir de dichas características la definición de una mujer perfecta para los hombres.

Lo anterior da como resultado que el hombre, en su afán machista, exijan o insinúen, en sus parejas y demás mujeres que lo rodean, este tipo de características. De otra manera, si la mujer no cumple con este estereotipo de mujer perfecta, será y se sentirá rechazada y discriminada, obligándola a cumplir dichos requisitos, lo que resulta en apreciar a la imagen de la mujer como simple objeto sexual.

También, los dos grupos concuerdan en que la mujer es percibida como mercancía para aumentar el consumo del periódico a través de la morbosidad, esto además de cosificar a la mujer, aumenta la cultura machista en la sociedad, no solo de hombres y mujeres mayores, sino también de aquellos adolescentes que tienen acceso a este periódico por su bajo costo.

Asimismo, en ambos grupos focales ubican a las mujeres de las imágenes como modelos o actrices, es decir, como si las mujeres de la imagen no fuesen capaz de realizar o ejercer una actividad o carrera profesional relacionada con el campo cognitivo, eliminándole a primera vista toda su capacidad intelectual.

De la misma manera, la mayoría de los participantes de los grupos focales estuvieron de acuerdo que en las imágenes se utilizó en su mayoría colores fuertes, entre los más presentes estaban el rojo el cual “atrae rápidamente la atención, evoca emociones fuertes e incrementa el apetito; también se asocia con la pasión, la intensidad y el amor”⁶⁷ y el color negro, este, “hará ver delgado, elegante y muy sofisticado...expresa la elegancia, lo malo y lo simple”.⁶⁸

Estos dos colores y otros de tonalidad oscura resaltaban el color de piel de las mujeres, que en su mayoría eran de piel blanca, y es muy importante resaltar este punto, pues en ninguna de las imágenes seleccionadas como muestra se encontró una mujer con rasgos afroamericanos o similares, respondiendo a una

⁶⁷Psicología de los colores <https://www.entrepreneur.com/article/269009>

⁶⁸El significado de los colores y la psicología del color <http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>

combinación de cultura machista y racista, dando como asentado que la mujer entre más clara de piel, mejor.

Un aspecto interesante es, en cuanto a los colores suaves de la vestimenta, que los participantes de los grupos focales los ubicaron cuando la lencería de las mujeres era más reducida, a tal punto de ignorar prácticamente la lencería y atraer más la atención de las parte desnudas del cuerpo acalorando así aún más la reacción del hombre.

También, sus opiniones acerca de las expresiones faciales y corporales, que las mujeres tenían en las imágenes fueron semejantes, estas muestran coqueteo, sensualidad, seducción, placer, deseo, morbo, y sexo, todas ellas combinadas con la lencería exótica, que sin duda alguna dejaba al manifiesto la utilización y la cosificación de la imagen de la mujer como mero instrumento de publicidad del mismo periódico.

Consecuentemente, estas opiniones similares entre los miembros de cada uno de los grupos se dan en su mayoría porque tal y como lo manifiesta Valerio Fuenzalida “la influencia grupal es sumamente importante en la construcción del sentido que las personas le confieren al mensaje” (ver capítulo 2, perspectivas teóricas).

Es decir, que los participantes en los grupos focales, sobre todo los del grupo A, al ser un poco más jóvenes fueron más propensos en imitar las opiniones de los otros y formular que su opinión vaya acorde a la opinión que prevalezca en el colectivo.

No obstante, esta situación no se dio solo por la influencia del colectivo, aquí intervienen dos factores muy significativos. Uno, es la diferencia de edades en ambos grupos, su niveles cognoscitivos también eran distintos, el primer grupo estaba integrado por bachilleres, jóvenes que iniciaban sus carreras universitarias

y otros que solo trabajaban. Aun así estos jóvenes tuvieron valoraciones similares a los participantes del grupo B en cuanto a la imagen de la mujer.

A esto, Guillermo Orozco plantea, en su Teoría de las Multimediaciones, “que no solo la mediación cognoscitiva interviene al momento de dar una opinión, sino también la mediación cultural” (ver capítulo 2, perspectivas teóricas), punto que refuerza Fuenzalida al identificar a los lectores, en este caso, como receptores socio-culturales, es decir, que tanto su ambiente social y cultural en el que se desenvuelvan influenciará de manera directa su percepción.

Lo anterior nos lleva a pensar en el tipo de sociedad y la cultura que tiene El Salvador, un país donde aún existen la cultura machistas, el androcentrismo, y en el que también va tomando fuerza los movimientos o ideas que luchan en contra de este tipo de convivencia sociocultural.

Sumando a lo anterior, la mediación socio-económica y geográfica, donde todos los participantes de los grupos focales son residentes de Soyapango, un municipio asediado de delincuencia y pandillas, donde sus pobladores se caracterizan por tener una posición socio económica baja.

Por tanto estas opiniones similares, están determinadas en la forma en como los jóvenes lectores de Soyapango perciben su realidad y a través de ella le dan significado a la imagen de la mujer que el periódico Mi Chero quiere proyectar de la misma.

Aunque en su mayoría fueron las similitudes en las opiniones, también es importante mencionar las diferencias en estas, entre ellas encontramos comentarios como que las imágenes parezcan sensuales, hasta cierto punto obscenas, ofensivas, incluso como pornografía, imágenes que cosifican el cuerpo de la mujer a través de la violencia simbólica.

Asimismo, son mujeres muy sociables, que llevan una vida muy alegre, relacionándolas con el libertinaje y la lujuria, la recurrente relación entre la mujer de la imagen y el fútbol, que equivale a decir los placeres primordiales del hombre.

Además, de la recurrente tendencia a hacer creer que una mujer tiene que ser mejor que la otra, y por supuesto, el nulo interés en mostrar imágenes de mujeres con profesiones relacionadas a algún campo profesional que no sea el modelaje, la actuación, o la música, por considerarlas feas.

Igualmente, otra diferencia es que se percibieron las expresiones faciales y corporales como un llamado la fantasía de los hombres, en otras palabras, invitar al lector masculino a imaginar posibles situaciones relacionadas al sexo y a la complacencia de sí mismos.

Ante estas diferentes opiniones identificadas entre los grupos focales, cabe mencionar que aunque son distintas no se alejan mucho de identificar o reconocer la imagen de la mujer como objeto sexual. La diversidad de elementos característicos en los lectores hacen que sus valoraciones sean distintas, el grado cognoscitivo es uno de ellos.

El grupo B, la mayoría de los participantes eran jóvenes de mayor edad con carreras universitarias avanzadas, esto ampliaba su campo cognoscitivo y el punto de ver las cosas. En este grupo fue más notoria la “capacidad crítica de las audiencias”,⁶⁹ aquí fue más visible la posición de los jóvenes ya que afirmaron de manera muy precisa el papel que percibían de la mujer.

Por otra parte, en las entrevistas a profundidad se pudo notar un contraste significativo, en las respuestas brindadas específicamente por parte de dos posturas, que percibieron la imagen de la mujer utilizada en la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero de manera muy diferente.

⁶⁹El significado de los colores y la psicología del color <http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>

Una de estas perspectivas es la feminista quien consideró en forma generalizada que en las imágenes presentadas veía “una violencia simbólica, porque se está utilizando el cuerpo de una mujer para la venta de un producto” y que con lo cual se llega a que “cosifiquen el cuerpo” de la mujer.

En este caso, se podría destacar lo que mencionamos en el Capítulo dos, en la perspectiva Teórica, en la cual Heidegger encuentra “la relación que tiene la interpretación (el significado personal) de un individuo con el contexto social en el cual vive, como a partir de esto se influye en el sujeto para que cree sus propios significados que han sido heredados por las personas de su entorno”.

Lo que menciona Heidegger lo relacionamos con esta postura, debido a que, una de las entrevistadas participa activamente en una organización feminista en el país, por lo tanto las personas que comparten su entorno le han enseñado este tipo de conceptos como violencia simbólica y cosificación del cuerpo.

Asimismo, su entorno socio cultural ha influenciado en el momento de hacer sus valoraciones de lo que es bueno o malo, es decir, todo ha sido adquirido por el conocimientos de otros u otras que pertenecen a su organización feminista, familia, amigos, compañeros de trabajo, entre otros.

Sin embargo, no hay que dejar de lado que, el que ella pertenezca a este tipo de organizaciones le ha abierto su campo cognoscitivo para que pueda generar su propio criterio ante ciertos temas, lo cual nos permite recordar lo que decía Fuenzalida en la Recepción Activa, “donde los receptores ya no son receptores pasivos de información, por lo tanto es capaz de construir a partir de la interacción que tenga con el mensaje y con el emisor del mismo” (ver capítulo 2, perspectivas teóricas).

En este caso, la perspectiva feminista es un ejemplo de recepción activa porque es capaz de construir su propio significado a través de la observación que

realizo a las imágenes presentadas, en la cual se enfatizó en las expresiones faciales y en la poca vestimenta de las mujeres.

Esto determina que a pesar que en El Salvador exista y se siga fomentando una sociedad machista, hay ciertos sectores de la población que rechazan este tipo de cultura, (es decir son receptores activos) como bien se representa en la postura feminista, e incluso lo señalan como una violación a la imagen de la mujer, el publicar este tipo de imágenes como lo hace el periódico Mi Chero, las cuales hacen ver al sexo femenino como un objeto sexual.

