



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“Análisis de la construcción de la figura femenina  
en los diarios sensacionalistas limeños, 2019”**

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

**AUTOR:**

Br. Rodrigo Rubio Rojas (ORCID: 0000-0002-5169-7835)

**ASESOR:**

Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**CALLAO – PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

La presente investigación es dedicada a mis padres, Roger y Annelice; a mis hermanos, Pierina, Sebastián y Camila; y a mis abuelas, Laura y Matilde; quiénes son las personas que me han acompañado a escribir un libro de sentimientos, experiencias y decisiones llamado *vida*.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por acompañarme en mis victorias y derrotas; puesto que, a pesar de que algunas veces oculte mis ideales, es la percepción que me permite aferrarme a mis objetivos. También, agradezco a mis profesores, quienes inculcaron sus conocimientos en una persona desconocida que supo aprovecharlos y construir un lazo de amistad, estima y respeto. Y por último, agradezco a mis compañeros, la familia que escogí para aprender a ser amigo. A todos ellos, mi reconocimiento especial.

## **Página del Jurado**

## Declaratoria de Autenticidad

### Declaratoria de Autenticidad

Yo, Rodrigo Rubio Rojas, identificado con el DNI N° 73382754, 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 Profesional 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 el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Callao, 9 de diciembre del 2019



---

RODRIGO RUBIO ROJAS

DNI N° 73382754

## ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	12
2.1. Tipo y diseño de investigación	12
2.2. Escenario de estudio	12
2.3. Participantes	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
2.5. Procedimiento	15
2.6. Método de análisis de información	16
2.7. Aspectos éticos	16
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN	30
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	42

## RESUMEN

La presente investigación bajo el título “*Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019*” tiene como objetivo general explicar la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños; además, tiene como objetivos específicos describir la elaboración del modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños, examinar la afectividad de la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad, y evidenciar la importancia de la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo.

Esta indagación corresponde al tipo aplicado, de enfoque cualitativo, con diseño interpretativo, y nivel hermenéutico. El escenario de estudio es la reproducción impresa de los diarios El Trome y La Karibeña, durante los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019 con incidencia única en la sección de espectáculos, a través de catorce notas periodísticas relacionadas con los cinco principales espacios de televisión abierta con mayor audiencia que se dedican al rubro de espectáculos. El instrumento que se emplea es la guía de observación de contenidos, que describe el análisis a través de los elementos de título, imagen y texto; y el análisis dimensional a través de las incidencias relevantes a las categorías del tema de estudio.

Los resultados concluyen que el arquetipo de mujer simboliza la naturalización del cuerpo femenino ligado a la sexualidad y el morbo que producen en una sociedad representada por el machismo, determinado por factores étnicos, culturales o económicos, que caracteriza la proyección social para la búsqueda de una construcción irreal de lo que significa ser mujer en el Perú; a través de atributos físicos basados en curvilíneas caderas, voluptuosos bustos y extravagantes glúteos expresados visualmente en diminutas prendas de vestir y sugestivas posiciones corporales o gestuales.

**Palabras clave:** cosificación, figura femenina, diarios sensacionalistas.

## ABSTRACT

The present investigation under the title “*Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019*” has the general objective of explaining the construction of the female figure in the Lima sensationalist newspapers; In addition, it has as specific objectives to describe the elaboration of the standard model of the feminine figure according to the tendencies exposed in Lima sensationalist newspapers, to examine the affectivity of the idealization of the feminine figure in girls, adolescents, young people and adult women according to machismo as a culture in society, and demonstrate the importance of feminism as a civil coalition in the objectification of women as an object of morbidity.

This inquiry corresponds to the type applied, qualitative approach, interpretive design, and hermeneutical level. The study scenario is the printed reproduction of the newspapers El Trome and La Karibeña, on September 16, 17, 18, 19, 20, 21 and 22, 2019 with a unique impact on the entertainment section, through fourteen journalistic notes are related with the five main open television spaces with the largest audience that are dedicated to the field of shows. The instrument used is the content observation guide, which describes the analysis through the elements of title, image and text; and the dimensional analysis through the incidents relevant to the categories of the study subject.

The results conclude that the woman's archetype symbolizes the naturalization of the female body linked to sexuality and the morbidity they produce in a society represented by machismo, determined by ethnic, cultural or economic factors, which characterizes the social projection for the search for a unreal construction of what it means to be a woman in Peru; through physical attributes based on curvy hips, voluptuous busts and extravagant buttocks visually expressed in tiny garments and suggestive bodily or gestural positions.

**Keywords:** reification, female figure, sensationalist newspapers.



## I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia de la humanidad, la guerra de géneros siempre ha sido un tema de qué hablar. La supremacía del hombre sobre la mujer se ha definido bajo el argumento de la propia naturaleza. Las características genéticas han predominado sobre las características intelectuales y la meritocracia; y luego, tras el auge de las ciudades tanto como la formación de culturas y costumbres, la sociedad ha establecido una guía de normas de comportamiento, acto y consecuencia tanto para un hombre como una mujer.

Los medios de comunicación se han originado desde hace millones de años de diversas formas, ya sean prehistóricas a través de, por ejemplo, las pinturas rupestres, hasta la actualidad, en función de los teléfonos inteligentes. La globalización ha permitido que la expansión de la información sea mucho más diversa y ello ha producido la inmersión de una cultura de opinión pública. Todos hablan de todo porque consumen todo; y no siempre es algo bueno. Los diarios son publicaciones netamente informativas; sin embargo Gargurevich (1999) reconoce que el sensacionalismo ha logrado captar el “interés en estos diarios que efectivamente atraen y convocan a la lectura de sus grandes titulares” (pág. 4). Una desgracia.

El consumo de espacios de mentira, perjuicio y agresión en los medios de comunicación del país ha generado que la sociedad adopte un pensamiento estandarizado acerca de ciertas cosas que, en función de la ficción y no de la realidad, representan la objetivación de la vergüenza con premisas inconcebibles de la mujer peruana según la construcción de su figura femenina, expuesta como un objeto de valor ante la mirada de la figura masculina, desde el morbo y la sexualización de su cuerpo.

El Perú es un país machista, misógino y violento. Según el último informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática, los resultados arrojan que el 31.7% de mujeres sufren o han sufrido de violencia a manos de sus parejas (2017). Esto quiere decir que, 1 de cada 3 mujeres en el país confirman las famosas premisas que lo califican como una cuna de agresores, maltratadores o violadores.

La problemática radica en que, incitados por la estandarización de la sociocultura arcaica, los medios de comunicación se benefician directamente del lucro que produce el morbo hacia el cuerpo de una mujer (Marques, 2016): construyen una imagen femenina irreal que comparta las características que despierte el libido o deseo sexual de un hombre, al estereotiparlas con un cuerpo despampanante, diminutas prendas, llamativos colores y perturbadores mensajes en la primera plana de los diarios, en su contraportada y/o en las secciones más visitadas de su interior (Cappellini, 2004).

Casos como, los diarios El Trome, El Chino o el precursor del sensacionalismo, El Popular; revistas como las inexistentes hoy en día, Magaly TV o Cinco; o anuncios publicitarios como las bochornosas secciones de servicios sexuales o calendarios, definen a la perfección por qué es importante analizar este tema. Al respecto, Barbaño y Muñoz (2017), sostienen la importancia de construir “el empoderamiento de la imagen y la identidad de las mujeres” (pág. 257).

El diario El Trome, al ser parte del conglomerado de medios más importante del país: el Grupo El Comercio, suele alejarse del estilo mordaz de otros diarios sensacionalistas. Presenta un diseño con tendencia horizontal dividido en bloques principales: el superior, enseña la cabecera y recuadros —sin número específico— de promociones, allí aparece el logotipo, un recuadro horizontal de mediana longitud con fondo de color negro y ondas en la esquina superior derecha de color anaranjado, con las letras encima de ella de color blanco; también, el central izquierdo, tiene la noticia principal del día a lo largo y ancho de la portada que presenta imagen y texto; el central derecho, presenta dos recuadros de otras noticias casi también relevantes para el día de emisión del tabloide, que en menor tamaño, presentan imagen y texto; y por último, el inferior, presenta algún aviso publicitario, herramienta económica que el diario aprovecha por la relevancia social que mantiene.

Por su parte, el diario La Karibeña, es uno de los medios de comunicación sensacionalistas más recientes en su expedición sobre el ojo público, pero que mantiene la misma estructura que el anteriormente mencionado. Su diseño es de tendencia horizontal dividido a través del bloque superior, que dibuja el logotipo, un recuadro de color amarillo de larga longitud y letras que bailan de color azul; un bloque central, prácticamente dividido igual que El Trome —diferenciado solamente en el orden de aparición de las noticias de

derecha a izquierda—; y un bloque inferior que añade una última noticia en un ligero y angosto recuadro acompañado de una pequeña fotografía.

