

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



**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS NOTICIAS EN LA SECCIÓN  
DE ESPECTÁCULOS DE LOS PERIÓDICOS MI CHERO Y MÁS,  
DESDE EL MENSAJE, PARA DETERMINAR LA EXISTENCIA DE  
ESTEREOTIPOS DE GÉNERO DURANTE EL PERÍODO DEL 1 DE  
ABRIL AL 1 DE MAYO 2019.**

PRESENTADO POR:  
ASIRIA YAMILETH LÓPEZ ARTIGA  
KAREN YANETH VÁSQUEZ ALVAREZ

CARNET:  
LA09047  
VA06036

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

MAESTRO JUAN CORONADO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ  
DOCENTE DIRECTOR

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

03 DE OCTUBRE DE 2019

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MAE. ROGER ARMANDO ARIAS

**RECTOR**

DR. MANUEL DE JESÚS JOYA

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

ING. NELSON GRANADOS

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MTRO. CRISTOBAL RÍOS

**SECRETARIO GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y  
HUMANIDADES**

MSD. JOSÉ VICENTE CUCHILLAS MELARA

**DECANO**

MST. EDGAR NICOLÁS AYALA

**VICEDECANO**

MSC. 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 LOS PROCESOS DE GRADO**

MSC. JUAN CORONADO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

**DOCENTE DIRECTOR**

## AGRADECIMIENTOS

“Porque yo sé muy bien los planes que tengo para ustedes dice el Señor, planes de bienestar y no de calamidad, a fin de darles un futuro y una esperanza” (Jeremías 29:11).

El llegar a la culminación de mi carrera universitaria, me demuestra que cada día de mi vida Dios, ha sido fiel, guiándome e iluminándome en este largo trayecto.

Agradezco infinitamente a mi madre **Lila Artiga**, por todo su esfuerzo en mi educación y en la de mis hermanos. Gracias porque siempre conté con su amor ayuda y protección. A mi abuela **Julia Recinos**, que ya no se encuentra con nosotros, pero quien fue una pieza fundamental para que obtuviera este logro, hasta el cielo gracias.

A mis hermanos **Marlon, William** y a mi hermana **Karla**, por su apoyo cuando lo necesite. Y sin duda alguna a mis bellos sobrinos, **Isaac, Michelle y Daniel** quienes me inspiraban cada día a lo lograr mi meta.

A todos las y los docentes, que a lo largo de mi carrera formaron parte de mi preparación profesional en especial al **Lic. Juan Coronado Hernández** por su guía y asesoramiento en nuestra tesis.

También agradecer a mi familia en general en especial a mis tías **Reyna y Memi** por su apoyo incondicional en todo momento. A mis amigas y amigos que a lo largo de mi educación fueron de gran bendición para mi vida, **Erick, Gaby, Atilio, Geraldine, Oscar Iris, Luis, Evelyn, Made y Vane**. Y a todas esas personas que confiaron en mí y formaron parte de mi vida en este camino, muchas gracias.

**Asiria Artiga**

## AGRADECIMIENTOS

Llegar hasta aquí no ha sido fácil, se han presentado altos y bajos, pero todo esfuerzo tiene su recompensa y primeramente quiero agradecer a mi Dios todopoderoso que me ha acompañado en este largo camino que culmina con la tesis. Gracias Dios por nunca desampararme y siempre demostrarme que aunque el camino sea largo, se puede llegar a la meta.

Asimismo, agradecer a mi madre **Inés de Vásquez** por ser mi amiga y compañera en esta carrera, por nunca soltar su mano y nunca dejar de confiar en mí, a mi padre **Santiago Vásquez** por siempre animarme a luchar por mis sueños. A mi familia en general por apoyarme en todo lo que necesite.

Mis agradecimientos a la niña **Ana María** por ser un pilar fundamental y una bendición desde que entre a la universidad. También, agradecer a mi asesor **Lic. Juan Coronado Hernández** por guiarnos y prepararnos en nuestro trabajo de grado y muchas gracias a mis grandes amigos y compañeros que fueron parte de este camino.

Además, quiero agradecer a una persona especial que me hubiera encantado tener a mi lado **Flavio Escobar**, gracias por siempre confiar en mí y sé que estas orgulloso desde el cielo, a su madre **Rosa Escobar** porque ha sido de gran apoyo en mi vida.

Quiero dedicar esta tesis a mis sobrinos **Gabriela Alvarez** y **Emerson Vásquez**, para motivarlos a que con esfuerzo y dedicación, todo es posible en esta vida. NUNCA DIGAS NO PUEDO, porque no existe límites para alcanzar nuestros sueños.

**Karen Vásquez**

**Santiago 1:5**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	6
CAPÍTULO 1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	8
1.1 Planteamiento del problema .....	8
<b>1.2 Pregunta guía</b> .....	13
<b>1.3 Objetivos de la investigación</b> .....	14
<b>1.4 Justificación</b> .....	15
CAPÍTULO 2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS – METODOLÓGICAS .....	17
<b>2.1 Antecedentes del objeto de estudio</b> .....	17
<b>2.2 Perspectiva teórica</b> .....	23
<b>2.3 Sistema de Conceptos</b> .....	26
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA .....	32
<b>3.1 Definición de la muestra</b> .....	32
<b>3.2 Definición de las técnicas de investigación</b> .....	34
CAPÍTULO 4. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	39
<b>4.1 Exposición de los resultados</b> .....	39
<b>4.2 Análisis de los resultados</b> .....	81
CAPÍTULO 5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	112
CAPITULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	125
<b>6.1 Conclusiones</b> .....	125
<b>6.2 Recomendaciones</b> .....	132
CAPITULO 7. FUENTES DE CONSULTA .....	136
ANEXO	

## INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de hacer una crítica a la producción de mensajes dentro de la sección de espectáculos de los periódicos “Mi chero” y “Más”, basada en la lectura de la sección antes mencionada se identificó el manejo de forma estereotipada del lenguaje hacia la mujer. Con ello se determinaron y categorizaron los diferentes estereotipos que ambos presentan en sus notas periodísticas.

A partir del tema de investigación “Análisis de contenido de las noticias en la sección de espectáculos de los periódicos Mi Chero y Más, desde el mensaje para determinar la existencia de estereotipos de género durante el periodo del 1 de abril al 1 de mayo 2019”; realizamos un análisis en los mensajes de entretenimiento de dichos periódicos; los cuales merecen una importante crítica recurrente por la influencia que generan en los lectores, ya que se ha encontrado el uso de la figura de la mujer como objeto sexual dentro de sus notas periodísticas.

Asimismo, con este estudio se hace una propuesta crítica sobre la producción de los mensajes y el lenguaje utilizado por los mismos periodistas y redactores hacia sus lectores. Por consiguiente proporciona insumos para que el lector pueda analizar la información desde otra perspectiva.

La investigación contiene, en sus primeros apartados, la definición del objeto de estudio, el planteamiento del problema, la pregunta guía, los objetivos de la investigación y justificación. Con ello conocimos a profundidad de qué trató el objeto en estudio y así vimos más claro el planteamiento de la investigación.

En el segundo capítulo encontramos las consideraciones teóricas- metodológicas, los antecedentes del objeto de estudio, la perspectiva teórica y el sistema de conceptos que reforman las teorías de comunicación aplicadas al análisis de contenido.

En el tercer capítulo se presenta la metodología utilizada, la cual describe el carácter de nuestra investigación cualitativa, además, de las técnicas que elegimos para el análisis.

En el cuarto capítulo exponemos los resultados de las técnicas utilizadas a través de un vaciado de información en cuadros de análisis. En el quinto capítulo se integran el análisis e interpretación de los resultados, las conclusiones y recomendaciones sobre el tema investigado y finalizando, se encuentran los anexos que refuerzan la investigación.

# CAPÍTULO 1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

## 1.1 Planteamiento del problema

Para conocer la problemática, primero hay que plantear ¿Qué es Estereotipo de Género? Ya que este fue el concepto central que guió nuestro análisis y a la vez nos ayudó a identificar y vincular este término en el desarrollo de la investigación.

Los estereotipos de género en los medios de comunicación tienen un reconocimiento social, ya que son el marco de referencia de la vida política, económica y social. Al mismo tiempo son un poderoso instrumento de creación de opinión pública.

Asimismo, a través de ellos y de lo que ofrecen, construyen en las personas una percepción de mundo que influye en el comportamiento, en tanto que conforman el pensamiento. Son constructores de la realidad social, ya que imponen estilo de vida a través de modas y personajes que refuerzan con la opinión de sus editoriales, de tal manera que los modelos de referencia en los que se apoyan contribuyen a perpetuar y a reforzar el orden establecido. (Balseiro, et al., 2008)

Es así que los medios de comunicación son los suministradores de la cultura patriarcal, a través de los cuales se difunden modelos y comportamientos sexistas, se potencian roles y valores dominantes asociados a lo masculino que siguen estando como valor universal, mientras que lo femenino como lo negativo.

Por esa razón, las relaciones de las mujeres con los medios de comunicación deben de ser examinadas desde distintos ángulos, ya que se enfrentan a ello desde una triple óptica: Cómo objeto, consumidoras y profesionales, y con todos estos aspectos se efectúa un tratamiento diferente con respecto al sexo.



Desde hace tiempo los medios de comunicación se centran en destacar o mostrar cuerpos perfectos y presentar a la mujer como objeto sexual.

Colocar y mantener en agenda mediática el tema de las estructuras que reproducen desigualdades es parte de la responsabilidad social del medio y del aporte periodístico en la construcción democrática.

Los medios interpretan la realidad y, de alguna forma, la construyen. Los profesionales aportan su subjetividad en esta construcción. Los medios nos presentan en sentido metafórico una “fotografía” de la realidad; esto es, interpretaciones que pueden depender del punto de vista del emisor o de la línea editorial de medio.

Es común encontrar imágenes de mujeres como producto en carteles de gran tamaño, considerando el cuerpo de la mujer como un medio para promover la venta, frecuentemente de manera “incidental”.

Estas actitudes también contribuyen a la difusión de la pornografía y a la representación y otro tipo de explotación comercial de la mujer como objeto sexual, antes que como persona.

Es importante, conocer la ética periodística que debe manejar el medio y el periodista a la hora de redactar una nota, ya que es de poco conocimiento para algunos y por lo tanto caen en este error al hacer uso del lenguaje sexista.

Asimismo, desde que se iniciaron los estudios de género, y desde que estos se preocuparon por el tratamiento de la información a través de los medios, ha pasado mucho tiempo. Hoy el tema de género está en la agenda pública, y socialmente se han producido cambios importantes aunque mucho más lentamente de lo que nos gustaría.

Las noticias presentan a las mujeres en ámbitos relacionados con los espacios sociales tradicionalmente asignados, pues están muy presentes en temas de niñez, salud y sociales, y en las noticias las mujeres están presentes en temas que socialmente son considerados propios de mujeres, lo que sustenta un imaginario social que refuerza estereotipos de género respecto a los ámbitos de interés de las mujeres (belleza, niñez y farándula).

Para nuestra investigación, nos centramos en dos periódicos comerciales en El Salvador, que muy claramente se destacan por manejar la figura femenina como objeto sexual, tales como Mi Chero y Más, siendo éstos de preferencia del sector popular salvadoreño.

Lozano explica que desde la producción de mensajes se debe tomar en cuenta la manera en que los medios de comunicación se encuentran integrados a nuestra vida cotidiana y cómo influye en nuestro comportamiento. (Lozano, 2007).

Decidimos tomar estos dos periódicos ya que son de la preferencia de muchos salvadoreños, que se familiarizan con el tipo de lenguaje a través de los patrones culturales que en sus hogares o ambiente de trabajo ya fueron establecidos.

Además, a través de la explotación del cuerpo femenino se encuentra un plus comercial por el gusto que tiene el sector popular y estos tienden a tener más circulación y ganancias monetarias para ambos periódicos.

La imagen de una mujer en ropa interior es plasmada a diario en las partes más visibles del periódico, en ocasiones esta imagen de la mujer perfecta, recubre un título de la madera del periódico.

Creando en los potenciales consumidores un deseo por adquirir el periódico al sentirse identificado con el tipo de lenguaje que ofrece y su precio accesible, produce un aumento en las ventas del periódico.

Para desarrollar nuestra investigación decidimos tomar el paradigma fundamental de Estudios Culturales, teniendo como interés “Analizar una forma específica del proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de la cultura, de prácticas sociales compartidas, de un área común de significado” (Lozano, 2007) .

Teniendo como objetivo el definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado.

En el concepto de cultura caben tanto los significados y valores que surgen y se difunden entre las clases y grupos sociales, como las prácticas efectivamente realizadas a través de las que se expresan valores y significados y en las que están contenidos”. (Lozano, 2007)

Se tuvo de la mano la metodología cualitativa, con ello nos facilitó la técnica de investigación, debido que en “La investigación cualitativa, se plantea, por un lado, que observadores competentes y cualificados pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás.

Además, como un conjunto de técnicas o métodos como las entrevistas, las historias de vida, el estudio de caso o el análisis documental, el investigador puede fundir sus observaciones aportadas por los otros”. (Rodriguez & Flores, 1996)

En esta investigación el análisis de contenido se vuelve importante porque se sitúa en el ámbito de la investigación cualitativa, donde se descubrió los componentes básicos de un fenómeno social que día a día se ve reflejado en nuestros medios de comunicación.

Al conocer de fondo la temática, surgió una pregunta guía que es la columna vertebral de esta investigación, la cual sirvió de guía durante todo el análisis.

## **1.2 Pregunta guía**

¿Cuál es el interés cultural o comercial de los periódicos Mi Chero y Más en utilizar a la mujer como objeto sexual en las noticias de la sección de espectáculos?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Identificar el interés cultural o comercial de los periódicos Mi Chero y Más al utilizar a la mujer como objeto sexual en sus notas de espectáculos en la sección Entre cherada y Chivo.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- 1.** Determinar a través de un análisis de contenido los factores comercial o cultural que los periódicos Mi Chero y Más persiguen en el tratamiento informativo de sus notas periodísticas.
- 2.** Demostrar el interés comercial de los periódicos Mi Chero y Más a la hora de seleccionar la pauta informativa en la sección de espectáculos.
- 3.** Identificar los diferentes recursos que los periódicos Mi Chero y Más utilizan para explotar a la mujer como objeto sexual en sus notas en la sección de espectáculos.

## 1.4 Justificación

### **Relevancia:**

Aunque en los últimos años se han realizado diferentes estudios sobre los problemas de género en los periódicos, aún quedan muchas cuestiones por analizar. Este tipo de investigación nos ayuda a corregir errores y a avanzar en la lucha por la igualdad y respeto a la figura femenina.

Pese a que periodistas y redactores intentan cuidar el tratamiento informativo y el uso del lenguaje, para evitar la permanencia de los estereotipos que giran en torno a hombres y mujeres, suelen olvidar el que inconscientemente transmiten a la población.

### **Valor teórico:**

El aporte de la investigación va dirigido a la importancia de los medios de comunicación en la construcción de las identidades de género. Se mostrarán ejemplos a través de periódicos para ilustrar de modo claro y directo la presencia de los estereotipos sexistas y su influencia en la construcción de imágenes sobre la mujer. Promoviendo el desarrollo del espíritu crítico para analizar el poder que tienen los mensajes en la construcción de universos simbólicos de muy fácil consumo.

Dicha investigación tendrá un aporte teórico en materias pertenecientes a la Licenciatura en Periodismo como: Fotografía Periodística, Redacción Periodística para Medio Impreso, Documentación Periodística, Periodismo de Investigación I y II y Ética Periodística.

**Factibilidad:**

En la investigación se trabajó a través de la recolección de periódicos que son de carácter comercial, por lo tanto, no existió algún problema o dificultad para realizar la investigación.



## **CAPÍTULO 2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS – METODOLÓGICAS**

### **2.1 Antecedentes del objeto de estudio**

Son muchos los autores que determinan y aplican la palabra estereotipo en nuestra sociedad, como define la RAE, “un estereotipo consiste en una imagen estructurada, y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo”. Así mismo, etimológicamente, la palabra “estereotipo” proviene griego, desglose: stereos, quiere decir sólido y typos que significa impresión (Allende, 1997).

El estereotipo en sus orígenes, hacía referencia a una impresión que se obtenía a partir de un molde creado con plomo, pero a lo largo de los años, obtuvo una transformación metafórica y empezó a usarse para darle nombre a un conjunto de ideas fijas que se tenía sobre un sector o un grupo determinado. Es la creencia o pensamiento que permanece a lo largo del tiempo, una representación imperecedera, que se acepta y se comparte entre los miembros de un grupo (Correa, 2000)

Sin embargo, los medios de comunicación a través de la historia han jugado un papel imprescindible en la construcción social de la imagen de la mujer y el hombre. La información transmitida por los medios, en este caso la prensa, puede estar inclinada por los responsables de la elaboración de los contenidos y los dueños de los medios de comunicación.

Estos se encargan de generar modelos de conducta dentro de la sociedad que no son adecuados formando en las personas estereotipos de la mujer perfecta, conceptos que a lo largo de la historia han ido evolucionando, siendo así el estereotipo de género, una concepción heredada por el sistema patriarcado antiguo, el cual se ha venido apoderando de

la historia condenando a las mujeres al ámbito privado, a la crianza de los hijos al hombre lo ha posicionado en la esfera pública.

Siendo así, prototipos impuestos en la sociedad con un claro objetivo de mandar sobre nuestros deseos y necesidades, esto nos lleva directamente a un tipo de imitación, a perseguir un tipo de modelo en los medios de comunicación.

Además, siendo los estereotipos de género concepciones heredadas por el sistema patriarcal antiguo que a lo largo de la historia ha situado a la mujer en el ámbito de lo privado sin considerar que siempre ha habido mujeres ligadas al ámbito de lo público que han dejado su huella en lo intelectual.

En la historia, la imagen de la mujer ya en 1922, señala que los estereotipos sociales son conocimientos simplificados sobre algún grupo humano que permiten a las personas confrontar su realidad social con un mínimo de esfuerzo. Indican que los estereotipos se caracterizan por su falsedad, su carácter ilógico y su rigidez. (Martin Baro, 1980)

Este planteamiento clásico ha permanecido prácticamente incuestionado hasta nuestros días, aun cuando los autores tendieran a acentuar una u otra de las características del estereotipo según su marco y objeto de análisis. Sin embargo, recientemente algunos autores de orientación cognoscitiva han empezado a cuestionar la naturaleza misma del estereotipo tal como Lippmann y McCauley, Stitt y Segal lo definieron en 1980, donde mantienen que el estereotipo es una generalización cognoscitiva como otra cualquiera que permite distinguir a un grupo respecto a otros. (Martin Baro, 1980)

Haciendo esta diferencia de grupos siempre se posiciona a la figura del hombre como el dominante, el duro, rudo, el intelectual, el racional, el planificado, el fuerte, el dominante,

autoritario, independiente, valiente, el agresivo, audaz, conquistador, que los hombres no lloran y el viril. Manteniendo así una concepción predominante en los países latinoamericanos tanto sobre el hombre como la mujer, siendo unos mitos culturales que se vuelven realidad cuando los procesos de socialización producen mujeres “femeninas” y hombres “viriles”.

Asimismo, cada sociedad y cada persona tienen su propio concepto de género. Es parte de su visión, de su historia y de sus tradiciones. Toda concepción de género se conjuga con las otras visiones que conforman las identidades, las de cada persona, los valores imperantes y las motivaciones para la acción.

Las ideas, los prejuicios, los valores, las interpretaciones, las normas, los deberes y las prohibiciones sobre la vida de las mujeres y los hombres conforman ideas particulares de género, que son siempre etnocentristas, donde cada persona se identifica con su percepción de género.

A lo largo de la historia los medios de comunicación han sido un instrumento de servicio a la sociedad, informando lo que ven y sucede. Deben entretener, formar y crear opinión pública pero nunca deben, a partir del relato de hechos reales, convertir la información en un espectáculo de reality show, tal y como vemos especialmente en algunos medios de comunicación impresos. (Balseiro, et al., 2008)

Algunos medios con el propósito de ganar audiencias, fomentan la morbosidad, la sensiblería y la frivolidad sin que aporten algún elemento de reflexión. Tal es el caso de la publicidad en las notas periodísticas de espectáculos donde su mayor propósito es vender.

Siendo estos los principales responsables de estereotipos marcados, puesto que consiguen su finalidad mediante diversas estrategias comerciales, de esta manera, logran establecer unos determinados modelos de conducta, provocando en la población, el deseo de adquirirlo.

La publicidad es una firme aliada para la difusión de esos modelos existas; se sigue presentando una imagen de las mujeres que está en contradicción con el papel que desempeña la sociedad contemporánea. Los organismos internacionales desde hace tiempo se han propuesto erradicar las imágenes sexistas y se preocupan de legislar al respecto. (Balseiro, et al., 2008)

Por consiguiente, para nuestra investigación nos enfocamos primeramente en el periódico “Más”, este nace el 22 de abril de 1998, pionero de la prensa popular en El Salvador distribuido en las secciones “Sucesos”, en la que el lector encuentra toda la información relevante sobre seguridad pública, prevención del crimen, calidad de vida urbana, derechos del hombre y la mujer, transporte, vialidad, desarrollo urbano, ecología y salud.

Buscando ser otro medio para comunicar a los salvadoreños las noticias de su país en su propio lenguaje, este periódico popular no describe noticias si no que cuenta historias a través de las noticias.

Se cataloga por ser uno de los periódicos con mayor preferencia entre los salvadoreños por el lenguaje que utilizan y que permite al lector identificarse.

Asimismo, el segundo a investigado fue Mi Chero, otro periódico popular para los salvadoreños, este pertenece al Grupo LPG, que se ubicó en el tercer lugar en la categoría

de periódicos impresos. Un diario tamaño tabloide fundado el 15 de abril de 2013. Enfocado a noticias locales de gran impacto, de corte popular y de servicio a la comunidad.

Dicho periódico es parecido al “Más”, respecto a ser una versión más ligera; a diferencia de que este pertenece al Grupo Dutriz. Es un periódico que utiliza palabras coloquiales salvadoreñas en sus artículos.

Cabe destacar que las secciones de espectáculos en ambos periódicos difunden información del ámbito nacional e internacional, aunque uno de los periódicos no se caracteriza por publicarla en una sección definida.

Además, se determinaron qué estereotipos de género emiten en las diferentes notas periodísticas de espectáculo y cómo estos abordan sus temas.

También, hacemos referencia a la revisión bibliográfica que hemos elaborado en base a estudios previos que se han realizado que tengan relación con este trabajo de investigación, en primer lugar encontramos la tesis *Análisis de contenido de las noticias en la sección nacional de los periódicos La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, diario Co Latino y diario El Mundo, una aproximación desde su productor, mensaje y receptor para determinar la presencia de estereotipos de género* cuyo objetivo era encontrar presencia de estereotipos de género en la sección nacional de los periódicos antes mencionados desde tres áreas.

En segundo lugar, está la tesis *Percepción de los lectores del municipio de Soyapango acerca de la imagen del Periódico Mi Chero durante el periodo del 1 de abril al 1 de mayo de 2016*, 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.

Encontramos otra tesis llamada *Análisis de contenido cualitativo: La utilización de la imagen de la mujer en la Sección entre Cherada del periódico Mi Chero. De Abril a Mayo de 2017* que trata acerca de analizar la forma de como el periódico Mi Chero utiliza la imagen de la mujer en la Sección “Entre Cherada”, en el cual se presenta en esta sección imágenes de mujeres que visten solamente ropa interior.

Además, se encontraron libros, estudios, tesis, ensayos, mayormente de España, que tratan acerca de los estereotipos de género en las noticias y cómo los medios de comunicación son un referente clave para la difusión de ello.

## **2.2 Perspectiva teórica**

Debido a la naturaleza del objeto de estudio, se consideró realizar un análisis de contenido, dada la perspectiva de los estudios culturales. Esto permitió descubrir el tipo de información y la participación de otros elementos que se encuentran inmersos en el contenido de la producción de los mensajes en la sección de espectáculos en “Mi Chero” y “Más”.

Se tomó en consideración este paradigma que se acopló al objeto de estudio. Los estudios culturales son un campo de investigación de carácter interdisciplinario que explora las formas de producción o creación de significados y difusión de los mismos en las sociedades actuales.

Este paradigma tiene su campo de acción en la comunicación, la historia, la teoría de los medios de comunicación y el estudio de fenómenos culturales en las diversas sociedades.

Esto no significa que sea el único y el mejor, ni el más completo, pero supone una aproximación teórica en la que se busca relacionar al objeto de estudio con las perspectivas, que permitieron relacionar mejor el elemento central de la comunicación, que para el caso concreto serían los mensajes.

Además para el uso del paradigma fue necesario la aplicación de teorías cuyo génesis se encuentra en planteamientos realizados por Stuart Hall, uno de los integrantes del Centro para el Estudio de las Culturas Contemporáneas de Birmingham.

Sin embargo, a este paradigma lo envuelven características importantes como: Los estudios culturales donde se examina sus materias en términos de prácticas culturales y sus relaciones con el poder, tiene el objetivo de comprender la cultura en toda su complejidad y

analizan el contexto social que es el lugar donde se manifiesta la cultura, son tanto objeto de estudio como lugar de la crítica. (Sardar,Ziauddin, 2005).

Por lo tanto, este paradigma es un excelente aporte para la investigación debido a que hace referencias y algunas críticas en cuanto a la producción de los medios de comunicación, así lo explica en el libro Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas de José Carlos Lozano, en el cual hace mención a un fragmento de la obra del filósofo John Fiske, quien hace una crítica sobre el papel de los productores en los mensajes de las industrias culturales.

“Su habilidad (de los productores) en dorar la píldora se considera tan grande, que los receptores no se percatan de las prácticas ideológicas en las que participan al consumir y disfrutar el bien cultural”. (Lozano, 2007)

Asimismo, recalca que los productores deben satisfacer los deseos de sus receptores, “para algunos grupos estas diferencias serán pequeñas y los conflictos mudos; pero para otros la brecha será enorme. Para que un bien cultural sea popular, así, debe ser capaz de satisfacer los diversos intereses de los receptores en que es popular, así como los de sus productores”. (Lozano, 2007)

Basado en lo anterior, los productos culturales no son determinantes en el uso cultural que podría darse en un momento, no puede controlar, ni predecir la variedad de significados y lo que éste provoque.