Por otra parte, la perspectiva machista tiene consideraciones totalmente diferentes a la postura anterior, esta, de forma generalizada considera que las mujeres, publicadas en la sección Entre Cheras y la contraportada del periódico Mi Chero, “se ven bastante bien, muy provocativas y sensuales, y si hablamos de clasificarlas pues diría que son excelentes imágenes, justamente lo que nos gusta a los hombres”.

Este tipo de perspectiva representa la cultura machista existente en nuestro país, es decir, para generar su criterio, permiten que los medios de comunicación y su entorno sociocultural influyan directamente en el, volviéndolo un receptor pasivo en este tipo de temas, aceptando el mensaje transmitido a través de las imágenes que se publican en el periódico.

En relación a lo anterior, nos hace recordar lo que Orozco plantea respecto al modelo de las mediaciones en la recepción “1. Las mediaciones cognoscitivas donde se relaciona lo afectivo, lo racional y lo valorativo 2. Las mediaciones culturales presentes en las interacciones sociales y televisivas 3. Las mediaciones situacionales relacionado a la étnica, sexual, cultural, socio-económica y geográfica”, (ver capítulo 2, perspectivas teóricas).

En este último punto, sobre las mediaciones situacionales, reflexionaremos de acuerdo a la cultura machista, que la Real Academia Española la define “como

la actitud de prepotencia de los hombres respecto de las mujeres y que es considerado como un tipo de violencia que discrimina a la mujer”,⁷⁰ por lo tanto, debe ser sometida al hombre, verse bien para ellos y si el hombre la abandona es por culpa de ellas por no saber mantenerlo a su lado.

Entonces, si en una sociedad se fomenta este tipo de cultura, los hombres, por considerarse como ellos dicen el sexo fuerte, consideran que pueden someter y tener cualquier derecho sobre el sexo femenino, tachado según el machismo como el sexo débil, esto hace parecer que los roles de cada quien ya están definidos.

Este tipo de pensamiento se presenta bien fundamentado en esta perspectiva machista, al momento de evaluar las imágenes de las mujeres presentadas se percataron más en las expresiones faciales que tenían “Bueno yo creo que las expresiones que hacen es como si ellas me dijeran algo sexy, algo como si me llamara y me dijera aquí estoy para ti bebe cómeme... las del cuerpo, bueno la verdad es que cuando ves una de esas imágenes y ella se toca así de forma sensual dan ganas de ser esa mano”.

Este tipo de percepción nos hace recordar lo que Guillermo Leone menciona sobre las leyes generales y particulares de la Gestalt, las primeras son: “Principio general de figura y fondo: la percepción sucede en forma de "recortes"; percibimos zonas en las que centramos la atención y a las que llamamos "figura" y zonas circundantes que quedan justamente en un plano de menor jerarquía al que denominamos "fondo"(capítulo 2, perspectivas teóricas).

Lo anterior lo relacionamos, debido a que la perspectiva machista fue la única que centro su mirada en la figura de la mujer y en sus expresiones faciales, que en este caso serían la “figura”, dejando atrás su vestimenta y colores que presentaba toda la imagen, que serían el “fondo” y que por lo cual tuvo ese tipo de

⁷⁰<http://definicion.de/machismo/>

sensaciones en los hombres entrevistados, porque ellos percibieron lo que a ellos les atraía más.

Puede ser que este tipo de opiniones brindadas por la perspectiva machista sean compartidos con algunos sectores de la sociedad salvadoreña, por lo que se mencionaba que predomina más la cultura machista en este país.

Sin embargo, no hay que dejar de lado que hay organizaciones, instituciones y asociaciones que están tratando de erradicar este tipo de pensamientos, y que se deje de ver a la mujer como un instrumento para complacer a los hombres, y a la sociedad en general.

Para ello, es necesario que los salvadoreños, en general, se vuelvan receptores activos con la capacidad de crear sus propios criterios y abonar al respeto hacia la mujer como el ser humano que es.

De manera diferente piensa la postura religiosa, al ser personas con valores y principios cristianos no están de acuerdo en el uso de imágenes de mujeres con diminutas prendas.

Esta fuente describió las imágenes como “obscenas en algunas porque según el tipo de cultura que nosotros tenemos nos han enseñado y tenemos ese paradigma de que tenemos una mujer semidesnuda y que nos saca la lengua es porque me esta insinuando algo”, por esta razón, los hombres que practican algún tipo de religión siempre relacionan ver este tipo de imágenes como pecado o tentación.

En este ámbito se confirma lo que menciona Heidegger “la interpretación de un individuo tiene que ver con el contexto social en el cual vive, y como a partir de esto se influye en el sujeto para que cree sus propios significados que han sido heredados por las personas de su entorno” (ver capítulo 2, perspectivas teóricas),

si lo vemos desde ese punto de vista, las personas religiosas solo se relacionan (en la mayoría de los casos) con quienes comparten sus mismos valores.

Para este sector, este tipo de imágenes les llama su atención, la cual produce un pecado. En la biblia encontramos este texto: “Pero yo os digo que cualquiera que mira a una mujer para codiciarla, ya adultero con ella en su corazón. Aunque también son conscientes que la imagen de la mujer, incluso en la Biblia en el libro de Génesis, fue la primera aportadora del pecado a través de Eva.

Por tal razón, para esta clase de receptores con principios cristianos estas imágenes producen efectos negativos en los humanos, “a la mujer la relacionan con el tema sexual, si sale una mujer desnuda, sexo, si sale una mujer guiñando el ojo, sexo, si sale una mujer mordiendo el labio sexo”.

En este apartado, confirmamos lo que dice el autor Edmund Husserl, quien indica, desde la fenomenología, “que las cosas se pueden distinguir a partir de cómo nosotros pensamos que son en realidad”. De las bases conceptuales del conocimiento, el autor muestra su interés por conocer la interacción entre las personas, del cómo se comprenden recíprocamente sus conciencias, como se establece el significado y la comprensión en el interior de las personas.

Asimismo, la postura religiosa expreso “y si lo relacionamos con cuestiones religiosas la palabra dice que nuestro cuerpo es templo y morada, por lo tanto mi templo y morada no lo voy a andar exhibiendo a todo el mundo”, parafraseando el texto bíblico de la primera carta de Corintios 6:19 que dice ¿No sabéis que vuestro cuerpo es templo y morada del Espíritu Santo que está en vosotros, el cual tenéis es de Dios y que no sois vuestros?

Con estas palabras el líder religioso quiso dar a entender que estas mujeres no deben mostrar sus cuerpos, ni exhibirlos porque Dios habita en ellos (los cuerpos) por tanto, ellas deben de respetarse no usando esas diminutas prendas.

Para David Hume, el filósofo empirista, “las ideas de nuestra mente se asocian según unos principios que rigen nuestros pensamientos, estableciendo lazos entre ellos”. Eso es lo que sucede con estos receptores de postura religiosa, todas las ideas que ellos tienen se asocian a sus valores religiosos que han sido inculcados en sus iglesias y también en sus hogares desde temprana edad.

Un dato curioso es que la sociedad salvadoreña en su mayoría son practicantes de alguna religión. Según una encuesta practicada por la IUDOP determinó que un 50.4% dijo ser católico, un 38.2% evangélico, un 2.8% otra religión y solo un 8.9% no es practicante de ninguna clase de religión.⁷¹ Es decir, que por lo menos un 50% de la población considera a ese tipo de imágenes un pecado, por creer que el cuerpo es el templo del espíritu y no debe ser usado de esta forma.

Asimismo, en una de nuestras interrogantes el líder religioso respondió “creo que son mujeres muy sociables, que llevan una vida muy alegre que se están relacionado con el libertinaje y con la lujuria”. Esta última tiene como enfoque agrandar a sí mismo, y a menudo conduce a acciones perjudiciales para satisfacer los deseos, sin considerar las consecuencias.⁷²

Ante las evidencias ya mencionadas, se puede concretizar que son varios los factores que sirven de influencia al momento de dar una valoración crítica acerca de la imagen de la mujer propuesta por el periódico Mi Chero, siendo uno de los más sobresalientes, como lo afirma Orozco, el factor sociocultural del receptor.

⁷¹http://www.uca.edu.sv/publica/iudop/Web/2009/boletinrel_2009.pdf

⁷²<http://www.gotquestions.org/Espanol/definicion-lujuria.html>

Dando como resultado principal que los lectores soyapanences perciban la imagen de la mujer como objeto sexual a través de su cosificación reproduciendo y fortaleciendo la violencia hacia el sexo femenino, especialmente reforzando la violencia simbólica, la cual pasa desapercibidas por muchos, pero practicada frecuentemente en todos los sectores sociales y culturales de este país.