En el mundo, diversos estudios y/o investigaciones han observado y estudiado el comportamiento de los medios de comunicación al construir la figura femenina. Los latinoamericanos Gugliotta (2013) y Villanueva (2014) plantearon su investigación metodológica mediante la estructura de diseño cualitativa con enfoque descriptivo a través de la observación. La primera, cuestionó los modelos femeninos expuestos a través de los medios de comunicación masivos de Argentina, donde toma en cuenta premisas como el cuerpo que se muestra en televisión con el cuerpo real y preocupándose por el efecto producido en la juventud, que resume con graves detalles acerca de la explotación del cuerpo femenino.

Por su parte, el segundo autor, tomó como grupo de estudio a programas de televisión, periódicos y revistas, que compartan una característica en común: el sensacionalismo; que hace notar premisas como la construcción física y simbólica del cuerpo femenino, la normatividad de éste a través de modelos a seguir, la inserción de la industria estética y todas las expresiones de la violencia de género. Así, los resultados obtenidos arrojaron que se alimentan las diferencias entre clases sociales o grupos étnicos a través del arquetipo ideal de mujer.

En Estados Unidos, Matheson (2017) planteó su estudio mediante una investigación de diseño cuantitativo, donde a través de ítems de satisfacción, cuestionó a la población premisas acerca de la cosificación a la mujer a través de las redes sociales, un medio de comunicación de libre acoso sexual; donde tuvo como resultado el grave problema de crear un “cuerpo perfecto” en un cuerpo delgado.

También, se rescata a Justine y ChaVon (2011), quienes presentaron, a través de escalas cuantitativas, una investigación que analizaba cómo los medios de comunicación promueven figuras femeninas normativas como modelos sociales a seguir; donde rescata, valorables aportes conceptuales acerca de la intromisión de la estética. La indagación tuvo como conclusión, la confirmación de la relación entre la exposición del cuerpo de mujeres y su influencia negativa en la sociedad, especialmente, en niñas y adolescentes.

A nivel nacional, la construcción de la mujer en medios de comunicación se ha debatido en numerosas instituciones, donde Aguilar, Carranza y Cuba (2016), Castillo y Mensa (2009), y Chávez (2013) impulsaron estudios metodológicos cualitativos con expresiones descriptivas a través de la observación de contenidos expuestos en medios de comunicación impresos. Aguilar, Carranza y Cuba (2016) reflexionan y critican el uso del sexismo como práctica de discriminación que incita a la perpetuación de la violencia de género.

Castillo y Mensa (2009) analizan las imágenes que sirven como función publicitaria en una famosa revista local y que, a través de tablas de frecuencia, identifica las veces donde la feminidad y la mujer son usadas como instrumentos u objetos en la construcción de un anuncio. Dicha investigación tuvo como resultado la infravaloración de la imagen femenina resumida a un flash comercial, donde pierde la identidad humana y se convierte en un elemento.

Por último, Chávez (2013) hace notar premisas desde el contexto histórico del papel de la mujer en rubros socioculturales, donde analiza su inclusión a través de la construcción de su utilidad en los medios de comunicación, y como en casi todas las indagaciones, identifica a la mujer como un objeto.

La comunicología defiende principios doctrinales relacionados al arte de comunicarse (Lanigan, 2010). La organización de estas ideas conforma reglas o modelos comunicativos que han sido estudiados por numerosos teóricos. Por ejemplo, un patrón es la teoría de la Aguja Hipodérmica. Conocida también como la teoría de la Bala Mágica, tiene origen en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial y fue contextualizada por el filósofo Harold Lasswell, quién defiende que los medios de comunicación intervienen en la creación de estímulos que, unidireccionalmente, tienen efecto en su audiencia (Neuman y Guggenheim, 2011).

De similar base, la teoría de la Omnipotencia de los Medios refiere la inteligencia perversa del poder de las masas de información hacia una sociedad inoperante y escasa de raciocinio, con la misión de generar una reacción dirigida a sus consumidores (Botero,

2012). Así, espacios de poco valor, perjudican a la población a través del poder de la difusión.

Sin embargo, no es la única doctrina que refiere esta problemática: la comunicación es transdisciplinaria. Esto ha sido estudiado también por Stanley Millgram a través de su teoría de la Cosificación. La disciplina psicológica narra que el ser humano carece de personalidad en circunstancias donde la obediencia insiste en verse a uno mismo como un instrumento bajo la mirada de otra persona, haciéndose esta última, responsable de los actos (Mora, 2018). El pensamiento demuestra cómo se relativiza la figura femenina como un elemento agregado de la comunicación.

Es importante reconocer el aporte de la psicología de los colores para la presente investigación, que deriva de la teoría del Color; pues Johann Wolfgang von Goethe escribió en su libro bajo el nombre de la propia filosofía, que los procesos de percepción de las tonalidades cromáticas asignan un valor agregado de personalidad hacia los objetos, cosa que, puede dirigir en ciertos aspectos la volubilidad de la conducta humana.

La figura femenina puede ser definida como el conjunto de características físicas que reúne una mujer. Carvajal (2011) dice que “es etiquetada según se necesite; como la amante que otorga placer, como la madre procreadora [...] como transgresora, [...] o como esposa abnegada y fiel [...]” (pág. 30). La clasificación de la mujer en la sociedad se resume según la utilidad de la persona: es aquí el punto de inicio de la creación de un objeto.

Una vez que la mujer ha sido convertida en un objeto por las masas, la siguiente acción es la categorización: quiénes si y quiénes no. La estereotipación de género es una crítica a los cuerpos, la forma de comportarse o la actitud con la que afrontan los espacios sociales, donde crea un único modelo a seguir segado a través de la imagen de un hombre o una mujer (Aranda, Castillo y Montes, 2015). La diferenciación entre ellos tiene una brecha que yace en la afección sociocultural. No se niega que exista perjuicio en el género masculino; sin embargo, es común que la inferioridad y dependencia se le atribuya al género femenino.

Así, la feminidad se ve prostituida. La exposición a la mujer a través de los medios de comunicación busca convertir su cuerpo y su mente en ganancias de dinero. Esto amplía la distancia entre la figura femenina y la feminidad. Mientras que se habla de figura femenina con relación a la terminología del cuerpo físico, la feminidad le añade la moralidad. El psicoanalista Sigmund Freud decía que la feminidad, más allá de órganos reproductores, se caracterizaba por el pensamiento que reconocía la superioridad de la masculinidad; esto, hoy en día, visto e impulsado por la sociedad (Barcellos y Poli, 2016).

Hace varios siglos atrás, las diferencias entre el hombre y la mujer eran muy holgadas. Sin embargo, la inclusión del género a actividades definidas para el gen superior cambió la mentalidad de varios sectores. Así cuenta Saloma (2000) que la utilidad de una mujer dependía también “del desarrollo industrial del país, que al requerir de la mano de obra femenina alejó a las mujeres de sus hogares” (pág. 1). Desde entonces, y con el pasar de diversas situaciones, la mujer se vio incorporada en el radar del poder de las comunicaciones, pero vista de arriba abajo.

Los medios de comunicación exigen, con supremacía, normativas físicas sobre las intelectuales, que originan en la mujer aquel complejo de inferioridad ante el hombre. Esto quiere decir que, se crean modelos a seguir con ciertas características donde se destaca su volubilidad corporal, cosa que, para cumplir con los requisitos, muchas mujeres opten a ser parte de las llamadas “perfectas” (Tashakor, 2015).

La perfección de una mujer se basa en la construcción de su figura corporal, que, tras varios procesos, es utilizada para movilizar masas a través de los medios de comunicación (Chacón, 2007). En este punto, se ejemplifica la situación al mencionar a, quizás, una de las mujeres más bellas del país según la vox populi: Milett Figueroa, una modelo y actriz peruana, a quien se le atribuye tener un cuerpo normativo; que no es más que aquella figura, masculina o femenina, que cumple con los estándares de belleza.

A pesar de ello, es parte de los peligros de la normatividad en los medios de comunicación: al convertirse en un personaje público se expuso a mucha mayor atención de la que una persona común podría tener; y en la conformidad de observar la relevancia producida, se convierte en un juego de una moneda: cara o sello, amada u odiada; sobre todo,

cuando en el mundo actual, las redes sociales funcionan como un elemento de doble filo que, al estar estereotipada en un globo de poder social, los insultos recibidos son, para muchos, algo normal.

Sin embargo, existe un problema mucho mayor: se triplican las reacciones incitándose a sí mismas, en el caso de niñas o adolescentes, a generar un cambio físico para poder lograr lo que Milett refleja: belleza, fama y éxito. Esto quiere decir que, lo expuesto a través de los medios de comunicación, genera que se busque imitación de acciones, que desencadenan en un “¿por qué yo no tengo el cuerpo que ella sí?”, cosa que produce falta de autoestima y seguramente, construye el camino hacia la figura femenina que idealiza, para desencadenar en muchos casos en problemas como la anorexia o la bulimia (Barajas, Jáuregui, Laporta y Santed, 2017).