“Los intereses ideológicos de la sociedad que produce y determina la industria pueden estar muy bien imbricados en los convencionalismos y discursos del texto; pero no pueden abarcar toda su trama” (Lozano, 2007)



Fiske habla que la homogenización de los programas debido a la búsqueda de ganancias, es decir, su venta a la mayor cantidad de audiencias posibles no sea un agente de dominación cultural.

Los Estudios Culturales es el paradigma que guio nuestra investigación, por los elementos teóricos que aporta y nos facilita el estudio de la producción de mensajes, también hacen un efecto en el público y cómo la inspiración popular distorsiona los elementos culturales y estereotipan la figura femenina, buscando el propio interés del medio.

Este paradigma también, nos aporta al estudio de la producción de mensajes en los periódicos antes mencionados, visto desde la perspectiva del análisis de contenido que nos permitió conocer desde fondo el problema investigado. Para los estudios de comunicación implica reconocer los estratos temporales que conlleva todo proceso comunicativo, tradicionalmente los estudios se centran en los mensajes o recepción de los contenidos, sin embargo, no hay un estudio más a fondo sobre las producciones de algunos medios.

Hay otros factores externos que influyen como la percepción, que de alguna forma, centraron la atención solamente de algunos temas y se vieron reflejados en el proceso de investigación.

## **2.3 Sistema de Conceptos.**

### **Estereotipo:**

El término “estereotipo” fue utilizado por primera vez en las ciencias sociales por Walter Lippman. En 1922 en su libro *Public Opinion* aunque no la ocupó para una definición final la utilizo para designar un determinado mecanismo de percepción elaborado por el individuo o su grupo que se tiene en cuenta a la hora de percibir otro objeto o contenido similar.

Según el libro “Estereotipos y Roles de Género en el refranero popular” se entiende por estereotipo “A la figura o imagen aceptada comúnmente por el colectivo social. En el proceso de sociabilización los seres humanos tienden a adoptar un repertorio de relaciones de roles como marco de su propio comportamiento y como perspectiva de interpretar el de los otros

En pocas palabras la asignación de estereotipos es una asignación de roles y valores que ofrecen un esquema o pauta general para el comportamiento y las actitudes se hayan socialmente identificados como una identidad, ofrecen una importante base para identificar y situar a las personas en la sociedad, es decir, que los papeles se asignan, asumen, se adecuan, reproducen e interactúan (Turner 1975).

Es importante conocer y descifrar nuestro legado cultural y las formas de su reproducción social, como origen o causa de la legitimación, mantenimiento y perpetuación de las relaciones de género es decir la subordinación de las mujeres y el privilegio de los hombres (Fernández, Poncela 1995)

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. Esta definición nos aporta elementos importantes para nuestra investigación ya que define características generales de nuestro objeto de estudio.

### **Sexo y Género:**

Mientras que el sexo hace referencia a las características físicas y por lo tanto son innatas al ser humano, el género huye de este determinismo biológico considerando un conjunto de estereotipos que otorgan características diferenciadas en razón del sexo.

Recientemente los estudios feministas en la década de los 70 comenzaron a utilizar el término “género” como forma de referirse a la organización social de las relaciones entre sexos. Las teorías feministas vieron la necesidad de redefinir y ampliar nociones tradicionales para dar conciencia del sesgo histórico existente al no haber sido incluido la variable género. Este concepto se utiliza con la pretensión rechazar el determinismo biológico implícito que conlleva el término sexo.

### **Roles de Género:**

Para detallar el concepto es necesario discutir que los roles determinan acciones y comprenden las normas que una sociedad establece sobre cómo debe actuar y sentir una persona, y en función de que sea mujer u hombre, se supone una posición en la estructura social, representando funciones que se atribuyen y que son asumidas diferencialmente por estas personas.

Siendo así que los roles femeninos están relacionados con todas las tareas asociadas a la reproducción, crianza, cuidados, sustento emocional y están inscritos, en el ámbito doméstico, mientras que los roles masculinos están relacionados a las labores que tienen que ver con el productivo, el mantenimiento y sustento económico, desarrollados en el ámbito público.

“Estos estereotipos asociados al género se conocen como roles de género y han sido y son divulgados de generación en generación y serán mantenidos y reforzados en la medida en que, tanto hombres como mujeres se sigan adecuando o encorsetando en lo que dichos estereotipos marcan, reproduciendo los patrones de conducta que se adjudican a cada género”. (Jayme, 1996)

### **El Sexismo:**

Se utiliza en las ciencias sociales para nombrar el conjunto de actitudes, comportamientos y valores que introducen la desigualdad y la jerarquización en el trato entre hombres y mujeres, sobre la base de la diferenciación de sexo.

Esta conducta que implementan los hombres tiene consecuencias para los dos sexos pero se inclinan más hacia las mujeres, porque en una sociedad como la nuestra, todavía se sitúa a la mujer en una posición de inferioridad, mientras que el hombre disfruta de más poder y privilegio en su entorno adjudicándole el papel de dominador sobre la mujer.

### **Cosificación de la Mujer:**

Cosificar la mujer significa hacer uso de ella o de su imagen para finalidades que no la dignifiquen ni como mujer, ni como ser humano. La forma más frecuente de cosificación de la mujer es la cosificación sexual: se la convierte en un objeto sexual a disposición del

hombre. Son ejemplos de cosificación los anuncios impresos, televisivos y de otros tipos en que a la mujer se la deja ver como un mero objeto que tiene que ser explotado y expuesto al lado de herramientas, cigarrillos, licores, tractores, automóviles, desodorantes y un largo etcétera de productos que las empresas quieren vender.

La mayoría de veces, la cosificación del cuerpo de la mujer se produce en base a un aislamiento o énfasis que se le da a una zona concreta del cuerpo, como por ejemplo la boca o los pechos y otras zonas eróticas, en detrimento de otras. Este erotismo no se produce únicamente a partir de la desnudez, sino que también surge del contexto, de objetos, del ademán o postura del sujeto, del vestido o accesorios, de la manera de llevarlos e, incluso, de la manera de mostrar o de ocultar el propio cuerpo.

### **Industria cultural:**

En el sistema de producción cultural pueden considerarse la televisión, la radio, los diarios y revistas, industria cinematográfica, discográfica, las editoriales, compañías de teatro o danza, las distribuidoras, creando mecanismos que buscan a la vez aumentar el consumo de sus productos, modificar los hábitos sociales, educar, informar y, finalmente, transformar a la sociedad, por tanto abarca todos los ámbitos de la sociedad e intenta incluir a todos los individuos sin excepción.

Los teóricos Alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer en el artículo “Industrias culturales 1947 supone una mirada crítica y profundamente pesimista sobre la función de los medios de comunicación, el cine, radio y fotografía”.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura “la Industrial cultural también llamada industria creativa abarca aquellas industrias que

combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos multimedia, audiovisuales, productos etnográficos y cinematográficos”. “Nuevo informe muestra que las industrias culturales y creativas suponen 29,5 millones de puestos de trabajo en el mundo”. 2019. UNESCO. (Bokova & Jarre, 2015)

### **Texto Periodístico:**

Iniciemos definiendo al texto periodístico “como aquel donde es reconstruida y representada la realidad con base a lo que de periodismo define Lorenzo Gomis (1991). En segundo plano, texto periodístico es el que cumple con los puntos clave de inmediatez, concisión, precisión, claridad y que sea de interés, según Domínguez García (2010) y de acuerdo a Báez García (2006), el texto periodístico puede ser tanto escrito, como elocutivo o icónico; y debe tener sustentos o argumentos para mantener lo que se está presentando.

Los textos periodísticos se pueden presentarse en diversos géneros como noticia, entrevista, reportaje, crónica, editorial y artículo de opinión.

### **Tratamiento Periodístico:**

Según Claros, J. (2015.p.51) el tratamiento periodístico es “aquel que busca establecer el cumplimiento de responsabilidad social de los medios de informar.” A través del tratamiento informativo se deriva cuál es el abordaje periodístico que el medio de comunicación desea hacer sobre un tema determinado. Este se puede separar en diferentes categorías como el tipo de fuente, el formato, el enfoque entre otros.

Es importante señalar que por medio del tratamiento informativo podemos entrever aspectos de la comunicación, entre ellos la intencionalidad que tiene el medio, su línea ideológica y la intención del periodista.

**Estudios Culturales:**

Son un campo de investigación de carácter interdisciplinario que estudia la creación de significados y de difusión de los mismos en las sociedades actuales, por dicha razón entendemos por estudios culturales una tradición de estudios, focalizados en la relación entre medios de comunicación y cultura popular, que surge a mediados de los 60 en Inglaterra como reacción, por una lado, al conservadurismo del funcionalismo y, por otro, al exceso de determinismo economicista de la economía política basada en el marxismo. Los estudios culturales no son una teoría, sino más bien un campo de estudios de temáticas similares.

**Producto cultural:**

Un producto cultural es creado por la industria cultural con contenidos simbólicos, y destinados finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social. “Elaborados por los medios de comunicación, hasta mediados de la década de 1970, se consideraba que los medios de comunicación tenían una capacidad ilimitada para manipular ideológicamente a las audiencias”. “Estudios culturales: contexto, métodos y teorías”. (Foucault, 2000-2002)

## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

### 3.1 Definición de la muestra

La muestra para nuestra investigación es homogénea, ya que su propósito fue centrarse en el tema investigado o resaltar las situaciones, procesos o episodios en un grupo social (Sampieri 2006, 567). Es decir que lo importante es la riqueza de la información que nos dejará.

Por lo tanto, para nuestra investigación se determinó seleccionar dos periódicos, “Mi Chero y Más”, y para definir la muestra se tomó la sección de espectáculos de ambos periódicos.

Dicha muestra es no probabilística, ya que posee un gran valor, además, este método de muestreo, depende en gran medida de la experiencia que haya tomado el investigador durante la inmersión inicial y se utiliza ampliamente en la investigación cualitativa.

Dentro de esta, tomamos las publicaciones de los periódicos “Mi Chero” y “Más”, durante el mes de abril, más detalladamente en el período del 1 de abril al 1 de mayo. Además, se consideró tomar las publicaciones de los días lunes y viernes del periodo antes mencionado, ya que se encuentra más tratamiento en cuanto a la explotación de la imagen de la mujer en sus notas periodísticas por el incremento en el consumo del sector popular que existe en estos dos días.

También, el contenido de ambos periódicos es popular al igual que el sector que lo consume, personas con trabajo independiente o trabajo ocasional y por lo tanto buscan ofertas



laborales como ofertas de supermercado. Por ello, se tomó a bien la elección de lunes y viernes para la selección de la muestra.

Como muestra final se tomaron 9 periódicos de Mi Chero y 8 periódicos del Más, en el cual se encontraron más presencia de estereotipos de género que ayudaron para realizar el análisis final de la investigación.

En total, se sometieron 17 notas de la sección de espectáculo, las cuales poseían mayor carga de estereotipos de género en sus textos y la imagen de la mujer se veía sobre explotada. Se tomó dicha muestra para destacar el tratamiento que le dan dichos periódicos a la mujer como figura sexual.

### 3.2 Definición de las técnicas de investigación

En esta ocasión, para la investigación se tomó a consideración que la técnica idónea para estudiar el fenómeno de los estereotipos de género en los periódicos “Mi Chero” y “Más.” sería el análisis de contenido. Esta técnica ayuda al investigador a interpretar y comprender el fenómeno en un contexto social determinado.

La dinámica de este tipo de estudio, es que los hechos junto a su interpretación guían a una construcción y comprensión del fenómeno social; además, se obtiene datos de interés para el investigador a través de preguntas e hipótesis que van refinando el proceso de investigación.

Cuando hablamos de analizar, es descomponer un todo ya sea, fenómeno, problema o texto en sus partes componentes con la intención de comprenderlo. Una forma de analizar la estructura de un fenómeno es mediante el análisis de contenido.

Asimismo, cuando analizamos el contenido de la información que vemos, oímos o percibimos y le ponemos “etiquetas”, un calificativo que encasillan ideas en categorías de bueno o malo y de ahí partimos a emitir opiniones sobre su contenido.

Según la definición clásica de Berelson (1971), citado por Hernández, Fernández y Baptista, (2003), *“el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva y sistemática”*. Sierra Bravo (1985) explica, que el análisis es: *Objetivo, porque los procedimientos pueden ser reproducidos por otros investigadores, siendo susceptibles de verificación; es sistemático, ya que el análisis exige la sujeción a una pauta objetiva determinada que abarque todo el contenido a observar”*. (Balley, 1978, citado por Sierra Bravo, 1985, 288).

El análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, que es *“el proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje se transforman a unidades que permitan su descripción y análisis precisos”*. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, 413)

La columna vertebral de la investigación radica en la técnica del análisis de contenido de un elemento de la comunicación que sirve como muestra, a partir de la producción de mensajes de las notas periodísticas. Es por eso, que la técnica de estudio es una de las más utilizadas en el estudio de comunicación que permiten al investigador realizar indagaciones sobre procesos en los mensajes.

Jaime Andréu Abela, en el texto *“Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada”*, al análisis de contenido como *“Una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registro de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, vídeos, el denominador común, de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social”*. (Abela, 2002)

En general, los objetivos planteados en esta investigación y el mismo objeto de estudio por sus características, fueron idóneos para trabajar con una metodología cualitativa donde el análisis de contenido es indispensable y más viable para emplear como un complemento importante e idóneo como recurso cualitativo, pues queríamos encontrar factores que enriquecieran la información deseada.

Finalmente, cabe mencionar que la investigación parte de uno de los objetivos específicos, que es determinar los intereses culturales y comerciales que se producen en los mensajes en la sección de espectáculos en “Mi Chero” y “Más”. Por lo tanto a partir de estas notas periodísticas, se construyó una crítica a la producción de mensajes haciendo uso de esta técnica.

### 3.3 Instrumento para recolección de datos.

En el siguiente apartado se presenta el instrumento de recolección de datos que se diseñó, con el objetivo de recoger sistemáticamente la información de las notas periodísticas de los periódicos “Mi Chero” y “Más” de la sección de espectáculos.

En dicho instrumento se crearon ciertas categorías basadas en el planteamiento del problema, la pregunta guía, objetivos y sistema de conceptos, donde categorizamos unidades de análisis como Estereotipos de Mujer, Interés Comercial, Interés Sociocultural, Industria Cultural del Medio, Percepción del Periodista, Recursos Estilísticos del Medio y Tratamiento Informativo. Por medio de las categorizaciones, podemos identificar la presencia de estereotipos que nos guiaron para el resultado de la investigación, además describen los elementos que presentan las notas periodísticas analizadas.

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	
	Racismo	

Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	
	Vender	
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	
	Manipulación	
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	
	Fotografía	
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	
	Reservado	
	Formal	

## CAPÍTULO 4. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1 Exposición de los resultados

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 1 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 27

**Nota:** 1 A

**Titular:** Amor por Albania

Categoría	Indicadores	Muestra
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	La joyita albanesa Ángela Martini es una mujer bella, encantadora, pero sobre todo esforzada por alcanzar sus objetivos y metas
	Discriminación	Con solo siete años de edad por ser más alta que sus compañeros de clases, sufría a coso escolar.
Interés Comercial	Producto	La joyita albanesa Ángela Martini es una mujer bella, encantadora.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	Musa, linda, inteligente y deslumbrante mujer.
	Sexismo	Pero luego, decidida a lograr su fichaje a toda costa.
	Racismo	Amor por Albania.  Desde el sureste de Europa esta musa.

		<p>Estatus de celebridad en Suiza y Albania por su gracia y belleza.</p> <p>Se corrió 2010 y Albania aclamó a la joven para que les representara en Miss Universo.</p>
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Aprovecho con creces el reconocimiento y lanzó su línea de bikini, Martini bikini en 2012 y desde 2017 se certificó como entrenadora de vida.
	Manipular	
	Vender	Desde sureste de Europa nos llega esta musa. Una linda, inteligente y deslumbrante mujer.
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	Esta preciosura no pudo ganar la corona pero si flecho a miles de millones que la vieron en la tv, hasta alcanzar estatus de celebridad.
	Manipulación	“En Suiza intentaron retenerla y lograron por un tiempo; pero luego, decidida a lograr su fichaje a toda costa”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	<p>Los colores utilizados para el titular son rojo y amarillo, resaltando la palabra amor en rojo.</p> <p>El titular tiene un tamaño de letra 20, destacando la palabra “amor” con letras rojas. Utilizando pantallas para resaltar el texto.</p>
	Fotografía	La imagen de la modelo ocupa cuatro columnas de la nota, y la fotografía la muestra vistiendo ropa interior.
	Infografía	



Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/Sensacionalista	El titular de la nota es sensacionalista “Desde el sur este de Europa nos llega esta musa. Una linda, e inteligente y deslumbrante mujer”.
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 5 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 1 B

**Títular:** Britney Spears Ingresa a Centro Psiquiátrico

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	Su novio y modelo bailarín Sam Asghari ha posteado el mensaje de la rubia y ha agregado “No es debilidad, es una señal de extrema fortaleza”.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Britney Spears Ingresa al Centro Psiquiátrico.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	En 2007, Spears experimentó una crisis emocional que la llevó a perder la custodia de sus hijos.
	Sexismo	Su novio y modelo bailarín Sam Asghari a posteado el mensaje de la rubia y ha agregado “No es debilidad, es una señal de extrema fortaleza. La gente debería sentirse inspirada; sé que yo lo estoy”.
	Racismo	Su novio y modelo bailarín Sam Asghari a posteado el mensaje de la rubia
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Luego de estar sometida a un gran stress y siendo expaciente de depresión Britney Spears ha optado por internarse en un centro psiquiátrico para ponerse en tratamiento.

		Jamie la hermana de Britney, también le ha externado su apoyo la chera subió a redes una antigua foto del álbum familiar.
	Manipular	
	Vender	
Percepción del Periodista	Rol Social	“La chera subió, a redes, una antigua foto del álbum familiar en la que una Britney adolescente y una tierna Jamie aparecen posando juntas en su etapa escolar”.
	Valor Físico	
	Manipulación	Para evitar una reacción como la de 2007, en la que se peloneó y atacó a un paparazzi, la artista busco ayuda.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	Los colores utilizados para el titular son amarillo y blanco resaltando Psiquiátrico en color blanco.
	Fotografía	La imagen de la cantante ocupa las cinco columnas de la página.  A un costado de la página una foto de la artista con su novio incluye una pequeña pantalla con un dato adicional.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	El titular resalta que la artista ingresara a un centro psiquiátrico.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 5 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 2 A

**Titular:** Belleza Universal

Categoría	Indicadores	Muestra
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	<p>Mujer de raíces indígenas y afroamericanas que le permiten mostrarse al mundo con un exotismo único.</p> <p>Andrea Tovar, nació para ser vista y ella lo sabe.</p> <p>Por eso echa mano de los medios sociales para mantenerse siempre entre las más queridas.</p>
	Discriminación	<p>De ahí dio el salto para pelear por el título de la más bella del universo y perdió.</p> <p>Soy una mujer pluriétnica, vengo de una familia afrodescendiente indígena. Creo que es una fortaleza no me puedo colocar en el grupo de las negras ni en el de las latinas.</p> <p>Destaca más por sus raíces negras e indígenas, desde donde proyecta mucho exotismo, el cual le vale para ganarse la admiración.</p> <p>Había pasado 14 años desde que una mujer de raza negra ganaba.</p> <p>“Soy muy latina con rasgos muy indígenas”.</p>

Interés Comercial	Producto	<p>Andrea Tovar, nació para ser vista y ella lo sabe.</p> <p>“Proyecta mucho exotismo, el cual le vale para ganarse la admiración”.</p>
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	No podemos negar todo lo que ella tiene, si ella con unas medidas envidiables de 86, 68,97 y 1.79 de estatura capta siempre nuestra atención.
	Racismo	<p>Desde Colombia nos llega está orgullosa mujer de sus raíces indígenas y afroamericanas.</p> <p>Soy una mujer pluriétnica, vengo de una familia afrodescendiente indígena.</p> <p>Había pasado 14 años desde que una mujer de raza negra ganaba.</p> <p>Soy muy latina con rasgos muy indígenas y muchas piensan que me puse boca y cola. Pero es mi ascendencia afro.</p>
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Hace cuatro años fue la reina de belleza en Colombia y hace tres princesa en Miss Universo.
	Manipular	
	Vender	<p>Latina con rasgos muy indígenas y muchas piensan que me puse boca y cola. Pero es mi ascendencia afro.</p> <p>“Me siento toda una mujer segura colombiana.</p>

Percepción del Periodista	Rol Social	Andrea Tovar es una mujer guapísima recientemente se convirtió en madre y sigue tan espectacular como cuando gano fama universal.
	Valor Físico	<p>“Desde que decidió competir en las pasarelas bien podemos decir que es la reina de este corazón”.</p> <p>“Por eso es que a cada paso que da en la vida, enamora, pero también conquista”.</p>
	Manipulación	¿Pero qué importa si su liderazgo puede seguir gobernando miradas y ganando la admiración de todos nosotros?
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	<p>Los colores utilizados para el titular son rojo y naranja y azul, resaltando ideal en naranja.</p> <p>La modelo del texto utiliza tres columnas.</p> <p>El titular tiene un tamaño de letra 20, destacando la palabra “amor” con letras rojas. No hay pantallas para resaltar el texto.</p>
	Fotografía	La imagen de la artista ocupa tres columnas del periódico
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista /Sensacionalista	Titular “Belleza Universal”
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 5 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 18

**Nota:** 2 B

**Titular:** Niurka Marcos no se deja de nadie

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	La bailarina y actriz Niurka Marcos aseguro que, durante toda su carrera nunca ha sufrido abuso sexual.
	Discriminación	La que se quiere prostituir y a la que le pasa eso es porque quiere ser famosa a cualquier precio.  Las únicas protegidas, en estos casos, son las menores de edad.
Interés Comercial	Producto	Niurka Marcos no se deja de nadie.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	La bailarina y actriz Niurka Marcos aseguro que, durante toda su carrera nunca ha sufrido abuso sexual.  Las únicas protegidas, en estos casos, son las menores de edad, pues advierte que los adultos tienen el poder de decir sí o no al acoso.  Al ser interrogada sobre si recibió alguna propuesta abusiva, la cantante respondió: “Yo no, porque soy una niña con unos ovarios muy grandes”.
	Racismo	

Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	La bailarina no se deja de nadie.  La artista es conocida por su carácter irreverente.
	Vender	
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	
	Manipulación	La artista es conocida por su carácter irreverente.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular es de color negro tamaño 18 con signos de admiración. ¡NO SE DEJA DE NADIE!
	Fotografía	La fotografía de la artista ocupa una columna y media.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	“Yo no porque soy una niña con ovarios muy grandes”.
	Formal	
	Reservado	



**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 8 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 3 A

**Titular:** Joyita Kuwaití

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	Acuérdate de mí Mamacita.  La rubia nos demuestra la sensualidad que tienen los países orientales.
	Símbolo Sexual	Dueña de un cuerpo envidiable y una actitud desinhibida para mostrarlo. Así es esta chica.  De los hombres le gusta que tengan “Lindos traseros”. Ahí te toca evaluarte amigo.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Dallia Elliott Joyita Kuwaití.  Ella coprotagonizó la película sangrienta “The Bunnyman Massacre” y aparece en la secuela “Bunnyman 3”. ¡Huy que miedo!
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	Cuando ella no está frente la cámara Dalia es una azafata corporativa.  A sí misma, se considera como una mujer simple a la que le gusta cocinar, hacer ejercicio, escalar, leer libros raros, viajar y ver películas.

	Sexismo	Deja claro que es la maciza de las redes sociales con unas fotos infartantes.  Dalia Eliott es una actriz de cine de terror y modelo de glamour.
	Racismo	Esta bella mujer nacida en Kuwait (Asia Occidental).  La rubia nos demuestra la sensualidad que tienen los países orientales.
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	La rubia nos muestra la sensualidad que tienen los países orientales.
	Vender	Puede seguirla en Instagram como @MissDaliaDoll, donde deja claro que es la maciza de las redes sociales.
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	Esta preciosura hace delirar a cualquier fotógrafo y claro que sí, que mucho de nosotros habríamos deseado ser quien le hiciera las instantáneas para verla tan de cerca y tan descubiertita.  Y de su cuerpo lo que más le gusta es su vientre porque “tengo marcado el abdomen”.
	Manipulación	Puede seguirla en Instagram como @MissDaliaDoll, “donde deja claro que es la maciza de las redes sociales”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular es de color azul, rojo y naranja tamaño 18.  Con un fondo de color rosa, ocupando media columna de texto.

