



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La imagen de la mujer presentada en los noticieros de la televisión local de señal abierta y su relación con la percepción de las mujeres, de 20 a 40 años, acerca de su rol en la sociedad, Los Olivos 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Jhazmym Maximiliana Terrones Padilla

ASESOR:

Mg. César Augusto Smith Corrales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

Año 2016- I

## PÁGINA DEL JURADO

.....  
Mg. César Augusto Smith Corrales  
Presidente

.....  
Mg. Guerrero  
Secretario

.....  
Mg. Fernando Rossi Castillo  
Vocal

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a mi madre, por confiar y creer en mí desde el inicio de la carrera y, por brindarme su apoyo incondicional a pesar de nuestras diferentes opiniones. A mi padre, quien pese a la distancia siempre me aconseja y apoya en las decisiones que tomo.

## AGRADECIMIENTOS

Todo avance científico es producto de un esfuerzo en conjunto, por eso quiero expresar mi agradecimiento:

A mi madre, quien me ha brindado su apoyo moral durante todo el proceso de investigación de esta tesis, y más aún en las situaciones difíciles.

A las mujeres que de buena voluntad accedieron a completar la encuesta, a pesar de la extensión de la misma, debido a que sus respuestas hicieron posible obtener los datos para el desarrollo de la investigación.

A mis asesores de desarrollo y proyecto de tesis, Mg. Alfredo Cautín y Mg. César Smith, por brindarme sus conocimientos respecto a metodología de la investigación, que fueron indispensables para estructurar adecuadamente el trabajo.

A los docentes expertos en comunicación audiovisual, Lic. Kerima López Ríos y Lic. Sergio Orihuela Arredondo, quienes a pesar de su recargada agenda laboral decidieron realizar las validaciones del instrumento.

A mis amigas y amigos de la universidad por retribuirme el apoyo incondicional que les brindé durante todo el proceso de investigación de la tesis. Así por ejemplo, ayudándome en la recolección de los datos. Este apoyo mutuo ha sido en pro de alcanzar la meta en común que nos une: el título profesional.

A cada uno de los autores cuyos nombres figuran en la tesis, por ampliar mis conocimientos en cuanto a la temática estudiada y por motivarme a seguir avanzando en el camino de la Ciencias de la Comunicación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jhazmym Maximiliana Terrones Padilla, con DNI N° 72857385, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 24 de junio del 2016.

---

Jhazmym Maximiliana Terrones Padilla

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La imagen de la mujer presentada en las noticieros de la televisión local de señal abierta y su relación con la percepción de las mujeres, de 20 a 40 años, acerca de su rol en la sociedad, Los Olivos 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la comunicación.

Jhazmym Maximiliana Terrones Padilla

## ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	
PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.4. Formulación del problema.....	21
1.5. Hipótesis .....	21
1.6. Objetivos .....	22
II. MÉTODO.....	23
2.1. Diseño de investigación .....	23
2.2. Variables .....	24
2.2.1. Identificación de variables.....	24
2.2.2. Operacionalización de Variables.....	25
2.3. Población y muestra.....	28
2.3.1. Población .....	28
2.3.2. Muestra.....	28
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad .	29
2.4.1. Técnica e instrumento de recolección de datos .....	29
2.4.2. Validez del instrumento.....	29
2.4.3. Confiabilidad del instrumento.....	30
2.5. Métodos de análisis de datos.....	31

2.6. Aspectos éticos .....	32
III. RESULTADOS .....	32
3.1. Análisis descriptivo.....	32
3.2. Prueba de Hipótesis:.....	68
Prueba de Hipótesis Alternas.....	71
IV. DISCUSIÓN.....	82
V. CONCLUSIONES .....	87
VI. RECOMENDACIONES.....	88
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
ANEXOS .....	94



## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la imagen de la mujer presentada en los noticieros de la televisión local de señal abierta y la percepción de las mujeres, de 20 a 40 años, acerca de su rol en la sociedad, Los Olivos 2016. El tipo de investigación es aplicada de nivel correlacional – transversal, su enfoque es cuantitativo, y el diseño fue no experimental. La muestra estuvo conformada por 384 mujeres de 20 a 40 años que residen en el distrito de Los Olivos. Se empleó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario de 30 ítems, entre preguntas tipo Likert, ordenación y respuesta múltiple. Validada por tres expertos de la especialidad de comunicación audiovisual con un 91% y, con una confiabilidad del 0.80. Asimismo, los datos obtenidos se analizaron a través de pruebas no paramétricas. El coeficiente del Chi cuadrado se utilizó para la prueba de hipótesis, donde el Chi calculado 4,825 es menor al Chi tabulado 9,487; por ende, la hipótesis nula se acepta. De igual forma, para medir el tipo y el grado de relación entre las variables se aplicó el Rho de Spearman, el cual alcanzó un 0,093 de fuerza. El resultado de la investigación es que la variable Imagen de la mujer presentada en los noticieros de la Tv local de señal abierta está relacionada de manera directa y débil con la variable percepción de la mujer acerca de su rol en la sociedad, con un nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$ .

**Palabras claves:** Imagen de la mujer, noticieros de televisión, nivel de participación, estereotipos, roles, percepción, percepción de la mujer, estilos de vida, nivel educativo, valores.

## ABSTRACT

This research was general objective: Determine the relationship between the women's image presented in the news of local broadcast television and the perception of women, 20 to 40 years, about their role in society, Los Olivos in 2016. The research is applied correlational level - transversal, their approach is quantitative, and the design was not experimental. The sample consisted of 384 women aged 20 to 40 years who reside in the district of Los Olivos. The survey technique was applied through a 30-item questionnaire that has questions Likert, in order of importance and multiple answer. Validated by three experts from the specialty of audiovisual media with 91% and reliability of 0.80. Also, the data obtained were analyzed using nonparametric tests. The Chi-square test was used for hypothesis testing, where the calculated Chi is less than 4,825 Tabulated Chi 9,487; therefore, the null hypothesis is accepted. Similarly, to measure the type and degree of relationship between variables was applied Spearman's Rho, which reached 0.093 of force. The result of the research is that the variable image of women presented in the news of local broadcast television is related directly and weakly with the variable perception of women about their role in society, with a level of significance of  $\alpha = 0.05$ .

**Keywords:** Women's image, Tv news, level of participation, stereotypes, roles, perception, lifestyle, education, values.