Cuando se habla de normatividad, no necesariamente está referida a un único modelo a seguir, pero sí que, comparten ciertas características. Es un entrelazo que ocurre con las clasificaciones de la sociedad al diseñar un modelo de cuerpo estándar idealizado y los aterradores fantasmas de los propios cuerpos (Scribano, 2016). Por ejemplo, Verchili (2008) comentaba que “las niñas y adolescentes están siendo las últimas almas seducidas por esta compleja maquinaria consumista que no sólo determina comportamientos sino formas de ser y estar en el mundo” (pág. 13). La identidad se ve perdida desde el momento en que la indiferencia deja de existir y la atención se presta a mirar horizontes masivos de la comunicación.

Los medios de comunicación han impuesto cómo deben ser las cosas y cómo no (Arugete, 2017). La tendencia no equilibra la balanza del talento natural con el talento artificial; además de que, en los grupos sociales, se empieza a hablar del tema al dejar de ser un tabú y convirtiéndose en presión, que origina la obsesión de quienes son los más afectados: las niñas y adolescentes, para buscar tener cualquier pretexto necesario que le sirva para modificar su nariz, agrandar el tamaño de su escote o moldear sus labios para intentar “ser como mi artista favorita”.

La única verdad es que la cirugía estética no te va a convertir en famosa ni mucho menos en un personaje público, pero si va a desencadenar en alimentar el morbo de una

sociedad femenil sumisa que está sumergida en la aprobación masculina que estableció la naturaleza a través de sus cromosomas. Si, la sociedad está definida según el género al que perteneces. Y si, la sociedad es machista (Nascimento y Connell, 2017). Una palabra que se menciona mucho, pero que importa poco; como si de un enigma se tratase.

El machismo es un problema social que incluye como participantes a agresores, víctimas, políticas públicas y el silencio social (Beiras, Cantera y Alencar, 2015). La ideología promueve, a través de la justificación de actos de la naturaleza, que los hombres son superiores a las mujeres y que no hay mayor análisis que hacer acerca de por qué son considerados como dominadores.

Además, esta filosofía enaltece las capacidades masculinas y resta importancia a las capacidades femeninas, que considera a este último grupo, como dependientes de una figura de poder (Falicov, 2010). La conducta del machismo se ha metodizado en la sociedad y demostrado a través de la invisibilidad que se les atribuye a casos como la desigualdad de género, el patriarcado y las múltiples formas de violencia contra la mujer (Azpiazu, 2015).

La historia siempre ha contado numerosas acciones de todo tipo de hombre, desde soldados hasta guerreros, desde capitanes hasta presidentes; pero muy poco se habla del rol de la mujer en la historia de la humanidad. La desigualdad de género tiene raíz de estudio en los primeros años de la civilización, donde, aunque en pleno siglo XXI suene increíble, las mujeres no tenían derecho a acceder a instruirse culturalmente, a participar directa o indirectamente de política ni mucho menos pensar que pudiesen representar a su país en el ejército. Ese es un pequeño resumen de la conceptualización del patriarcado.

El patriarcado para Miranda y Muñoz (2013) “funda su génesis en un constructo sociocultural que prevalece en el imaginario social mediante los roles y espacio asignados tanto al hombre como a la mujer” (pág. 9). Esta organización social obsoleta deforma la balanza de la igualdad al conjugar las fuerzas de la naturaleza con la bandera del movimiento de masas sociocultural, que desprecia así la meritocracia del talento humano.

La cultura machista tiene influencia en la violencia de género (Wilson, 2014). La mujer lleva, en muchos lugares del mundo, en la sumisión, opresión y dominación ante las



riendas del hombre, desde hace varios siglos. La justificación suele estar guiada hacia la celopatía o la falta de libertad sexual, que acopla indicadores que podrían resumir que existen graves problemas de sociabilización con el mundo real y actual, pero ello no quiere decir que exista culpabilidad premeditada en la acción de violencia.

La salud mental en el Perú es una piedra en el camino (Rondón, 2006). Se tienen graves problemas de pertenencia dentro de la sociedad y en muchos casos se generan peligrosas acciones que pueden acabar en la pérdida de la vida de una persona y no se cuentan con las medidas correctivas para detener esta problemática; que, como dice Tovar (2014), la violencia no afecta a la persona agraviada, sino que también “tiene repercusiones intergeneracionales” (pág. 8).

Las mujeres organizaron el llamado feminismo como coalición civil ante la inquebrantable injusticia social contra la mujer, planteándose como fin la defensa de la igualdad de oportunidad para ambos géneros. Cuenta Paliza (2017) que en la lucha inició cuando corrían épocas revolucionarias en Francia, donde Marie Gouze escribió la emancipación femenina a través de la declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana, tras haberse decretado la misma resolución años antes con única mención hacia los hombres. En épocas donde se gobernaban reinos, la mujer empezaba a sentirse importante; sin embargo, aún no se obtenían grandes resultados.

Desde entonces, numerosas instituciones lideradas por valiosas mujeres abrieron sus puertas alrededor del mundo y sustentaron ideas para lograr la igualdad de género. Flora Tristán, Julieta Lanteri, Sarmiza Bilcescu o Rebecca Walker, son personajes ligados al feminismo y que han logrado aportar grandes enunciados que enaltecen a su propio género y dignifican sus cuerpos, pero que muchos obvian.

La realidad es que el feminismo, en la actualidad, está presente en todo mundo, incluso en países donde sus propias culturas oprimen a las mujeres en la sumisión patriarcal. La teoría feminista representa las desigualdades de género, la lucha por oportunidades y la libertad sexual. El problema, tal vez, pueda incurrir en caer en contradicciones. El feminismo aporta a las mujeres el valor humano para ser libres independientemente de opiniones sociales; sin embargo, hay muchos casos donde el movimiento se sexualiza y el

empoderamiento pierde peso, y eso hace que muchas mujeres culpen al feminismo de haber empeorado las relaciones socioculturales del género (Pujol y Montenegro, 2015). La realidad es que el feminismo también es respeto y empatía.

Y por lo mismo, la empatía ha generado que hombres también se impliquen en esta lucha, porque consideran que el ser feminista es ser consecuente con la realidad. Es así como de, pequeñas ideas, comenzaron grandes revoluciones sociales llamados movimientos feministas: organizaciones de participación ciudadana donde se unen grupos de poder, líderes de opinión y aliados en búsqueda de forjar distintas políticas sociales con la consigna de la igualdad; y que, han logrado cosas como un salario equitativo o tener presencia en política.

En el Perú, el movimiento feminista con mayor reconocimiento en la sociedad es el Ni Una Menos. En 2015, un grupo de activistas convocaron una protesta contra los numerosos casos de feminicidios y violencia de género en el país. A raíz de uno de los famosos casos de agresión contra Arlette Contreras a manos de Adriano Pozo, una joven pareja que saltó a las portadas policiales por agredirla física, psicológica y sexualmente, y donde el acusado, aún no recibe una condena definida.

La revolución de Ni Una Menos ha sido considerada un grato hito social, puesto que su participación en la primera marcha logró reunir a más de 150.000 personas que gritaban el sufrimiento por el que algún día tuvieron que pasar y deseaban no vuelvan a ocurrirles más. Se dice que el éxito de este movimiento radica en el activismo cibernético. Redes sociales como Facebook o Twitter, colmaron publicaciones acerca del evento, durante el mismo y tras su finalización, convirtiéndose en interés nacional (Caballero, 2017).

Las redes sociales han logrado unir ideologías en favor a la mujer; sin embargo, medios de comunicación tradicionales en el Perú, como los impresos, perduran en la cosificación a la mujer. Moldean sus características físicas para demostrar que el cuerpo femenino es una fuente de poder económico, puesto que, el morbo vende. La solución podría estar en las agencias de publicidad y los medios de comunicación, si así lo quieren, a través de una cultura reivindicativa, puedan ser partícipes de la contribución a impulsar nuevas

maneras de proyectar la comunicología, donde reflejen las habilidades y capacidades de ambos géneros equilibradamente (Rojas, 2004).

Es por ello que esta investigación se hace la siguiente pregunta: ¿Cómo es la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños? El análisis reconoce que este tema es un problema que afecta a niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas, y también, a su entorno familiar independientemente del género. La implicancia según la perspectiva masculina hacia este caso es el principal fundamento para debatir si la reacción del consumidor es de aliado o de enemigo. El cosificar a una mujer no es placer, es un delito moral que debería ser tratado con educación responsable.