	Fotografía	La fotografía utiliza las cinco columnas de la mitad de la página, vestida en ropa interior.
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillistas/ Sensacionalista	Joyita Kuwaití. Dueña de un cuerpo envidiable y una actitud desinhibida para mostrarlo, así es esta chica.
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 3 B

**Titular:** Livia Brito alborota a sus fans

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	La actriz mexicana subió unas fotos a redes sociales, en las que aparece en una bañera.
	Discriminación	A pesar de que se quejó de terminar “siempre con moretones” tras el rodaje.
Interés Comercial	Producto	Livia Brito alborota a sus fans.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	Hasta su colega, Maribel Guardia, le comento su estado. “Hermosa sirena”.
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	La artista entro en el corazón de los televidentes con la emisión “Muchacha viene a casarse” en 2014.  La estrella Livia Brito, de 32 años, emocionó a sus seguidores, en Instagram, con una serie de fotos.
	Vender	
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	

		La estrella mexicana subió tres imágenes en las que posa de manera bastante sensual, dentro de una tina.
	Manipulación	“El amor propio es muy importante ¿Ustedes que hacen para consentirse?”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por los colores blanco y amarillo con una letra tamaño 24.  El texto ocupa tres medias columnas.
	Fotografía	La imagen de la artista aparece en toda la página ocupando las cinco columnas.  Aparece otro recuadro mostrando sus atributos más detalladamente.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	Livia Brito alborota a sus fans.  La actriz mexicana subió unas fotos a redes sociales en las que aparece en una bañera.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 4 A

**Titular:** Delirio de Mujer

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	<p>Ser una modelo erótica no estaba precisamente en sus planes pero si forma parte del entretenimiento.</p> <p>En septiembre del año pasado vestida como una vedette, en colores dorados y pastel hizo suspirar.</p> <p>“Delirio de Mujer”.</p> <p>Para sus miles de admiradores alrededor del mundo, esta conejita de cabellera castaña y mirada hechizante tiene mucho talento que ofrecer.</p>
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Delirio de mujer.
	Servicio	Kiera Ribeiro cuenta con una carrera formidable en el entretenimiento para adulto.
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	Esta conejita de cabellera castaña y mirada hechizante tiene mucho que ofrecer.
	Racismo	

Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	“Igualmente ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subiditas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes”.
	Vender	Keira Ribeiro cuenta con una carrera formidable en el entretenimiento para adultos.
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	Cuando alcanzó la mayoría de edad las ofertas laborales para modelar con prestigiosas revistas no se hicieron esperar y es así como llegó hasta sus manos un contrato con la revista playboy.
	Manipulación	“Sin tanta espera y con muchas expectativas ella se convirtió en una de las playmates más codiciadas”  Ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subiditas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes ¿Cuál será su súper poder?
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por los colores amarillo, rosado y rosado fucsia con una letra tamaño 20.  El texto ocupa una columna
	Fotografía	La imagen de la modelo aparece en tres columnas de la página ocupándolas por completo. El fondo de la página de color azul.
	Infografía	

Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/ Sensacionalista	<p>Titular “Delirio de mujer”</p> <p>Por su indiscutible belleza, revistas le han dedicado su portada.</p> <p>“Igualmente ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subidas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes”.</p>
	Reservado	
	Formal	



**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 19

**Nota:** 4 B

**Titular:** Martha Cristina cuenta mala pasada

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	
	Discriminación	También confesó que el productor de la onda fue quien la presiono para tener contacto íntimo con él, y que, cuando lo denunció, sus jefes le pidieron que se callara.
Interés Comercial	Producto	La artista Martha Cristina cuenta mala pasada.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	Llega un señor, se mete a tu camerino que tiene que ver cosas de producción contigo urgente. Cierra la puerta; se te viene a tratar de darte un beso. Le pones freno de mano, lo avientas y le dices: Oye no te equivoques.
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Animada por el #Metoo, una campaña en redes sociales para denunciar a abusadores Martha pidió a sus colegas que expongan a los agresores.  La modelo fue operada del corazón a finales del 2018.
	Manipular	

	Vender	La actriz Martha Cristina describió, con lujo de detalle, el acoso sexual que vivió mientras trabajaba en la serie “Los Sánchez”
Percepción del Periodista	Rol Social	“Llega un señor, se mete a tu camerino que tiene que ver cosas de producción contigo urgente. Cierra la puerta; se te viene a tratar de darte un beso”.
	Valor Físico	
	Manipulación	
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por el color negro, tamaño 14. La nota ocupa dos columnas.
	Fotografía	Utilizan una fotografía de la artista de medio cuerpo en una columna.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	Martha Cristina cuenta mala pasada.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 5 A

**Titular:** ¡Te hará explotar!

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	<p>Sin duda tiene la mejor suerte del mundo porque el conejito la fichó rapidísimo y para el 2017 ya era protagonista de portada.</p> <p>Se invitaría a mostrar sus atributos ante las cámaras y ganarse un lugar entre las selectas.</p> <p>Cherie Noel se estaba relajando en una piscina cuando vio a unas chicas con las icónicas orejitas de playboy en la cabeza disfrutando de la vida.</p> <p>Para conquistar a este bombón tenés que saber besar tener un físico sabroso y más.... ¿Le entras?</p>
	Discriminación	<p>Para los 18 años había probado suerte para ser parte de la revista Playboy, pero no fue aceptada. ¡Cuánta tristeza!</p>
Interés Comercial	Producto	<p>A la modelo se le invitaría a mostrar sus atributos ante las cámaras y ganarse un lugar entre las selectas.</p>
	Servicio	
	Mixto	

Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	<p>Para conquistar a este bombón tenés que saber besar tener físico sabroso y más... ¿Le entras?</p> <p>“como una madre entregada a sus hijos y a fin al hogar.</p> <p>Ahí “cuelga” fotos muy ardientes que contrastan con su vida familiar, en la que se define</p> <p>Ahora, en el horizonte tiene como objetivo modelar en las pasarelas, más vestida mientras se encuentra con el amor de su vida... Aquí algunas pistas por si alguno quiere serlo.</p>
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	Ahora convertida en una en una celebridad gracias a esas bien aprovechadas oportunidades esta chica sigue dando de qué hablar en Instagram.
	Vender	En su cuenta de Instagram ahí cuelga sus fotos más ardientes que contrastan con su vida familiar.
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	Quiso tenerlas y para lograrlo, debió dejar su nombre y esperar una llamada de Playboy donde se le invitaría a mostrar sus atributos antes las cámaras y ganarse un lugar entre las selectas.

	Manipulación	“Ahora en el horizonte tiene como objetivo modelar en la pasarela, más vestida, mientras se encuentra con el amor de su vida.... Aquí algunas pista, por si alguno quiere serlo”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por los colores amarillo y rojo, con una letra tamaño 20.  El texto ocupa una columna
	Fotografía	Modelo en ropa interior ocupando tres columnas de toda la página en la sección.  El fondo de la imagen refleja vegetación en colores verde, café y beige.
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/ Sensacionalista	El titular ¡Te hará explotar! Para conquistar a este bombón tenés que saber besar.
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 21

**Nota:** 5 B

**Titular:** Kim Kardashian no habla por Kanye.

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	Su famosa esposa Kim Kardashian
	Símbolo Sexual	
	Discriminación	Kim Kardashian no habla por Kanye.
Interés Comercial	Producto	Su famosa esposa Kim Kardashian ha sido clara, “Es mi marido.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	Su famosa esposa ha sido clara, “Es mi marido. Comparto con él todas mis opiniones y le aviso cuando creo que algo está mal”.  Pero sinceramente, no me gusta hablar por él, porque yo no sé lo que le pasa por la cabeza.
	Sexismo	
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	La modelo fue entrevistada por la revista Vogue donde abordo la enfermedad mental que padece su esposo.
	Manipular	Pese a la enfermedad la reina de los realities alega que tiene sus épocas tranquilas.
	Vender	

Percepción del Periodista	Rol Social	“Pero siempre podemos notar cuando va a haber unas crisis con la diferencia de que sabemos cómo manejarla”, señaló la madre de tres cipotíos.
	Valor Físico	
	Manipulación	
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular destaca por el color negro y de tamaño 16. La nota ocupa dos columnas.
	Fotografía	Una imagen de la famosa con su esposo.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	Es mi marido. Comparto con él todas mis opiniones y le aviso cuando creo que algo está mal.
	Reservado	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 22 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 6 A

**Titular:** Salvaje Conejita

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	Las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en sus miles de admiradores alrededor del mundo.  Con un porte inigualable y una cabellera rubia infinita, las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en sus miles de admiradores alrededor del mundo.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Savannah se muestra como una vaquerita completamente topless y jugando con su cabello.  Ella es una de las plasmate favorita  Salvaje conejita
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	Me encanta pasar tiempo de calidad fuera de broncearme y pasar el día con mi familia y mi adorable pug.  En la vida personal realmente admiro a mi familia y amigos con los que interactuó cada día.



		Ella también disfruta de un buen día de relajación en casa.
	Sexismo	En Nueva Zelanda, Savannah se muestra como una vaquerita.
	Racismo	Sobre sus gustos es muy tradicional.  En la edición de abril de este año para Nueva Zelanda, Savannah se muestra como una vaquerita.
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	Ella es una de las plamate favorita en su cuenta de Instagram lo refleja.
	Vender	Se muestra como una vaquerita completamente en topless y jugando con su cabello.  Como una de las favoritas, la estrella de cine para adultos hizo de las suyas en la alfombra de Maxim el año pasado.  Es muy solicitada para modelar prendas de prestigiosas marcas.
Percepción del Periodista	Rol Social	“No creas que siempre se la pasa de playa”, ella también disfruta de un buen día de relajación.  “Me encanta pasar tiempo de calidad fuera de broncearme y pasar el día con mi familia y mi adorable pug”.
	Valor Físico	Es muy solicitada para vender prendas de prestigiosas marcas.  La ojitos azules.

	Manipulación	“Pero sobre sus gusto es muy tradicional, aunque no lo parezca o lo creas”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular destaca por los colores rosado fucsia y rojo. Para destacar el texto crearon una pantalla color blanco  El tipo de la letra del texto es De tamaño nueve dándole más relevancia a la imagen
	Fotografía	La imagen abarca las cinco columnas de la página, se muestra a la modelo en una pose semi desnuda con ropa transparente.  El fondo de la imagen es de una piscina.
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/ Sensacionalista	Titular de la nota “Salvaje Conejita”  “Con un porte inigualable y una cabellera rubia infinita las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en miles de admiradores”.
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 6 B

**Titular:** Mon Laferte se roba el show

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	La chamaca anda en algo.
	Símbolo Sexual	La fama de Mon Laferte estalló hace un par de años.
	Discriminación	Sin saber inglés, la chilena Mon Laferte se animó a presentarse en el Festival Coachella, uno de los más esperados por la bichada.  Con celular en mano para usar Google Translate, la cantante de 35 años impresionó al público.  Hablo muy poco inglés, así que necesito apoyarme de mi teléfono.
Interés Comercial	Producto	Mon Laferte se roba el show.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	La artista que apareció en el escenario con un vestido rojo.
	Racismo	A pesar de ser una intérprete hispana, la recepción que logró fue muy buena.  Hablo muy poco inglés, así que necesito apoyarme de mi teléfono.

		La chilena Mon Laferte se animó a presentarse en el Festival de Coachella.
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Según el periódico Excelsior, la chera inició su espectáculo sin preámbulo e interpretó la rola tormento.
	Manipular	Con celular en mano para usar Google Translate, la cantante de 35 años impresionó al público.
	Vender	
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	
	Manipulación	La chamaca anda en algo.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño de Texto	El titular se destaca por los colores amarillo y blanco con un fondo rojo, el tamaño del texto 26.  El texto resalta con una pantalla amarilla.
	Fotografía	La imagen de la cantante ocupa toda la página.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	La chamaca anda en algo.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 7 A

**Titular:** La querrás cerquita

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	Su pasado no ha sido fácil, pero en su Instagram revela que es capaz de florecer.
	Símbolo Sexual	Es toda una profesional con las cámaras fotográficas y las doma muy bien.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	La modelo Elsie Hewitt es toda una profesional con las cámaras y las doma muy bien.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	<p>La relación no fue viento en popa precisamente tuvo un trago amargo y Hewitt demandó al exesposo de la actriz Reese Witherspoon por maltrato físico.</p> <p>En 2017, ella entró a la residencia que compartía para tomar sus pertenencias pero que un intoxicado Phillippe la sujetó tan fuerte que le provocó moretones y que luego la empujó por las escaleras.</p> <p>Ama el maquillaje y muchas de sus admiradoras adoran sus videos consejos.</p>

	Sexismo	
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Algunos rodajes para los que ha participado son “turnt” (2018) y Tenenage badassand Mostly: Have you meet, My Ghoulfriend? (2014)
	Manipular	
	Vender	En Instagram revela que es capaz de florecer. En ese medio en que mayormente impulsa su carrera.
Percepción del Periodista	Rol Social	Hewitt es una joven famosa tras haber sido portada de Playboy en 2017 y ser ex novia de un actor de Hollywood.  La modelo Elsie Hewitt es toda una profesional con las cámaras y las doma muy bien. Otras de las razones es porque además de modelar, actúa.  Los encantos de Ryan Phillippe la cautivaron y al poco tiempo de conocerse se hicieron pareja.
	Valor Físico	Para esta hermosa mujer de 22 años la naturalidad es fundamental o como ella lo llama “Una belleza perfecta e irreal”
	Manipulación	Probablemente es en este ambiente de hollywood donde los encantos del actor Ryan Phillippe, la cautivaron al poco tiempo de conocerse se hicieron pareja, la relación no fue viento en popa.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por los colores amarillo y rojo. El tamaño de la fuente es de 18.

		<p>El color de la fuente es blanco en un fondo gris.</p> <p>El texto ocupa una columna.</p>
	Fotografía	<p>La imagen de la modelo ocupa tres columnas completas de la página.</p> <p>Aparece vestida con ropa interior.</p>
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/ Sensacionalista	Titular “La querrás cerquita”.
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 7 B

**Titular:** Verónica Castro la guapa edecán de Chabelo.

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	La madre de Cristian Castro fue la primera edecán que tuvo la emisión televisiva.
	Símbolo Sexual	
	Discriminación	La estrella Verónica Castro tuvo que comenzar haciendo pequeños trabajos para posicionarse en el medio del espectáculo.  Verónica Castro era una niña que comenzó en el programa de Chabelo. Todos empezamos desde abajo.
Interés Comercial	Producto	
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	La madre de Cristian Castro fue la primera edecán que tuvo la emisión televisiva.
	Sexismo	
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Hace algunos días revelaron una foto en la que aparece en unos de sus primeros proyectos cuando trabajo como edecán en el programa de Xavier López "Chabelo".



	Manipular	
	Vender	La foto se viralizó rápidamente provocando cientos de comentarios por parte de los seguidores de la protagonista “La casa de las flores”
Percepción del Periodista	Rol Social	La madre de Cristian Castro fue la primera edecán que tuvo la emisión televisiva.
	Valor Físico	
	Manipulación	
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por el color negro y de tamaño 16. La nota ocupa dos columnas.
	Fotografía	Se presenta una pequeña fotografía de la artista junto a Chabelo en blanco y negro.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	La guapa edecán de Chabelo.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 8 A

**Titular:** Estrella del año

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	Adorna la nueva portada de la revista People.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Adorna la nueva portada de la revista People en Español.
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	Ser madre es mi mayor orgullo y felicidad.
	Sexismo	
	Racismo	La cantante estadounidense de raíces dominicanas y trinitenses Cardi B. adorna la nueva portada de la revista.
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	
	Manipular	People en Español nombra a Cardi B la estrella del año.
	Vender	Adorna la nueva portada de la revista People en Español.
Percepción del Periodista	Rol Social	
	Valor Físico	

	Manipulación	“Cuando eres famoso se te viene tantas cosas encima, hay tantos chismes, tantos problemas, tantas peleas, es tanto dinero, tanto de todo que te enloquece”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular destaca por el color azul su fuente es de 12 puntos.  Ocupa media columna de la página
	Fotografía	La imagen de la cantante es un recuadro de ocho centímetros.
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista/ Sensacionalista	Titular Estrella del año  Adorna la nueva portada
	Reservado	
	Formal	

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 22

**Nota:** 8 B

**Titular:** Selena Gómez más que una cara bonita

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	
	Símbolo Sexual	Me gusta que los hombres me digan que soy bonita.
	Discriminación	La chera padece lupus y padece ataques de ansiedad.  “No me gusta que la gente me juzgue por cómo me veo, ni nada así”.
Interés Comercial	Producto	Selena Gómez ¡más que una cara bonita!
	Servicio	
	Mixto	
Interés Sociocultural	Roles de Género	
	Sexismo	“No me gusta que la gente me juzgue por cómo me veo ni nada así. Pero me gustaría más que alguien me ame por la persona que soy”.  Habló de que las personas la valoren por su físico.
	Racismo	
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	La chera padece lupus y padece ataques de ansiedad.
	Manipular	Selena, quien confiesa que las terapias le han ayudado a entender su infancia
	Vender	

Percepción del Periodista	Rol Social	Más que una cara bonita.
	Valor Físico	
	Manipulación	También compartió lo bien que le cayó alejarse de las redes sociales. “No es muy saludable estar en Instagram todo el tiempo”.
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del texto	El titular se destaca por el color negro y de tamaño 18.  La nota ocupa tres columnas.
	Fotografía	La fotografía es una selfie de la artista.
	Infografía	
Tratamiento Informativo	Amarillista/Sensacionalista	“Más que una cara bonita”.
	Formal	
	Reservado	

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 29 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 9 A

**Titular:** La modelo ideal

<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Muestra</b>
Estereotipos de Mujer	Lenguaje Sexista	“Esta modelo de Playboy dio en el clavo con todas las generaciones porque de verla provoca....”
	Símbolo Sexual	De hecho, es tal su impacto en el mundo de las revistas para caballeros que, un año después que playboy anunció no volver a publicar desnudos pues Elam les hizo retractarse.  Así, Elizabeth es más cercana a la estética Instagram, donde pueden destacar las mujeres por su cuerpo bonito y un discurso potente detrás.
	Discriminación	
Interés Comercial	Producto	Tal fue el grado de rendición ante la belleza de la norteamericana que el titular de la edición fue “La desnudez es normal”, junto a la imagen de Elam mostrando su cuerpo.  Elam de acuerdo con Playboy fue la modelo perfecta para conectar con las generaciones jóvenes actuales y futuras.  Su belleza hipnotizó a Playboy y logró ser la encargada de devolverle la identidad a la revista norteamericana.
	Servicio	
	Mixto	

Interés Sociocultural	Roles de Género	Se sabe que los cánones de belleza aunque igual idealizados medio fantasiosos y bien fuera del alcance de la mayoría de los mortales ha tenido en las últimas décadas un viraje a lo natural.
	Sexismo	Su belleza solo puede compararse con sus ganas de experimentar el mundo.  Tal fue el grado de rendición ante la belleza de la norteamericana que el titular de la edición fue “La desnudez en normal”, junto a la imagen de Elam mostrando su cuerpo.  Fue la modelo perfecta para conectarse con las generaciones jóvenes actuales y futuras.
	Racismo	Nacida en Estados Unidos, en Texas, hace 28 años.
Industria o Interés Cultural del Medio	Informa	Elam fue la protagonista de la edición de marzo de 2017.  Al cumplir 18 años y dejar atrás su tranquilo pueblo de Oklahoma llamado Norman, decidió apostar por su carrera en la moda lo que la llevó a residir en lugares como Miami, Los Ángeles y varias ciudades Europeas.
	Manipular	“Seré el primero en admitir que la forma en que a revista retrataba la desnudez estaba pasada de moda pero eliminarla por completo fue un error”.
	Vender	Elizabeth Elam, la modelo ideal Decidió apostar por su carrera en la moda lo que la llevó a residir en lugares como Miami, Los Ángeles y varias ciudades de Europa.

Percepción del Periodista	Rol Social	Es posible que su nombre Elizabeth Elam no te suene familiar, pero seguramente desde hoy no la olvidare.
	Valor Físico	Esto hizo que la modelo se declarara emocionada y excitada por el honor que supone para ella protagonizar la icónica publicación.
	Manipulación	
Recursos Estilísticos del Medio	Diseño del Texto	El titular se destaca por el color rojo y naranja con un tamaño de 18 puntos.  El texto ocupa solo una columna a lo ancho con un fondo blanco.
	Fotografía	La fotografía ocupa cuatro columnas de la página.  Muestra a la modelo en traje de baño.
	Infografía	
Tratamiento del Texto Periodístico	Amarillista /Sensacionalista	Titular “La modelo ideal”
	Reservado	
	Formal	



## 4.2 Análisis de los resultados

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 1 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 27

**Nota:** 1 A

**Titular:** Amor por Albania

Esta nota trata acerca de la modelo Albanesa Ángela Martini, describe su personalidad resaltando la primera categoría de estereotipos de mujer, con el indicador símbolo sexual, al utilizar frases como “hermosa, bella encantadora y esforzada por alcanzar sus objetivos”, denotando dentro del texto cómo las mujeres son vistas por sus atributos de belleza.

Dentro de la categoría interés comercial vemos a la modelo como producto, al llamarla “joyita albanesa” y verla como un objeto. En la categoría de interés sociocultural destacan el indicador roles de género, donde atribuyen a la mujer palabras como “musa, inteligente y deslumbrante, recalcando que la mujer siempre será eso, y generando en los lectores una forma diferente de interpretar el texto al hacerles creer que en el sureste de Europa se encuentra este tipo de personalidad.

Con su texto crean en las jóvenes que la mujer perfecta siempre será la extranjera porque ella si puede ser” la musa, la inteligente y la deslumbrante” por poseer un origen diferente. En la categoría de Industria o Interés Cultural del Medio vemos que lo que busca el medio es vender la imagen de la modelo, para que esta sea consumida por los lectores desde diferentes ángulos, destacando los cánones de belleza impuestos por la sociedad.

En la categoría percepción del periodista vemos destacado el valor físico con frases como “esta preciosura no pudo ganar la corona pero sí flechar a miles de millones que la vieron en la tv”, manipula el texto al escribir que la modelo obtuvo su posición en el modelaje no por su talento, si no por sus artimañas con frases como esta: “decidida a lograr su fichaje a toda costa”.

En el texto se manipula cómo la modelo obtuvo su posición en el modelaje, vendiéndola como un objeto sexual. Utilizando recursos estilísticos que moldean el pensamiento del lector, como diferentes colores de letras dentro de las notas, titulares con tamaños destacables y pantallas que resaltan el texto.

En la categoría tratamiento informativo, el indicador que más destaca es el amarillismo/Sensacionalismo con sus titulares como “Amor por Albania”, y por frases dentro del texto que describen a la modelo como “La deslumbrante mujer, la musa, la linda”. Creando estereotipos de género de la mujer perfecta que solo existe en los periódicos y revistas.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 5 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 1 B

**Titular:** Britney Spears ingresa a Centro Psiquiátrico

Esta nota habla sobre la cantante Britney Spears, y comienza con un titular amarillista: “Britney Spears ingresa a Centro Psiquiátrico”, luego destaca como primera categoría los estereotipos de mujer, tomando el indicador símbolo sexual, utilizando frases como “Su novio y modelo bailarín Sam Asghari ha posteado el mensaje de la rubia” (nota 1B), resaltando atributos de la artista.

El interés comercial que presenta se ve en el indicador producto, ya que con solo nombrar Britney Spears la atención del lector va directamente a dicha nota, conociendo que ella es un referente musical.

El interés sociocultural se observa en la mayoría de indicadores, primeramente con roles de género, haciendo mención que en el 2007 la artista perdió la custodia de sus hijos por una crisis emocional, marcando que la mujer debe ser estable psicológicamente y emocionalmente para poder tener a cargo una familia. Conociendo que los roles de género es lo que determina la sociedad a un hombre o una mujer.

El otro indicador sexismo recalca una actitud discriminatoria hacia la artista por ser rubia y además, como se mencionaba en el anterior indicador, por ser una artista que influye a los jóvenes, debe mostrar cierta fortaleza para no ser atacada por sus seguidores o los críticos del medio.

Y cerrando esta categoría a su vez se muestra un racismo, debido al color de su cabello. No la mencionan por la artista Britney Spears, sino por el color de su melena.

En Industria cultural del medio, para este caso, solamente informa que la artista luego de estar sometida a un gran stress y siendo ex paciente de depresión, Britney Spears ha optado por internarse en un centro psiquiátrico para ponerse en tratamiento.

Asimismo, en la percepción del periodista le da un rol social, cuando hace referencia “La chera subió, a redes, una antigua foto del álbum familiar en la que una Britney adolescente y una tierna Jamie aparecen posando juntas en su etapa escolar” (nota 1B). Y también hay presencia de manipulación por la mención que hace cuando Britney Spears se cortó todo el cabello y atacó a un paparazzi, siendo un suceso que marcó la carrera de la artista y el periodista lo utiliza para llamar la atención.

En los recursos estilísticos del medio se encuentran dos indicadores: el diseño del texto y la fotografía, se resalta en la página una fotografía completa de la artista abarcando las cinco columnas y muy poco texto en una pantalla amarilla. Y el titular en un tamaño 20 en colores amarillo y blanco.

Finalmente en el tratamiento informativo encontramos un titular sensacionalista resaltando que la artista Britney Spears ingresa a centro psiquiátrico.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 05 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 2 A

**Titular:** Belleza Universal

En esta nota se nos habla de la modelo Colombiana Andrea Tovar, de sus inicios en el modelaje destacando sus orígenes. En el texto vemos reflejada la categoría estereotipos de mujer, viendo a la modelo como un símbolo sexual con frases como “Mujer de raíces indígenas y afroamericanas que le permiten mostrarse al mundo con un exotismo único”, “Andrea Tobar nació para ser vista y ella lo sabe”, siendo discriminada por sus raíces pluriétnicas afrodescendiente. .

En el interés comercial vemos a la modelo como un producto que debe reflejar erotismo para ganarse la admiración de las personas. En el interés sociocultural vemos expresado el sexismo dentro de la nota al poner frases como “No podemos negar todo lo que ella tiene unas medidas envidiables de 86, 68,97 y 1.79 de estatura capta siempre nuestra atención”, haciendo alusión a la modelo.

Asimismo vemos bien marcado el racismo en frases como “Habían pasado 14 años desde que una mujer de raza negra no ganaba”, un concurso colombiano donde las “Negras” no tienen mayor participación.

La industria cultural en estos casos se vuelve una de las mayores aliadas del racismo al ofrecer a la mujer como un producto que debe de venderse por sus atributos físicos, con frases “Latina con rasgos muy indígenas, mucha gente piensa que me puse boca y cola. Pero es mi

ascendencia afro”. Dentro de la percepción del periodista podemos ver los roles sociales que siempre se le han atribuido a las mujeres, en estos casos la maternidad, las medidas perfectas y a la belleza que debe de tener toda mujer.