Si bien es cierto, son muchos los elementos que median en la forma de percibir la imagen de la mujer, sin embargo, es necesario insistir y enfatizar que los medios de comunicación, en este caso, el periódico Mi Chero, afirma, reproduce, mantiene y refuerza la cosificación de la mujer, usándola como objeto sexual, de consumo y como mercancía publicitaria, es decir, “se produce una transferencia de las cualidades del objeto al sujeto... el valor se ha desplazado del ser a la cosa” alega Michèle Mattelart.⁷³

Situación que no es nueva en la práctica de los medios de comunicación salvadoreños, incluso está presente en medios internacionales. Este tipo de prácticas “está conduciendo al modelo de mujer en el que prima la apariencia física y todo ello se va normalizando porque los informadores lo permiten” así lo manifiesta Rosa María Calaf, periodista española y antigua corresponsal de RTVE⁷⁴, cuestión que también reafirma Ana Porto Sánchez al decir que “los medios de comunicación estamos ayudando a la normalización de la imagen de la mujer, concretamente, en violencia de género”.⁷⁵

Precisamente, esa forma de percibir la imagen de la mujer es la que se obtiene como resultado de la persona socialmente culturizada por el machismo, y no solo por ellas sino también de aquellas que luchan contra este tipo de faltas contra la mujer o simplemente de aquellas que se percatan del uso morboso, sexual y comercial que los medios de comunicación de ella, así lo declara

⁷³ Mattelart, Michèle; (1982) Mujeres e industrias culturales. Del procedimiento de consumo

⁷⁴ Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE)

⁷⁵ Imagen de la mujer y medios <http://www.enfemenino.com/feminismo-derechos-igualdad/la-imagen-estereotipada-de-la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion-s1276756.html>

Michèle Mattelart, porque “según la óptica de la prensa comercial, la belleza y la seducción son siempre elementos decisivos de la mujer”⁷⁶

Por consiguiente y a partir de lo descrito, se puede afirmar que el efecto Halo de Martin Baro está presente y se cumple en la forma en que los lectores perciben la imagen de la mujer publicada en la sección Entre churada y contraportada del periódico Mi Chero, dicho efecto Baro lo define como “cuando conocemos a una persona tendemos a evaluarla en una u otra forma, frecuentemente apoyada en algún rasgo superficial o en algún comportamiento observado, que se extiende o generaliza a la totalidad de la persona, en conclusión, percibiéndola como objeto sexual, placentero para el hombre.

⁷⁶Mattelart, Michèle; (1982) Mujeres e industrias culturales. Del procedimiento de consumo

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Las y los receptores que participaron en los grupos focales consideraron que en la sección entre Cherada y la contraportada del periódico Mi Chero utilizan la imagen de la mujer como un objeto sexual y para aumentar el consumo de dicho medio escrito.
- Las perspectivas feministas consideraron que tanto en la sección Entre Cherada como en la contraportada del periódico Mi Chero representan violencia simbólica, porque utilizan el cuerpo de la mujer para la comercialización de este medio impreso.
- Según la percepción de los receptores machistas concluyeron que el medio publicaba excelentes imágenes de las modelos y que provocaban en ellos una sensación de deseo hacia ellas.
- Tanto los y las participantes de los grupos focales como las y los entrevistados concluyeron que el periódico Mi Chero refuerza los estereotipos de mujer perfecta y la mujer vista como objeto sexual.
- Tanto los participantes de los grupos focales como las entrevistas de las perspectivas feminista y religiosa coincidieron que las imágenes de las mujeres que presenta el periódico mi chero fomenta una cultura de antivalores hacía la mujer, ya que la mujer es irrespetada y violentada simbólicamente.

- Las y los receptores coincidieron que el trabajo del periódico mi chero cumple más con las características de un trabajo de entretenimiento para el público masculino, que informativo para la población en general.
- El periódico Mi Chero favorece a que la imagen de la mujer sea vista socioculturalmente como objeto sexual y de consumo, dando como resultado la normalización de la misma.
- En definitiva se pudo identificar que el efecto del Halo, propuesto por Martín Baro, es practicado por parte de los receptores de la sección Entre Cherada y contraportada del periódico Mi Chero, debido a que partieron de ciertos rasgos físicos de las mujeres publicadas, para hacer su propia definición de ellas.
- Los y las participantes del grupo focal B y las entrevistadas de enfoque feminista presentaron una recepción activa al momento de dar sus respuestas, porque crearon sus propios mensajes a partir de la percepción de las mujeres publicadas en el periódico.
- Tanto los grupos focales como las entrevistas a profundidad tanto feministas como religiosa utilizaron los elementos de rasgos físicos de la mujer en la imagen, la vestimenta que utilizaban y las expresiones faciales y corporales que realizaban las mujeres al momento de realizar su percepción de lo que se les estaba presentando.
- En las entrevistas a profundidad machistas predominaron más los elementos de rasgos físicos de la mujer en la imagen y las expresiones faciales y corporales al momento de realizar su percepción.

- Debido a que solo escogimos habitantes del municipio de Soyapango para la elaboración de esta tesis, no podemos generalizar a nivel nacional los resultados obtenidos, sin embargo si se puede identificar que la cultura machista persiste en la sociedad salvadoreña más aún si se siguen publicando imágenes como lo hace el periódico Mi Chero, que hace ver a la mujer como un objeto sexual con el fin de complacer al sector masculino.

- A pesar que en El Salvador persiste este tipo de cultura machista, se pudo identificar tanto en los grupos focales, como en las entrevistas a profundidad, excepto en la perspectiva machista, que hay ciertos sectores que la rechazan.

6.2 RECOMENDACIONES

PRODUCTOR

- Los dueños de este medio de comunicación deberían ser más conscientes que la imagen de la mujer que emiten en este periódico refuerza los estereotipos de la mujer perfecta (Físicamente) y la mujer como objeto sexual en los medios de comunicación y en el mundo de la publicidad.
- También a los dueños de los medios les recomendamos eliminar las imágenes con mujeres semidesnudas en sus secciones de entretenimiento (Espectáculos, Entre Cherada) pues estas no alimentan a una cultura de valores, sino al contrario se desvaloriza e irrespeta a la mujer.
- Asimismo, a los medios de comunicación en general exigirles el cumplimiento de las observaciones y recomendaciones que les realiza la Dirección de Espectáculos Públicos, Radio y Televisión, en cuanto al cumplimiento de la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres.
- Los y las **periodistas** que trabajan en este medio deben mostrar en el periódico que la imagen de la mujer va más allá de la belleza física, realizando perfiles de mujeres científicas, doctoras, docentes, mujeres intelectuales; deben romper el uso de la imagen de la mujer solo por entretenimiento en sus secciones, y procurar mejor que la imagen de la mujer sea vista con respeto y admiración.

RECEPTORES

- El ISDEMU y organizaciones feministas que velan por el cumplimiento de las leyes que protegen los derechos de las mujeres no solo deberían de monitorear el trabajo que los medios de comunicación hacen en tema de género, sino también deben manifestarse ante la Corte Suprema de Justicia de El Salvador para que haga uso de sus facultades establecidas por la violación al art. 22 de la Ley Especial Integral para una vida libre de violencia para las mujeres, por parte de los medios impresos en sus imágenes, en el tema de violencia simbólica en las mujeres.
- El gobierno central debería decretar una medida radical que prohíba este tipo de imágenes en los medios de comunicación, los cuales actualmente están incumpliendo la LEIV.
- El Ministerio de Gobernación debe ampliar el trabajo de monitoreo a la Dirección de Espectáculos Públicos de radio y televisión ya que no son esos los únicos medios de comunicación en el país, sino también incluir en su trabajo regulador a los medios impresos, Principalmente a aquellos que por su bajo costo en el mercado llegan con más facilidad a los públicos.
- La población en general debe exigir medios de comunicación con más contenido informativo que de entretenimiento, ya que el entretenimiento hace que los receptores sean pasivos de la realidad nacional y no sean críticos, ni analíticos de los que les rodea.
- La Dirección de Espectáculos Públicos, Radio y Televisión de El Ministerio de Gobernación deber realizar una campaña mediática institucional de concientización acerca del uso correcto de la imagen de la mujer en los medios de comunicación tanto de radio y televisión como medios impresos.

- Asimismo, esta entidad gubernamental debe realizar capacitaciones de concientización a los dueños de medios, editores y periodistas sobre la violencia simbólica (violaciones y sanciones) contra las mujeres en los medios de comunicación y las repercusiones que causa en la sociedad salvadoreña.

- Que la Asamblea Legislativa apruebe con prontitud y eficiencia la propuesta de Ley de Medios creada por La Dirección de Espectáculos Públicos, Radio y Televisión, para que su ejercicio de contraloría de medios no se quede en simples observaciones y recomendaciones, sino hacer cumplir bajo el orden de la ley sus mandatos.

- Debido a que nuestra investigación nos muestra la existencia del machismo en los hombres. El Ministerio de Educación debe incluir en su sistema la educación sexual con el propósito firme de que las niñas, niños y adolescentes respeten y valoren el cuerpo del ser humano, y por consiguiente, forjar en las nuevas generaciones cambios sociales y culturales donde se respete la imagen de la mujer.