Se reconoce a los medios de comunicación como instituciones que aportan un beneficio de capital humano a la población, puesto que, su principal objetivo es contribuir con aportes de información; sin embargo, muchos de ellos, llámese sensacionalistas, desvían sus enfoques pragmáticos para desarrollar una cultura de violación a los derechos humanos, que explota la imagen de las mujeres a través de la perspectiva sexual, al manipular conceptos y estandarizar la deformación de la ética a través de elementos de construcción del ideal femenino y producir daños negativos en la sociedad. Aquí radica la importancia del estudio.

El objetivo general de la indagación es explicar la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños. Asimismo, los objetivos específicos son describir la elaboración del modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños, examinar la afectividad de la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad, y evidenciar la importancia de la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo.

## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación “*Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019*” es realizada con características metodológicas de tipo aplicado, diseño no experimental con análisis de contenido, nivel descriptivo y enfoque cualitativo.

El tipo aplicado, según Tam, Vera y Oliveros (2008), se emplea para “crear nueva tecnología a partir de los conocimientos adquiridos a través de la investigación estratégica para determinar si estos pueden ser útilmente aplicados con o sin mayor refinamiento para los propósitos definidos” (pág. 147).

El enfoque cualitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2006), se emplea para “la recolección de datos sin medición numérica ni estandarizados para describir o finar preguntas de investigación en el proceso de interpretación desde la perspectiva y punto de vista de los participantes” (pág. 7).

El diseño interpretativo, según Juárez (2006), se emplea para “comprender los significados desde la perspectiva del actor social y pretende no perder de vista el contexto del que provienen, para dar cuenta del contexto sociocultural en el que se construyen y reconstruyen” (pág. 43).

El nivel hermenéutico, según Arráez, Calles y Moreno de Tovar (2006), se emplea para “comprender el todo, comprender la parte y el elemento y, más en general, es preciso que texto y objeto interpretado, y sujeto interpretante, pertenezcan a un mismo ámbito, de una manera que se podría calificar de circular a la comprensión” (pág. 171).

### 2.2 Escenario de estudio

La presente investigación es realizada con escenario de estudio en los diarios limeños El Trome y La Karibeña, que toma como muestra a sus reproducciones impresas de los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019 con incidencia única en la sección de espectáculos.

Los diarios limeños El Trome y La Karibeña construyen un contenido que devalúa la imagen social de la mujer por sus características editoriales basadas en el sensacionalismo. Los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019 son estudiados para identificar y describir la forma en que los medios de comunicación mencionados posicionan la figura femenina entre su titular, su contenido textual y su imagen representativa, acorde con el contexto periodístico.

### **2.3 Participantes**

La presente investigación tiene como participantes, en primera instancia, a la reproducción impresa de los diarios limeños El Trome y La Karibeña; y en segunda instancia, a un total de catorce notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino que están representadas en dichas versiones durante los días de escenario de estudio, que se acoplan a la línea editorial de ambos medios de comunicación y que su participación dentro de este trabajo de investigación resulta congruente.

En primera instancia, el estudio se enfoca en los diarios limeños El Trome y La Karibeña en la totalidad de su producción durante el período de los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019 para analizar la aparición de la figura femenina en su contenido. En segunda instancia, el estudio se enfoca a la selección de catorce notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú, organizados a uno por cada diario que se analice.

Los criterios de selección de las catorce notas periodísticas están relativizados con los cinco principales espacios de televisión abierta con mayor audiencia que se dedican al rubro de espectáculos. Según datos alcanzados por la presente investigación alrededor del rating que acogen los contenidos televisivos, son espacios con mayor audiencia en el presente año: El Artista del Año, El Valor de la Verdad, Magaly TV La Firme, En Boca de Todos y Válgame Dios.

Dicha precisión hace que, todo personaje femenino que esté relativizado con la aparición en los anteriormente mencionados espacios televisivos, son aptos para ser estudiados, según requiera, en la selección de notas periodísticas de los diarios El Trome y

La Karibeña. Un mismo personaje puede ser incluido más de una vez, sí su aparición se encuentra en los contenidos de ambos diarios, con excepción única del día en que se realice el enfoque de estudio. Es decir, no son elegibles iguales personajes en notas periodísticas de una misma fecha, independientemente del diario en que se encuentren; sin embargo, si son elegibles en caso de ser estudiados en distintas fechas.

Por consiguiente, las notas periodísticas seleccionadas en el diario El Trome son: Paloma Fiuza, en la página 28 de la edición del 16 de setiembre; Karla Tarazona, en la página 28 de la edición del 17 de setiembre; Mónica Cabrejos, en la página 26 de la edición del 18 de setiembre; Macarena Vélez, en la página 26 de la edición del 19 de setiembre; Karen Dejo y Tepha Loza, en la página 34 de la edición del 20 de setiembre; Micheille Soifer, en la página 28 de la edición del 21 de setiembre; y Deysi Araujo, en la página 30 de la edición del 22 de setiembre.

Asimismo, las notas periodísticas seleccionadas en el diario La Karibeña son: Melissa Klug, en la página 14 de la edición del 16 de setiembre; Vania Bludau, en la página 13 de la edición del 17 de setiembre; Chris Soifer, en la página 13 de la edición del 18 de setiembre; Yahaira Plasencia, en la página 12 de la edición del 19 de setiembre; Sheyla Rojas, en la página 14 de la edición del 20 de setiembre; Gianella Ydoña, en la página 13 de la edición del 21 de setiembre; y Rosangela Espinoza, en la página 14 de la edición del 22 de setiembre.

#### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La presente investigación es realizada técnica e instrumento de recolección de datos, en primera instancia, la observación de estudios con anterioridad referidos tanto al tratamiento de información como a la violencia contra la mujer o feminicidio; en segunda instancia, la descripción del análisis semiótico de notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú; y en tercera instancia, la verificación de incidencia de las dimensiones propuestas en este trabajo a través de la guía de observación.

En primera instancia, se han observado estudios internacionales donde refieren los problemas que acogen los medios de comunicación, sean tradicionales o digitales, frente a

la construcción de la figura femenina con contenido característico de la línea editorial sensacionalista; donde recae la responsabilidad de la elección de los diarios El Trome y La Karibeña para interpretar su contenido, al igual que lo hecho en los mencionados trabajos previos y que sirven para la construcción de la operacionalización de la variable cualitativa de la presente investigación.

En segunda instancia, se realiza el diseño de la primera fase de una guía de observación estructurada en el análisis semiótico con tres principales categorías en base a las notas periodísticas seleccionadas: título, imagen y texto. En la primera, se analiza el texto, el color de texto, el objetivo denotativo, el objetivo connotativo y el lenguaje empleado. En la segunda, se analiza el personaje, el tipo de vestimenta, la posición corporal, la posición gestual y la significancia figurativa. En la tercera, se analiza el resumen del texto, el color de texto, el objetivo denotativo, el objetivo connotativo y el lenguaje empleado.

En tercera instancia, se continúa con la realización del diseño de la segunda fase de una guía de observación estructurada, a partir de la operacionalización de la variable cualitativa y la definición las dimensiones e indicadores, basado en la evaluación de criterios de análisis dimensional en base a las notas periodísticas seleccionadas con referencia a personajes de género femenino que aparecen en los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú.

## **2.5 Procedimiento**

La presente investigación es realizada a través de la descripción de la realidad problemática de los medios de comunicación frente a la figura femenina y derivados, para realizar la recopilación de información de trabajos previos nacionales e internacionales y definir los conceptos dimensionales del estudio.

Por consiguiente, se seleccionan los criterios de construcción de la guía de observación de contenido que es verificada por expertos en una evaluación de análisis de indicadores. El procedimiento continúa con la delimitación de datos para la construcción de la matriz de operacionalización, para que, con ello se presente el escenario de estudio en los diarios El Trome y La Karibeña durante los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019.

Luego, se aplica la observación de contenido de la construcción de la figura femenina en dos fases: la primera, el análisis semiótico donde se describen los elementos de título, imagen y texto; y la segunda, el análisis dimensional donde se describen las incidencias relevantes al tema de estudio. El proceso continúa con el análisis de información.

## **2.6 Método de análisis de información**

La presente investigación es realizada, en su fase de método de análisis de información, a través la discusión de la descripción de elementos semióticos conjunto a las incidencias relevantes al tema de estudio en contraste con la comunicación teórica recopilada en la redacción de este trabajo.

Los elementos semióticos están representados a través de la incidencia hallada en los casos de estudio. Precisamente, el título, la imagen y el texto son comparados entre sí para encontrar un lineamiento repetitivo que permita evaluar la sostenibilidad de la línea editorial para tratar este tema. Asimismo, las teorías recopiladas intervienen en la influencia de los antecedentes con los resultados de la presente investigación para hallar un marco conceptual que relacione el porqué de la redacción.