Los recursos estilísticos que se ocuparon dentro de la nota fueron los colores rojo y amarillo, el titular de la nota tamaño 20. La fotografía de la modelo ocupa tres columnas del ancho de la página del periódico y el tratamiento periodístico en este en esta nota es amarillista con titulares como “Belleza Universal”.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 5 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 18

**Nota:** 2 B

**Titular:** Niurka Marcos no se deja de nadie

En esta nota el centro de atención es la temática artista Niurka Marcos, con un titular sensacionalista “No se deja de nadie”, se encontró presencia de estereotipos de mujer los indicadores símbolo sexual y a la vez discriminación, haciendo mención que ella como artista nunca ha sufrido de abuso sexual pero que en el medio artístico la que se quiere prostituir lo hace para ser famosa, degradando la imagen de la mujer que para llegar a la fama algunas lo hacen por su cuerpo.

El interés comercial se ve reflejado al hablar de Niurka Marcos es un producto para el medio por la fama que tiene en el mundo del espectáculo. Además, en el interés sociocultural encontramos dos indicadores: roles de género y sexismo; en la nota se menciona que la artista nunca ha recibido una propuesta indecente, porque ella es una niña con muchos ovarios y que las protegidas son las menores de edad.

En esta misma categoría se encuentra mucha presencia de sexismo, porque la misma artista como mujer, ve de menos la figura de está y tiene la idea que deben de ser fuertes y la que se deja dominar es porque quiere.

En la industria o interés cultural de medio, se manipula la información, destacando que Niurka Marcos, no se deja de nadie, aparte que la artista es muy conocida por las polémicas y así el titular lo manipularon para llamar la atención del lector.

Es aquí que también se puede relacionar con la percepción del periodista, debido a que el periodista busca acomodar la información al beneficio del medio, entrando al indicador de manipulación.

También, en los recursos estilísticos y el tratamiento informativo se valoraron el titular y la fotografía, se puede observar que el titular lo resaltan con color negro, al igual toda la nota va orientada a ser sensacionalista.



**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 08 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 3 A

**Titular:** Joyita Kuwaiti

La nota habla acerca de la modelo Dallia Eliott, una modelo de Asia Occidental, en el texto vemos reflejada la primera categoría de estereotipos de mujer, destacando el indicador lenguaje sexista con frases como “acuérdate de mí mamasita” o frases que la marcan como un símbolo sexual: “dueña de un cuerpo envidiable”, poniendo de manifiesto que los países orientales poseen un estándar de belleza y sensualidad.

Por consiguiente destaca los roles de género que se nos han impuesto en nuestras sociedad como la mujer a la cual le gusta cocinar, cuidar y viajar. Vista dentro del interés comercial como un producto que se debe de vender y explotar con frases como “Dallia Elliot Joyita Kuwaiti”.

En este destacado la categoría industria o interés comercial como la causante de solo vender y poner a las mujeres un valor físico, a través de lo que emite el periodista en sus notas. Además en ello vemos claramente la percepción del periodista, el cual le pone un valor físico por la figura de su cuerpo con esto “La rubia nos muestra la sensualidad que tienen los países orientales”.

Por consiguiente, da a entender que solo este tipo de mujeres de países orientales poseen dicha belleza y sensualidad, manipulando de esta forma con frases como: “esta preciosura

hace delirar a cualquier fotógrafo y claro que sí, que muchos de nosotros habríamos deseado ser quien le hiciera las instantáneas para verla tan de cerca y tan descubiertita”.

El periodista busca manipular por medio del texto a que consuman la imagen de la modelo al poner en el texto cómo pueden seguirla en redes sociales: “puedes seguirla en redes sociales como @ MissDaliaDoll, donde deja claro que es la maciza de las redes sociales”.

Los recursos estilísticos utilizados dentro del texto son los colores rojo y naranja con un fondo de color rosa y la imagen de la modelo abarcando la mitad de la página y el texto ocupando un tamaño de media columna.

En la categoría tratamiento informativo vemos el sensacionalismo y el amarillismo en frases como: “Dueña de un cuerpo envidiable y una actitud desinhibida para mostrarlo, así es esta chica”. El periodista da atribuciones muy personales dejando de lado la ética periodística el texto.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 3 B

**Titular:** Livia Brito alborota a sus fans

En esta nota se encontró presencia de discriminación y símbolo sexual en estereotipos de mujer, cuando se menciona que la famosa actriz mexicana subió unas fotos a sus redes sociales en la que aparece en una bañera y a la vez hay un comentario donde hace referencia que la actriz se quejó de terminar “siempre con moretones”, tras el rodaje de una novela, colocándola en un papel de víctima.

Como interés comercial el solo nombrar Livia Brito es un llamado al lector al querer conocer de qué trata dicha nota, además, por las fotografías sensuales que utilizan de la actriz como portada.

En interés sociocultural, se marcan dos indicadores: sexismo y racismo, esto cuando se indica la nacionalidad de la actriz y asimismo, en la nota se hace mención de que una famosa actriz le comenta las fotografías, utilizando palabras sexistas.

En esta nota el interés del medio es solo informar que la actriz subió fotografías llamativas a sus redes y hacer mención de algunas telenovelas que la han hecho famosa y del por qué la atención a ella.

Para la percepción del periodista, se encontró presencia de valor físico y manipulación, porque en toda la nota el periodista recalca los atributos físicos de la actriz, señala la edad y toma como citas directas preguntas que manipulan la mente del lector.

En los recursos estilísticos y el tratamiento informativo, exactamente en esta nota, tomaron una fotografía de la actriz que ocupara toda la página, las cinco columnas y de texto encontramos media columna, con un fondo rosado. Con un titular sensacionalista se hace mención a que la mujer subió a sus redes fotografías posando en una bañera: “La estrella mexicana subió tres imágenes en las que posa de manera bastante sensual, dentro de una tina” (nota 3B).

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 4 A

**Titular:** ¡Delirio de Mujer!

Esta nota trata acerca de un modelo de cine para adulto, la primera categoría reflejada es estereotipos de mujer y el indicador sobresaliente es el lenguaje sexista, ya que la describe como un modelo erótica que forma parte del entretenimiento para adultos, desvalorizando su calidad como persona con frases como: “Ser un modelo erótica no estaba precisamente en sus planes pero sí formar parte del entretenimiento”.

Vista como un símbolo sexual porque “por su indiscutible belleza revistas le han dedicado portadas”, si no fuera por esa razón no apareciera en revista. La destacan como una de las conejitas de la revista playboy que resalta solo por su físico y por esa razón tiene mucho que ofrecerle a su público.

Dentro de la categoría interés comercial, vista como un producto porque tiene mucho talento para dar dentro del entretenimiento, ya que para ellos en la carrera de modelo ha tenido aceptación. En la categoría industria o interés cultural del medio vemos la manipulación que estos ejercen sus textos al poner frases como estas “Igualmente ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subidas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes”.

En la categoría percepción del periodista vemos con el periodista le acuñe manipulación al texto, convirtiéndola en algo sensacionalista y enfatizando siempre el valor físico y comercial que la modelo genera.

Asimismo, con los recursos estilísticos que vemos en el diseño del texto destaca por su titular color amarillo, rosado y magenta, con un fondo del océano y la imagen de la modelo abarcando tres columnas de ancho y todo el espacio del alto de la página. El tratamiento del texto es amarillista por frases como: “Delirio de Mujer”.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 19

**Nota:** 4 B

**Titular:** Martha Cristina cuenta mala pasada

A pesar que en este caso la nota es muy pequeña, se encontraron estereotipos de mujer primeramente de discriminación, porque se habla sobre el abuso sexual que sufrió la actriz Martha Cristina cuando ella trabajaba en la serie Los Sánchez, además, vincularlo con el interés sociocultural donde hay sexismo, cuando ella menciona el momento en que el productor de esta famosa serie abusa de ella y se lee como ocupa el poder sobre las mujeres en este ambiente artístico.

El interés comercial es el caso y el nombre de la actriz por la influencia que ella tiene y cómo puede ayudar a destapar otros casos similares al de ella, por lo tanto, se puede ver como producto.

Igualmente, la percepción del periodista le da un rol social a la mujer, al momento que ella relata en un fragmento cuando, el productor, abusando de su autoridad, busca violentarla; de ella, aquí se observa el famoso abuso de poder del hombre sobre las mujeres. A su vez esta nota tiene un interés cultural del medio de informar y vender primero, ya hablando de la famosa actriz Martha Cristina, da un boom, y atrae las miradas, al igual en ese momento se realizaba una campaña para denunciar los abusos en el medio del espectáculo.

Finalmente, el titular no tiene mucho énfasis, porque al solo leerse no tiende a mencionar el abuso sino que el periodista lo toma como una mala pasada que tuvo la actriz.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 5 A

**Titular:** ¡Te Hará Explotar!

Esta nota trata acerca de la modelo Cherie Noel, donde se habla acerca de su físico, sus gustos y logros dentro de la revista playboy. La primera categoría a destacar dentro de la nota son los estereotipos de mujer, con su indicador de símbolo sexual, donde se relata que la modelo ha sido contratada por sus atributos.

La otra categoría que encontramos es el lenguaje sexista dentro de la nota, con frases como: “para conquistar a este bombón tenés que saber besar, tener un físico sabroso y más ¿le entras?”, poniendo a la modelo como una mujer con suerte por ser seleccionada como una de las conejitas de playboy.

Dentro del interés comercial, ella es vista como un producto de comercialización en donde se le invita a mostrar los atributos. Otra categoría muy marcada dentro de la nota es, el interés sociocultural, con su indicador de roles de géneros, en donde describe a la modelo como la madre entregada al hogar y como el sexismo es empleado en sus notas.

Asimismo, en la categoría industria o interés comercial del medio vemos reflejada la manipulación que ejercen los medios de comunicación, en sus notas de espectáculos, para poder vender.



En la categoría la percepción de periodista, vemos como el periodista le da un valor físico a la modelo, invitándole a mostrar sus atributos y ganarse un lugar entre las mujeres seleccionadas ante las cámaras como las más hermosas del planeta.

Finalmente los recursos utilizados por el medio se reflejan en el titular con colores amarillo y naranja. Incluso utilizan fondo de vegetación dentro de la nota, dándole realce a la imagen, de la modelo en tres columnas completas.

El tratamiento periodístico utilizado es amarillista/ sensacionalista por su titular: “te hará explotar”, “para conquistar a este bombón tenés que saber besar”.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 12 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 21

**Nota:** 5 B

**Titular:** Kim Kardashian no habla por Kanye.

Claramente se observa un estereotipo de mujer, comenzando con el titular hay una presencia marcada de discriminación al mencionarse que la socialité Kim Kardashian no habla por Kanye (su esposo), en toda la nota se encontró indicadores importantes como lo son los roles de género en el interés sociocultural y rol social por parte del periodista que son los más destacables.

A parte, en el Interés Cultural del Medio lo que se pretende es más informar y manipular, cuando el periodista utiliza la frase “La modelo fue entrevistada por la revista Vogue donde abordo la enfermedad mental que padece su esposo” (nota 5B) y manipula cuando menciona “Pese a la enfermedad la reina de los realities alega que tiene sus épocas tranquilas” (nota 5B) tomando una postura pasiva de la artista en cuanto a la problemática que se está informando.

Además, el periodista en la nota destaca que aparte de ser famosa le da un rol social, al mencionar que es madre de tres niños. Hay una representación de roles de género porque mencionan que Kardashian no habla por su marido y que todo lo que hace lo consulta con él.

En cuanto a los recursos estilísticos se presenta un titular que se destaca por el color negro y de tamaño 16. La nota ocupa dos columnas y publica una imagen de la famosa con su esposo.

En este cuadro se encuentran ideas sobre el comportamiento y el papel que tiene la mujer en el trabajo, la familia y en público y como debe relacionarse la mujer en el.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 22 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 6 A

**Titular:** Salvaje Conejita

Esta nota trata acerca de la modelo Savannah Madison, donde la describe como una mujer inigualable y recalca su físico. La primera categoría destacada son los estereotipos de mujer, con su indicador símbolo sexual, destacando su belleza por la cual produce suspiros entre los hombres.

En la categoría interés comercial vista como un producto por frases como “Savannah se muestra como una vaquerita completamente en topless y jugando con su cabello”, “Ella es una de las playmates favorita”, Salvaje conejita”. Imponiéndole un rol social como la mujer despreocupada, a quien solo le importa su belleza y cómo relajarse en casa.

Para la categoría industria o interés cultural del medio, su prioridad es vender la imagen de la modelo ya que la pone como una de las favoritas en el entretenimiento para adultos y como una de las más solicitadas para modelar prendas prestigiosas.

Asimismo en la categoría percepción del periodista se acuña los roles sociales que a lo largo de la historia han sido impuestos para las mujeres con frases como “No creas que siempre se la pasa de playa, ella también disfruta de un buen día de relajación” “Me encanta pasar tiempo de calidad fuera broncearme y pasar el día con mi adorable familia”, como si eso fuera el diario vivir de todas las mujeres del mundo.

En los recursos estilísticos de la nota prevalece la imagen de la modelo como lo más destacable, en ropas transparentes, poniéndola como un símbolo y vendiéndola como una mercancía, dejando de lado el texto en una pequeña columna. El tratamiento periodístico de la nota se cataloga como amarillista/ sensacionalista por frases como “Salvaje conejita”.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 6 B

**Titular:** Mon Laferte se roba el show

Para esta nota, se encontró la mayoría de indicadores y marca todas las categorías de nuestro cuadro, comenzando con estereotipo de mujer hay lenguaje sexista, símbolo sexual y discriminación, debido a que la nota destaca claramente que la artista no pudo desenvolverse muy bien ante el público en el concierto de Coachella, por no saber inglés, este tipo de noticia denigra la imagen de la mujer.

En interés sociocultural se encuentran sexismo y racismo, destacando que ella, a pesar de ser hispana logro captar la atención del público y destacando el uso del teléfono en el concierto.

Y en el interés cultural el medio busca informar y vender, mencionando que la cantante utilizo Google Translator, también el periodista tiene la intención de manipular con esta nota.

Asimismo, hacen referencia al racismo, ya que la nota habla sobre la cantante chilena Mon Laferte y su presentación en Coachella, primeramente mencionan la nacionalidad de la artista como también que ella no sabe hablar inglés y que en esta presentación tuvo que hacer uso su teléfono para utilizar el traductor de Google, denigrando la imagen de la artista por no saber hablar un idioma.

Sobre los recursos estilísticos del medio, para esta nota se observó un titular que se destaca por los colores amarillo y blanco con un fondo rojo, el tamaño del texto es de 20 puntos, ocupando una imagen de la cantante que abarca las 5 columnas de la página.

Además, vemos como la mujer es estereotipada ante la sociedad y no destacan de primera mano el éxito que tuvo en su presentación sino que primeramente recalcan la dificultad de la cantante al no saber otro idioma, colocando a la mujer en un perfil bajo.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 7 A

**Titular:** La Querrás Cerquita

La nota trata acerca de Elsie Hewitt, modelo de playboy, describiéndola como una mujer hermosa pero envuelta en muchos escándalos con su ex pareja un actor de Hollywood. La primera categoría encontrada fue estereotipos de mujer, en donde destaca el lenguaje sexista al plasmar en la nota frases como “Su pasado no ha sido fácil, pero en su Instagram revela que es capaz de florecer” publicando la vida de la modelo de forma discriminada al verse envuelta en problemas sentimentales a los cuales Hewitt ha sido vinculada. Otro indicador resaltante es que es vista como símbolo sexual, un claro ejemplo de ello son estas frases “Es toda una profesional con las cámaras fotográficas las doma muy bien”.

En la categoría interés comercial vemos destacado el indicador de producto, con frases como “La modelo Elsie Hewitt es toda una profesional con las cámaras y las doma muy bien”, mostrando a la modelo como una máquina a la que se le pueden asignar cosas y las hace muy bien. Dentro de la categoría interés sociocultural vemos resaltado el indicador de los roles de género, donde se les acuña a las mujeres roles de género como la más frágil, la que fracasa en las relaciones amorosas, a la que le va mal en todo, por no ser como los cánones de belleza lo indican; en la nota leemos frases como estas: “En 2017 ella entró a la residencia que, compartía con su pareja, para tomar sus pertenencias, pero un intoxicado Phillippe la sujeto tan fuerte que le provocó moretones y luego la empujó por las escaleras”.



Asimismo en la categoría industria o interés cultural del medio vemos reflejada la manipulación que se da por parte del periodista para vender a la modelo y que esta sea consumida a través de las redes sociales. En la categoría percepción del periodista vemos que a la hora de escribir, él lo hace de una manera manipuladora y discriminatoria, acuñando a la mujer roles sociales como la que siempre está dedicada al hogar, a tener hijos, a sufrir violencia física y ser la eterna mujer sumisa que la sociedad quiere que ejerza por el hecho de ser mujer.

Los vemos marcados en frases que describen su relación amorosa con el actor de Hollywood en donde sufría de violencia física y maltratos. En los recursos estilísticos utilizados por el medio vemos en el texto entradillas de color rosado con un fondo negro, la fotografía de la modelo utilizando tres columnas del periódico con ropa interior.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 15 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 16

**Nota:** 7 B

**Titular:** Verónica Castro la guapa edecán de Chabelo

Para esta nota se tiene presencia de la categoría estereotipos de mujer, los indicadores lenguaje sexista y discriminación, esta nota habla sobre los inicios en la TV de la actriz Verónica Castro, como edecán en el programa mexicano de Chabelo, estereotipando a la mujer como edecán y no como modelo y a la vez se encuentra discriminación a través de los textos como “La estrella Verónica Castro tuvo que comenzar haciendo pequeños trabajos para posicionarse en el medio del espectáculo” (nota 7B).

En interés sociocultural, el rol de género que se marca cuando el periodista menciona a la famosa actriz no por su carrera, sino por ser madre, como se ve reflejado en este texto “La madre de Cristian Castro, fue la primera edecán que tuvo la emisión televisiva” (nota 7B). Aquí se refleja que el interés del medio es vender, ya que la noticia se enfoca en una foto que se subió a las redes sobre los inicios de Verónica Castro en la televisión “La foto se viralizó rápidamente, provocando cientos de comentarios por parte de los seguidores de la protagonista “La casa de las flores” (nota 7B).

Según la percepción del periodista, le da un rol social porque para pocos es del conocimiento que la famosa actriz en sus inicios estuvo como modelo para el programa de Chabelo. En los recursos estilísticos del medio a dicha nota no le dan mucho espacio, ocupando dos columnas y colocando la fotografía en blanco y negro.

El titular de primera mano es sensacionalista, utilizando un lenguaje muy sexista, para referirse a que la actriz fue modelo en el programa y en la nota se refieren a que fue edecán.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 18

**Nota:** 8 A

**Titular:** Estrella del Año

Esta nota trata acerca de la modelo Cardi B como la estrella del año, la noticia solo ocupa la mitad de una columna del periódico, pero en esta vemos reflejadas diferentes categorías, como lo es la categoría estereotipos de mujer y su indicador símbolo sexual con frases como: “adorna la nueva portada de people”, pareciera que la cantante es un objeto de decoración.

Destacando también los roles de género con frases como: “ser madre es mi mayor orgullo”, poniendo los roles que a través de la historia le han sido cargados a la mujer.

Asimismo, dentro del interés comercial es vista como producto con frases como “Adorna la portada de playboy”. La industria o el interés cultural del medio se ven reflejados a través de frases como: “cuando eres famoso se te vienen tantas cosas encima, hay tantos chismes, tantos problemas, tantas peleas, es tanto dinero tanto de todo que te enloquece”. A la hora de manipular lo hace con frases como “People en español nombra a Cardi B la estrella del año.

Los recursos estilísticos utilizados en el medio dentro del diseño del texto son el titular destacable de color azul tamaño de 12 puntos y dentro de la página ocupa una columna.

El tratamiento periodístico del medio es amarillista y sensacionalista, ya que a través de sus nota muestra cómo se ve a los famosos y como son considerados en esta industria.

**Periódico:** Más

**Fecha de publicación:** 26 de abril 2019

**Sección:** Chivo

**Página:** 22

**Nota:** 8 B

**Titular:** Selena Gómez más que una cara bonita

En esta nota comenzamos con la categoría estereotipos de mujer, donde se encuentran los indicadores símbolo sexual y discriminación, cuando habla sobre la cantante Selena Gómez y la enfermedad que ella padece, Lupus “La chera padece lupus y padece ataques de ansiedad” (nota 8B).

Totalmente, Selena Gómez tiene un interés comercial como producto, por la influencia que tiene hacia los jóvenes; en el interés sociocultural se observa roles de género y sexismo, ya que habla de que las personas la valoren por su físico y que no la valoren por como se ve, sino lo que ella es por dentro “No me gusta que la gente me juzgue por cómo me veo, ni nada así. Pero me gustaría más que alguien me ame por la persona que soy” (nota 8B).

En el interés cultural del medio, busca informar sobre el momento que pasa la artista con su enfermedad y cómo se siente con ella misma, también, en la percepción del periodista trata de manipular lo bien que es alejarse de las redes sociales tal como lo hizo la cantante: “También compartió lo bien que le cayó alejarse de las redes sociales, “No es muy saludable estar en Instagram todo el tiempo” (nota 8B).

En este caso, en los recursos estilísticos la fotografía de Selena Gómez ocupa tres columnas de la página y la fotografía es una selfie de la cantante, con la cual finalmente quieren resaltar que la actriz es más que tener una cara bonita.

**Periódico:** Mi Chero

**Fecha de publicación:** 29 de abril 2019

**Sección:** Entre Cherada

**Página:** 20

**Nota:** 9 A

**Titular:** La Modelo Ideal

La nota trata de Elizabeth Elam, de origen estadounidense, catalogada como la modelo ideal por pertenecer a la industria de playboy. En este texto vemos reflejada la categoría de estereotipos de mujer, en donde todos los indicadores de esta aplican a la nota, ya que vemos el lenguaje sexista muy marcado con frases como: “la modelo dio en el clavo con todas las generaciones”.

Asimismo, como símbolo sexual en textos como estos: “Elizabeth es la más cercana a la estética de Instagram donde pueden destacar las mujeres por su cuerpo bonito y un discurso potente detrás” y “De hecho, es tal su impacto en el mundo de las revistas para caballeros que, un año después que playboy anunció no volver a publicar desnudos Elam, les hizo retractarse”, el indicador de símbolo sexual muestra cómo la modelo hizo que la revista se retractara y volviera a publicar desnudos dentro de sus publicaciones.

En la categoría interés comercial, la modelo es vista como un producto que necesitan vender: “Su belleza hipnotizó a playboy, que logró ser la encargada de devolverle la identidad a la revista norteamericana”. Dentro del interés sociocultural vemos destacados los roles de género, que asocian a la mujer a una belleza más estética y comercializada fuera del alcance de la mayoría de las personas.

La categoría industria o interés cultural se ve reflejada dentro del texto, al describir la personalidad de la modelo como perfecta, capaz de conectarse con las nuevas generaciones con frases como estas “seré el primero en admitir que la forma, en la cual la revista retrataba la desnudez estaba pasada de moda, pero eliminarla por completo fue un error”. Al igual vemos reflejada la categoría percepción del periodista con textos cargados de estereotipos al ponerle un valor a la modelo con textos como estos: “la modelo excitada por el honor que supone para ella protagonizar la icónica publicación”. ¿Sabrá el periodista que la modelo está excitada?

Dentro de los recursos estilísticos vemos que el texto destaca por los colores del titular que son rojo y naranja, el fondo de la imagen refleja un bosque, el texto solo ocupa una columna de la página.

## CAPÍTULO 5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un estereotipo de género es una opinión o un prejuicio generalizado acerca de atributos o características que hombres y mujeres poseen o deberían poseer de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar, también el uso de estos estereotipos de género se aplica a la práctica de asignar a una persona determinada, hombre o mujer, funciones específicas, únicamente por su pertenencia al grupo social masculino o femenino. (Anon., 2014)

Por lo tanto, basado en lo antes mencionado llegamos al resultado del monitoreo que realizamos por un mes a dos periódicos, Mi Chero y Más, en el cual durante la investigación encontramos presencia de estereotipos de género en sus notas periodísticas en la sección de espectáculos.

Según los resultados de la investigación, entre ambos periódicos se encontró una diferencia marcada en cuanto a estereotipos de género, Mi Chero en varias ocasiones hace uso de lenguaje sexista, sexismo, roles de género, colocando así a la mujer como un producto en primer plano. Al contrario del periódico Más, el lenguaje utilizado es más coloquial a la hora de redactar sus notas.

Por ejemplo, del total de notas periodísticas del periódico “Mi Chero”, las cuales fueron alrededor de 9, en éstas, en su mayoría encontramos palabras con términos de sexismo, ejemplo “Acuérdate de mí mamacita” “la rubia nos demuestra la sensualidad que tienen los países orientales”, (nota 3A) con roles de género, “Así mismo se considera una mujer simple a la que le gusta cocinar, hacer ejercicio, escalar leer libros raros, viajar y ver



películas” (nota 3A) lenguaje sexista, “La madre de Cristian Castro fue la primera edecán que tuvo la emisión televisiva” (nota 7B).

Por otro lado, en el periódico “Más”, de 8 notas analizadas 4 notas presentan uso de términos sexistas, ejemplo “Su novio y modelo bailarín Sam Asghari a posteado el mensaje de la rubia y ha agregado: No es debilidad, es una señal de extrema fortaleza”, (nota 1B).

La utilización de estereotipos de género en estos periódicos no solo depende del periodista, otro factor que influye es el interés tanto comercial o cultural que tenga el medio, porque según el monitoreo realizado se hizo una selección de días para la recolección de datos que fueron el día lunes y viernes del mes de abril, dando como resultado que en estos días la compra de dichos periódicos es más que otros días, debido a que tanto lunes como viernes los consumidores del medio estudiado, buscan ofertas de trabajo o de supermercados y por ello el consumo de estos periódicos es más elevado. Destacando también que los lectores se identifican con el tipo de lenguaje que utilizan ambos periódicos.

Asimismo, es el interés comercial que despierta al medio de comunicación a pautar y redactar notas que sean de entretenimiento para los lectores, dejando a un lado si se está discriminando o mal utilizando la figura de la mujer.

En el estudio del contenido del mensaje, los objetivos principales fueron determinar la presencia de interés comercial o cultural al utilizar la imagen de la mujer en sus notas de espectáculos. Además, identificar los estereotipos de género, la asignación de roles y valores en las notas a través del análisis de contenido.