7. FUENTES DE CONSULTA

Fuentes bibliográficas

Libros:

- ✓ Bruce Goldstein E (2006) sensación y percepción (6ta edición).
- ✓ CEULEMANS, Mieke. FAUCONNIER, Guido. Imagen, Papel y Condición de la mujer en los medios de comunicación social. Publicado en 1980 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Paris. Talleres de la Unesco.
- ✓ FUENZALIDA, Valerio. Televisión y Recepción Activa. CENECA. Santiago, 1985. p. 66.
- ✓ Jordi Alberich, David Gomez Fontanills, Alba Ferrer. Percepción Visual. España 2005.
- ✓ M.C. Gustavo A. León Duarte. Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual, pág. 39
- ✓ MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. A. 1999b. Los Mundos Semióticos Posibles en la Investigación Social/Possible Semiotic Worlds in Social Research.
- ✓ Martin Baro, Acción e ideología, 2005 UCA editores.
- ✓ Mattelart, Michèle; (1982) Mujeres e industrias culturales.
- ✓ Merkeau-Ponty. M (1985) fenomenología de la percepción. Barcelona: Planeta- Agostini.
- ✓ Michel Foucault. *Historia de la Sexualidad*. Tomo I: La Voluntad del Saber. Buenos Aires. Siglo XXI Editores. Argentina. 2003. Pág. 130
- ✓ Miguel Beltrán, Cinco Vías de acceso a la realidad, REIS
- ✓ Nuria García y Luisa Martínez, Organización El consumo femenino de la imagen de la mujer en la publicidad, Trípodos, número 24, Barcelona 2009.
- ✓ OROZCO, Guillermo. Television y Audiencias: Un enfoque cualitativo. (1996). Ediciones de la Torre / Universidad Iberoamericana.

- ✓ Paradigmas y Modelos de Investigación, texto reestructurado por: Libia Elena Ramírez Robledo, Adriana Arcila, Luz Elena Buriticá y Jairo Castrillón, Fundacion universitaria Luis Amigo, segunda edición, 2004.
- ✓ Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española. *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., Edición del Tricentenario, [en línea]. Madrid: Espasa, 2014
- ✓ Santos Zunzunegui Díez, *Pensar la imagen*, Cátedra, Madrid, 1989.

Tesis

- ✓ Erika Domínguez, Janina Kaufman, Ruth Verónica Marroquín Cortez, Tesis: La discriminación del género femenino en las notas informativas de El Diario de Hoy, 2008. Elaborado para optar al grado de Licenciatura en Comunicación Social de la UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA JOSÉ SIMEÓN CAÑAS.
- ✓ Claudia Vallejo, Tesis: Representación de la violencia contra las mujeres en la prensa española desde una perspectiva crítica de género, España, 2005.
- ✓ Damaris Aguilar y Dalila Pérez, Tesis: La recepción de la violencia simbólica contra las mujeres, 2015. Informe final de investigación elaborado por estudiantes egresadas para optar al título de licenciadas en periodismo de la Universidad de El Salvador.
- ✓ Elizabeth Benavides Bonilla, Tesis: Estudio sobre la percepción de la imagen institucional que tienen las socias de ASES, 2001.
- ✓ Lauri García Dueñas, Tesis: La Percepción social de la violencia y la elaboración de la nota roja en la prensa escrita salvadoreña, 2008. Ediciones UCA.
- ✓ Luis Carlos Gólcher Mejía y Tania María Vanegas Rodríguez, Tesis: Internet y Publicidad: un acercamiento cualitativo a los usuarios salvadoreños, 2001.
- ✓ María Elena Martínez Quijada, Erlinda Quezada Ramos y Reina Yesenia Vásquez, Tesis: La Percepción que tienen las y los líderes de opinión sobre la imagen de la mujer presentada en la publicidad televisiva, 2001.

- ✓ Mieke Ceulemans Tesis: Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación, Belgica, 1981.
- ✓ Nelly Aparicio y Xenia Contreras, Tesis: El Uso de la imagen fotográfica como elemento de información periodística, en la Prensa Gráfica y el Diario de Hoy, 1998.
- ✓ Nuria García y Luisa Martínez, Tesis: Recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Una Aproximación cualitativa, México, 2008.
- ✓ Pablo Vidal Vanaclocha y Teresa Nuño Angos, Tesis: Estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre el alumnado adolescente de la com. Autónoma de EUSKADI, España.
- ✓ Patricia Gómez Posada, Eduardo López Serrano y Silva Posada Magaña, Tesis: Estudio de las percepciones y significados generados por los salvadoreños en torno al tema de los estereotipos físicos construidos icónicamente por el medio televisivo, 2000.
- ✓ Rocio Herrera Faundez, Tesis: Recepción de la imagen de las mujeres en los medios: Resultados de la investigación cualitativa. Universidad Complutense de Madrid, España, 2010.
- ✓ Tesis: Estudio de Percepción de los medios de comunicación de la Universidad de Antioquia.
- ✓ Tesis: Imagen de la mujer como objeto publicitario, En la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, Ecuador en 2005.
- ✓ Tesis: ÁMBITOS SOCIALES DE REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO. El caso de las jóvenes estudiantes universitarias de la Ciudad de México. Maybel Piñón Lora. Cyntia Cerón Hernández. ULTIMA DÉCADA N°27, CIDPA VALPARAÍSO, DICIEMBRE 2007, PP. 119-139.

Fuentes en línea

- ✓ Teorías psicológicas del aprendizaje:
<http://aidecidguadalupesotocolorado.jimdo.com/inicio/5-teorias-psicologicas-de-aprendizaje/5-1-teor%C3%ADa-asociacionista/>

- ✓ RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx
- ✓ RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx
- ✓ Psicología de los colores <https://www.entrepreneur.com/article/269009>
- ✓ Preparado por Fundación Chile. Portal Educarchile: <http://www.educarchile.cl>
- ✓ La percepción visual <http://destinoaitaca.blogspot.com/p/la-percepcion-visual.html>
- ✓ Imagen de la mujer y medios <http://www.enfemenino.com/feminismo-derechos-igualdad/la-imagen-estereotipada-de-la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion-s1276756.html>
- ✓ <http://www.webdianoia.com/contemporanea/kuhn.htm>
- ✓ http://www.uca.edu.sv/publica/iudop/Web/2009/boletinrel_2009.pdf
- ✓ <http://www.poderjudicialmichoacan.gob.mx/web/atencion/contenido/ponencias/mesa2/Estereotipos%20de%20G%C3%A9nero%20Julia%20P%C3%A9rez.pdf>
- ✓ http://www.onsc.gub.uy/enap/images/stories/MATERIAL_DE_CURSOS/Entravista_en_profundidad_Taylo_y_Bogdan.pdf
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos93/estereotipos-genero/estereotipos-genero.shtml>
- ✓ <http://www.gotquestions.org/Espanol/definicion-lujuria.html>
- ✓ <http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/2011/03/autores-mas-importantes-del-p.html?m=1>
- ✓ <http://metodologiadelainvestigacion.forumcommunity.net/?t=14325391>
- ✓ <http://jesusgonzalezfonseca.blogspot.com/2009/10/el-efecto-halo.html?m=1>
- ✓ <http://definicion.de/machismo/>
- ✓ <http://definicion.de/estereotipo/>
- ✓ http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacualitativa.html
- ✓ Guillermo Leone, LEYES DE LA GESTALT. www.gestalt-blog.blogspot.com

- ✓ El significado de los colores y la psicología del color
<http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>
- ✓ Cecilia M. Alonso. Percepción visual
<http://es.calameo.com/read/000710094974b208123ec>
- ✓ Los esquemas cognitivos <http://www.psicologosvalencia.es/los-esquemas-cognitivos/>

ANEXOS

4 DE ABRIL DE 2016

SIN TANTA VUELTA

mi Chero

NO QUIERE SOLTARLA
DERBEZ TIENE NOSTALGIA POR LA BODA DE SU HIJA: 21



SIN PENAS

A LA BELLA LAURA CARMINE NO LE IMPORTAN LAS CRÍTICAS POR SU NOVIO JOVEN: 20

EN BUEN TERMINO
Charlize Theron dice que la ruptura con Sean Penn fue en paz: 22

ALABANZAS AL MADRID

LOS MERENGUES RECIBEN ELOGIOS TRAS SU VICTORIA FRENTE A LOS AZULGRANAS: 26



"EL PRIMI" PODRÍA SEGUIR
ESTÁN EVALUANDO EL TRABAJO DE MARADIAGA, POR EL MOMENTO SE MANTIENE EL CONTRATO: 29



Charlize Theron

Habla de su ruptura

La actriz niega haber dejado de responder a las llamadas y los mensajes de su expareja. Según su versión, acabaron de "común acuerdo".

Wilmer Merino
ENTRECHERADA@INFOCUS

Hace nueve meses que Charlize Theron y Sean Penn terminaron su noviazgo. Desde entonces ninguno de los dos actores había querido explicar por qué puso punto final a dos años de relación.

Pero tras varios meses en silencio, la actriz sudafricana por fin ha hablado. En una entrevista con la revista *WSJ*, Theron negó que hubiera suspendido de repente todo tipo de comunicación con su expareja.

"Existe esa necesidad de querer ser sensacionalista con todo", aseguró la intérprete refiriéndose a los rumores que afirmaban que ella



Estábamos comenzando nuestra relación. La historia de que Sean iba a adoptar a Jackson y todo eso no fue verdad".

CHARLIZE THERON

había dejado de responder a las llamadas y los mensajes de Penn.

"Cuando dejas una relación, tiene que existir alguna historia increíblemente loca o con algo de drama", afirmó la intérprete de 40 años. Y aclaró: "Teníamos una relación y después no funcionó. Fue decisión de los dos. Así fue".

La protagonista de *"Mad Max"* también habló de su faceta como madre. "Siempre supe que quería más niños", contesta a la pregunta acerca de si quiere agrandar su familia. Tiene dos hijos adoptados: Jackson y August Theron.