## **2.7 Aspectos éticos**

La presente investigación se acoge al principio de libertad de información consultado en el inciso 3 del artículo 2 de la Constitución Política del Perú. Asimismo, la información obtenida a través de la recopilación de datos según autores y fuentes externas es citada según las normas APA. El autor reconoce que no interviene en los estándares subjetivos del análisis de estudio.



### III. RESULTADOS

La **primera instancia de resultados** para la presente investigación se enfoca en los diarios limeños El Trome y La Karibeña en la totalidad de su producción durante el período de los días 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 de setiembre de 2019 para analizar la aparición de la figura femenina en su contenido referido a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú.

El diario El Trome, durante el período de estudio, presenta 77 notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú, distribuidas en: doce, el 16 de setiembre; diez, el 17 de setiembre; once, el 18 de setiembre; catorce, el 19 de setiembre; diez, el 20 de setiembre; diez, el 21 de setiembre; y diez, el 22 de setiembre.

El diario La Karibeña, durante el período de estudio, presenta 59 notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú, distribuidas en: cinco, el 16 de setiembre; diez, el 17 de setiembre; nueve, el 18 de setiembre; diez, el 19 de setiembre; ocho, el 20 de setiembre; nueve, el 21 de setiembre; y ocho, el 22 de setiembre.

En líneas generales, durante el período de estudio, la investigación presenta la totalidad de 136 notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú. Es importante reconocer que, en el transcurrir de 7 días, ambos medios de comunicación manejen aproximadamente 9 notas periodísticas diarias alrededor de la problemática.

La **segunda instancia de resultados** para la presente investigación se enfoca en el análisis semiótico de catorce notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú.

El análisis semiótico describe los elementos de título, imagen y texto. En la primera, se analiza el texto, el color de texto, el objetivo denotativo, el objetivo connotativo y el

lenguaje empleado. En la segunda, se analiza el personaje, el tipo de vestimenta, la posición corporal, la posición gestual y la significancia figurativa. En la tercera, se analiza el resumen del texto, el color de texto, el objetivo denotativo, el objetivo connotativo y el lenguaje empleado. En líneas generales, los resultados obtenidos son los siguientes:

En la **Evidencia 1**, el título se distingue a través de la combinación de colores anaranjado (Paloma) y blanco (templada), y emplea un neologismo utilizado en el país: “templada”, que refiere a “una persona que está sumamente enamorado de otra”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “belleza, sensualidad, frescura, atrevimiento, cuidado físico”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la **Evidencia 2**, el título se distingue a través del color celeste (Hijo asado con la ‘Foquita’) y emplea un neologismo utilizado en el país: “asado”, que refiere a “una persona que está disgustado(a) con algún sujeto o acción”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, sexualidad, atrevimiento”. Asimismo, el texto contiene un gentilicio sobre una zona del país: “chalaca”, que refiere a “una persona que es de El Callao”.

En la **Evidencia 3**, el título se distingue a través de la combinación de colores rosa (Karla) y blanco (dice cínica a ‘Chabelita’), y emplea un adjetivo utilizado en el país: “cínica”, que refiere a “una persona que miente”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, sexualidad, atrevimiento”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la **Evidencia 4**, no refiere título. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, sexualidad, atrevimiento, feminidad, cuidado físico”. Asimismo, el texto contiene un neologismo utilizado en el país: “wachiman”, que refiere a “una persona que realiza la actividad de vigilancia o seguridad”.

En la **Evidencia 5**, el título se distingue a través de la combinación de colores violeta (Mónica) y blanco (corre la cancha), y emplea un neologismo utilizado en el país: “corre la cancha”, que refiere a “una persona que asume nuevos retos en más de una actividad”.

Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “feminidad, fortaleza, madurez”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la **Evidencia 6**, el título se distingue a través del color rosa (Eres un cobarde) y emplea un adjetivo utilizado en el país: “cobarde”, que refiere a “una persona que perjudica o hace daño de forma encubierta por carecer de valor”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, dulzura, juventud”. Asimismo, el texto contiene un neologismo utilizado en el país: “basurea”, que refiere a “una persona que denigra a otra persona”.

En la **Evidencia 7**, el título se distingue a través de la combinación de colores anaranjado (Macarena) y blanco (ve lado positivo de lo que vivió), y no contiene errores de ortografía. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, feminidad, coquetería, atrevimiento”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la **Evidencia 8**, el título se distingue a través del color rosa (¡Ardidas!) y emplea un neologismo utilizado en el país: “ardidas”, que refiere a “una persona que tiene envidia de otra persona”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, sexualidad, coquetería”. Asimismo, el texto contiene un neologismo utilizado en el país: “bañada en aceite”, que refiere a “una persona que está despreocupada de lo que opine una o más personas en torno a ella”.

En la **Evidencia 9**, el título se distingue a través de la combinación de colores amarillo (Karen y Teph) y blanco (en bronca), y emplea un neologismo utilizado en el país: “en bronca”, que refiere a “la actitud de disputa, no necesariamente a golpes, entre dos o más personas”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, sexualidad, cuidado físico”. Asimismo, el texto contiene un neologismo utilizado en el país: “figuretear”, que refiere a “una persona que quiere llamar la atención”.

En la **Evidencia 10**, el título se a través del color rosa (Sheyla ya tiene nuevo millonario) y no contiene errores de ortografía. Además, la imagen de estudio refiere, con

significancia figurativa, atributos como “sensualidad, coquetería, belleza, lujuria”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la *Evidencia 11*, el título se distingue a través de la combinación de colores rosa (Kevin) y amarillo (echa a Michelle en el sillón rojo), y no contiene errores de ortografía. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, belleza, coquetería”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la *Evidencia 12*, el título se distingue a través del color rosa (Perdona golpes por negocio) y no contiene errores de ortografía. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sensualidad, frescura”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la *Evidencia 13*, el título se distingue a través de la combinación de colores celeste (Deysi) y blanco (enamorada de gordito), y emplea un adjetivo utilizado en el país: “gordito”, que refiere a “una persona con sobrepeso”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sexualidad, atrevimiento, sensualidad”. Asimismo, el texto no contiene errores de ortografía.

En la *Evidencia 14*, el título se distingue a través del color rosa (Jala las orejas a ‘Michi’) y emplea una frase propia del neologismo utilizado en el país: “jala las orejas”, que refiere a “la actitud de llamar la atención a una persona”. Además, la imagen de estudio refiere, con significancia figurativa, atributos como “sexualidad, coquetería, belleza, cuidado físico”. Asimismo, el texto contiene un refrán utilizado en el país: “mujer precavida vale por dos”, que refiere a “recomendar a una persona que antes de actuar, piense en las posibles consecuencias que lleve el hecho”.

La **tercera instancia de resultados** para la presente investigación se enfoca en el análisis dimensional de catorce notas periodísticas ligadas a personajes de género femenino referentes a los espacios de espectáculo, farándula o cultura sensacionalista del Perú.

### **La figura femenina**

Las evidencias de la presente investigación aseveran que la figura femenina se ve expuesta con el rol de mujer a través de los atributos de su cuerpo para mantener una relación sentimental, la exposición de una imagen que no tiene relación con el objetivo de una noticia, o las necesidades económicas de una mujer para conseguir una pareja que sea millonaria.

En la *Evidencia 1*, la nota construye la figura femenina de la modelo Paloma Fiuza, desde su rol como mujer a través de los atributos de su cuerpo para mantener una relación sentimental.

En la *Evidencia 2*, la nota construye la figura femenina de la empresaria Melissa Klug, con criterios ligados a la sexualidad al publicar contenidos de la persona que reflejan una imagen de morbo en el espacio público.

En la *Evidencia 3*, la nota construye la figura femenina de la presentadora Karla Tarazona y la bailarina Isabel Acevedo, a través de sus atributos físicos para justificar el conflicto existente entre las dos a causa de la infidelidad del cantante Christian Domínguez.

En la *Evidencia 4*, la nota construye la figura femenina de la modelo Vania Bludau, a través de sus atributos físicos sin tener relación directa con lo que se escribe desde la interioridad del texto.

En la *Evidencia 5*, la nota construye la figura femenina de la presentadora Mónica Cabrejos, donde hace referencia a una mujer madura que se conserva con un rescatable estado físico.

En la *Evidencia 6*, la nota construye la figura femenina de Chris Soifer, a través de sus atributos físicos y en relación desde el objeto de ser hermana de una reconocida cantante.

En la *Evidencia 7*, la nota construye la figura femenina de la modelo Macarena Vélez, como agravada del acoso sexual de un abogado. Sin embargo, pese a ser un tema delicado, la expone con vestimentas cortas que no coinciden con el objetivo de la noticia ni de sus declaraciones.

En la **Evidencia 8**, la nota construye la imagen femenina de la cantante Yahaira Plasencia, desde la sexualidad de sus atributos físicos sin resaltar la importancia o el enfoque del tema que se comenta.