A través de ello, se pueden establecer dos determinantes en la selección temática y la reproducción de estereotipos de género. En primer lugar el interés comercial de cada

periódico, en su línea editorial o ideológica y en segundo lugar el interés cultural que desean ellos reproducir en sus mensajes.

Los medios de comunicación analizados comparten una serie de valores que son los que definen la selección y la pauta sobre los temas con el que desean atrapar al lector. Entre estos valores no se toma en cuenta la dimensión de género para tipificar, clasificar, abordar, y enfocar esos acontecimientos; incluyen otros valores por ejemplo: el interés del tema, la proximidad del hecho, él o la artista trending del momento, etc.

Guiadas por el paradigma de los Estudios Culturales podemos aplicar que el resultado se ve identificado también a la cultura que se maneja, ya que se entiende de una forma más antropológica como práctica social, toda una “forma de vida”. Pero más que una simple descripción de las costumbres y hábitos de un grupo social, se trata de analizar cómo la cultura está imbricada en todas las prácticas sociales, porque es “la suma de sus interrelaciones”. (Stuart, 1994)

Esta forma de conceptualizar a la cultura es una toma de posición frente a las definiciones idealistas que la entienden simplemente como conjunto de “ideas”, y complica la metáfora base/superestructura del marxismo clásico al ubicar a la cultura en el centro de la reflexión como una praxis dinámica que se manifiesta de distinta manera en toda la actividad humana. (Stuart, 1994)

También, hablando de los medios en el libro el sexo de la noticia “Los medios de comunicación son más una propuesta de lectura de la realidad, que reflejos de la misma”. Debido a su estructura empresarial no demuestran la realidad si no que más bien les parece oportuno resaltar los intereses sociales, comerciales, económicos y políticos.

Los medios de comunicación crean en la sociedad una cultura para mantener siempre al grupo de una manera enajenada donde las audiencias consuman. Siendo así que en las últimas décadas se han convertido en la principal fuente de conocimiento para muchos o simplemente un medio de socialización en sus contenidos.

Cada medio posee una ideología que de forma consciente la divulga al lector para crear en éste una realidad moldeada que existe, pero no en su totalidad, enseñando a su público lo que debe saber. Siendo el lenguaje una forma importante de transmitir ideas dentro de nuestra cultura.

Dentro de las notas observamos que la mujer se percibe como una mercancía para aumentar el consumo del periódico, a través de la morbosidad, esto además de cosificar a la mujer genera dentro de la sociedad una cultura machista, que hace que los medios de comunicación y su entorno sociocultural influyan directamente, volviendo al receptor pasivo en este tipo de temas aceptando el lenguaje que estos medios generan en sus notas.

En la sección de espectáculos del periódico “Mi chero” las notas que se publican, son notas que dentro de ellas emplean el lenguaje sexista donde el 90 por ciento, están relacionadas a modelos, actrices y un 10 por ciento a algún cantante. Ofreciendo dentro de esta sección solo menciones femeninas.

La mayoría de notas destacaban la perfección física en la mujer, las curvas pronunciadas, las medidas perfectas y la altura ideal, generando una belleza estereotipada en función al tipo del lenguaje empleado dentro de la nota, dejando entre ver el patriarcado que se va reproduciendo de generación en generación.

Donde la mujer ya no es vista como una profesional o una artista, más bien es vista según los cánones de belleza, que si los cumple puede llegar a considerarse como una mujer perfecta dejando de lado lo intelectual de ella. Ejemplo “Con un porte inigualable y una cabellera rubia infinita, las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en sus miles de admiradores alrededor del mundo” (nota 6A).

Por otra parte, el tratamiento que se le da a las notas relacionadas con hombres lo realizan de una manera diferente, ya que él es catalogado según sus características viriles y su talento considerado como el “luchón, el trabajador y el fuerte”. Mientras que las mujeres definidas por sus características físicas (Balseiro, 2008).

Siendo el hombre siempre el protagonista de la información por excelencia, mientras la figura de las mujeres se viene caracterizando como el objeto sexual del cual solo se puede sacar provecho por su físico.

Por lo tanto, se observó durante el análisis realizado a las notas de los periódicos “Mi Chero y Más”, la presencia de estereotipos de género marcados en titulares, entradillas, en la nota completa y en fotografías.

Dentro de los estereotipos de género se encontraron estándares de belleza, los cuales atribuyen a una construcción social que dibuja el marco de qué, se considera como bello dentro de la sociedad. Ejemplo “Musa, linda, inteligente y deslumbrante mujer” “Estatus de celebridad en Suiza y Albania por su gracia y belleza”, (nota 1A).

Estos estereotipos marcan una idea de la belleza como la delgadez, las curvas, el cabello largo, y a la piel sin marcas. Considerando a este tipo de mujeres como un símbolo sexual que son referente de la perfección.

‘Sex symbol’ el término nacido para referirse a las sexualmente atractivas, ya que históricamente, estas construcciones sociales han llevado a que se genere, por ejemplo, roles específicos para hombres y mujeres en la vida social y lees este tipo de notas como en el periódico Mi Chero donde etiquetan a la mujer como símbolo sexual al escribir “Las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en sus miles de admiradores alrededor del mundo”, (nota 6A).

En muchos casos, y debido a una mayor exigencia respecto al género femenino, en la mayoría de las culturas (principalmente occidentales) ha derivado en una clara subordinación de la mujer al hombre.

Esto nos lleva a encontrar un lenguaje sexista dentro de estas notas periodísticas de espectáculos, siendo el resultado del sexismo de la propia sociedad y como un fenómeno social, que está íntimamente relacionado con las actitudes sociales, ejemplo “ Ser madre es mi mayor orgullo y felicidad”, (nota 8A) .

Este lenguaje expresa parcialidad hacia uno de los sexos y por lo tanto, trata a los miembros del otro de manera discriminatoria. En la mayoría de los casos esta parcialidad se manifiesta a favor del sexo masculino y en detrimento del sexo femenino. La existencia del lenguaje sexista es el resultado del sexismo en la propia sociedad y como un fenómeno social.

Asimismo, presenta una discriminación hacia la mujer cuando hace referencia a los atributos físicos, profesionales, familiares de la mujer. Las creencias estereotipadas suelen ser rígidas debido a que los aspectos raciales, culturales y religiosos se encuentran estrechamente relacionados.

Aunque los estereotipos son conjeturas que hacen caso omiso de las habilidades, oportunidades y entorno individuales e inherentes a la persona, no siempre son negativos, pero sí suelen ser perjudiciales. (Santander, 2015)

Se logra destacar dentro de los textos de los periódicos discriminación por ejemplo el periódico Más al escribir “Sin saber inglés, la chilena Mon Laferte se animó a presentarse en el Festival Coachella, uno de los más esperados por la bichada”, (nota 6B) y así, se puede encontrar más textos donde hacen una discriminación hacia la mujer. De esta forma, los medios de comunicación se convierten un gran sistema de penetración cultural y en transmisores de estereotipos.

Teniendo un efecto estabilizador de la percepción, de afirmación de la identidad y de defensa del status quo, los estereotipos llegan a gobernar y alterar la percepción de la realidad de tal forma que sus contenidos se hacen inmunes a la misma.

Es así, que a través de ello estos medios buscan vender utilizando la figura de la mujer como un producto para atrapar la atención de los consumidores, destacando los atributos físicos y no resaltando otras virtudes profesionales, artísticas, etc.

Una de las discriminaciones directas más evidentes a que se ven sometidas las mujeres es sin duda la esclavitud de la imagen, que según el modelo de sociedad imperante debe tener y los procesos a los que tiene que someterse para ajustarse al prototipo que se le asigna, ejemplo: “Elam de acuerdo con playboy fue la modelo perfecta para conectar con las generaciones jóvenes actuales y futuras”, (nota 9A).

Las mujeres deben permanecer jóvenes, delgadísimas, etéreas, sumisas, los mensajes repiten, a veces sutiles pero casi siempre claros y directos, que sus puestos en la sociedad, en

el hogar y en la empresa están condicionados por la calidad de su cabello, por lo bien que huele o por lo eficaz que es comprando un detergente u otro, sin que se oigan protestas al respecto, salvo en casos muy sangrantes.

También, los medios saben exactamente qué mensajes emiten para conseguir un determinado resultado. Incluso para anunciar un mismo producto no se tratan las imágenes de las mujeres con los mismos cánones que las de los hombres. Y eso comienza en el diseño de los pañales, de los juguetes, de los libros de texto y de los anuncios publicitarios en todos los soportes que se utilizan para vender un producto.

De igual forma, encontramos un interés sociocultural resaltando los roles de género que determinan acciones y comprenden las expectativas y normas que una sociedad establece sobre cómo debe actuar y sentir una persona en función de que sea mujer u hombre, prefigurando, así, una posición en la estructura social y representando unas funciones que se atribuyen y que son asumidas.

Se logra leer en el periódico Mi Chero la existencia de roles de género; un claro ejemplo es cuando encuentras textos como “Así misma, se considera como una mujer simple a la que le gusta cocinar, hacer ejercicio, escalar, leer libros raros, viajar y ver películas”, (nota 3A)

De igual modo, las prácticas sexistas afectan principalmente a las mujeres, dada la vigencia de creencias culturales que las consideran inferiores o desiguales a los hombres por naturaleza. Por ejemplo, nuestra sociedad asume que las mujeres tienen menos capacidad para tomar decisiones, participar en la política, ser líderes empresariales o profesionales

competentes por méritos propios. La forma cómo dichas creencias se reflejan en el lenguaje y en las prácticas cotidianas da lugar al sexismo.

El sexismo en el lenguaje es un acto de discriminación de personas que se consideran superiores respecto al otro sexo. Es decir, que también a través de las palabras se pueden cometer actos de discriminación como lo observamos en las notas periodísticas de Mi Chero y Más “Con solo siete años de edad por ser más alta que sus compañeros de clases, sufría acoso escolar” (nota 1A), “La que se quiere prostituir y a la que le pasa eso es porque quiere ser famosa a cualquier precio” (nota 2B).

Igualmente, para muchas mujeres, los factores relacionados con su identidad social, como la raza, el color, el origen étnico y el origen nacional se convierten en diferencias que tienen una enorme importancia.

Esos factores pueden crear problemas que afectan sólo a grupos particulares de mujer o que afectan a algunas mujeres de manera desproporcionada en comparación con otras.

Por otra parte dentro de las notas periodísticas existe un interés cultural por parte del medio en tanto no solo informan, sino también forman opinión, proponen nuevas formas de conducta y crean necesidades materiales y sociales, jugando así un papel determinante en la sociedad.

Estos también manipulan la información a conveniencia tanto del medio como para el mismo lector, generando ideas sobre el estándar de belleza o el estereotipo que debe manejar sobre la mujer a la hora que estos publican las notas periodísticas.



Un gran ejemplo lo podemos observar en el periódico Mi Chero al leer este tipo de redacción, “Igualmente ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subiditas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes” (nota 4A).

Pero así como manipula lo hacen también para vender, se maneja la idea que la mujer es el gancho para atrapar las miradas y por lo tanto, buscan con ello ganar más lectores al manejar lenguaje más sexista, colocando fotografías provocadoras, etc.

Esto lo podemos relacionar con el paradigma de Estudios Culturales donde explica en cuanto a comunicación cómo se ocupan de comprender las reacciones de los mensajes y el uso que le dan los medios en la cultura de masas.

El paradigma reconoce que los receptores no son pasivos sino más bien activos, que la interpretación de los mensajes varía de persona a persona y que cambia directamente de acuerdo a su ideología, nacionalidad, etnia, género, clase social, etc. (Stuart, 1994)

Es importante remarcar que el medio de comunicación como tal debe facilitar la apropiación del mensaje incrustado en los textos, puesto que las personas (de forma muy general) tienen las siguientes tres opciones: apropiarse del mensaje, rechazar el mensaje o retar el significado del mensaje. (Stuart, 1994)

Además, cuando se habla de consumir, lo que se quiere decir es gastar o destruir, pero también es el momento en el que se produce una utilidad a un sujeto.

En la actualidad los medios de comunicación son una fuente de conocimiento para las personas, ya que son constituidas industrias mediáticas, que actúan en un mercado cada vez más globalizado, convirtiéndose así en agentes socializadores que muestran una lectura de la realidad que de acuerdo con sus contenidos marcan una agenda.

Los medios presentan a las audiencias escenarios, temas y personajes que crean significados en la sociedad, entre los cuales eligen aquellos que por razones económicas y sociales consideran ser dignos de ser sometidos a un seguimiento informativo.

En el libro “Hacia la construcción de un periodismo no sexista” encontramos como son sometidas las mujeres en los medios de comunicación en ocasiones son sujetos de noticias pero en otros casos se vuelven objetos de ella. ¿Pero quién escribe sobre la condición social de ellas?, ni más ni menos que el periodista.

Por esa razón es importante destacar que la percepción del periodista dentro de las notas informativas tiene un gran valor, ya que este es el encargo de influir en el contenido de la noticia. Un claro ejemplo de ello son los periódicos que analizamos en este caso “Mi Chero y Más”, donde el periodista aborda las notas de espectáculo de una manera discriminativa, acuñando a las mujeres un rol social establecido por el medio.

Los medios siempre han presentado a la mujer como ama de casa, como el objeto de placer masculino, como seres pasivos cuyo valor se mide por el aspecto físico, siendo así los medios los encargados de reproducir los modelos femeninos social y culturalmente adecuados dentro de la sociedad.

Estos patrones los vemos reflejados en los periódicos analizados en frases como estas “Andrea Tobar es una mujer guapísima recientemente se convirtió en madre y sigue tan espectacular como cuando ganó la fama universal”.

En otras frases como estas: “En Suiza, intentaron retenerla y lograron por un tiempo; pero luego, decidida a lo lograr su fichaje a toda costa” (nota 1A). Vemos como el periodista

puede ejercer este tipo de mensaje manipulador dentro de la nota, acaso al periodista le consta cómo la modelo obtuvo su posición dentro de las pasarelas de la moda.

No obstante su valoración también se remite a que el periodista en sus notas atribuye a las mujeres un valor físico, tal es el caso de una nota de espectáculos que trata acerca de la modelo albanesa Ángela Martini, donde hace referencia a su físico: “Esta preciosura no pudo ganar la corona pero sí flechó a miles de millones que la vieron en la tv, hasta alcanzar un estatus de celebridad”. Siendo así, el lenguaje otro elemento importante que analizar.

El lenguaje que utilizan los periodistas al describir un acontecimiento junto con las imágenes se vuelve instrumento central que define la realidad y nombra las cosas, de la manera en la que desea el periodista.

Sin embargo, todo esto se desglosa de las rutinas de trabajo, el producto final no es de su autoría sino que constituye el resultado de una cadena de personas que participaron en la construcción de la noticia. Como consecuencia en la profesión se perdió algo central: “El orgullo de lo personal”, un orgullo que implicaba también la responsabilidad del periodista por su trabajo (Lagunes, 2011).

Por otro parte, teniendo en cuenta las características que debe poseer una nota periodística, nos remitimos a las notas analizadas en los periódicos Mi Chero y Más, donde encontramos que el medio y el periodista utilizan un estilo de lenguaje amarillista/sensacionalista al poner titulares como ¡Te hará explotar!, ¡Niurka Marcos no se deja de nadie!, ¡Joyita Kuwaití!, ¡Livia Brito alborota a sus fans!.

Este tipo de titulares son desarrollados de una manera sensacionalista para capturar la atención del consumidor, ya que lo hace parte de este tipo de lenguaje.

A través de ello los medios de comunicación suministran un modelo de cultura popular e informal, al colocar textos alusivos no tanto al profesionalismo de la mujer, sino más bien al presentar un lenguaje sexista con frases como “Con un par de controversias a su alrededor, Hewitt es una joven famosa, tras haber sido portada de Playboy en 2017 y ser exnovia de un actor de Hollywood” (nota 7A). Donde no destaca el profesionalismo de la mujer si no que se va por destacar quién es su pareja y como consiguió la fama.

Estos textos permiten analizar la existencia de sesgos sexistas en el tratamiento ya que aunque tienen muy en cuenta la base de la actualidad, con ellos los medios vierten comentarios subjetivos y en ellos se usan sustantivos y verbos abstractos con los que la o el periodista puede expresar todo un universo simbólico susceptible de ser analizado.

La relación de las mujeres con los medios de comunicación debe de ser examinada desde distintos ángulos, ya que se enfrenta a ellos desde una triple óptica: como objeto, consumidoras y profesionales y en todos estos aspectos se efectúa un tratamiento diferenciado con respecto al sexo.

Al señalarlas como objeto nos referimos a la imagen frecuente que transmiten los medios, donde los atributos femeninos tienen que ver más con la superficialidad, la cosificación, la banalidad y la familia, obviando el auténtico papel que juegan en la sociedad. (Balseiro, 2008).

## CAPITULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

En los últimos años, han surgido ciertos estudios cualitativos, que reflejan el tratamiento que se les da a las noticias por parte de los medios de comunicación. No tan numerosos son los estudios que se preocupan del tratamiento de las noticias con una mirada de género, es decir, que tienen en cuenta los roles diferenciados que desempeñamos mujeres y hombres en esta sociedad y a la distinta valoración que tenemos de ellas.

Desde una perspectiva de género, el concepto de noticia enfocado en la mujer se ha centrado en lo público, donde han situado a las mujeres socialmente en el mundo familiar, en el emotivo, el afectivo y sobre todo en el mundo de la belleza. Relegándola de esferas importantes dentro de la sociedad.

Es así, que al concluir la investigación se respondió según los resultados obtenidos la pregunta guía ¿cuál era el interés de los periódicos Mi Chero y Más, en utilizar a la mujer como objeto sexual en las noticias de la sección de espectáculos?, concluyendo que el interés que estos tienen es de carácter comercial al utilizar la imagen de la mujer como un producto o mercancía que debe de ser explotada, a través de los textos periodísticos e imágenes, para vender su publicidad y mantener a las audiencias enajenadas, dando como resultado la normalización de este tipo de lenguaje en las notas.

Al señalarla como objeto nos referimos a que la imagen de la mujer que nos muestran los medios van más relacionadas a sus atributos femeninos, a la cosificación, la banalidad y la familia, dejando de lado el papel que la mujer juega dentro de la sociedad.

De igual manera, tuvo respuesta en la medida que se le va dando cumplimiento de los objetivos, los cuales eran: “Determinar a través de un análisis de contenido los factores comercial o cultural que los periódicos Mi Chero y Más persiguen en el tratamiento informativo de sus notas periodísticas”, se determinó que dentro del análisis de las notas se encontró un factor comercial como se menciona anteriormente a través de la pregunta guía, sin embargo, un factor cultural no se encontró muy acentuado pero como nos explica el paradigma Estudios Culturales la relación del medio y la cultura popular, ambos periódicos podrían identificarse culturalmente con la audiencia a través del lenguaje coloquial que estos utilizan en sus notas periodísticas.

En el segundo objetivo “Demostrar el interés comercial de los periódicos Mi Chero y Más a la hora de seleccionar la pauta informativa en la sección de espectáculos”, se concluyó que para la realización de la pauta informativa de las notas periodísticas, en este caso la publicidad, se vuelve una fiel aliada para la difusión de estos modelos sexistas. La publicidad es la encargada de formar la imagen de la mujer en los medios de comunicación, presentando un modelo de mujer que no existe, creando en las audiencias un estereotipo de la mujer perfecta que debe de ser consumido a través de las modas.

Además, los periódicos Mi Chero y Más seleccionan su pauta informativa en la sección de espectáculos, debido a que gran parte de la publicidad que se difunde en dichos periódicos ocupan cierto espacio del contenido y por ello el medio debe controlar el tipo de información que se difunde para darle lugar a los anunciantes.

Ya que la audiencia ofrece resistencia a prestar su atención a la publicidad y esta tiene que camuflarse de información o entretenimiento, porque la publicidad necesita de la audiencia de los medios y los medios necesitan la financiación de la publicidad, casi siempre

mucho más importante económicamente que la de la audiencia. Por ello, los medios se debaten entre la necesidad de capturar audiencia para vendérsela a los anunciantes y la de agradar a dicha audiencia para que les siga siendo fiel.

Asimismo, se respondió el tercer objetivo “Identificar los diferentes recursos que los periódicos Mi Chero y Más utilizan para explotar a la mujer como objeto sexual en sus notas en la sección de espectáculos”, dando resultado que en los periódicos Mi Chero y Más ciertos recursos que estos utilizan para explotar a la mujer como objeto sexual, más comúnmente, esto lo realizan haciendo uso de imágenes con mujeres semidesnudas o en ropa interior, igualmente a través de los textos cuando recurren al lenguaje coloquial y sexista.

Por lo tanto, existe un trato desigual en la sociedad con mujeres y hombres, esto no es nada novedoso que la relación con los medios de comunicación a través de la historia sea conflictiva, históricamente los medios han mostrado a la mujer, dentro de sus textos periodísticos de forma estereotipada.

La investigación “Análisis de contenido de las noticias en la sección de espectáculo de los periódicos Mi Chero y Más, desde el mensaje, para determinar la existencia de estereotipos de género durante el periodo del 1 de abril al 1 de mayo 2019”, es un claro ejemplo de ello, los resultados de este trabajo demuestran que el tipo de información que los periódicos estudiados publican en sus notas de espectáculos está cargado de estereotipos hacia la mujer.

En la investigación encontramos que existe una brecha de género muy marcada en los medios a la hora de realizar sus notas periodísticas. Ya que siempre la mujer es tomada en las notas de forma desigual.

Conocedoras que los medios de comunicación son los encargados de informar a la audiencia sobre lo que sucede en la sociedad, su labor debe ser entretener, formar y crear opinión pública; pero no deben hacer de una historia de vida un show, tal como lo vemos en estos periódicos, donde el medio tiene como único propósito ganar audiencias para fomentar la morbosidad, la insensibilidad y la frivolidad hacia las mujeres sin que se aporte ningún elemento de reflexión.

Esto no ha sido fortuito, más bien es el claro resultado del funcionamiento de una lógica definida principalmente por el mercado, siendo inherente a los estudios de género. Por esa razón cada medio posee una ideología que de forma consciente el periodista la divulga al lector para crear en este una realidad moldeada, enseñando a su público lo que debe saber, siendo el lenguaje una forma importante de transmitir ideas dentro de nuestra cultura.

A través del lenguaje utilizado por los periódicos analizados se cumple la teoría expuesta en libro “Género y Comunicación, donde se plantea que los medios de comunicación no dejan que los lectores piensen y reflexionen de una manera asertiva, sino más bien contribuyen a transmitir ideas que vuelven al lector un ser pasivo que no comprende ni analiza la realidad pues no ha sido instruido para entender y comprender el mensaje y apropiarse de él.

Este tipo de ideología que poseen los medios ha contribuido a que muchos lectores se sientan identificados con los periódicos, eso lo vimos reflejado en el libro el sexo de la noticia, donde mencionan que el medio crea en la sociedad una cultura para mantener al lector de una manera enajenada consumiendo lo que ellos desean.



Tales son los casos de estos periódicos investigados, los cuales han hecho creer a sus audiencias que son la principal fuente de conocimiento, para construir en ellos una realidad moldeada, que existe pero que solo enseña a sus públicos lo que deben de saber.

El apropiarse del mensaje ha llevado a la enajenación y no al aprendizaje, pues debido al poco nivel de educación que estos públicos poseen les parece divertido consumir este tipo de mensaje, ya que con el cliché que estos exponen en sus notas se sienten identificados. Para el lector el denigrar y estereotipar le parece normal, debido a que ve que el periodista su única fuente de información por eso va y lo reproduce en su hogar.

El papel del periodista en la construcción de estas notas de espectáculo ha sido un aliado fundamental para la creación de estereotipos. A través de su lenguaje empleado en las notas de espectáculos ha construido una imagen de la mujer poco convincente pues la muestra como objeto, consumidora y profesional. Destacando primordialmente las dos primeras frases objeto y consumidora.

El libro género y comunicación destaca que el periodista posiciona a la mujer como un objeto en sus notas, ya que hace comparaciones banales con su físico por tal de ganar consumidores, dejando de lado su ética profesional. En la mayoría de notas de los periódicos analizados describió a la mujer de forma cosificada, discriminativa, plasmando un lenguaje sexista en sus contenidos.

En muchas de las ocasiones ofreciendo a la mujer como un espectáculo resaltando sus atributos para aumentar el consumo de dicho medio, favoreciendo de esta forma que la imagen de la mujer sea vista socioculturalmente como objeto sexual y de consumo.

Este tipo de lenguaje empleado en las notas periodísticas ha contribuido a que muchos lectores se sientan identificados con el medio, como lo plantea el libro “El sexo de la noticia”, donde mencionan que el medio crea en la sociedad una cultura para mantener al lector de una manera enajenada consumiendo lo que ellos desean.

Ese planteamiento se observa en los periódicos Mi Chero y Más, cuando el periodista redacta este tipo de notas en donde mencionan frases como éstas: “Ser una modelo erótica no estaba precisamente en sus planes pero sin formar parte del entretenimiento, Livia Brito Alborota a sus fans”, pareciera que ellas son las culpables, por poseer ese tipo de características físicas. Disfrazando por un momento que los culpables de ver socialmente denigrada a la mujer han sido el medio y el periodista al llamarla así dentro de sus notas.

Es claro que existe un problema del sexismo en el lenguaje y el periodismo que han sido ampliamente reconocidos; ahora necesitamos de la ética periodística para superarlo. Esto nos enfrenta a un asunto complejo: Por un lado debemos reconocer la herencia de ese sexismo que llevamos hoy en día a las tareas cotidianas y, por el otro lado, que muchos conceptos utilizados actualmente son justificados por esos valores que han permeado en la educación moderna y lo perpetuamos persistentemente casi sin darnos cuenta.

Hoy en día tenemos suficientes referentes en la academia y la filosofía para entender que para llegar a dar la vuelta de tuerca masificar ese lenguaje no sexista se precisa de la participación de una ética como periodistas. Haciendo voluntad, creatividad y reiteración de la misión que se tiene de informar y educar a una audiencia.

