

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

“NIVEL DE PERCEPCIÓN DE LOS TRUJILLANOS SOBRE LA
IMAGEN DE LAS CONDUCTORAS DE NOTICIEROS
TELEVISIVOS DE SEÑAL ABIERTA, EN EL PERIODO
SETIEMBRE- OCTUBRE DE 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Periodismo



Autor:

Lucia Irene Méndez Sandoval

Asesor:

Mg. Antonio Muñoz Vásquez

Trujillo - Perú

2020

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	33
CAPÍTULO III. RESULTADOS	39
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	131
REFERENCIAS	148
ANEXOS	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	106
Tabla 2.....	107
Tabla 3.....	108
Tabla 4.....	109
Tabla 5.....	110
Tabla 6.....	111
Tabla 7.....	112
Tabla 8.....	113
Tabla 9.....	114
Tabla 10.....	115
Tabla 11.....	116
Tabla 12.....	117
Tabla 13.....	118
Tabla 14.....	119
Tabla 15.....	120
Tabla 16.....	121
Tabla 17.....	122
Tabla 18.....	123
Tabla 19.....	124
Tabla 20.....	125
Tabla 21.....	126
Tabla 22.....	127
Tabla 23.....	128
Tabla 24.....	129
Tabla 25.....	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	83
Figura 2	84
Figura 3	84
Figura 4	85
Figura 5	85
Figura 6	86
Figura 7	86
Figura 8	87
Figura 9	87
Figura 10	88
Figura 11	88
Figura 12	89
Figura 13	89
Figura 14	90
Figura 15	90
Figura 16	91
Figura 17	91
Figura 18	92
Figura 19	92
Figura 20	93
Figura 21	93
Figura 22	94
Figura 23	94
Figura 24	95
Figura 25	95
Figura 26	96
Figura 27	96

Figura 28	97
Figura 29	97
Figura 30	98
Figura 31	98
Figura 32	99
Figura 33	99
Figura 34	100
Figura 35	100
Figura 36	101
Figura 37	101
Figura 38	102
Figura 39	103
Figura 40	103
Figura 41	104
Figura 42	104
Figura 43	105

RESUMEN

Los noticieros son los formatos más representativos del medio más consumido en el Perú: la televisión. En el presente estudio se analiza el nivel de percepción de los trujillanos sobre la imagen física, verbal y no verbal de las conductoras de los noticieros televisivos de señal abierta en el Perú. Se identificaron y compararon 21 conductoras peruanas de los cinco canales de televisión más importantes, obteniendo perfiles predominantes que coinciden con aspectos que tienen que ver con la tendencia del lookism en el aspecto profesional. Además, esta investigación aborda el punto de vista del público, el cual no considera importante la imagen física, pero muy importante la imagen verbal y no verbal de las conductoras. Se encontraron diferencias interesantes entre los puntos de vista de hombres y mujeres encuestados, que enriquecieron los resultados de esta investigación.

Palabras clave: imagen de la mujer, *lookism*, conductoras de noticias, imagen de la mujer en medios de comunicación, noticieros peruanos

ABSTRACT

TV news are the most representative format of the most consumed media in Peru: the television. This study analyzes the level of perception of the people from Trujillo on the physical, verbal, and non-verbal image of tv news anchors from Peru. Twenty-one Peruvian female news anchors of the five most important television channels were identified and compared, obtaining predominant profiles that coincide with aspects of the lookism trend in the professional area. In addition, this research addresses the public point of view, which considers, the physical appearance, not important, but the verbal and non-verbal image, very important. Interesting differences were found between the perspective of the men and women surveyed, which enriched the results of this research.

Palabras clave: women image, lookism, anchors, woman image in media, professional image, Peruvian news, physical appearance, verbal image, non verbal image

NOTA DE ACCESO:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Atarama, T., Castañeda, L., & Londoño, M. (2017). Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta. *Comunicación y Medios*, 26 (35), 140-155.
- ATV. (s.f.). *ATV.pe*. Obtenido de <https://www.atv.pe/>
- Chandler, D., & Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication (1 ed.)*. Oxford: Oxford University Press.
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. (Octubre de 2019). *Concortv*. Obtenido de Ministerio de Transportes y Comunicaciones: <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2019/10/INFORME-Consumo-TV-y-Radio-2019-ADULTOS.pdf>
- Coya, H. (2014). *El periodista y la televisión Los desafíos de la prensa en la era de la alta definición*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Empresa Editora Ojo. (12 de abril de 2016). *Ojo.pe*. Obtenido de <https://ojo.pe/mujer/bellisimas-7-conductoras-de-noticias-que-son-super-sexys-275876-noticia/?ref=ojr>
- Esan, E. d. (25 de Abril de 2016). *Conexión Esan*. Obtenido de Imagen profesional: más allá del buen vestir: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/04/imagen-profesional-mas-alla-del-buen-vestir/>
- Estremadoyro, J. (2004). *Televisivo, Lecciones de Periodismo Colección textos universitarios*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Fanjul, C. (2007). *La apariencia y características físicas de los modelos masculinos: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina*. Tesis Doctoral, Universitat Jaume I de Castellón. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929010>