En la **Evidencia 9**, la nota construye la figura femenina de las modelos Karen Dejo y Tephya Loza, por conflictos donde resaltan sus atributos físicos a pesar de que el tema sea irrelevante.

En la **Evidencia 10**, la nota construye la figura femenina de la presentadora Sheyla Rojas, desde los atributos físicos y las necesidades económicas de la mujer para conseguir una pareja que sea millonaria.

En la **Evidencia 11**, la nota construye la figura femenina de la cantante Micheille Soifer, donde considera que ha sido víctima de agresión sexual pero la presenta en una imagen que no tiene relación con lo expresado en el texto.

En la **Evidencia 12**, la nota construye la figura femenina de la empresaria Gianella Ydoña, como una mujer dependiente de su agresor, al que denunció y que tras retractarse, emplea el juego fácil del dinero para obtener su perdón.

En la **Evidencia 13**, la nota construye la figura femenina de la vedette Deysi Araujo como una mujer interesada en su nueva relación, con una persona extranjera, al resaltar los atributos físicos con los que supuestamente lo habría enamorado.

En la **Evidencia 14**, la nota construye la figura femenina de la modelo Rosangela Espinoza desde la importancia de luchar contra los abusos sexuales; sin embargo, tanto en la portada como en el interior del diario, promueven imágenes que incitan al morbo del espacio público.

## **El machismo como cultura en la sociedad**

Las evidencias de la presente investigación aseveran que el machismo como cultura en la sociedad se ve expuesto con el manifiesto de la línea editorial para resaltar la importancia de una mujer por la maternidad como principal interés, resaltar actividades laborales de una mujer con diferenciación a la de un hombre, o argumentar que el género femenino suele verse beneficiado de utilizar al género masculino para obtener cosas a su favor.

En la *Evidencia 1*, la nota refleja la cultura machista de la línea editorial del diario, donde resaltan la importancia de la modelo por crear una familia, que hace catalogar al género en la maternidad como principal interés.

En la *Evidencia 2*, la nota muestra a la empresaria como una persona dependiente a su expareja pese a que ambos ya han iniciado distintas relaciones con otras personas, donde mencionan al hijo de ambos para generar polémica, que es menor de edad.

En la *Evidencia 3*, la nota argumenta el machismo social desde el enfoque de la infidelidad del cantante, al que no se le atribuye ninguna culpa alrededor del conflicto y prevalece hacer honor al morbo entre la expareja y la actual pareja.

En la *Evidencia 4*, la nota hace resaltar a la expareja de la modelo con objetivo de hacer recordar que, antes de su matrimonio, ella ha sido conviviente de otro hombre.

En la *Evidencia 5*, la nota resalta la actividad de la periodista al conllevar distintas tareas en su labor, como si eso fuese algo anormal, y que no se cuestiona al hablarse de un hombre.

En la *Evidencia 6*, la nota tiene incidencia en el machismo que representa la sociedad al considerar normal que un hombre pueda tratar como gustó a una mujer por el hecho de ser una pareja.

En la *Evidencia 7*, la nota expone al agresor sexual de la modelo que generó que otras mujeres denuncien propios casos, donde genera la sensibilización de una sociedad que considera, en muchas ocasiones, inmoralidades como situaciones normales.

En la *Evidencia 8*, la nota resalta los atributos físicos de las mujeres como motivo referido a la posible discusión o conflicto que exista entre ellas a través de agresiones verbales que denigran su dignidad humana.

En la *Evidencia 9*, la nota sostiene un argumento machista que refiere a una discusión irrelevante entre ambas modelos desde el punto de vista de la figura de sus cuerpos o la representatividad en medios de comunicación.

En la *Evidencia 10*, la nota refleja la cultura machista de la línea editorial del diario, donde resaltan la importancia de la modelo por crear tener una relación sentimental con un hombre millonario, que hace catalogar al género como sumisas por el dinero.

En la *Evidencia 11*, la nota tiene incidencia en el machismo que representa la sociedad al considerar normal que un hombre pueda confesar públicamente intimidades de su expareja, simplemente, por haberlo sido.

En la *Evidencia 12*, la nota es importante para resaltar la vivencia que vive cada día una mujer a manos de un hombre que pretende olvidar las agresiones físicas y psicológicas por medio del dinero, lujos o detalles que no borran los sufrimientos.

En la *Evidencia 13*, la nota resalta la importancia de la modelo por mantener una relación sentimental con una persona de nacionalidad extranjera, pues referencian que, el género femenino suele verse beneficiado de utilizar al género masculino para lograr cosas a su favor, por ejemplo, una residencia estable fuera del país.

En la *Evidencia 14*, la nota tiene incidencia en el machismo que representa la sociedad al considerar normal que un hombre pueda tratar como gustos a una mujer por el hecho de ser su pareja.



### **El feminismo como coalición civil**

Las evidencias de la presente investigación aseveran que el feminismo como coalición civil se ve expuesto con la consideración de una mujer como un objeto con oportunidades desiguales frente a un hombre, la difusión de casos de denuncia por agresión o acoso sexual con morbosidad, o la sobredimensión de la importancia por defenderse como mujer ante actitudes negativas de un hombre sin la influencia por su condición de género.

En la *Evidencia 1*, la nota afecta a la coalición del feminismo al considerar a la modelo como un objeto con oportunidades desiguales frente a su pareja, a quién considera, una persona económicamente solvente para ella.

En la *Evidencia 2*, la nota afecta a la coalición del feminismo al sobreexponer la imagen de dos mujeres con relación a la disputa por el amor o la valoración de un hombre hacia ellas.

En la *Evidencia 3*, la nota afecta a la coalición del feminismo al sobreexponer la imagen de dos mujeres con relación a la disputa por el amor o la valoración de un hombre hacia ellas.

En la *Evidencia 4*, la nota afecta a la coalición del feminismo al exponer a la modelo como un objeto, donde resalta y juzga su experiencia en la relación con una expareja pública, cosa que, no se repite con un hombre.

En la *Evidencia 5*, la nota afecta a la coalición del feminismo al desprestigiar la actividad laboral de una mujer, que exalta la variedad de funciones encargadas al género femenino en un medio de comunicación, una tendencia favorable normalmente en hombres.

En la *Evidencia 6*, la nota afecta a la coalición del feminismo al desviar la atención de un caso de denuncia por agresión sexual y sobrepone en importancia la posibilidad de generar un conflicto que sea concebido con morbo por los lectores afines.

En la **Evidencia 7**, la nota afecta a la coalición del feminismo al sobredimensionar la importancia de defenderse como mujer ante actitudes sexuales de un hombre, sin que se ve influenciada por su condición de género, sino tratada desde la mayor objetividad y responsabilidad posible.

En la **Evidencia 8**, la nota afecta la coalición del feminismo al sobreexponer la imagen de tres mujeres en disputa por el ego personal, donde se agrede verbalmente como el concepto del rol de mujer y el cuidado físico que se mantiene.

En la **Evidencia 9**, la nota afecta la coalición del feminismo al exasperar a las modelos dentro de un enfrentamiento que está relativizado, entre otras cosas, en el desempeño laboral por cuidado físico, que alienta a sus seguidoras a imitar sus actos.

En la **Evidencia 10**, la nota afecta la coalición del feminismo al advertir la posibilidad de que la presentadora dependa de un hombre para lograr estabilidad económica, a la que, muchas mujeres se aferran por no valerse por sí mismas.

En la **Evidencia 11**, la nota afecta la coalición del feminismo al desviar la atención de un caso de denuncia por agresión sexual y sobrepone en importancia la posibilidad de generar un conflicto que sea concebido con morbo por los lectores afines.

En la **Evidencia 12**, la nota afecta la coalición del feminismo al describir el drama, reflejado en más de una mujer, que calla en silencio los maltratos de un abusador con el pretexto de velar por la estabilidad de una familia.

En la **Evidencia 13**, la nota afecta la coalición del feminismo al catalogar a las mujeres como personas interesadas en conseguir la estabilidad económica a través de la sobreexposición de un cuerpo.

En la **Evidencia 14**, la nota afecta la coalición del feminismo al exponer la imagen de una mujer fuera del contexto idóneo, pues resalta sus atributos físicos al tocar un delicado caso de denuncia por agresión sexual, realizado con intención de generar morbo por los lectores afines.

### **Elementos de construcción del ideal femenino**

Las evidencias de la presente investigación aseveran que los elementos de construcción del ideal femenino se ven expuestos con prendas diminutas que resaltan atributos físicos, la justificación del uso y difusión de imágenes fuera del contexto periodístico, o la simbolización del deseo o morbo sexual que produce públicamente una mujer.