Por lo tanto, concluimos que los medios de comunicación son suministradores del modelo de cultura patriarcal, a través de ellos se difunden modelos y comportamientos

sexistas, se potencian roles y valores dominantes asociado a lo masculino que sigue estando considerado como el valor universal, mientras que lo femenino se interpreta como lo particular.

Los periodistas, en su intento por mantener audiencias, caen en el amarillismo y el sensacionalismo, mostrando un mal llamado periodismo de show, de estereotipos de género, de lenguaje sexista y de cosificación hacia la mujer.

## **6.2 Recomendaciones**

Basado en nuestra investigación encontramos presencia de estereotipos de género en las notas de espectáculos de los periódicos Mi Chero y Más, por lo cual, tomamos a cuenta hacer algunas recomendaciones, en este caso, al periodista, al medio y de alguna manera a las audiencias, para eliminar estos estereotipos que se manejan sobre la imagen de la mujer.

Es así, que existe un reconocimiento social hacia los medios ya que son el marco de referencia de la vida política, económica y social. Al mismo tiempo son un poderoso instrumento de creación de opinión pública, de tal manera que las personas construyen su percepción del mundo a través de lo que ofrecen.

Por lo tanto, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de educar a su audiencia, comenzando primeramente en involucrar al periodista, creando espacios para una educación con apoyo de técnicos y de grupos de mujeres que están trabajando y tengan experiencia en la erradicación de estereotipos de género, ya que este es el responsable de crear y redactar esas notas periodísticas que llegan a los lectores.

Reiteramos que el fenómeno de los estereotipos de género tiene que mejorar en múltiples factores como: el vocabulario, en las leyes y las prácticas, en la mentalidad de las personas, en los sistemas de justicia, en los medios de comunicación y en la educación, en las diversas organizaciones y autoridades públicas, en las empresas y con las mismas personas.

Cabe destacar que en nuestra sociedad aún persisten los periódicos que generan este tipo de notas sexistas y misóginas, por eso hacemos un llamado a que la Dirección de Espectáculos Públicos, Radio y Televisión incluya 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. A la población en general, hacerle un llamado a exigir más contenidos informativos que de entretenimiento, ya que el entretenimiento hace que los receptores sean pasivos de la realidad nacional y no sean críticos ni analíticos de lo que los rodea.

Los periodistas que laboran en el periódico Mi Chero y Más, deben concientizarse acerca de que los textos e imágenes emitidas por dichos periódicos refuerzan los estereotipos de la mujer perfecta y la mujer como objeto sexual en los medios de comunicación.

Conocemos que han utilizado los estereotipos como una forma fácil de explicar y describir un personaje. Estos estereotipos son fáciles de reconocer y entender: cuando nos describen a una mujer con características como bella, encantadora, grandes curvas. Pueden fomentar percepciones negativas, justificar prejuicios, racismo y otros puntos de vista negativos.

Por ello, se les recomienda tomar conciencia en la forma correcta de expresarse a la hora de redactar una nota donde se destaque la figura de la mujer, además, de educarse con temas de estereotipos de género ¿Qué es?, ¿A quiénes se afecta?, a través de libros o cursos.

Es necesario establecer normas y estándares que luchen contra los estereotipos, prácticas y creencias en materia de género y garantizar que se traduzcan, en políticas y programas que cumplan su debida implementación en medios de comunicación para concientizar al periodista del uso de los estereotipos de género.

Por ello, tanto el medio como el periodista deben adoptar las medidas apropiadas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a

alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad en funciones estereotipadas hacia la mujer.

Todo periodista debe incluir en su trabajo la deontología periodística para realizar un buen periodismo que aborde historias desde un contexto concreto. Teniendo como función principal el renovar el lenguaje para hacer un lenguaje más real y que los lectores vean y reconozcan un lenguaje donde se respete la imagen de la mujer.

En general, es importante que haya un compromiso de examinar de forma continua, y con visión crítica, las notas periodísticas que posicionan a las audiencias y las implicaciones que puedan tener en el alcance de la igualdad de género.

También, se recomienda a las Universidades que incorporen cursos sobre temas de género que aborden específicamente cómo el periodista puede tratar la figura de la mujer y no caer en los estereotipos, al igual, que docentes traten con sus alumnos en las diferentes materias de la Licenciatura en Periodismo el tema de estereotipos de género.

A los consumidores de los periódicos de Más y Mi Chero les recomendamos que consuman otro tipo de contenido informativos, culturales y sociales, para que sean más críticos a la hora de informarse acerca de algún tema de la realidad nacional e internacional, contrastándolo con otros tipos de medios (radio/tv).

Ya en el contexto familiar, en la comunidad, la sociedad y a nivel nacional e incluso global, tenemos que crear un entorno favorable, e instituciones y sistemas específicos, necesario para tener defensores individuales. Se propone el establecimiento de la figura del

ombudsman de las audiencias, de los medios de comunicación, que también se denomina como ombudsperson o “defensoría de las audiencias”.

En El Salvador hace falta algo que conecte a los medios de comunicación con las audiencias, que permita un ida y vuelta, que brinde certeza a los redactores, que su trabajo no sea solo difundir noticias, como en un monólogo; y que a los receptores de la información les despeje sus dudas sobre las intenciones que están detrás de los mensajes de las noticias que consumen, para así tener claridad de si se informan o se desinforman.

Además, retomar las buenas prácticas de otros países que se encuentran en la lucha contra los estereotipos de género y la discriminación resultante, y aprovechar los resultados positivos, también identificar políticas y normas eficaces en el ámbito nacional del medio escrito.

## CAPITULO 7. FUENTES DE CONSULTA

### BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Abela, J., (2003) *Las técnicas de Análisis de Contenido una revisión actualizada*. Edición Segunda. Granada, España.
- ❖ Balseiro, A; Palencia, R; Elizondo, I y Martínez, A (2007) *Género y Comunicación*. Edición Primera. Madrid, España.
- ❖ Balseiro, A; Palencia, R; Elizondo, I y Martínez, A (2008) *Valer y no llegar, el techo de cristal para las periodistas*. Edición novena. Madrid, España.
- ❖ Balseiro, A; Palencia, R; Elizondo, I y Martínez, A (2009) *Claves y recursos para periodistas*. Edición tercera. Madrid, España.
- ❖ Corbetta, P., (2003) *Metodología y técnicas de Investigación Social*. Primera Edición revisada. Madrid, España.
- ❖ Correa, R. Guzmán, M. Aguaded, J. (2000) *La mujer invisible: Una lectura disidente de los mensajes publicitarios*. Huelva: Grupo comunicar. Edición primera. Madrid, España.
- ❖ Hernández, R.; Fernández, Carlos, y Baptista, Pilar. (2003) *Metodología de Investigación*. Edición Tercera. México: Mac-GrawHill.
- ❖ Iglesias, S., (1990) *Guía para la elaboración de trabajos de investigación monográfico o tesis*. Edición Tercera. San Salvador.
- ❖ Lozano, J., (2007) *Teoría e investigación de la comunicación de masa*. Edición Segunda. México, D.F.



- ❖ Morley, D., (1992) *Televisión, Audiencias y estudios culturales*. Edición Primera. Barcelona, España.
- ❖ Olmedo, Amparo (2001) *Teoría y análisis de género. Guía metodológica para trabajar en grupos*. Edición primera. Madrid, España.
- ❖ Pardinás, F., (1983) *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Edición Trigésimo tercera. Barcelona, España.
- ❖ Rodríguez, G; Flores, J y García, E. (1996) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Ediciones Aljibe. Granada.
- ❖ Rojas, R., (2000) *Métodos para la investigación social*. Edición décima quinta. Méxio D.F.
- ❖ Sierra, B., (1985). *Técnicas de la investigación social*. Edición novena. Madrid, España.

## TESIS

- ❖ Barraza, A y E. Benitez (2016) *Percepción de los lectores del municipio de Soyapango acerca de la imagen del Periódico Mi Chero durante el periodo del 1 de abril al 1 de mayo de 2016*. Tesis para optar al grado de licenciatura en Periodismo, Universidad de El Salvador – San Salvador, El Salvador.
- ❖ Beltrán, M (2017) *Análisis de contenido cualitativo: La utilización de la imagen de la mujer*. Tesis para optar al grado de licenciatura en periodismo, Universidad de El Salvador – San Salvador, El Salvador
- ❖ Batres, R, (2012) *Análisis de contenido de los mensajes difundidos en el programa con el presidente*. Tesis para optar al grado licenciatura en periodismo, Universidad de El Salvador- San Salvador, El Salvador.
- ❖ Chicas, M. y J. Maldonado, (2007) *Análisis cualitativo de la promoción de los derechos del niño en la producción de la Televisión Educativa y Cultural canal 10 y el Jardín de Tía Bubu de Telecorporación Salvadoreña*. Tesis para optar al grado de licenciatura en periodismo, Universidad de El Salvador- San Salvador, El Salvador.
- ❖ Departamento de Periodismo, Universidad de El Salvador- san Salvador, El Salvador.
- ❖ Mejía, F. P, E. y V, M, (2015) *Análisis de contenido de las noticias en la sección nacional de los periódicos La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, diario Co Latino y diario El Mundo, una aproximación desde su productor, mensaje y receptor para determinar la presencia de estereotipos de género*. Tesis para optar al grado de licenciatura en periodismo, Universidad de El Salvador- San Salvador, El Salvador.

## EN LINEA

- ❖ Bach, M; Altés E y Gallego, J. (1996) *El sexo de la noticia*. Disponible en <http://americlatinagenera.org/newsite/images/cdr-documents/publicaciones/el sexo de la noticia.pdf> (Accesado el 05 de marzo de 2019)
- ❖ Bokova, I; Jarre, JM y Lhermitte, M. (2015) *Tiempos Culturales*. Disponible en: [http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view-tv-release/news/new\\_report\\_shows\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries\\_account fo/](http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view-tv-release/news/new_report_shows_cultural_and_creative_industries_account_fo/) (Accesado el 17 de marzo de 2019).
- ❖ Comunicar, (1999) *Estereotipos en los medios, educar para el sentido crítico*. Disponible en <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar12.pdf>
- ❖ De Cabo, Ruth. (2007) “La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Analisis de la prensa digital española”. Madrid. Disponible en: <https://www.slideshare.net/mcuraves/mujer-en-medios-digitales> (Accesado 20 de marzo de 2019).
- ❖ Fernández, Anna. (1996) “*Estereotipos y Roles de Género en el refranero popular*”, Sexta Edición. México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/267/26700604.pdf> (Accesado 29 de marzo de 2019)
- ❖ Fouce, H. (2000) “*Estudios culturales: contextos, métodos y teoría*”. Madrid, España [Disponible en: www.fouce.net/Docencia/Curso estudios culturales.htm](http://www.fouce.net/Docencia/Curso_estudios_culturales.htm) (Accesado 13 de abril de 2019)
- ❖ Hall, S. (1994) “*Estudios Culturales*”, Buenos aires, disponible en: <file:///C:/Users/Karen%20Alvarez/Desktop/TESIS%202019%20RECOPIACION/Stuart%20Hall%20Estudios%20Culturales.pdf> (accesado 20 de abril de 2019)

- ❖ Hernández, Roberto. (2010) “*Metodología de la Investigación*”, quinta edición. México: México Mac-GrawHill disponible en: <http://www.pucesi.edu.ec/webs/wp-content/uploads/2018/03/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf> (Accesado 7 de mayo de 2019)
  
- ❖ López, Claudia, Gómez, Elvira y Sandy Justiniano (2017) “*Análisis de la cosificación de la mujer desde una perspectiva de género*” disponible en <http://www.cdp.udl.cat/tallers/index.php/es/glosario/item/92-cosificacion-de-la-mujer>.
  
- ❖ Morales, Pilar. (2006) “La imagen de la mujer en la publicidad: estudios, análisis y ejemplos”. Madrid. Disponible en: <http://www.madrimasd.org/blogs/documentacion/2006/12/24/55870> (Accesado 05 junio de 2019).
  
- ❖ Santander, Jiselle. (2015) “Estereotipos y discriminación de género”, disponible en: <https://racionalidadltda.wordpress.com/2015/10/23/estereotipos-y-discriminacion-de-genero/> (Accesado 16 Mayo de 2019).
  
- ❖ Soriano, Jaume, Cantón, María José y Díez, Mercè. (2005). “La pseudofeminización de la profesión periodística en España”, España. Disponible en: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/3838/3420> (Accesado 20 de julio 2019)

# ANEXOS

## NOTAS PERIODISTICAS MI CHERO Y MÁS



**Entre Chera rad**

MI CHERO / LUNES 1.º DE ABRIL DE 2019 **27**

**AMOR POR ALBANIA**

**Origen**

**NOMBRE REAL:** ANGELA MARTINI

**FECHA DE NACIMIENTO:** 23 DE MAYO DE 1986, SHKODER, ALBANIA

**PROFESION:** MODELO Y EMPRESARIA

**KAROL G**  
**Quiere dueto con Rihanna**

AHORA QUE LA MÚSICA URBANA SE HA INTERNACIONALIZADO Y QUE ARTISTAS COMO MADONNA, JANET JACKSON O SELENA GÓMEZ BUSCAN COLABORAR CON ARTISTAS LATINOS, KAROL G TIENE EN LA MIRA A UNA ARTISTA DE ESTA TALLA, RIHANNA, CON QUIEN DESEA COLABORAR EN UN FUTURO. "TENGO UNA LISTA GIGANTE DE ARTISTAS CON LOS QUE QUIERO TRABAJAR, PERO ESA LA ENCABEZA ALGUIEN QUE ES RIHANNA, EL DÍA QUE TRABAJE ALGO CON ELLA SERÁ LO MÁXIMO", DIJO LA COLOMBIANA.

**SETH ROGEN**  
**Lanza campaña**

SETH ROGEN ESTÁ BUSCANDO COMPARTIR SU PASIÓN POR FUMAR CON LOS FANÁTICOS AL LANZAR SU PROPIA COMPAÑÍA DE CANNABIS. LA ESTRELLA DE "PINEAPPLE EXPRESS" SE BURLÓ DE SU NUEVA EMPRESA, LLAMADA HOUSEPLANT, EN INSTAGRAM A PRINCIPIOS DE ESTA SEMANA AL PUBLICAR UNA IMAGEN DE UNA CAJA DE FÓSFOROS CON LA MARCA DE LA COMPAÑÍA, HECHA PARA PARRECERSE A UNA MINICINTA VHS. "HE ESTADO TRABAJANDO EN ALGO POR LO QUE ESTOY MUY EMOCIONADO", REVELÓ SETH.

**Desde el sureste de Europa nos llega esta musa. Una linda, inteligente y deslumbrante mujer.**

**Redacción de Entre Chera rad**  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

La joyita albanesa Angela Martini es una mujer bella, encantadora, pero sobre todo esforzada por alcanzar sus objetivos y metas.

Con siete años de edad por ser más alta que sus compañeros de clase, sufría acoso escolar; sin embargo, desafió a quienes le molestaban y desfiló por la pasarela creada para el concurso de belleza del vecindario, obteniendo el primer lugar y comenzar su sueño por ser una modelo profesional.

Con 10 años y residiendo en Suiza, los agentes se le acercaban para ofrecerle contratos profesionales; sin embargo, sus padres intervinieron, pues su gran objetivo era que terminara sus estudios como ellos lo habían alcanzado primero (su madre es maestra de biología y química y su padre, un ingeniero).

Un viaje a Nueva York para visitar a sus primas durante las celebraciones de la Navidad le abrió los ojos a otro mundo y supo entonces que su destino como modelo estaba lejos de casa. En Suiza intentaron retenerla y lo lograron por un tiempo; pero luego, decidida a lograr su fichaje a toda costa, fue contratada por Front Management en Miami y meses después por la Elite Model Management.

**POR TODO UN PAÍS**

Se corría 2010 y Albania aclamó a la joven para que les representara en Miss Universo y ella, como buena patriota, no tuvo más que aceptar. Vuela a su país y gana la corona nacional y dos semanas después representa a su nación y se posiciona en la sexta posición final del certamen.

Esta preciosa pudo no ganar la corona, pero sí flechó a miles de millones que la vieron en la TV hasta alcanzar el estatus de celebridad en Suiza y Albania por su gracia y belleza.

Aprovechó con creces el reconocimiento y lanzó su línea de bikini Martini Bikini en 2012 y desde 2017 se certificó como entrenadora de vida. De seguro triunfará pues solo de verla ya es una ganadora... en mi corazón.



VIERNES 5 DE ABRIL DE 2019

ARCHIVO!  
EN RETENIMIENTO · CINE · VIDA · CHIS

Britney Spears

# Ingresa a centro psiquiátrico

**CHECÁ EL DATO**  
**APOYO**  
Su novio ha aplaudido la valentía de Britney de ponerse en tratamiento

FOTO: MAS ARCHIVO

Para evitar una reacción como la de 2007, en la que se peloneó y atacó a un paparazzi, la artista buscó ayuda

**AGENCIAS/ K. GARCÍA**  
periodicomas@mas.sv

**L**uego de estar sometida a un gran estrés y siendo expaciente de depresión, Britney Spears ha optado por internarse en un centro psiquiátrico para ponerse en tratamiento.

"Todos necesitamos encontrar algo de tiempo para dedicarlo a cuidarnos", escribió la cantante en su cuenta de Instagram.

Sus seres queridos han aplaudido su decisión. Su novio, el modelo y bailarín Sam Asghari, ha repostado el mensaje de la rubia y ha agregado: "No es debilidad, es

una señal de extrema fortaleza. La gente debería sentirse inspirada; sé que yo lo estoy".

Jamie, la hermanita de Britney, también le ha externado su apoyo. La chera subió, a redes, una antigua foto del álbum familiar en la que una Britney adolescente y una tierna Jamie aparecen posan-

do juntas en su etapa escolar.

"Pues sí, en mi primer día de colegio viajé conmigo en el bus de regreso a casa, porque es la mejor", escribió refiriéndose a la Princesa del pop.

En 2007, Spears experimentó una crisis emocional que la llevó a perder la custodia de sus hijos.

# Entre che rada

MI CHERO/  
VIERNES 5 DE ABRIL  
DE 2019 **18**

## Origen

NOMBRE REAL:  
ANDREA TOVAR

FECHA DE  
NACIMIENTO:  
3 DE SEPTIEMBRE  
DE 1993, QUIBDO,  
CHOCÓ, COLOMBIA

PROFESIÓN:  
MODELO Y  
PRESENTADORA

Desde Colombia llega esta orgullosa mujer de sus raíces indígenas y afroamericanas que le permiten mostrarse al mundo con un exotismo único.



## BOZZO regresa a la TV

LAURA BOZZO REGRESA A LA TELEVISIÓN, Y LO HACE CON UN PROGRAMA QUE ELLA MISMA CALIFICA COMO "UNA OBRA MAESTRA" QUE PREPARA CON MUCHO ENTUSIASMO. LA CONDUCTORA PERUANA DIJO: "ESTOY MUY CONTENTA, MUY FELIZ PORQUE LO QUE ESTOY PREPARANDO ES MI OBRA MAESTRA, TIENE QUE SER ALGO ASÍ PARA QUE SUPERE A 'LAURA EN AMÉRICA'". BOZZO DIJO QUE LA TEMÁTICA DE SU PROGRAMA SERÁ EN FAVOR DE LA MUJER, SU VALOR Y SU REIVINDICACIÓN EN LA SOCIEDAD.



## YOLANDA Decidió sincerarse

YOLANDA ANDRADE DECIDIÓ SINCERARSE Y CONTAR LO QUE VIvió Y SINTIó LUEGO DE MOSTRARSE ABIERTAMENTE HOMOSEXUAL DURANTE UNA DE LAS EMISIONES DE SU PROGRAMA "MONTSE & JOE". LUEGO DE QUE QUIQUE GALDEANO CONFESó LA ADMIRACIÓN QUE SIENTE TANTO POR ELLA COMO POR MONTSERRAT: "REALMENTE USTÉDES SON UNA INSPIRACIÓN Y UNA VOZ MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS (LA COMUNIDAD LGTB)". LA CONDUCTORA SE MOSTRó AGRADECIDA.

Redacción de Entre Cherada  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

Hace cuatro años fue la reina de la belleza en Colombia y hace tres, princesa en Miss Universo, pero desde que decidió competir en las pasarelas bien podemos decir que es la reina de este corazón.

Andrea Tovar es una mujer guapísima, recientemente se convirtió en madre y sigue tan espectacular como cuando ganó fama universal.

Habían pasado 14 años desde que una mujer de raza negra ganaba el concurso de Miss Colombia, pero en 2015 el cetro fue entregado a Tovar.

De ahí dio el salto para pelear por el título de la más bella del universo y perdió. ¿Pero qué importa si con su liderazgo puede seguir gobernando miradas y ganando la admiración de todos nosotros?

No podemos negar todo lo que tiene, si ella con unas medidas envidiables de 86, 68, 97 y 1.79 metros de estatura capta siempre nuestra atención.

Nació para ser vista y ella lo sabe. Por eso echa mano de los medios sociales para mantenerse siempre entre las más queridas, compartiendo fotos de sus posados en la playa y el área urbana.

Destaca además por sus raíces negras e indígenas, desde donde proyecta mucho exotismo, el cual le vale para ganarse la admiración.

"Soy una mujer pluriétnica, vengo de una familia afrodescendiente, indígena. Creo que es una fortaleza. No me pueden colocar en el grupo de las negras ni en el de las latinas. Soy muy latina, con rasgos muy indígenas y muchas piensan que me puse boca o cola, pero es mi ascendencia afro", asegura.

Otra de las cualidades de esta mujer es la seguridad en todos los aspectos de su vida. Fija sus objetivos, trabaja por ellos y alcanza sus metas.

"Me siento toda una mujer segura colombiana; me gusta poder proyectar esa seguridad en pasarela", explicó. Por eso es que, a cada paso que da en la vida, enamora, pero también conquista.

# Belleza universal





MÁS TELE

TELENOVELAS

CANAL 2

Esta es la historia de amor entre Mariela y Alonso, quienes son amigos de la infancia. El padre de Alonso es Demian, un poderoso empresario que causará las desgracias de ambos. Mira "Corazón que miente", a las 10.00 de la mañana.