En cuanto al rumor que durante algún tiempo rondó en el que se decía que Penn pensaba adoptar a Jackson, respondió: "Estábamos comenzando nuestra relación. La historia de que Sean iba a adoptar a Jackson y todo eso no fue verdad. No es algo que vaya a pasar en 18 meses. No le puedes hacer eso a un niño. Él sabía que yo era una madre soltera con un hijo pequeño, al que debía explicarle que su mamá tenía una relación, y que eso no significa que él tuviera un padre", explicó.



¿A KYLIE JENNER NO LE gusta que la toquen?

DURANTE LAS ÚLTIMAS HORAS MUCHOS SE HAN DEDICADO A CRITICAR A LA MENOR DE LAS JENNER LUEGO DE QUE SALIÓ A LA LUZ UN VIDEO DONDE LOS PAPAZZIS CAPITAN A LA NOVIA DE TYGA BODEGADA DE FOTÓGRAFOS Y FANS. Y DE UN MOMENTO A OTRO SE VOLTEA Y LE DICE A UNA DE LAS NIÑAS QUE LUCHABA POR CONSEGUIR UNA SEÑAL PERFECTA CON ELLA "NO ME TOQUES". EN EL CLIP KYLIE SE MOLESTA POR LA ACCIÓN, PERO PARECE QUE MUCHOS MAL INTERPRETARON SU RESPUESTA. ANI QUE ELLA MISMA DECIDIÓ EXPLICARSE.



INDONESIA PODRÍA vetar a DiCaprio

INDONESIA PODRÍA IMPEDIR QUE EL OSCARIZADO ACTOR REGRESE AL PAÍS TRAS DENUNCIAR QUE LAS PLANTACIONES DE ACEITE DE PALMA ESTÁN DESTRUYENDO SUS BOSQUES TROPICALES Y PONIENDO EN PELIGRO LA FAUNA. DIJO UN RESPONSABLE DE INMIGRACIÓN. DICAPRIO REALIZÓ UNA VISITA AL PROTEGIDO PARQUE NACIONAL MONTE LEUSER, EN EL NORTE DE SUMATRA, Y PUBLICÓ FOTOS EN SU CUENTA DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, EXPRESANDO SU PREOCUPACIÓN POR LAS ESPECIES CUYO HABITAT SE VE AMENAZADO.



CARA DELEVINGNE sufre depresión

LA JOVEN DE 23 AÑOS ADELARÓ A TRAVÉS DE TWITTER QUE NO HA ABANDONADO TOTALMENTE SU CARRERA DE MODELO POR SER ACTRIZ, COMO SE DIO. SIÑO QUE ESTÁ UTILIZANDO LAS PELÍCULAS EN LAS QUE PARTICIPA COMO LECCIÓN PARA SUPERAR LA BAMA AUTORDESTINA Y LA DEPRESIÓN QUE PARECE DESDE MESES "VAMOS A DEJAR LAS COSAS CLARAS. NUNCA DEBE QUE IRA A DEJAR DE SER MODELO. SUFRÍO DEPRESIÓN Y FUI MODELO EN UNA ÉPOCA EN LA QUE ME QUERRA MUCHO", PUBLICÓ.

MIÉRCOLES
6 DE ABRIL DE 2016

SIN TANTA VUELTA **mi Chero**

HIZO UN SEXI BAILE
ELEVÓ LA TEMPERATURA EN LAS REDES SOCIALES CON SUS MOVIMIENTOS: **20**

DE LA MANO DEL URUGUAYO
"EL NIÑO" TORRES DEJÓ EN APRIETOS AL ATLÉTICO DE MADRID CON SU EXPULSIÓN Y LUIS SUÁREZ LLEVÓ AL BARCELONA AL TRIUNFO EN JUEGO DE LA CHAMPIONS: **26**



TORNEO ASVEDEQUE
TWISTER JR. SE IMPONE 4-3 A LIBERTAD: **31**

LA EX DE CR7 IRINA SHAYK HA DADO DE QUÉ HABLAR POR POSAR CON UN BURRO CON CARA DE CANSADO: **20**

BIEN GALÁN

INSULTADA
GUY RITCHIE, HIJO DE LA CANTANTE MADONNA, DICE QUE ES UN HIJO DE P... EN ALUSIÓN A SU MADRE: **21**



ERICK RUBÍN PREPARADO PARA enfrentar el cáncer

ERICK ESPERA LOS RESULTADOS DE LA BIOPSIA QUE LE REALIZARON LA SEMANA PASADA A CONSECUENCIA DE UN FUERTE DOLOR DE ESTÓMAGO QUE LO LLEVÓ AL HOSPITAL. "ERA UNA OBSTRUCCIÓN Y PUEDE SER UN TUMOR BENIGNO O MALIGNO, O PUEDEN SER MUCHAS OTRAS COSAS", REVELÓ EL CANTANTE AL DIARIO BASTA!



CAITLYN JENNER DEBUTA COMO actriz en televisión

DESPUÉS DE PROTAGONIZAR LA PORTADA MÁS VISTA DE 2015, CONSEGUIR SU PROPIO "REALITY", LANZAR UNA LÍNEA DE COSMÉTICOS Y ARRANCAR SU CARRERA COMO DISEÑADORA, CAITLYN HA DADO UN PASO MÁS EN SU CARRERA: SERÁ ACTRIZ DE TELEVISIÓN. JILL SOLOWAY HA CONFIRMADO QUE JENNER APARECERÁ EN LA TERCERA TEMPORADA DE "TRANSPARENT".



MI CHETIVO/MIÉRCOLES 6 DE ABRIL DE 2016

21 **entre che rada**



La famosa modelo Irina Shayk causó polémica por una fotografía que borró de sus redes sociales. Entérate de qué se trató esta controversia.

Redacción Entre Chera
ENTRECHERADA@GMAIL.COM

La modelo Irina Shayk, la modelo ex de Cristiano Ronaldo, subió recientemente una foto a Instagram tomada por su amiga y compañera de profesión Joan Smalls, que llevaba como pie de foto "Cuando @Joan-Smalls sabe cómo encontrar tus ángulos...", pero la borró inmediatamente pocos minutos después.

La mayoría de las fotografías que sube la modelo rusa en las redes sociales son con poca ropa, por lo que supuso una sorpresa cuando la quitó poco después.

La pregunta entonces es: ¿por qué la borró? Aunque no se sabe el motivo, puede ser por diversas razones: ¿revelaba algún dato de su ubicación que no quería?, ¿había algún problema con contratos y marcas? o ¿simplemente no le gustaba la foto?

Lo que no se desvela tampoco es si sigue con su nuevo "look" de rubio teñido, tal y como se mostró en sus últimas fotos subidas a Instagram, ya que no se le aprecia el color del pelo.

Irina Shayk y Joan Smalls son, además de compañeras de profesión, amigas. En alguna ocasión se les ha podido ver juntas en eventos. Uno de los últimos, en Paris Fashion Week, se las vio junto a otras bellezas como Gigi Hadid o Stella Maxwell.



Irina Shayk y Joan Smalls son, además de compañeras de profesión, amigas. En alguna ocasión se les ha podido ver juntas en eventos.

MEDIOS INTERNACIONALES

Irina Shayk

Con polémica foto



MADONNA, INSULTADA POR su hijo Rocco en Instagram

AL CALVARIO JUDICIAL QUE ESTÁ SUFRIENDO LA CANTANTE Y QUE LE LLEVA A ACTUAR BAJO LOS EFECTOS DEL ALCOHOL SE LE SUMA EL INSULTO PÚBLICO POR PARTE DE SU HIJO GUY RITCHE EN LAS REDES SOCIALES. LA CUENTA DE INSTAGRAM DEL ADOLESCENTE HA DEJADO PERPLEJOS PORQUE SE DEFINE A SÍ MISMO COMO LITERALMENTE "HIJO DE P****", EN CLARA ALUSIÓN A SU MADRE.



EDITH GONZÁLEZ ES propietaria de un 'offshore' en un paraíso fiscal

SEGÚN RESEÑA LA REVISTA PEOPLE EN ESPAÑOL, ENTRE LOS NOMBRES QUE HAN AFLORADO PRODUCTO DE LA FILTRACIÓN DE DOCUMENTOS DEL BUFETE PANAMEÑO MOSSACK FONSECA HAY PERSONALIDADES COMO LA RECONOCIDA ACTRIZ MEXICANA EDITH GONZÁLEZ, EL CINESTA ESPAÑOL PEDRO ALMODOVAR, EL ACTOR CHINO JACKIE CHAN Y EL FUTBOLISTA ARGENTINO LIONEL MESSI.

Entre che rada

MI CHERO/
JUEVES 14
DE ABRIL DE 2016 **20**

COLDPLAY OFRECE UNA FIESTA en el estadio

LA BANDA BRITÁNICA PUSO A SUS PIES A LOS CERCA DE 80.000 ESPECTADORES QUE LLEGARON AL ESTADIO MARACANÁ DE RIO DE JANEIRO PARA ASISTIR AL ESPECTÁCULO DE COLOR Y BUENAS VIBRACIONES OFRECIDO POR EL CUARTETO. PARA ELLO, CHRIS MARTIN, GUY BERRYMAN, JOHNNY BUCKLAND Y WILL CHAMPION SE CENTRARON EN SUS ÚLTIMOS DISCOS, QUE TIENEN UN MARCADO TONO MÁS FESTIVO QUE SUS PRIMEROS ÁLBUMES. SI BIEN DEJARON UN TANTO DE LADO SU PENÚLTIMO TRABAJO, "GHOST STORIES", SEGURAMENTE LA OBRA MÁS OSCURA DE LA BANDA.