En la *Evidencia 1*, la nota presenta una imagen de la modelo con prendas diminutas, donde resaltan sus atributos físicos, que relacionan con las accesibilidades económicas de su pareja y el uso de cuidado físico para conquistarlo.

En la *Evidencia 2*, la nota presenta una imagen de la empresaria con un atuendo pegado a la piel, como simbolismo al deseo o morbo sexual que genera, que se aleja del contenido de valor en la redacción.

En la *Evidencia 3*, la nota presenta una imagen de la presentadora con un atuendo diminuto, que evidencian su enfoque en las extremidades inferiores de la mujer por el ángulo de la toma de la fotografía, que sirve como punto de comparación entre ella y la bailarina.

En la *Evidencia 4*, la nota presenta una imagen de la modelo en ropa interior, que no coincide con la textualidad de la información, que hace referencia a la actual pareja y la expareja, quienes han compartido espacio vivencial con ella.

En la *Evidencia 5*, la nota presenta una imagen de la presentadora con prendas sin violar la intimidad femenina; a pesar de ello, no incide en la construcción del ideal femenino, quizás porque la tendencia solo se presentaría en contexto a la juventud o madurez de una mujer.

En la *Evidencia 6*, la nota presenta una imagen de la modelo con un atuendo diminuto, que no coincide con la textualidad de la información, sin ser objeto del caso para debatirse desde la línea editorial.

En la **Evidencia 7**, la nota presenta una imagen de la modelo con prendas diminutas, como simbolismo al deseo o morbo sexual que genera, que se aleja del objetivo del caso que busca la sensibilización ante agresiones o acosos sexuales, que hace que, el morbo que ocasione su cuerpo en el espacio público se incremente.

En la **Evidencia 8**, la nota presenta una imagen de la modelo con prendas diminutas, en referencia al objeto de los cuerpos físicos de las mujeres en debate, para justificar el uso y la difusión de imágenes fuera del contexto periodístico.

En la **Evidencia 9**, la nota presenta una imagen de las modelos con diminutas prendas, que han sido tema de conversación con anterioridad con relación al espacio televisivo que proyecta las figuras humanas como símbolo del deseo sexual, con el objetivo de incidir en el foco de atracción al que tienen relevancia.

En la **Evidencia 10**, la nota presenta una imagen de la presentadora con un atuendo diminuto, que representa la idea de la línea editorial influenciada por los focos sociales de aseverar que la mujer tiene características ambiciosas, con el objetivo de relacionar su actuación en los espacios públicos con una especie de adoración por la sostenibilidad y crecimiento económico.

En la **Evidencia 11**, la nota presenta una imagen de la cantante con un atuendo pegado a la piel, como simbolismo al deseo o morbo sexual que genera, que se aleja del contenido de valor en la redacción, que está relativizado en el conflicto por agresión familiar con su expareja.

En la **Evidencia 12**, la nota presenta una imagen de la empresaria con prendas sin violar la intimidad femenina; a pesar de ello, no incide en la construcción del ideal femenino, quizás porque la tendencia solo se presentaría en contexto a la juventud o madurez de una mujer.

En la **Evidencia 13**, la nota presenta una imagen de la vedette con diminutas prendas, que se alejen enhorabuena de las imágenes utilizadas hacia su persona con anterioridad, con

el objetivo de incidir en el foco de atracción al que tiene relevancia y justificar su ambición por una nueva relación sentimental con un hombre de accesibilidades económicas.

En la *Evidencia 14*, la nota presenta una imagen de la modelo con un atuendo pegado a la piel, como simbolismo al deseo o morbo sexual que genera, que se aleja del contenido de valor en la redacción, que está relativizado a casos de agresiones físicas dentro de una pareja y que lucra con el morbo que promueve dentro de la sociedad machista.

#### IV. DISCUSIÓN

La investigación “*Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019*” emplea una guía de observación estructurada en el análisis semiótico con tres principales categorías en base a las notas periodísticas seleccionadas: título, imagen y texto, que cuentan con 5 subcategorías cada una; además de, estructurada en el análisis dimensional donde se describen las incidencias relevantes al tema de estudio con cuatro principales categorías definidas anteriormente como dimensiones: la figura femenina, el machismo como cultura en la sociedad, el feminismo como coalición civil y los elementos de construcción del ideal femenino.

Chávez (2013) en su investigación “*Construcción de la imagen femenina a través de la prensa piurana (1850-1900)*” concluyó que los medios de comunicación impresos, y específicamente: la prensa, incide en hacer notar premisas desde el contexto histórico del papel de la mujer en rubros socioculturales, donde analiza su inclusión a través de la construcción de su utilidad en la sociedad de información, y como en casi todas las indagaciones, identifica a la mujer como un objeto. Las evidencias de la presente investigación aseveran que los elementos de construcción del ideal femenino se ven expuestos con prendas diminutas que resaltan atributos físicos, la justificación del uso y difusión de imágenes fuera del contexto periodístico, o la simbolización del deseo o morbo sexual que produce públicamente una mujer.

Precisamente, esto es reflejado a través del estudio transdisciplinario de la comunicación con la teoría de la Cosificación, propuesta por el psicólogo Stanley Millgram en 1974, que narra al ser humano como un elemento social que carece de personalidad en circunstancias donde la obediencia insiste en verse a uno mismo como un instrumento bajo la mirada de otra persona, haciéndose esta última, responsable de los actos (Mora, 2018). El pensamiento demuestra cómo se relativiza la figura femenina como un elemento agregado de la comunicación.

El *primer argumento* que rescata esta indagación es que la figura femenina puede ser definida como el conjunto de características físicas que reúne una mujer; sin embargo, la clasificación de la mujer en la sociedad se resume según la utilidad de la persona: es aquí el

punto de inicio de la creación de un objeto. Los medios de comunicación son instituciones que contribuyen con aportes de información; sin embargo, muchos de ellos, llámese sensacionalistas, desvían sus enfoques pragmáticos para desarrollar una cultura de violación a los derechos humanos, que explota la imagen de las mujeres a través de la perspectiva sexual, al manipular conceptos y estandarizar la deformación de la ética a través de elementos de construcción del ideal femenino y producir daños negativos en la sociedad.

Villanueva (2014) en su investigación “La construcción del cuerpo femenino desde los medios de comunicación” concluyó que los programas de televisión, los periódicos y las revistas, suelen compartir una característica en común: el sensacionalismo; una práctica tendenciosa que hace notar premisas como la construcción física y simbólica del cuerpo femenino, la normatividad de éste a través de modelos a seguir, la inserción de la industria estética y todas las expresiones de la violencia de género. Esto quiere decir que, a través de los medios de comunicación, se alimentan las diferencias entre clases sociales o grupos étnicos con el arquetipo ideal de mujer. Las evidencias de la presente investigación aseveran que la figura femenina se ve expuesta con el rol de mujer a través de los atributos de su cuerpo para mantener una relación sentimental, la exposición de una imagen que no tiene relación con el objetivo de una noticia, o las necesidades económicas de una mujer para conseguir una pareja que sea millonaria.

Al respecto, la teoría de la Aguja Hipodérmica, conocida también como la teoría de la Bala Mágica, fue contextualizada por el filósofo Harold Lasswell en 1927, quién defiende que los medios de comunicación intervienen en la creación de estímulos que, unidireccionalmente, tienen efecto en su audiencia (Neuman y Guggenheim, 2011). Los medios de comunicación exigen, con supremacía, normativas físicas sobre las intelectuales, que originan en la mujer aquel complejo de inferioridad ante el hombre. Esto quiere decir que, se crean modelos a seguir con ciertas características donde se destaca su volubilidad corporal, cosa que, para cumplir con los requisitos, muchas mujeres opten a ser parte de las llamadas “perfectas”.

El *segundo argumento* que rescata esta investigación toma implicancia en justificar que el machismo es un problema social que incluye como participantes a agresores, víctimas, políticas públicas y el silencio social (Beiras, Cantera y Alencar, 2015). La ideología

promueve, a través de la justificación de actos de la naturaleza, que los hombres son superiores a las mujeres y que no hay mayor análisis que hacer acerca de por qué son considerados como dominadores. Los medios de comunicación tradicionales en el Perú, como los impresos, perduran en la cosificación a la mujer. Moldean sus características físicas para demostrar que el cuerpo femenino es una fuente de poder económico, puesto que, el morbo vende.

Gugliotta (2013) en su investigación “El uso del cuerpo femenino en los medios de comunicación masiva: Cuerpos femeninos en programas y publicidades de la televisión argentina actual. Estereotipos, roles y criterios de belleza” concluyó que cuestionó los modelos femeninos expuestos a través de los medios de comunicación masivos de Argentina, donde toma en cuenta premisas como el cuerpo que se muestra en televisión con el cuerpo real y preocupándose por el efecto producido en la juventud, que resume con graves detalles acerca de la explotación del cuerpo femenino. Las evidencias de la presente investigación aseveran que el machismo como cultura en la sociedad se ve expuesto con el manifiesto de la línea editorial para resaltar la importancia de una mujer por la maternidad como principal interés, resaltar actividades laborales de una mujer con diferenciación a la de un hombre, o argumentar que el género femenino suele verse beneficiado de utilizar al género masculino para obtener cosas a su favor.