CANAL 2

5:25 a.m. El minuto de María  
5:30 a.m. TCS noticias  
6:30 a.m. Frente a frente  
7:30 a.m. Frente a la comunidad  
8:00 a.m. Viva la mañana  
11:30 a.m. Los Picapietra  
12:00 m.d. Pedro, el escamoso  
1:00 p.m. Telediós  
1:30 p.m. Mi marido tiene más familia  
2:30 p.m. Tierra de reyes  
3:30 p.m. Like, la leyenda  
4:30 p.m. Cuéntame lo yal  
5:00 p.m. Dr. Oz  
6:00 p.m. Escape perfecto  
7:00 p.m. Telediós  
8:00 p.m. El rico y Lázaro  
9:00 p.m. Rosario Tijeras  
10:00 p.m. La Bandada  
11:00 p.m. Telediós  
12:00 m.d. Caer en tentación

CANAL 4

5:25 a.m. El minuto de María  
5:30 a.m. TCS Noticias  
6:30 a.m. Frente a Frente  
8:00 a.m. Viva la mañana  
11:00 a.m. Chespirot  
11:30 a.m. Primer impacto extra  
12:00 m.d. Noticias 4 visión  
1:00 p.m. DCA Radio  
2:00 p.m. Telescañ  
3:00 p.m. 100 latinos dijeron  
4:00 p.m. Al rojo vivo  
5:00 p.m. El Gordo y la Flaca  
6:00 p.m. Reto 4 elementos  
8:00 p.m. La potémica  
9:00 p.m. Noticias 4 Visión  
10:00 p.m. Primer Impacto  
11:00 p.m. Noticias 4 Visión  
12:00 m.d. Al rojo vivo

CANAL 6

5:25 a.m. El minuto de María  
5:30 a.m. TCS Noticias  
8:00 a.m. Me declaro culpable  
9:00 a.m. Enamorándome de Ramón  
10:00 a.m. Corazón que miente  
11:00 a.m. Como dice el dicho  
12:00 m.d. El noticiero  
1:30 p.m. Sombras del ayer  
3:00 p.m. Que buena vida  
4:00 p.m. La mamá del 10  
5:00 p.m. Caso cerrado  
6:00 p.m. La rosa de Guadalupe  
7:00 p.m. Amar a muerte  
8:00 p.m. El Noticiero

CANAL 8

5:20 p.m. Himno nacional  
5:21 p.m. Ingle canal 8  
5:22 p.m. Santo Rosario  
5:50 p.m. Evangelio del día  
5:55 p.m. El minuto de María  
5:57 p.m. El ángelus  
6:00 a.m. Predica  
7:00 a.m. Noticiero científico  
8:00 a.m. Nuestra mañana  
10:00 a.m. Tatuca  
11:00 a.m. Paraiso cercano  
12:00 m.d. El Ángelus  
12:02 m.d. El minuto de María  
12:05 m.d. Olga cocina  
12:30 m.d. Ágape noticias  
1:00 p.m. Esquina deportiva  
1:30 p.m. Dios es amor  
4:00 p.m. DiosTV  
5:00 p.m. Paraiso cercanos  
6:00 p.m. El ángelus  
6:02 p.m. El minuto de María  
6:05 p.m. Ágape noticias  
7:00 p.m. La colombiana  
8:00 p.m. Díganos la verdad  
9:00 p.m. TV éxito musical  
10:00 p.m. El día de fe  
11:00 p.m. El Ángelus  
12:00 p.m. Ingle canal 8

CANAL 10

5:45 a.m. Patrón-Música  
6:00 a.m. Panorama  
7:00 a.m. El Salvador ahora  
8:00 a.m. Tu mañana  
9:30 a.m. Ecoaventuras  
10:00 a.m. Con olor a región  
10:30 a.m. Euromax  
11:00 a.m. Vivir en Japón  
11:30 a.m. El Salvador avanza  
12:00 m.d. Inesperación  
1:00 p.m. Panorama  
1:30 p.m. Jornada deportiva  
2:00 p.m. Espacio infantil  
3:00 p.m. Fábulas del bosque verde  
3:30 p.m. Frecuencia 12-25  
5:00 p.m. Tatuca  
6:00 p.m. Hablamos de Vidha  
6:30 p.m. Global ideas 3000  
7:00 p.m. Panorama  
8:00 p.m. Agenda ciudadana  
9:00 p.m. Las voces de los poetas  
9:30 p.m. Evolución digital  
10:00 p.m. El Salvador ahora  
11:00 p.m. Panorama  
12:00 m.n. Volver a nuestros pasos

CANAL 12

5:30 a.m. Noticiero Hechos AM  
8:30 a.m. Hola, El Salvador!  
11:30 a.m. Cambio de vida  
12:15 m.d. A cada quien su santo  
1:00 p.m. Noticiero Hechos  
2:30 p.m. Patrimonio  
3:30 p.m. A cada quien su santo  
4:30 p.m. Pop 12  
6:00 p.m. Amor de contrabando  
7:00 p.m. Gummus  
7:30 p.m. Hechos estelar  
9:00 p.m. Saleisán, el gran sultán  
10:00 p.m. Pizarón deportivo  
10:30 p.m. Cine picaro

CANAL 15

5:30 a.m. Cadena megavisión a.m.  
8:00 a.m. "Sin perdón alguno"  
9:45 a.m. "En contra del tiempo"  
11:30 a.m. "La niñera inocente"  
1:15 p.m. "El río nunca muere"  
3:00 p.m. "Código de seguridad"  
4:45 p.m. "Acción enemiga"  
6:30 p.m. "El hombre de hojalata"  
8:15 p.m. "Doble engaño"  
10:00 p.m. "Campamento de verano ardiente"

CANAL 19

5:30 a.m. Cadena Megavisión TN21  
6:30 a.m. Cadena Megavisión: Diálogo con Ernesto  
8:00 a.m. Cadena Megavisión: Arriba mi gente  
11:00 a.m. Avance Meganoticias 19  
11:10 a.m. El Salvador al día  
12:00 m.d. Meganoticias 19  
1:00 p.m. Directorio comercial  
1:30 p.m. DW Noticias  
2:00 p.m. Avance Meganoticias 19  
2:10 p.m. Buena vida  
3:00 p.m. Meganoticias 19 tarde  
3:30 p.m. DW Noticias / Economía  
4:00 p.m. Avance Meganoticias 19  
4:10 p.m. Sercano  
4:30 p.m. En forma  
5:00 p.m. Avance Meganoticias 19  
5:10 p.m. Ventaneario  
5:30 p.m. Euromaxx  
6:00 p.m. Meganoticias 19  
7:00 p.m. Marcador final  
7:30 p.m. Bayly  
8:30 p.m. Ahora con Óscar Haza  
9:30 p.m. Meganoticias 19  
10:00 p.m. La hora del milagro  
10:30 p.m. El mundo al día  
11:00 p.m. Así dice Jehová

CANAL 21

5:30 a.m. Cadena Megavisión: TN21  
6:30 a.m. Cadena Megavisión: Arriba mi gente  
8:00 a.m. Cadena Megavisión: Diálogo con Ernesto  
11:00 a.m. 21 a la carta  
11:30 a.m. Mujer express  
12:00 m.d. Salud TV  
1:00 p.m. Telenoticias 21  
2:00 p.m. La llamada millonaria  
3:00 p.m. Pedaleando  
3:30 p.m. El sókano  
5:00 p.m. Exit  
6:00 p.m. El hormiguero  
7:00 p.m. Telenoticias 21  
9:00 p.m. La noche está viva  
9:00 p.m. Código 21  
9:30 p.m. Fanáticos + Telenoticias 21  
11:30 p.m. Código 21

CANAL TVO

6:00 a.m. TVO Noticias AM  
6:30 a.m. Hablamos claro  
8:00 a.m. Buenos días, Oriente  
11:00 a.m. Vídeos musicales  
12:00 p.m. Palco deportivo  
1:00 p.m. TVO Noticias MD  
1:45 p.m. Vídeos musicales  
3:00 p.m. Onda juvenil  
5:00 p.m. Conexiones  
6:00 p.m. Dale salud a tu vida  
7:00 p.m. TVO Noticias estelar  
8:00 p.m. Así estamos  
9:00 p.m. Palco deportivo estelar  
10:00 p.m. Hablamos claro

CANAL TVM

6:30 a.m. Noticiero 1 Edición  
7:00 a.m. Con usted quería hablar  
8:00 a.m. Documental Deportivo  
9:00 a.m. Documental TVM  
10:00 a.m. Infantiles TVM  
11:00 a.m. Programa al punto  
11:30 p.m. Secretos de prosperidad  
12:00 m.d. Pasión deportiva  
1:00 p.m. Noticiero 2 edición  
1:45 p.m. Capsula médica  
2:00 p.m. Serie TVM  
3:00 p.m. Chipilón de la tarde  
5:00 p.m. Casos clínicos  
6:00 p.m. Radio TV  
6:45 p.m. Capsula médica  
7:00 p.m. Noticiero Estelar  
8:00 p.m. Pasión deportiva  
9:00 p.m. Secretos de prosperidad  
9:30 p.m. Pasión deportiva  
10:30 p.m. Documentales turísticos

MÉXICO

Omar Chaparro  
¡Listo para dar vida a Pedro Infante!

La plataforma digital Netflix compartió la primera imagen de Omar Chaparro convertido en el famoso cantante mexicano. La pic es parte del material para promocionar la cinta "Como caído del cielo", que contará cómo ha sido la vida de Infante en los últimos 60 años.



MÉXICO

Mhoni Vidente  
Fans la hacen leña por sus predicciones

La famosa vidente del matutino "Hoy" es víctima de burlas, en las redes, por sus malos pronósticos sobre el futuro de Nicolás Maduro, expresidente de Venezuela. "Como que no acerta mucho, dijo que el 13 de marzo saldrá la porquería de Maduro, el usurpador de Venezuela, y aún nada", "Saquen a tanto charlatán del programa", fueron algunos comentarios en su contra.



POR: JUDITH ALEMÁN / FOTO: INSTAGRAM



LA ARTISTA es conocida por su carácter irreverente.

Niurka Marcos  
¡No se deja de nadie!

AGENCIAS / T. ALEMÁN  
periodicomasa@mas.sv

La bailarina y actriz Niurka Marcos aseguró que, durante toda su carrera, nunca ha sufrido

de acoso sexual. Al ser interrogada sobre si recibió alguna propuesta abusiva, la cantante respondió: "Yo no, porque soy una niña con unos ovarios muy grandes".

"Mira, mi hijito, yo uso el si porque existe, y uso el no porque también existe. La que se quiere prostituir y a la que le pasa eso es porque quiere ser famosa a cualquier precio", agregó.

Niurka afirmó que las únicas personas que deben ser protegidas, en estos casos, son las menores de edad, pues advierte que los adultos tienen el poder de decir sí o no al acoso.

# Entre che rada

MI CHERO/  
LUNES 8 DE  
ABRIL DE 2019 **20**

Redacción de Entre Cherrada  
ENTRECHERADAGMICHERO.SV

Esta bella mujer nacida en Kuwait (Asia Occidental) posó para la revista del conejito en el país de Sudáfrica en 2017. La rubia nos demuestra la sensualidad que tienen los países orientales.

Esta preciosa hace delirar a cualquier fotógrafo y claro que sí, que muchos de nosotros habríamos deseado ser quien le hiciera las instantáneas para verla tan de cerca y tan descubierta.

Dalia Elliott es una actriz de cine de terror y modelo de glamour. Su primer papel principal fue en la película de terror/slasher "Attack of the Bimbos", donde interpretará a Brittnie, una alienígena que cambia de forma.

Ella co-protagonizó la película sangrienta "The Bunnyman Massacre" y aparece en la secuela "Bunnyman 3". ¡Huy, qué miedo!

Dalia también aparecerá en "Blood Angel", junto a los veteranos de terror Bill Oberst Jr. y Maria Olson para el director Carl Lindbergh.

Cuando ella no está frente a la cámara, Dalia es una azafata corporativa. Actualmente vive en Los Ángeles y siempre está trabajando para expandir su cartera de actuación y modelaje.

Según contó, ella siempre deseó posar para las cámaras y en la pasarela y por eso a los 11 años inició esta carrera donde ahora le va muy bien.

Su meta en la vida es sencilla: "Tener muy buenos recuerdos y experiencias, para que dentro de mucho tiempo pueda acordarme de esos instantes con mucho cariño". (Acuérdate de mí, "mamasita").

A sí misma se considera como una mujer muy simple a la que le gusta cocinar, hacer ejercicio, escalar, leer libros raros, viajar y ver películas.

De los hombres le gusta que tengan "lindos traseros". Ahí te toca evaluarte amigo.

Y de su cuerpo lo que más le gusta es su vientre porque "tengo marcado el abdomen porque he trabajado duro para conseguirlo", comenta.

Puedes seguirla en Instagram como @MissDaliaDoll, donde deja claro que es la maciza de las redes sociales con unas fotos infantantes.



## Origen

NOMBRE REAL:  
DALIA ELLIOTT  
NACIONALIDAD:  
KUWAITÍ  
PROFESIÓN:  
MODELO Y ACTRIZ  
DE CINE

Dallia Elliott

# Joyita KUWAITÍ

Dueña de un cuerpo envidiable y una actitud desinhibida para mostrarlo, así es esta chica.



### BRITNEY En centro de salud mental

LA CANTANTE BRITNEY SPEARS COMUNICÓ A SUS SEGUIDORES QUE HA OPTADO POR INTERNARSE EN UN CENTRO DE SALUD MENTAL PARA TRATAR ALGUNOS DE SUS TRASTORNOS Y COMBATIR LA ANSIEDAD QUE POR AÑOS LA HAN ACOMPAÑADO. ESTE PARECÍA SER UN GRAN AÑO PARA SPEARS CON EL ESTRENO DE UNA NUEVA RESIDENCIA EN LAS VEGAS, PERO A RAÍZ DE COMPLICACIONES EN LA SALUD DE SU PADRE, SUS PLANES DIERON UN GIRO POR COMPLETO LO QUE LA OBLIGÓ A POSPONER SU SHOW .



### JENNIFER Enfrenta demanda

JENNIFER LÓPEZ ESTÁ SIENDO DEMANDADA POR UN HOMBRE QUE ALEGA QUE ELLA LE ROBÓ LA IDEA DEL REALITY 'WORLD OF DANCE'. ALVIN GRAY-EL HA PRESENTADO UNA DEMANDA CONTRA J-LO, NBC Y LA COREÓGRAFA DEBBIE ALLEN, YA QUE AFIRMA QUE LA COMPETENCIA 'SE BASA EN UNA IDEA QUE SE LE OCURRIÓ HACE 10 AÑOS'. SEGÚN LOS DOCUMENTOS JUDICIALES OBTENIDOS POR EL SITIO THE BLAST, GRAY-EL ASEGURA QUE SE LE OCURRIÓ UNA IDEA PARA UN PROGRAMA LLAMADO 'LET'S START THE DANCE' EN 2009.

VIERNES 12 DE ABRIL DE 2019

# CHIVO

ENTRETENIMIENTO · CINE · TV

Livia Brito

## Alborota a sus fans

La actriz mexicana subió unas fotos a redes sociales, en las que aparece en una bañera

AGENCIAS/ K. GARCÍA  
periodicomasa@mas.sv

**L**a actriz Livia Brito, de 32 años, emocionó a sus seguidores, en Instagram, con una serie de fotos.

La estrella mexicana subió tres imágenes en las que posa de manera bastante sensual, dentro de una tina.

"El amor es una cura milagrosa. Amarnos a nosotros mismos hace milagros en nuestras vidas", escribió citando a Louise L. Hay.

"El amor propio

es muy importante. ¡Ustedes, qué hacen para consentirse?", agregó en el mismo post, que superó los 100,000 me gusta.

Hasta su colega, Maribel Guardia, le comentó su estado. "Hermosa sirena", escribió la tica.

**PROYECTO**  
La artista entró en el corazón de los televidentes con la emisión de "Muchacha italiana viene a casarse", en

2014, una producción en la que compartió cámara con José Ron.

Luego dio un giro de personaje al protagonizar la serie "La piloto", en la que se animó a hacer escenas de acción, que finalizaron el año pasado.

A pesar de que se quejó de terminar "siempre con moretones" tras el rodaje, la chava alegó que quedó muy "satisfecha" con el resultado en la pantalla.



FOTOS: FACEBOOK E INSTAGRAM LIVIA BRITO



# Entre che rada

MI CHERO/  
VIERNES 12  
DE ABRIL DE 2019 **18**

Por su indiscutible belleza, revistas le han dedicado su portada.

Redacción Entre Cherada  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

Ser una modelo erótica no estaba precisamente en sus planes, pero sí formar parte del entretenimiento. Es por este motivo que desde adolescente comenzó a incursionar en el modelaje.

Cuando alcanzó la mayoría de edad, las ofertas laborales para modelar con prestigiosas revistas no se hicieron esperar y es así también como llegó hasta sus manos un contrato con la revista Playboy.

Sin tanta espera y con muchas expectativas, ella se convirtió en una de las playmates más codiciadas y sus redes sociales personales lo reflejan.

Para sus miles de admiradores alrededor del mundo, esta conejita de cabellera castaña y mirada hechizante tiene mucho talento que ofrecer.

Kiera Ribeiro cuenta con una carrera formidable en el entretenimiento para adultos.

En septiembre del año pasado, vestida como toda una vedette en colores dorados y rosa pastel, hizo suspirar.

Igualmente, ha hecho otras sesiones fotográficas un poco subidas de tono como si formara parte del mundo de los superhéroes. ¿Cuál será su superpoder?

# Delirio de mujer

## Origen

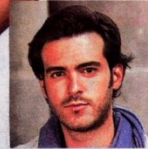
NOMBRE REAL:  
KIERA RIBEIRO

PROFESIÓN:  
MODELO Y ACTRIZ  
DE CINE PARA  
ADULTOS



## IRÁN CASTILLO confirma su soltería

IRÁN CASTILLO CONFIRMA QUE SU RELACIÓN CON EL ACTOR DIEGO DE ERICE LLEGÓ A SU FIN, YA QUE EL TIEMPO FUE SU PEOR ENEMIGO, PUES CON SUS ACTIVIDADES ERA MUY DIFÍCIL COINCIDIR. "YO CREO QUE MÁS BIEN NO FLUYÓ, AL FINAL NO LE DIO NADA PORQUE SALIMOS CREO QUE UN MES CUANDO MUCHO, PORQUE FUE MUY POQUITO TIEMPO, NOS VIMOS MUY POQUITO Y SIENTO QUE CASI NO CONVIVIMOS, ENTONCES AL FINAL, PUES, NO FLUYÓ, Y YA, PUES, NO FUE NADA", DIJO LA ACTRIZ.



## PABLO LYLE Con arresto domiciliario

EL ACTOR COMPARECIÓ ANTE UN JUEZ EN ESTADOS UNIDOS, TRAS EL FALLECIMIENTO DEL HOMBRE DE 63 AÑOS AL CUAL GOLPEÓ EN MIAMI. A LYLE EL JUEZ QUE LLEVA EL CASO EN LA CORTE DE MIAMI-DADE LE IMPUSO FIANZA DE \$50,000 (950,000 PESOS), EN CASO DE QUE QUIERA CONTINUAR CON EL PROCESO EN LIBERTAD. PABLO FUE LLEVADO A SU ARRESTO DOMICILIARIO CON GRILLETE ELECTRÓNICO, ESPOSADO POR UNA PATRULLA DE LA POLICÍA. ADEMÁS, LE FUE RETIRADO SU PASAPORTE.

MÉXICO

# Martha Cristiana Cuenta mala pasada

AGENCIAS / T. ALEMÁN  
periodicomas@mas.tv

La actriz Martha Cristiana describió, con lujo de detalle, el acoso sexual que vivió mientras trabajaba en la serie "Los Sánchez".

También confesó que el productor de la onda fue quien la presionó para tener contacto íntimo con él, y que, cuando lo denunció, sus jefes le pidieron que se callara.

"Se llama Ángel Mele, es argentino y era el encargado de 'Los Sánchez'. Fue así, no tengo por qué inventar, no gano nada tantos años después", dijo al programa "Intrusos", de Televisa.

"Llega un señor, se mete a tu camerino que tiene que ver cosas de producción contigo urgentes. Cierra la puerta; se te viene a tratar de darte un beso. Le pones freno de mano, lo avientas y



● LA MODELO fue operada del corazón a finales de 2018.

le dices: 'Oye, no te equivokes'; y el cuate se avergüenza, se da la vuelta y se sale", agregó.

Animada por el #MeToo, una campaña en redes sociales para denunciar a abusadores, Martha pidió a sus colegas que expongan a los agresores.

# MÁS CABLE

PELÍCULAS



Drama

## ESPIRITU DE VENGANZA

11:45 A.M. / CINEMAX  
Johnny Blaze es un hombre que hizo un pacto con el Diablo y, desde entonces, se convierte en un fantasma. En medio de su travesía salvando a los inocentes, un monje le pide ayuda a cambio del poder para salvar su alma.



INFANTILES

## Cachorros traviesos

7:00 A.M. / DISNEY  
A los hermanos pugs, Bingo y Rolly, les encanta la emoción que los lleva a vivir divertidas aventuras en sus vecindarios. Ya sea ayudando a su dueño, Bob o a algún amigo que lo necesite, el lema de los cachorros es que la vida es más emocionante si le echás la pata a los demás.

## El mundo de Gumball

8:30 A.M. / CARTOON N.  
Seguís las aventuras de Gumball, quien con la ayuda de su mejor amigo, Darwin, su pez al que le crecieron piernas y se sumó a la familia, se mete en todo tipo de travesuras.

## Puerto Papel

10:45 A.M. / DISCOVERY K.  
Temporada 1, Episodio 1. Es el segundo campeonato de patineta de Paper Port, y el premio es una cena con Bobby Lock. Charlie decide anotarse y ganar, pero no es muy bueno para eso.

## Los Increíbles

2:54 P.M. / TNT  
Un superhéroe retirado lucha contra el aburrimiento en su trabajo hasta que le dan el chance de salvar al mundo junto a su familia. Cada miembro tiene habilidades especiales.

## La momia

4:15 P.M. / HBO  
La egiptóloga Evelyn Carnahan comienza una excavación arqueológica en la ciudad de Hamunaptra. Para detener a una peligrosa amenaza, necesitará la ayuda de Rick O'Connell.

## ¿Y dónde están las rubias?

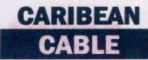
5:20 P.M. / SONY  
Dos ambiciosos agentes del FBI se hacen pasar por mujeres, novatas en la alta sociedad, en el exclusivo complejo Hamptons, para investigar a un malacate.

## Kung Fu Panda 2

9:00 P.M. / WARNER  
Ahora conocido como el Dragón guerrero, Po protege el Valle de la paz junto con sus amigos y compañeros maestros de kung fu, los Cinco furiosos.



NUESTRA SEÑAL



SINTONÍZANOS TODOS LOS DÍAS CON TU PROGRAMACIÓN FAVORITA

# Entre che rada

MI CHERO/  
LUNES 15 DE ABRIL  
DE 2019 **20**

Redacción de Entre Cherrada  
ENTRECHERRADA@MICHERO.SV

Cherie Noel se estaba relajando en una piscina cuando vio a unas chicas con las icónicas orejitas de Playboy en la cabeza disfrutando de la vida.

Quiso tenerlas y, para lograrlo, debió dejar su nombre y esperar una llamada de Playboy donde se le invitaría a mostrar sus atributos ante las cámaras y ganarse un lugar entre las selectas. "Yo estaba como: 'hombre, quiero unas orejas de conejo'", "¡eso es tan lindo!". Sin duda, tiene la mejor suerte del mundo porque el conejito la fichó rapidísimo y para 2017 ya era protagonista de portada.

Una buena amiga de Noel fue la que le inició en el mundo del modelaje y ya para los 18 años había probado suerte para ser parte de la revista Playboy, pero no fue aceptada. ¡Cuánta tristeza!

Finalmente llegó su gran oportunidad y la aprovechó; ahora, convertida en una celebridad gracias a esa bien aprovechada oportunidad, esta chica sigue dando de qué hablar en su cuenta de Instagram.

Ahí "cuelga" fotos muy ardientes, que contrastan con su vida familiar, en la que se define como una madre entregada a sus hijos y afín al hogar.

¿Entonces, Cherie, es difícil para ti mostrarte desnuda al público? "Realmente no me molesta", contesta (¡menos mal, ya estaba preocupado!).

"Soy un espíritu libre y es como si estuviera en mi propia zona", comenta, pero se toma sus precauciones para evitar malos entendidos. "Tengo cuidado. No quiero que los niños me vean o que la gente tome fotos", completó.

Ahora, en el horizonte tiene como objetivo modelar en la pasarela, más vestida, mientras se encuentra con el amor de su vida... Aquí algunas pistas, por sí alguno quiere serlo.

"Se trata del beso. Necesito sentir esa pasión, esa energía. A veces, simplemente te encuentras con una persona que tiene esa chispa, y creo que eso es muy especial. Tiene que haber una atracción física. En la vida, nunca debes conformarte con nada. La persona adecuada está ahí fuera, y solo tienes que encontrarla y entregarte", finaliza.

# ¡Te hará explotar!

Para conquistar a este bombón tenés que saber besar, tener un físico sabroso y más... ¿Le entrás?



## BUNBURY Anuncia nuevo disco

LA ÚLTIMA GIRA DE BUNBURY FUE UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES DE SU CARRERA, Y HA QUEDADO FIELMENTE REGISTRADO EN EL DISCO "CALIFORNIA LIVE!!!", GRABADO EN DIRECTO EN LOS CONCIERTOS QUE OFRECIÓ EN CALIFORNIA EN ABRIL DE 2018. EL ÚLTIMO TRABAJO DE BUNBURY, "EXPECTATIVAS", LANZADO EN 2017, ES UNO DE SUS DISCOS MÁS CELEBRADOS TANTO POR CRÍTICA COMO POR PÚBLICO. PRUEBA DE ELLO HA SIDO LA IMPRESIONANTE REACCIÓN QUE HA TENIDO LA AUDIENCIA.



## WHOOPI Nuevamente hospitalizada

LA ACTRIZ ESTADOUNIDENSE WHOOP! GOLDBERG LO HA PASADO MAL EN LOS ÚLTIMOS MESES EN TÉRMINOS DE SALUD. LA INTÉRPRETE, DE 63 AÑOS, AÚN SE ENCUENTRA DEBILITADA POR LA NEUMONÍA QUE LA AFECTÓ EN FEBRERO, POR LO QUE LA SEMANA PASADA NUEVAMENTE FUE INTERNADA EN UN HOSPITAL, AUNQUE POR UN PROBLEMA VIRAL. "ESTOY AQUÍ MUCHO MEJOR (...) TUVE UN PROBLEMA QUE ME LLEVÓ DE VUELTA AL HOSPITAL LA SEMANA PASADA", SEÑALÓ GOLDBERG.



● **LA MODELO** fue entrevistada por la revista Vogue, donde abordó la enfermedad mental que padece su esposo Kanye West, de 41 años.

Kim Kardashian

# No habla por Kanye

AGENCIAS/ K. GARCÍA  
periodicomas@mas.v

**S**e ha conocido que Kanye West, el esposo de Kim Kardashian, tiene esquizofrenia, un trastorno mental que hace alucinar a quienes lo padecen. Sin embargo, el chavo ha dicho que ya no tomará su medicina.

Cuestionada al respecto, su famosa esposa ha sido clara. "Es mi marido. Comparto con él todas mis opiniones y le aviso cuando creo que algo está mal. Y si él está atravesando una crisis, trato de apoyarlo y ayudarlo a calmarse", ha dicho a la revista Vogue.

"En su caso, la medicación no es

una opción porque cambia su manera de ser. Viajar demastado tampoco ayuda, así que ha reducido mucho sus viajes. Pero sinceramente, no me gusta hablar por él, porque yo no sé lo que le pasa por la cabeza", indicó.

Pese a la enfermedad, la reina de los realities alega que tienen sus épocas tranquilas. "Creo que ahora estamos en un buen momento. Ha sido un proceso emocional difícil, desde luego. Por ahora todo se ha calmado bastante. Pero siempre podemos notar cuándo va a haber una nueva crisis, con la diferencia de que sabemos cómo manejarlas", señaló la madre de tres cipotitos.

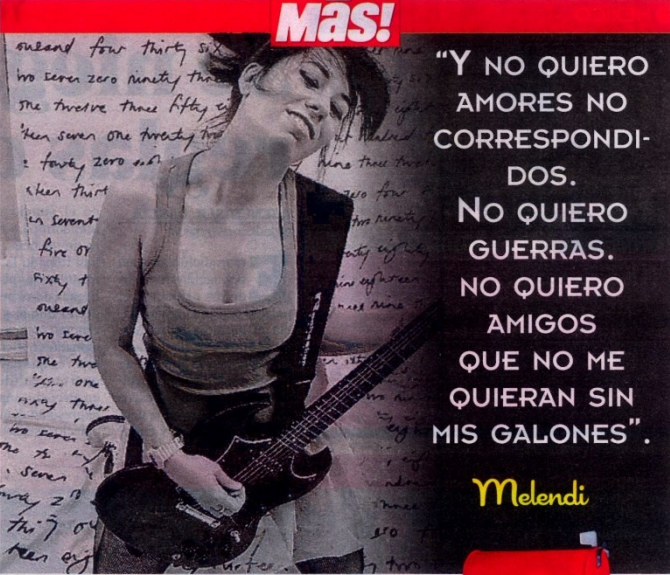
● **USA**



Humberto Zurita

## No quiere homenajes

Ante la partida de Christian Bach, el actor ha descartado eventos especiales. "No creo que le interese que le hagan un homenaje. Somos seres comunes y corrientes; así vivimos, así nos vamos".