- Fanjul, C. (2020). La importancia de la comunicación no verbal en la configuración de la Imagen Corporativa. *Ícono* 14(14).
- Fanjul, C., & Gonzáles, C. (2017). *Aspecto físico y definición de roles en la serie "Perdidos"*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle/10803/10463>
- Galarza, F., & Yamada, G. (2012). *Discriminación laboral en Lima: el rol de la belleza, la raza y el sexo*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- González Reyna, S. (1994). La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 39(155), 59-91.
- Gordoa, V. (2007). *El poder de la imagen pública*. México, D.F.: Random House Mondador.
- Hernández Herrarte, M., & Zamora Martínez, P. (2017). Análisis comparativo del comportamiento kinésico de las presentadoras de magazine en la televisión generalista. *Revista Comunicación N°1*, 26-46.
- Hills, G. (1987). *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Informática, Instituto Nacional de Estadística e. (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de población, VII de vivienda y III de comunidades indígenas*. Obtenido de Sistema de Consulta de Base de Datos a nivel de Manzana: <https://censos2017.inei.gob.pe/pubinei/index.asp>
- Magdaleno, L. (2013). *La imagen de la mujer en el mensaje publicitario. Revistas: Vogue y GQ, 2010-2013*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Martínez, J. (1993). *Curso general de información periodística*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Meza Lueza, J. (2018). *Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa. Volumen 1: identidad vs. imagen*. Monterrey: Editorial Digital de Monterrey.
- Moral, E. (marzo de 2000). Los nuevos modelos de mujer y de hombre a través de la publicidad. *Comunicar*(14).

- Moreno Espinosa, P. (2012). Géneros periodísticos en radio: Técnicas de redacción y estilo. *Mass-media*(1), 71-72.
- Panamericana Televisión. (18 de abril de 2014). *Panamericana.pe*. Obtenido de <https://panamericana.pe/locales/153888-mabel-huertas-conductora-buenos-dias-peru-muestra-lado-sexy>
- Pantoja Dueñas, J. (s.f.). *¿Lo que importa es lo de adentro? El efecto del atractivo físico y la confianza en la percepción de productividad.*
- Paolini, A. (2004). Como los conductores de noticieros construyen la credibilidad del formato. En C. d. Comunicación, *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° V "Procesos y Productos. Experiencias Pedagógicas en Diseño y Comunicación* (págs. 141 - 142). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación - Universidad de Palermo.
- Redacción BBC Mundo. (18 de noviembre de 2014). El presentador que usó el mismo traje un año y nadie se dio cuenta. *BBC*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141118_sociedad_australia_presentador_tv_ropa_men
- Repollo Altamira, M. (29 de marzo de 2017). *Imagología. Importancia y tipos de imagen.* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/imagologia-importancia-tipos-imagen/>
- Robinson, J. (1985). *Newcaster physical characteristics and audience preference.* Texas: Texas Tech University.
- Salgado Losada, A. (2005). El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz. *Comunicar*(25).
- Seminario, A. (2017). *Modelos peruanas (que se ven peruanas).* Lima: Aguilar.
- Subirana, K. (21 de Noviembre de 2019). El futuro de la televisión de cara al apagón analógico del próximo año. *El Comercio.*

SuperDrug. (14 de 08 de 2015). *SuperDrug Online Doctors*. Obtenido de <https://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection/>

Televisión, Panamericana. (s.f.). *Panamericana Televisión.pe*. Obtenido de <https://panamericana.pe/>

TV Perú. (s.f.). *TV Pe Website*. Obtenido de <https://www.tvperu.gob.pe/>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (10 de 09 de 2009). *Noticias Unmsm*. Obtenido de <http://www.unmsm.edu.pe/noticias/ver/720>

Vargas Cuno, M. (2012). *Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima*. Lima: Blog Mediática.

Vivas, F. (2018). *En vivo y en directo: Una historia de la televisión peruana*. (2a edición ed.). Lima: Fondo editorial Universidad de Lima.

Warhust, C., Van den Broek, D., Hall, R., & Nickson, D. (2012). Great expectations: Gender, looks and lookism at work. *International Journal of Work Organisation and Emotion Vol. 5*.