Además de bella y talentosa, Chrissy Teigen también demuestra mucha gracia con su pareja.

Redacción de Entre Cherrada
ENTRECHERRAD@MICHORO.COM

No cabe duda de que Chrissy Teigen y John Legend poseen la virtud de la belleza, pero cuando sus rostros son el blanco de la famosa aplicación Face Swap, el resultado es poco menos que aterrador.

Si nunca la has usado, lo divertido de esta popular herramienta es que intercambia los rostros de dos personas. "Face Swap es el nuevo juego de la gente casada", escribió en Instagram Jen Atkin, estilista y amiga de la pareja.

Teigen, de 30 años, también publicó un clip del momento, y al parecer no quedó muy complacida con el resultado de su Face Swap. "Voy a vomitar", escribió la modelo en su post en la red social. "Esto es asqueroso", agregó.

Legend, de 37 años, no pudo parar de reír ante el comentario de Atkin, quien para amenizar más el momento dijo que "quizá su hijo se verá así".

Recordemos que en el pasado ha sido Kim Kardashian la persona que más consejos le ha dado a la modelo Chrissy Teigen cuando se convirtió en mamá por primera vez. Sin embargo, la esposa de Kanye West no ha sido solo su mentora y BFF, también se convirtió en hostes del baby shower de Chrissy en el pasado para algunas celebraciones.

Acompañada por Khloé, Kourtney, Kim Kardashian, Jenna Dewan y Erin Andrews, la esposa del cantante John Legend ha realizado celebraciones en el patio de la casa de Kim Kardashian, que según Us Weekly estuvo decorada con flores blancas y una gran mesa central para las invitadas.

Recordamos que en una de esas fiestas, además de celebrar con comida chatarra como nachos, papas fritas y hamburguesas, el grupo de amigas se tomó miles de fotos en un photo booth que seguro estuvo instalado en algún lugar de la casa.



NATALIA JIMÉNEZ Está embarazada

LA CANTANTE ESPAÑOLA TIENE EMOCIONADOS A SUS FANÁTICOS, PUES A TRAVÉS DE SUS REDES SOCIALES ANUNCIÓ QUE ESTÁ EMBARAZADA. LA INTÉRPRETE DE "CREO EN MÍ" PUBLICÓ EN SU INSTAGRAM UNA TIERNA IMAGEN DE UNOS SUJETADORES DE PAÑALES Y LA PALABRA "WOW", A UN LADO DE LA FOTOGRAFÍA ESCRIBIÓ: "¡SORPRESA! A DIVINA QUIÉN VA A SER MAMÁ... ¡ESTAMOS MUY FELICES DE COMPARTIR ESTA NOTICIA!"

Origen

NOMBRE REAL:
CHRISSEY TEIGEN

ORIGEN:
ESTADOS UNIDOS

PROFESIÓN:
MODELO



Chrissy Teigen
**Belleza
y gracia**

VIERNES
15 DE ABRIL DE 2016

SIN
TANTA
VUELTA

mi Chero

CHILAQUILAS
FÁCIL Y PRÁCTICA
SU PREPARACIÓN.
UN PLATILLO DE
GRAN EXQUISITEZ
PARA DISFRUTAR
EN FAMILIA: **24**



PANTALLAZO
BUSCA LO MEJOR
DE LA PROGRA-
MACIÓN DE LA TV
LOCAL Y LOS
ESTRENOS DEL
CINE: **28-29**



LA HERMOSA MODELO
CLAUDIA ABUSADA TIENE
UN INCONFUNDIBLE FÍSICO.
SENSUAL, CARISMÁTICA E
INTELIGENTE, EN FIN, TODO
EN ELLA ES PASIÓN: **26**

A TU SALUD



TREPIDANTE
EL LIVERPOOL
LOGRÓ REMONTADA
HISTÓRICA AL
VENCER 4-3 AL
BORUSSIA
DORTMUND: **34-35**

PASO FIRME

UES Y ADAC INICIAN CON VICTORIAS LA FASE FINAL
DEL TORNEO DE PRIMERA CATEGORÍA ADFA: **36**



Entre che rada

MI CHERO/
VIERNES 15 DE
ABRIL DE 2016 **26**

PAULINA RUBIO Está casada

PAULINA RUBIO Y GERARDO BAZÚA PODRÍA YA HABERSE CONTRAÍDO MATRIMONIO, SEGUN UNA FUENTE CERCANA A LA "CHICA DORADA". LA PAREJA SE HABRÍA CASADO EN MIAMI, SEMANAS ANTES DEL NACIMIENTO DE SU PRIMER HIJO JUNTOS. LA CANTANTE DE 44 AÑOS BLO A LUZ EL PASADO 5 DE MARZO, Y DIJO A LA REVISTA ESPAÑOLA HOLLA QUE EL BEBÉ NACIÓ POR CESÁREA: "ESTOY SUPERBIEN (...) FUE UNA SEGUNDA CESÁREA, NO FUE PROGRAMADA. ROMPI AGUAS A LA O DE LA TARDE Y A LAS 8 DE LA NOCHE FUE OFICIAL QUE IBAMOS A TENER UNA SEGUNDA CESÁREA Y ESTAMOS SUPERBIEN".



Claudia Abusada fue la protagonista de infantantes fotografías. Te presentamos a esta belleza latina.

Redacción de Entre Cherrada
ENTRECHERRADA.COM

Quizá la primera vez que se le vio fue en uno de esos comerciales de cerveza, en los que todo era felicidad, a como actriz en telenovelas. De cualquier manera, estamos seguros de que muchos no la pudieron olvidar. Claudia es de esas mujeres que desean huella. Empezó a los 17 años, cuando por insistencia de una amiga se presentó al primer y único concurso donde participaría.

Poco le importó que no ganara, pues a

partir de ese momento le llevaron las ofertas de trabajo. Participó en diversos comerciales en Colombia, Bolivia y Ecuador.

Como el público quería verla más, la convocaron para papeles en telenovelas como "Luciana y Nicolás", "Qué buena raza" y "Damas de honor". Obviamente, no pasaba desapercibida, pues su talento y belleza capturaba la atención de todos.

Claudia confiesa que le gustan los hombres caballeros, inteligentes y de manos grandes. Y, aunque pretendientes le sobran, cuenta que aún no ha

encontrado al príncipe azul que la deslumbró. Su sensual y festiva sesión de fotos es el mejor regalo que les ha podido entregar a los lectores de varias revistas, como SoHo Pin.

Además, Claudia Abusada utilizó sus redes sociales para compartir un infantilante video de la sesión de fotos que realizó para SoHo Pin.

En la grabación del detrás de cámaras se le ve totalmente desnuda y posando muy sensual para el lente del fotógrafo.

Bomba Sexual

horóscopo

SI USTED NACIÓ HOY

El horóscopo y la astrología son creencias que se basan en la observación de los cuerpos celestes y su influencia en la vida humana. Este horóscopo es una guía para entender mejor a uno mismo y a los demás. No se debe tomarlo como una predicción exacta, sino como una herramienta para reflexionar y actuar. La vida depende de nosotros mismos y de nuestras decisiones.

Aries

MARZO 20 A ABRIL 20
UN DESEO DE MEJORAR Y DE EXPANDIR SU HORIZONTE PERSONAL LE MOTIVARÁ. BUENAS NOTICIAS DESDE LEJOS. POSIBLE PLAN DE VIAJE. HÁGASE UN ITINERARIO ORDENADO.

Números de la suerte: 7, 17 y 21



Libra

SEPT. 24 A OCT. 23
UNA SITUACIÓN QUE PARECÍA TERMINADA VOLVERÁ A SURTIR. POSIBILIDAD DE DISTANCIAMIENTO CON AMIGOS POR ASUNTOS FINANCIEROS. EVITE APRESURAMIENTOS.

Números de la suerte: 5, 8 y 19

Tauro

ABRIL 21 A MAYO 20
SU VIDA SOCIAL PODRÍA TENER RAMIFICACIONES LABORALES. CREARÁ Y RECIBIRÁ OPORTUNIDADES PROFESIONALES A TRAVÉS DE SU CONSIDERABLE INGENIO. MUCHO ENCANTO.

Números de la suerte: 4, 6 y 11

Géminis

MAYO 22 A JUNIO 21
SU VIDA TANTO LABORAL COMO PERSONAL LE DARÁ GRANDES SATISFACCIONES. CAPITALICE SU SUERTE EN LO SOCIAL. SU CARISMA IMPRESIONARÁ A TODOS LO QUE CONCIERTA.

Números de la suerte: 8, 12 y 16

Cáncer

JUNIO 22 A JULIO 23
BUEN MOMENTO PARA AJUSTARSE A UN RESUMIENDO Y OCUPARSE DE SUS CUESTAS. AUNQUE EL DÍA SERÁ FAVORABLE PARA NUEVAS ADQUISICIONES. BUSQUE LAS OFERTAS.

Números de la suerte: 17, 30 y 5

Leo

JULIO 24 A AGOSTO 23
EMERGENCIA DE UNA OCASIÓN SOCIAL CON UNA CONFIANZA RECIBIDA. ACQUIRIDA. TENGA PRESENTE SUS ANHELOS PERSONALES. INICIE UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO FÍSICO.