**Más!**

"Y NO QUIERO AMORES NO CORRESPONDIDOS. NO QUIERO GUERRAS. NO QUIERO AMIGOS QUE NO ME QUIERAN SIN MIS GALONES".

Melendi

● **CARTAS A LA TÍA JULIA**

### No quiero que baile reguetón con otra chera

**Tía Julia, yo soy bailarín. Y hay que hablar lo que es: es difícil hablar a un chavo que baile bien y, en mi caso, que me agarre el ritmo. Pero mi novio lo hace. Él también es bailarín, y es hombrechito, no va a creer otra cosa. Pero el problema es que no quiero que baile con otra chamaca, menos si es reguetón. Ya ve que ahí es casi un movimiento de apareamiento. Usted me entiende. Él dice que estoy loca, que yo no le puedo prohibir lo que puede hacer, sobre todo porque es instructor. Y sé que tiene razón, pero es que me dan celos. El reguetón debería ser exclusivo de las parejas, no para bailar con cualquiera. Yo sólo bailo con él.**

**B**ueno, estamos claras que no puedes prohibirle nada, sobre todo si es su trabajo. Tendrás que aprender a lidiar con los celos o cambiar de novio. Es tan simple como eso.

En torno al reguetón se dan decenas de opiniones y discusiones. Parece que no tienen fin. Entiendo que existen diversos estilos a la hora de bailar, pero qui-

zás, para tu tranquilidad, lo mejor sea no ver a tu pareja en esos momentos. Ni siquiera lo plenses. No lo imagines.

Por otro lado, si es tu decisión, por convicción, no bailar ese género musical con nadie más, está bien. Pero no puedes pretender que tu novio haga lo mismo. Es decir, no lo puedes obligar. Recuerda que las decisiones deben ser tomadas en libertad.

Ojalá puedas manejar este asunto de la manera más madura.

### No sabe cómo recuperar su cariño

**Tía Julia, mi esposo no sabe cómo acercarse a su hijo. Yo soy su tercera esposa. La anterior se enojaba cuando él iba a visitarlo y entonces se distanciaron. El muchacho, al parecer, le guarda rencor. Y por eso a mi marido le da miedo acercarse, no sabe cómo recuperarlo. Tiene miedo de que lo rechace. ¿Qué podemos hacer?**

**E**s probable que el chico le salga con la espada desenvainada. Es una posibilidad. Pero no hay que rendirse.

Lo peor sería no intentarlo. A veces, para lograr algo, se necesita dar varios pasos. Lo primero, en el caso de tu marido, es buscar al chico.

Hay que hablar con él, no por teléfono, sino cara a cara, para explicarle lo que pasó. Es importante no tratar de justificarse. Es decir, no vale culpar a un tercero. Hay que reconocer que no hubo una voluntad clara de seguir en contacto con él.

Sin embargo, también hay que incluir el arrepentimiento; que le diga que lo extraña y que le pide una nueva oportunidad.

Cómo vaya a reaccionar el muchacho, no lo sabemos; pero tu esposo debe estar claro de que puede recibir una negativa al inicio. Que no se deje vencer por eso. Que deje pasar un tiempo y trate otra vez.

Si el chico ve que no es un simple arranque, a lo mejor, le da chance de acercarse.

Si querés escribirle a la tía Julia, hazcelo a [tiajulia@elsalvador.com](mailto:tiajulia@elsalvador.com). O a 11a. Calle Oriente y Av. Monseñor Romero, #642, San Salvador.

**Entre chera**  
MI CHERO/ LUNES 22 DE ABRIL DE 2019

**Salvaje conejita**

**Origen**  
NOMBRE REAL: SAVANNAH MADISON  
RESIDENCIA: LOS ANGELES  
PROFESIÓN: MODELO

Como una de las favoritas, la estrella de cine para adultos hizo de las suyas en la alfombra de Maxim el año pasado.

Redacción Entre chera  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

Con un porte inigualable y una cabellera rubia infinita, las curvas de Savannah Madison provocan suspiros en sus miles de admiradores alrededor del mundo. Ella es una de las plamate favoritas y su cuenta de Instagram lo refleja. En la edición de abril de este año para Nueva Zelanda, Savannah se muestra como una vaquerita completamente topless y jugando con su cabello.

Por otra parte, es muy solicitada para modelar prendas de prestigiosas marcas, aparece en el interior de Moll Magazine Sudáfrica. Pero sobre sus gustos es muy tradicional, aunque no lo parezca o lo creas.

"Me encanta pasar tiempo de calidad fuera de broncearme y pasar el día con mi familia y mi adorable pug", comentó en entrevista con la revista citada.

Igualmente, siendo una de las figuras más importantes de la industria se le cuestionó sobre quién es su modelo a seguir.

"En el mundo del modelaje hay muchos (realmente aprendo mucho de los fotógrafos con los que hago sesiones de fotos... cada vez que hay algo nuevo que puedo agregar a mi portafolio de modelos) y en la vida personal realmente admiro a mi familia Y amigos con los que interactúo cada día", explicó la ojiazul.

No creas que siempre se la pasa de playa. Ella también disfruta de un buen día de relajación en casa.

"Una vez más, hay muchos para elegir. Digamos que una buena serie Netflix es mi salvación todo el tiempo cuando quiero relajarme frente al televisor en mi sofá o en la cama", comentó sobre sus pasatiempos.



**ADELE**

**Se separa de su esposo**

LA POPULAR CANTANTE BRITÁNICA ADELE SE HA SEPARADO DE SU MARIDO, SIMON KONECKI, TRAS MÁS DE SIETE AÑOS DE RELACIÓN Y UN HIJO EN COMÚN, CONFIRMARON EL SÁBADO LOS REPRESENTANTES DE LA ARTISTA. EN UN COMUNICADO DIVULGADO POR BENNY TARANTINI Y CARL FYSH, LOS AGENTES DE LA ARTISTA, DE 30 AÑOS, INDICAN QUE AMBOS, ADELE Y KONECKI, "ESTÁN COMPROMETIDOS A CRIAR JUNTOS CON AMOR A SU HIJO", ANGELO, QUIEN NACIÓ EN 2012.



**WILLIAMS**

**De nuevo sin pareja**

LA ACTRIZ MICHELLE WILLIAMS Y SU ESPOSO, PHIL ELVERUM, UN MÚSICO INDEPENDIENTE, SE SEPARARON A TAN SOLO UNOS MESES DE MATRIMONIO. WILLIAMS, DE 38 AÑOS, Y ELVERUM, DE 40, SE CASARON EN SILENCIO Y SE MUDARON JUNTOS. "MICHELLE Y PHIL SE SEPARARON A PRINCIPIOS DE AÑO. FUE UNA SEPARACIÓN AMISTOSA Y SIGUEN SIENDO AMIGOS", DIJO UNA FUENTE A PEOPLE. WILLIAMS ES MADRE DE MATILDA, DE 12 AÑOS, DE SU RELACIÓN CON EL FALLECIDO ACTOR HEATH LEDGER.





LUNES 15 DE ABRIL DE 2019

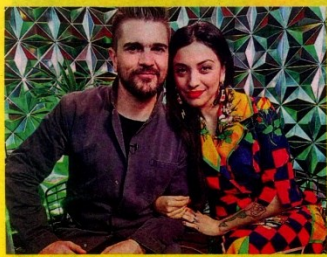
# CHIVO!

Mon Laferte

# Se roba el show

La cantante chilena sorprendió en el Festival Coachella, que se realiza en California. La intérprete de "Mi buen amor" debutó y logró los aplausos del público gringo

CHECÁ EL DATO



● LA ARTISTA colaboró con Juanes en "Amárrame".

AGENCIAS/K. GARCÍA  
periodicomas@mas.v

**S**in saber inglés, la chilena Mon Laferte se animó a presentarse en el Festival Coachella, uno de los más esperados por la bichada y los famosos de Estados Unidos.

Con celular en mano para usar Google Translate, la cantante de 35 años impresionó al público.

Según el periódico Excélsior, la chera inició su es-

pectáculo sin preámbulos, e interpretó la rola "Tormento". Después hizo una pausa para dirigirse a la muchachada.

"Hola, Coachella, estoy muy feliz de verlos. Voy a cantar unos temas para ustedes. Hablo muy poco inglés, así que necesito apoyarme de mi teléfono", señaló la artista, que apareció en el escenario con un vestido rojo.

**FIESTA**  
El año pasado, Los Angeles Azules hicieron bailar a Justin Bieber en el festival.

Luego hizo sonar el tema "New rules", de la popular británica Dua Lipa, que cantó en inglés viendo la letra en su móvil. Eso provocó que la gente enloqueciera y le hiciera la ola.

"Te amo", gritaban algunos y ella respondía: "Yo también". A pesar de ser una intérprete hispana, la recepción que logró fue muy buena.

La fama de Mon Laferte estalló hace un par de años. Ahora reside en México. Ha trabajado con colegas como Juanes, en el tema "Amárrame", que sonó en las radios salvadoreñas en 2018.

También ha hecho equipo con el español Enrique Bunbury para darle vida al hit "Mi buen amor".

Otras de las propuestas musicales de la compositora que vale la pena escuchar son "Tu falta de querer" y "Flaco". La chamaca anda en algo.

FOTO MASI/APR

# Entre che rada

MI CHERO/  
VIERNES 26 DE  
ABRIL DE 2019 **18**



## CHANNING llega a los 39 estedía

CHANNING MATTHEW TATUM ES UN ACTOR, BAILARÍN, PRODUCTOR Y MODELO ESTADOUNIDENSE QUE INICIÓ SU CARRERA ARTÍSTICA COMO MODELO Y POSTERIORMENTE SE DEDICÓ A LA INTERPRETACIÓN. HA PARTICIPADO EN VARIAS PELÍCULAS, ENTRE LAS QUE DESTACAN "STEP UP" DE 2006. NACIÓ EL 26 DE ABRIL DE 1980, EN CULLMAN, ALABAMA, ESTADOS UNIDOS. CUANDO CHANNING MATTHEW ERA NIÑO JUGABA FÚTBOL Y FÚTBOL AMERICANO, CORRÍA EN PISTA Y COMPETÍA EN ARTES MARCIALES.



## CARDI B Estrella del año

PEOPLE EN ESPAÑOL NOMBRA A CARDI B LA ESTRELLA DEL AÑO. LA CANTANTE ESTADOUNIDENSE DE RAÍCES DOMINICANAS Y TRINITENSES CARDI B ADORNA LA NUEVA PORTADA DE LA REVISTA PEOPLE EN ESPAÑOL. PUBLICACIÓN A LA QUE DIJO: "SER MADRE ES MI MAYOR ORGULLO Y FELICIDAD". CARDI B DIJO: "CUANDO ERES FAMOSO SE TE VIENEN TANTAS COSAS ENCIMA: HAY TANTOS CHISMES, TANTOS PROBLEMAS, TANTAS PELEAS, ES TANTO DINERO, TANTO DE TODO QUE TE ENLOQUECE".



Con un par de controversias a su alrededor, Hewitt es una joven famosa tras haber sido portada de Playboy en 2017 y ser exnovia de un actor de Hollywood.

Redacción Entre Cherada  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

La modelo Elsie Hewitt es toda una profesional con las cámaras fotográficas y las domas muy bien. Otra de las razones es porque, además de modelar, actúa.

Algunos de los rodajes para los que ha participado son "Turnt" (2018) y "Teenage Badass and Mostly Ghostly: Have You Met My Ghoulfriend?" (2014).

Probablemente es en este ambiente de Hollywood donde los encantos del actor Ryan Phillippe la cautivaron y al poco tiempo de conocerse se hicieron pareja.

La relación no fue viento en popa precisamente. Tuvo un trago amargo y Hewitt demandó al exesposo de la actriz Reese Witherspoon por maltrato físico.

Las alertas mediáticas no tardaron en activarse y pese a que algunas de las fotografías las hizo públicas, no quiso implicarlo en mayores cargos. Pero sí pidió de él una multa de \$1 millón, dinero que posteriormente donó a una ONG que vela por la defensa de las mujeres que sufren violencia de género.

Hewitt reportó en aquella ocasión que en julio de 2017 ella entró a la residencia que compartían para tomar sus pertenencias, pero que "un intoxicado Phillippe" la sujetó tan fuerte que le provocó moretones y que luego la empujó por las escaleras.

Su pasado no ha sido fácil, pero en su Instagram revela que es capaz de florecer. Es en ese medio donde mayormente impulsa su carrera. Ama el maquillaje y muchas de sus admiradoras adoran sus videoconsejos.

Para esta hermosa mujer de 22 años la naturalidad es fundamental o, como ella lo llama, "una belleza perfecta e irreal".

### Origen

NOMBRE REAL:  
ELSIE ROSE HEWITT

PAÍS DE  
NACIMIENTO:  
ESTADOS UNIDOS

PROFESIÓN:  
MODELO Y ACTRIZ

# La querrás cerquita

MÉXICO

Verónica Castro  
**La guapa edecán de Chabelo**

AGENCIAS / I. COLOCHO  
periodicomas@mas.sv

La estrella Verónica Castro tuvo que comenzar haciendo pequeños trabajos para posicionarse en el medio del espectáculo. Hace unos días, revelaron una foto en la que aparece en uno de sus primeros proyectos cuando trabajó como edecán en el programa de Xavier López "Chabelo".

La actriz Carmen Salinas fue la encargada de compartir la imagen de 1969 a través de su cuenta de Instagram.

"Verónica Castro era una niña que comenzó en el programa de Chabelo. Todos empezamos desde abajo y cuando la gente tiene talento como Verónica llegan a triunfar. Por eso la admiro y la quiero mucho por ser una persona tan talentosa", escribió Salinas jun-



● LA ACTRIZ Verónica Castro y Chabelo, en 1969.

to a la pic.

La madre de Cristian Castro fue la primer edecán que tuvo la emisión televisiva. La foto se viralizó rápidamente provocando cientos de comentarios por parte de los seguidores de la protagonista de "La casa de las flores".

MÁS CABLE



DOCUMENTALES

El león y el guerrero

8:00 A.M. / NATGEO

Esta es la historia de la supervivencia de los leones de las tierras de los masai, un pueblo que está trabado en una verdadera lucha de vida o muerte con el felino más querido del mundo: el león

Grandes estaciones

5:00 P.M. / DISCOVERY

Otoño. Todos los años, las estaciones transforman el planeta. Estos videos exploran las oportunidades únicas y los desafíos que presenta cada una de ellas y sus protagonistas.

La guerra por el Santo Grial

10:25 P.M. / HISTORY

Bajo las órdenes del Papa Bonifacio, Landry y Tancrede viajan para investigar la ubicación del Santo Grial. Mientras tanto, la conspiración detrás de la boda real se vuelve mortal.

PELICULAS



Acción

LAS ESTAFADORAS

11:25 A.M. / HBO

Poco después de salir de prisión, Debbie Ocean se junta con su antigua cómplice Lou. Juntas planean reunir a un grupo de ocho expertas para así llevar a cabo el robo del siglo: hurtar un collar de diamantes valorado en \$150 millones.

Los pitufos

4:40 P.M. / CINECANAL

Gargamel descubre la aldea de los Pitufos, y provoca que se dispersen por el bosque. Tontín se equivoca de camino y, junto con otros, entra en una ruta prohibida que los lleva a Nueva York.

Eso

5:40 P.M. / HBO2

Unos cipotes se une para investigar la desaparición de varios chavos en su pueblo. Pronto descubren que el culpable es Pennywise, un maligno payaso que se alimenta de sus miedos.

Los que aman, odian

7:00 P.M. / MAX

Enrique es un médico que viaja a una playa solitaria huyendo de su pasado. En ese lugar, el destino lo une con la mujer que él quiere olvidar.

Avenida Coverfield 10

9:00 P.M. / FOX

Una chava sufre un accidente de carro. Cuando despierta está encerrada en una celda bajo tierra, secuestrada por un extraño que dice haberla salvado.



NUESTRA SEÑAL



SINTONÍZANOS TODOS LOS DÍAS CON TU PROGRAMACIÓN FAVORITA

# Entre che rada

MI CHERO/  
VIERNES 26 DE  
ABRIL DE 2019 **18**



## CHANNING llega a los 39 este día

CHANNING MATTHEW TATUM ES UN ACTOR, BAILARÍN, PRODUCTOR Y MODELO ESTADOUNIDENSE QUE INICIÓ SU CARRERA ARTÍSTICA COMO MODELO Y POSTERIORMENTE SE DEDICÓ A LA INTERPRETACIÓN. HA PARTICIPADO EN VARIAS PELÍCULAS, ENTRE LAS QUE DESTACAN "STEP UP" DE 2006. NACIÓ EL 26 DE ABRIL DE 1980, EN CULLMAN, ALABAMA, ESTADOS UNIDOS. CUANDO CHANNING MATTHEW ERA NIÑO JUGABA FÚTBOL Y FÚTBOL AMERICANO, CORRÍA EN PISTA Y COMPETÍA EN ARTES MARCIALES.



## CARDI B Estrella del año

PEOPLE EN ESPAÑOL NOMBRA A CARDI B LA ESTRELLA DEL AÑO. LA CANTANTE ESTADOUNIDENSE DE RAÍCES DOMINICANAS Y TRINITENSES CARDI B ADORNA LA NUEVA PORTADA DE LA REVISTA PEOPLE EN ESPAÑOL. PUBLICACIÓN A LA QUE DIJO: "SER MADRE ES MI MAYOR ORGULLO Y FELICIDAD". CARDI B DIJO: "CUANDO ERES FAMOSO SE TE VIENEN TANTAS COSAS ENCIMA: HAY TANTOS CHISMES, TANTOS PROBLEMAS, TANTAS PELEAS, ES TANTO DINERO, TANTO DE TODO QUE TE ENLOQUECE".



Con un par de controversias a su alrededor, Hewitt es una joven famosa tras haber sido portada de Playboy en 2017 y ser exnovia de un actor de Hollywood.

Redacción Entre Cherada  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

La modelo Elsie Hewitt es toda una profesional con las cámaras fotográficas y las doma muy bien. Otra de las razones es porque, además de modelar, actúa.

Algunos de los rodajes para los que ha participado son "Turnt" (2018) y "Teenage Badass and Mostly Ghostly: Have You Met My Ghoulfriend?" (2014).

Probablemente es en este ambiente de Hollywood donde los encantos del actor Ryan Phillippe la cautivaron y al poco tiempo de conocerse se hicieron pareja.

La relación no fue viento en popa precisamente. Tuvo un trago amargo y Hewitt demandó al expospo de la actriz Reese Witherspoon por maltrato físico.

Las alertas mediáticas no tardaron en activarse y pese a que algunas de las fotografías las hizo publicas, no quiso implicarlo en mayores cargos. Pero sí pidió de él una multa de \$1 millón, dinero que posteriormente donó a una ONG que vela por la defensa de las mujeres que sufren violencia de género.

Hewitt reportó en aquella ocasión que en julio de 2017 ella entró a la residencia que compartían para tomar sus pertenencias, pero que "un intoxicado Phillippe" la sujetó tan fuerte que le provocó moretones y que luego la empujó por las escaleras.

Su pasado no ha sido fácil, pero en su Instagram revela que es capaz de florecer. Es en ese medio donde mayormente impulsa su carrera. Ama el maquillaje y muchas de sus admiradoras adoran sus videoconsejos.

Para esta hermosa mujer de 22 años la naturalidad es fundamental o, como ella lo llama, "una belleza perfecta e irreal".

### Origen

NOMBRE REAL:  
ELSIE ROSE HEWITT

PAÍS DE  
NACIMIENTO:  
ESTADOS UNIDOS

PROFESIÓN:  
MODELO Y ACTRIZ

# La querrás cerquita

● LA CHICA DEL DÍA



# ¡Más que una cara bonita!

Selena Gómez

AGENCIAS/ K. GARCÍA  
periodicomas@mas.sv

**S**elena Gómez grabó el podcast "Dream it real", y habló sobre el hecho de que las personas la valoren por su físico.

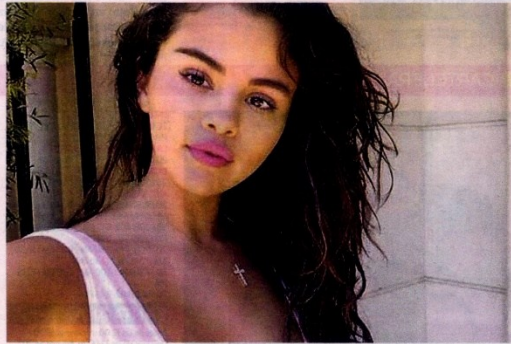
"No me gusta que la gente me juzgue por cómo me

veo ni nada así. Me gusta que los hombres me digan que soy bonita; sé que lo soy, pero me gustaría más que alguien me ame por la persona que soy", indicó.

También compartió lo bien que le cayó alejarse de las redes sociales. "No es muy saludable estar en Ins-

tagram todo el tiempo...Tomarse descansos es muy importante", comentó Selena, quien confiesa que las terapias le han ayudado a entender su infancia.

La chera padece lupus y padece de ataques de ansiedad, al igual que Demi Lovato y Ariana Grande.



● LA ARTISTA mantiene una batalla legal con el padre de su hijo, el actor Julián Gil.

● USA

Robert de Niro

## Aplauda a periodistas

La estrella de cine alabó el valor de los periodistas en Estados Unidos. "Estos días, su profesión siempre está al frente de la búsqueda de la verdad, que nuestros líderes políticos tratan de oscurecer. Les llaman 'fake news' (noticias falsas), 'enemigos del pueblo', e incitan a la violencia en su contra, y ustedes no se ven intimidados, así que gracias", fueron las palabras que dedicó el actor a los reporteros en un evento en Nueva York, en el marco del Festival de cine de Tribeca.



FOTO MÁS! SHUTTERSTOCK

FOTO INSTAGRAM

FOTO MÁS! ARCHIVO

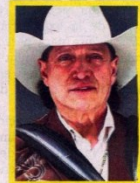
**Entre  
cherada**  
MI CHERO/  
LUNES 29 DE  
ABRIL DE 2019 **20**

Esta modelo de Playboy dio en el clavo con todas las generaciones porque de verla, provoca...



**KALEY  
Derramó  
lágrimas**

KALEY CUOCO COMPARTE CON SUS SEGUIDORES, LA FOTO DE LA PORTADA DEL GUION DE LA ÚLTIMA ESCENA DE 'THE BIG BANG THEORY', EXITOSA SERIE QUE TERMINA DESPUÉS DE 12 TEMPORADAS, TODAS EXITOSAS. LA ACTRIZ COMPARTE ESTAS IMÁGENES, Y SE VE QUE LAMENTA QUE TERMINE LA HISTORIA DE ESOS NERDS INTELIGENTÍSIMOS, Y QUE UNA GUAPA VECINA RUBIA LLEGA A REVOLUCIONAR SUS VIDAS. EN UNA DE LAS FOTOS SE VEA UNA CAJA DE PAÑUELOS DESECHABLES, COMO INDICANDO QUE HA LLORADO.



**EX-BRONCO  
Hace  
acusaciones**

RAMIRO DELGADO, EXINTEGRANTE DEL GRUPO BRONCO, ACUSA A LUPE ESPARZA DE NO HABERLO TRATADO COMO ÉL LO MERECE, Y ADEMÁS DICE QUE FUE TRAICIONADO POR EL VOCALISTA. DELGADO, QUIEN SE DESEMPEÑABA COMO TECLADISTA DE ESTE GRUPO, QUE ALCANZARA SUS MAYORES ÉXITOS EN LA DÉCADA DE LOS NOVENTA, DECLARÓ: "ME SENTÍ MALTRATADO TANTO POR ÉL COMO POR SUS HIJOS. DECEPCIONADO. TODO POR EL PROBLEMA DE MI SALUD. YO CREO QUE NO ES CORRECTO".

**Elizabeth Elam**  
**La  
modelo  
ideal**

**Origen**  
NOMBRE REAL: ELIZABETH ELAM  
FECHA DE NACIMIENTO: 5 DE AGOSTO, 1991, DALLAS, TEXAS, ESTADOS UNIDOS  
PROFESIÓN: MODELO PLAYBOY

Redacción de Entre Chera  
ENTRECHERADA@MICHERO.SV

Su belleza solo puede compararse con sus ganas de experimentar el mundo... Es posible que su nombre Elizabeth Elam no te suene familiar, pero seguramente desde hoy no la olvidarás...

De hecho, es tal su impacto en el mundo de las revistas para caballeros, que, un año después que Playboy anunció no volver a publicar desnudos, pues Elam les hizo retractarse.

Nacida en Texas hace 28 años, Elam fue la protagonista de la edición de marzo de 2017.

Al cumplir los 18 años y dejar atrás su tranquilo pueblo de Oklahoma llamado Norman, decidió

apostar por su carrera en la moda, lo que le llevó a residir en lugares como Miami, Los Angeles y varias ciudades europeas.

Su belleza hipnotizó a Playboy y logró ser la encargada de devolverle la identidad a la revista norteamericana, tal y como reveló en su momento Cooper Hefner, jefe creativo de Playboy e hijo del fallecido fundador de la revista, Hugh Hefner: "Seré el primero en admitir que la forma en que la revista retrató a la desnudez estaba pasada de moda, pero eliminarla por completo fue un error".

Tal fue el grado de rendición ante la belleza de la norteamericana que, el titular de la edición fue "La desnudez es normal", junto a la imagen de

Elam mostrando su cuerpo.

Esto hizo que la modelo se declarara "emocionada y excitada" por el honor que supone para ella "protagonizar la icónica publicación".

Elam, de acuerdo con Playboy fue la modelo perfecta para conectar con las generaciones jóvenes actuales y futuras. "Se sabe que los cánones de belleza, aunque igual idealizados, medio fantasiosos, y bien fuera del alcance de la mayoría de los mortales, ha tenido en las últimas décadas un viraje "a lo natural", dijo el Hefner.

Así, Elizabeth es más cercana a la estética Instagram, donde pueden destacar las mujeres por su cuerpo bonito y un discurso potente detrás. Bien en la onda de por ejemplo, Emily Ratajkowski.