Números de la suerte: 1, 9 y 10

Virgo

AGOSTO 24 A SEPT. 23
UNA ACTITUD DESOLIBADA PRIVALECERÁ POR LA MANERA. SUS PENSAMIENTOS ESTARÁN DIRIGIDOS HACIA LO LABORAL. NO PERDA LOS ESTREBOS. SI ALGO SORPRESIVO SURTIERA.

Números de la suerte: 10, 15 y 21

Escorpio

OCT. 24 A NOV. 22
MOMENTO DE DISFRUTAR DE LAS COSAS BUENAS DE SU VIDA. EVITE CORRER RIESGOS FINANCIEROS O MOSTRARSE INNECESARIAMENTE EXTRAVAGANTE. NOCHE FELIZ EN FAMILIA.

Números de la suerte: 4, 13 y 21

Sagitario

NOV. 23 A DIC. 21
UN ASUNTO SERÁ PEQUEÑO, PERO AUN ASI LE MOLESTARÁ. EVITE DESACUERDOS CON SOCIOS O EMPLEADOS. UN AMIGO PESARISTA PODRÍA PONERLE DE MAL HUMOR.

Números de la suerte: 9, 14 y 23

Capricornio

22 DIC. A ENERO 20
DURANTE UNA REUNIÓN SOCIAL PODRÍA RECIBIR UNA SUGERENCIA IMPORTANTE PARA SU TRABAJO. PERO EVITE PENSAR EN LO LABORAL. POR LA NOCHE DIVERTASE.

Números de la suerte: 3, 16 y 29

Acuario

ENERO 21 A FEBRERO 19
MOMENTO DE GRAN ALEGRÍA. PERO PROBABILIDAD DE FANTASMAR EN EL PLANO DEL AMOR. EL DINERO SE LE IRA DE LAS MANOS. NO TEMA SI ALGUIEN LE OFENDIERA UN TRATO.

Números de la suerte: 7, 14 y 20

Piscis

FEBRERO 20 A MARZO 19
DIE QUE LOS MAYORES DE SU FAMILIA DISFRUTEN HACIENDO LAS COSAS A SU MODO. NO SE SIENTE PREOCUPADO SI ALGUIEN ESTUVERA MÁS SILENCIOSO DE LO NORMAL.

Números de la suerte: 11 y 18

Entre che rada

MI CHERO/
DOMINGO 17 DE
ABRIL DE 2016 **20**



VICENTE FERNÁNDEZ Dijo adiós

VICENTE FERNÁNDEZ, UNA DE LAS GRANDES VOCES DE LA CÁNCION RANCHERA, SE DESPIDIÓ ANOCHE DE LOS ESCENARIOS Y DE SU PÚBLICO CON UN MULTITUDINARIO CONCIERTO GRATUITO EN EL ESTADIO AZTECA DE LA CAPITAL MEXICANA, QUE SE PRESENTÓ BAJO EL TÍTULO "UN AZTECA EN EL AZTECA". "NO TENGO PALABRAS PARA EXPRESAR TODO LO QUE SIENTO. ILLOS VEO EN EL AZTECA!", ESCRIBIÓ ANTES EL CANTANTE EN SU PERFIL DE TWITTER PARA ACOMPAÑAR LAS ÚLTIMAS HORAS DE ESPERA DE SUS SEGUIDORES.

Alejandra Isaza vuelve a ser noticia gracias a sus atributos. Es una de las chicas más bellas de Latinoamérica.

Origen

NOMBRE REAL:
ALEJANDRA ISAZA

ORIGEN:
COLOMBIA

PROFESIÓN:
MODELO



NATALIE PORTMAN Animadora

LOS OSCARIZADOS NATALIE PORTMAN Y CHRISTOPH WALTZ ANIMARON LA APERTURA DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE PEKÍN, UNA FIESTA DEL SÉPTIMO ARTE QUE CELEBRA ESTE AÑO SU SEXTA EDICIÓN, CON EL OBJETIVO DE AUMENTAR SU PRESENCIA EN EL PANORAMA MUNDIAL, SI BIEN SU PESO EN LA INDUSTRIA SIGUE SIENDO LIMITADO. LA ALFOMBRA ROJA VOLVIÓ A EXTENDERSE EN EL LAGO YANQI DE PEKÍN.

Redacción de Entre Cherrada
@entrecherrada

Te contamos un poco sobre la historia de una de las modelos más bellas de Latinoamérica. Ella es Alejandra Isaza Vales y acá un poco de sus datos. Ella es una colombiana que desde hace 10 años trabaja como modelo, una de sus participaciones más destacadas ha sido en la feria más importante de moda de su país, Colombiamoda, donde esta chica ha sorprendido con su belleza y su espectacular cuerpo a todos los asistentes.

Además, estuvo un tiempo de presentadora en el canal Tigo Music, en la ausencia de Vici Ocaso, profesión que también le quedó gustada y a la que le gustaría dedicarse en algún tiempo y lograr coincidir una carrera en los medios.

Cuando se le pregunta qué tan intenso se vuelve la preparación de una modelo antes de Colombiamoda, responde de la siguiente manera: "Bastante, tuve mucho trabajo, todas las marcas quieren tener fotos para sus stand. Además, hay que sacar tiempo para estar en forma, aunque soy muy relajada y nada obsesiva con el gimnasio".

Cómo hacia dónde enfoca su carrera en los próximos años, ella dice: "Consolidarme como presentadora, aunque sin importar la edad siempre quiero hacer fotos aspiracionales. Quiero aprovechar que he construido una imagen en este medio para lanzar mi propia marca, así que aspiro a tener mi empresa".

Y agrega: "Soy muy católica y pongo a Dios ante todo. A muchos proyectos y tipos de fotos les digo 'no, gracias', porque aunque aparentemente dan reconocimiento, comprueban mis principios y no lo".

Ella, con apenas 22 años de edad y poseedora de una belleza fresca pero al mismo tiempo seductora, camina a veces las pasarelas por otros escenarios en donde luce sus mejores atributos, según se co-



Soñamos con ella

MARTES
19 DE ABRIL DE 2016

SIN TANTA VUELTA
mi Chero

FRUTAS FRESCAS

EN EL MERCADO DE SANTA TECLA ENCONTRARÁ VARIEDAD A BUEN PRECIO: 15



MIS SECRETOS
LA CANTANTE SELENA GOMEZ REVELÓ PARTE DE SU VIDA PRIVADA: 21

JEIMMY GARZÓN ES LA DEFINICIÓN PRECISA DE SENSUALIDAD; DE GRANDES ATRIBUTOS QUE SIEMPRE ROBAN MIRADAS: 20

SIENTE PASIÓN

NO LES VANADA BIEN

BARCELONA ANDA SIN BRÚJULA Y PONE EN PELIGRO LA POSIBILIDAD DE GANAR LA LIGA: 26



GOLEADA

ESTANZUELAS MASACRA A LA LIBERTAD 6-3 EN 2.ª VUELTA DEL TORNEO ASVEDEQUE: 31

JUEVES
21 DE ABRIL DE 2016

SIN TANTA VUELTA **mi Chero**



NO APOYA A TRUMP
SOFIA VERGARA DEJÓ EN CLARO Q
NO RESPALDA CANDIDATURA DE
REPUBLICANO: 2

¡QUÉ RUBIA!

LA CONEJITA DE PLAYBOY **LINDSEY PELAS** ES UNA ALBOROTADORA DE LAS REDES SOCIALES PORQUE ES PURA SENSUALIDAD: 20

SE QUISO MATAR
Chris Brown admitió que pensó en quitarse la vida por golpear a Rihanna: 22



RESUCITÓ
BARCELONA VOLVIÓ A DAR SEÑALES DE VIDA AL APLASTAR 0-8 AL DEPORTIVO POR LA LIGA ESPAÑOLA: 26

NO TUVIERON PIEDAD
EL MUNICIPAL DERROTÓ 5-1 AL ESCUELA F. C. EN EL TORNEO FEMENINO DEL CAFETALÓN: 29



VIERNES
22 DE ABRIL DE 2016

SIN
TANTA
VUELTA

mi Chero

PANTALLAZO
BUSCA LO MEJOR
DE LA TV LOCAL
Y LOS ÚLTIMOS
ESTRENOS
EN LAS SALAS
DE CINE
:20-21



DESEO EXTREMO

CRYSTAL HARRIS ES
UNA CHICA SUPERHOT,
CONEJITA DE PLAYBOY.
LA CONSIDERAN UNA DE
LAS MODELOS MÁS
HERMOSAS DE LA
FARÁNDULA :18

**FIESTAS
ENSAN
MARCOS**
FIN DE SEMANA
DE PACHANGA
EN EL
MUNICIPIO
:22

A ROMPER LA COSTUMBRE



ÁGUILA ENTRENA
ENCANCHA
SINTÉTICA
PARA ENCARAR
EL JUEGO DE
MAÑANA FRENTE AL
SANTA TECLA :30



NO PASA NADA

CRISTIANO
RONALDO LE RESTÓ
IMPORTANCIA A UNA
LESIÓN QUE SUFRIÓ
EN EL PARTIDO DE
REAL MADRID CONTRA
VILLARREAL :26

Entre che rada

MI CHERO/
SABADO 23
DE ABRIL DE 2016 **17**

GALILEA MONTIJO SUFRIÓ por cirugía plástica

EXISTEN CONDUCTORAS QUE NO SOLO IMPACTAN POR SU TALENTO Y SIMPATÍA, SINO QUE TAMBIÉN LO HACEN POR SU BELLEZA Y ESPECTACULAR CUERPO. UNA DE ELLAS ES GALILEA MONTIJO. LA TAMBIÉN ACTRIZ DIO MUCHO DE QUÉ HABLAR AL REVELAR QUE SUFRIÓ A FINALES DEL AÑO PASADO A CONSECUENCIA DE UNA CIRUGÍA PLÁSTICA. EN ENTREVISTA CON EL DIARIO BASTAI DIO QUE SE SOMETIÓ A UNA INTERVENCIÓN QUIRÚRGICA PARA CAMBIAR LA PRÓTESIS DE SU BUSTO. DEBIDO A QUE SALIÓ DEFECTUOSA Y OPTÓ POR CUIDAR SU SALUD Y PONERSE UNA NUEVA.



Carol Saraiva es una de las modelos más impresionantes de Brasil. Hoy se la presentamos.

Redacción de Entre Cherada
ENTRECHERADA@MICHERO.BV

Carol Saraiva es una de las nuevas estrellas del modelaje de Brasil. Su éxito está impresionando al público y cada vez tiene más fans en su carrera profesional.

Además de mostrar sus curvas perfectas para las páginas de varias publicaciones, Carol Saraiva también concedió una entrevista en la que habla de sus entrenamientos, su carrera, da consejos y habla de su actividad como empresaria.

"Me encanta entrenar las piernas y los hombros. No me gusta entrenar las pantorrillas", dijo Carol a una publicación.

En la misma entrevista, Carol también dio consejos para las mujeres y sus entrenamientos de glúteos y para lograr el trasero perfecto.

"Si hay un grupo de músculos donde se ejerce la creatividad, seguro son las piernas. Piernas grandes rara vez son logradas por accidente. Mucha gente pierde el tiempo buscando el ejercicio milagroso, cuando en realidad deberían estar prestando atención más en el número de repeticiones, el volumen de entrenamiento, la intensidad y la frecuencia de los ejercicios básicos. Enfóquense en la comprensión de estas variables y se destinarán a grandes resultados. Mis ejercicios favoritos son las sentadillas, fregadero, prensa de piernas y peso muerto", dijo la modelo Carol Saraiva.

Además es una mujer que le va bien como empresaria, pues es la primera modelo en poner en marcha una línea de suplementos con su nombre: Carol Serie Saraiva, entidad que se robó el show durante el Arnold Classic Brasil, que tuvo lugar en Río de Janeiro. Durante su paso por la feria más grande de la nutrición en América Latina, Carol Saraiva habló sobre la situación actual del mercado del fitness y sobre la crisis notoria que ha afectado a miles de brasileños.

"La crisis no ha tocado el festival Arnold, mi marca ha ganado el premio de mejor importados pre-entrenamiento y tuvimos un buen número de ventas", dijo la modelo.



MUERE CHYNA, campeona de lucha libre

JOAN LAURER, LA POPULAR CAMPEONA DE LUCHA LIBRE DE LA WWF, MEJOR CONOCIDA COMO CHYNA, MURIÓ EL PASADO MIÉRCOLES A LOS 46 AÑOS DE EDAD, EN SU CASA EN CALIFORNIA. LA POLICÍA DE REDONDO BEACH, CALIFORNIA, CONFIRMÓ QUE LAURER FUE HALLADA MUERTA EN SU APARTAMENTO. LA POLICÍA DIO QUE FUE NOTIFICADA POR UN AMIGO QUE ENTRÓ A REVISAR SU APARTAMENTO Y LA ENCONTRÓ INCONSCIENTE.

Origen

NOMBRE REAL:
CAROL SARAIVA

ORIGEN:
BRASIL

PROFESIÓN:
MODELO

Caída del cielo

MIÉRCOLES
27 DE ABRIL DE 2016

SIN TANTA VUELTA **mi Chero**

UNIERON SUS VOCES
SHAKIRA Y CARLOS VIVES GRABAN LA CANCIÓN "LA BICICLETA": **21**



A SUS 49 AÑOS, LA ACTRIZ, MODELO Y CANTANTE LORENA HERRERA, SIGUE SIENDO UNA MUJER IMPONENTE Y SENSUAL: **20**

SE VE BIEN



SIN NADA DE EMOCIÓN
REAL MADRID EMPATÓ A CERO CON EL MANCHESTER CITY: **26-27**

EQUIPO BANDERA DESESPERADO
MARTE SE LA JUEGA CON PASAQUINA A LA ESPERA DE QUE LA UES NO SUME: **28**

METAL FEST
SABADO HABRÁ DESCARGA DE ENERGÍA EN LA CUNA DEL "MÁGICO": **22**



Entre che rada

MI CHERO/
JUEVES 28
DE ABRIL
DE 2016

20

NINEL CONDE

Ella se impone

BIEN DICEN QUE EL MIEDO NO ANDA EN BURRO Y ESO ES LO QUE LE PASA A NINEL CONDE. PUES DESPUÉS DE QUE SE SUPO QUE LA CANTANTE TIENE UN FAN ACOSADOR QUE SUPUESTAMENTE LA SIGUE POR TODO MÉXICO, LA TAMBIÉN ACTRIZ HA TOMADO MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA PROTEGERSE. PUES SE HA HECHO DE UN FUERTE SEQUITO DE GUARDAESPALDAS: "MAY QUE TOMAR PRECAUCIONES, VO CRED QUE ES RARO DECIR QUE ES UN FAN ACOSADOR, PORQUE UN FAN NO ES ACOSADOR, MÁS BIEN ÉL ES UN ACOSADOR CON UN PROBLEMA", DUDO "EL BOMBÓN ASESINO".



Origen

NOMBRE REAL:
JASS REYES.

ORIGEN:
MÉXICO.

PROFESIÓN:
MODELO Y
CANTANTE.

La sexi cantante y modelo Jass Reyes lanza su primer sencillo para lanzarse al escenario. Hoy se la presentamos.

Redacción de Entre Cherrada
@ENTRECHERRADA

Más allá de la escultural figura que mostró hace tiempo en una reconocida revista para caballeros, Jass Reyes cuenta con un gran talento que no duda en utilizar y más ahora con su primer EP.

En entrevista con Diario de México dijo sobre su producción que sale en agosto: "Por el momento consta de seis canciones, incluye algunas colaboraciones que hice con Christian Chávez y Diego Amos. Después de "La Voz México", sacar un sencillo y por mucho tiempo había deseado sacar un disco. Finalmente tengo la oportunidad de hacerlo".

El primer sencillo, "Tainted", forma parte de su vida; ante esto, explica: "Es la primera vez que abiertamente lo voy a confesar, pero en algún momento de mi vida llegué a sufrir de violencia en alguna relación y lo más difícil de todo es que yo no me había percatado".

En esta producción aborda temas que desde hace tiempo quería sacar, ya que se siente lista para expresar lo que sentía en ese momento.

Asimismo, su trabajo va dirigido a todas las personas que como ella han pasado situaciones similares. Destacó que gracias a sus seres queridos, especialmente su familia y a su mamá, ella pudo superar esa etapa de su vida.

Uno de los motivos por los que Reyes canta en inglés es que busca que su música se internacionalice; ante esto, puede caer en la discusión de no usar el español; sin embargo, también cuenta con temas en español, como el caso de "Cielo en llamas", "Pienso en ti" y "A cada paso que doy".

Jass Reyes

Sexi al escenario



ELVIS CRESPO

Sufrió accidente

EL CANTANTE ELVIS CRESPO SUFRIÓ UN APARATOSO ACCIDENTE EN SU HOGAR EN MIAMI, FLORIDA, HACE ALCUNOS DÍAS. EL CANTANTE SUFRIÓ UNA CAÍDA MIENTRAS BAJABA UNAS ESCALERAS EN SU HOGAR, OCASIONÁNDOSE UNA FRACTURA EN EL PIE DERECHO, POR LA QUE TUVO QUE SOMETERSE A UNA CIRUGÍA; "COMENZÓ A GRITAR DURO; PENSÉ QUE SE TRATABA DE UNA BROMA", DIJO LA ESPOSA DEL CANTANTE, MARIBEL VEGA, A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

SÁBADO
30 DE ABRIL DE 2016

SIN
TANTA
VUELTA

mi Chero



TRACY SÁENZ ES UNA
MODELO QUE CON SUS
CURVAS DE INFARTO SE HA
CONVERTIDO EN UNA MUSA
DE PLAYBOY: 17

NUEVA CONEJITA

SIN SUS
ESTRELLAS
NI CRISTIANO NI
BENZEMA VERÁN
ACCIÓN HOY CONTRA
EL REAL SOCIEDAD
POR LA LIGA: 27



ESTÁN A UN PASITO

SI BAYERN DERROTA HOY AL BORUSSIA SE LLEVA
EL CUARTO TÍTULO DE LA BUNDESLIGA: 29

FESTIVAL
DE LAS
FLORES

PANCHIMALCO
SE VISTE DE
COLORES CON
SU TRADICIONAL
FIESTA
CULTURAL



FOTOGRAFÍAS DE LA REALIZACIÓN DEL GRUPO FOCAL A

DE 18-24 AÑOS



FOTOGRAFÍAS DE LA REALIZACIÓN DEL GRUPO FOCAL 2

DE 24-29 AÑOS