En línea con ello, la teoría de la Omnipotencia de los Medios, experimentada por el periodista Orson Welles en 1938 y analizada por el sociólogo Hadley Cantril en 1940, habla sobre la inteligencia perversa del poder de las masas de información hacia una sociedad inoperante y escasa de raciocinio, con la misión de generar una reacción dirigida a sus consumidores (Botero, 2012). Así, espacios de poco valor, perjudican a la población a través del poder de la difusión; y se presenta muchas veces desde un criterio de justificación guiada hacia la celopatía o la falta de libertad sexual, que acopla indicadores que podrían resumir que existen graves problemas de sociabilización con el mundo real y actual, pero ello no quiere decir que exista culpabilidad premeditada en acciones de violencia, que comúnmente se promueven en los diarios sensacionalistas limeños.

El *tercer argumento* que rescata esta examinación es que, frente a esa construcción social, el estudio habla acerca de cómo el llamado feminismo como coalición civil nace ante



la inquebrantable injusticia contra la mujer, planteándose como fin la defensa de la igualdad de oportunidad para ambos géneros; sin embargo, dicho movimiento, en la actualidad, está presente en todo mundo, incluso en países donde sus propias culturas oprimen a las mujeres en la sumisión patriarcal. La teoría feminista representa las desigualdades de género, la lucha por oportunidades y la libertad sexual. Así, se solidifican organizaciones de participación ciudadana donde se unen grupos de poder, líderes de opinión y aliados en búsqueda de forjar distintas políticas sociales con la consigna de la igualdad; y que, han logrado cosas como un salario equitativo o tener presencia en política.

Justine y ChaVon (2011) en su investigación “The mass media and the unrealistic images of women that contribute to eating disorders” concluyeron que los medios de comunicación promueven figuras femeninas normativas como modelos sociales a seguir; donde rescatan, valorables aportes conceptuales acerca de la intromisión de la estética; así, existe relación entre la exposición del cuerpo de mujeres y su influencia negativa en la sociedad, especialmente, en niñas y adolescentes. Las evidencias de la presente investigación aseveran que el feminismo como coalición civil se ve expuesto con la consideración de una mujer como un objeto con oportunidades desiguales frente a un hombre, la difusión de casos de denuncia por agresión o acoso sexual con morbosidad, o la sobredimensión de la importancia por defenderse como mujer ante actitudes negativas de un hombre sin la influencia por su condición de género.

Muchas veces, los medios de comunicación son responsables éticos y morales de la construcción de una opinión pública de odio hacia la mujer. Entre sus características, destaca visiblemente, la psicología de los colores que deriva de la teoría del Color, pues Johann Wolfgang von Goethe escribió en 1810 su libro bajo el nombre de la propia filosofía, que los procesos de percepción de las tonalidades cromáticas asignan un valor agregado de personalidad hacia los objetos, cosa que, puede dirigir en ciertos aspectos la volubilidad de la conducta humana. Los diarios sensacionalistas utilizan llamativos colores para realzar perturbadores mensajes en sus primeras planas, en sus contraportadas y/o en las secciones más visitadas de su interior (Cappellini, 2004).

*En resumen*, la investigación se enfoca en analizar tres puntos importantes para entender la construcción de la figura femenina: cómo se elabora el modelo estándar de una

mujer, cómo les afecta dicho modelo y cómo se hace notar el rechazo a dichas actividades fuera de la ética y la moral periodística. Los resultados identifican que, basado en dichas líneas, la mujer es un objeto de morbo y lucro para los diarios sensacionalistas limeños.

Por ejemplo, se reconoce que el estudio construye la figura femenina desde atributos físicos basados en curvilíneas caderas, voluptuosos bustos y extravagantes glúteos expresados visualmente en diminutas prendas de vestir y sugestivas posiciones corporales o gestuales. Según Barcellos y Poli (2016), el modelo estándar de una mujer puede estar vinculado a la necesidad de los medios de comunicación por convertir su imagen en ganancias de dinero, que se reconoce como afección sociocultural desde la estereotipación de géneros.

Además, se reconoce que el estudio resalta el machismo como cultura en la sociedad al proyectar desde las líneas editoriales, la falta de sensibilización de un ambiente público que considera, en muchas ocasiones, inmoralidades como situaciones normales o catalogar la representatividad de los cuerpos en medios de comunicación como una liberación física social. Según Barajas, Jáuregui, Laporta y Santed (2017), la afección de dicho modelo puede estar vinculado al entrelazo que ocurre con las clasificaciones de la sociedad al diseñar un modelo de cuerpo estándar idealizado y los aterradores fantasmas de los propios cuerpos, sobre todo, en niñas y adolescentes, expuestas a la falta de autoestima y vulnerables a caer en problemas como la anorexia o la bulimia.

También, se reconoce que el estudio afecta a la coalición del feminismo al considerar a modelos, presentadoras, empresarias, cantantes o bailarinas como objetos con oportunidades desiguales frente a una imagen masculina. Según Caballero (2007), el rechazo a dichas actividades fuera de la ética y la moral periodística puede estar vinculado a la revolución de “Ni Una Menos”, que ha sido considerada un grato hito social debido a sus masivas reuniones públicas que dan voz al sufrimiento de numerosas mujeres por el que algún día tuvieron que pasar.

## V. CONCLUSIONES

Según el objetivo general, ***“explicar la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños”***, se explica que los diarios sensacionalistas limeños construyen un arquetipo de mujer a través de un título, una imagen y un texto que simboliza la naturalización del cuerpo femenino ligado a la sexualidad y el morbo que producen en una sociedad representada por el machismo, determinado por factores étnicos, culturales o económicos, que caracteriza la proyección social para la búsqueda de una construcción irreal de lo que significa ser mujer en el Perú.

Según el objetivo específico, ***“describir la elaboración del modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños”***, se describe que los elementos de construcción del ideal femenino están representados a través de atributos físicos basados en curvilíneas caderas, voluptuosos bustos y extravagantes glúteos expresados visualmente en diminutas prendas de vestir y sugestivas posiciones corporales o gestuales.

Según el objetivo específico, ***“examinar la afectividad de la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad”***, se examina que la causa que origina la falta de sensibilización en un ambiente público que considera, en muchas ocasiones, inmoralidades como situaciones normales, podría exponer a mujeres a la falta de autoestima y vulnerables a caer en problemas como la anorexia o la bulimia; puesto que, se cataloga a la representatividad de los cuerpos en medios de comunicación como una liberación física social.

Según el objetivo específico, ***“evidenciar la importancia de la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo”***, se evidencia que las líneas editoriales optan por considerar a modelos, presentadoras, empresarias, cantantes o bailarinas como objetos con oportunidades desiguales frente a una imagen masculina; esto hace que, perdure la importancia de promover movimientos sociales frente a una cultura de violación a los derechos humanos, que explota la imagen de las mujeres a través de la perspectiva sexual.

## VI. RECOMENDACIONES

En línea con el objetivo general, ***“explicar la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños”***, se recomienda que se reforme el concepto “mujer” imperante en el país mediante la erradicación de discursos misóginos a través de la instrucción escolar desde temprana edad para evitar que las próximas nuevas generaciones crezcan dentro de una sociedad arcaica que asume a la figura femenina como su elemento principal con menor libertad que la figura masculina.

En línea con el objetivo específico, ***“describir la elaboración del modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños”***, se recomienda que los medios de comunicación con enfoque sensacionalista aseveren principios de autorregulación, al transformar actitudes falócratas en oportunidades equitativas de funciones y potencialidades de una mujer o un hombre, indiferentemente a la medida de su masa corporal, para desmoronar un concepto equívoco que comprende a la apariencia de una persona.

En línea con el objetivo específico, ***“examinar la afectividad de la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad”***, se recomienda que se ejecuten políticas públicas de igualdad de género a través de los representantes elegidos en el parlamento nacional para promover la defensa de los derechos humanos en la educación, la salud, la empleabilidad o la seguridad personal.

En línea con el objetivo específico, ***“evidenciar la importancia de la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo”***, se recomienda que se organicen, diseñen y promuevan acciones de concientización a través de las figuras públicas más representativas de la coalición civil del feminismo en el país, para integrar participativamente a la sociedad en aras de la defensa de la libertad de la mujer, su cuerpo y su pensamiento.

## REFERENCIAS

- Aguilar, Carranza y Cuba (2016). Reflexiones sobre la presencia del sexismo en los medios de comunicación (artículo). Universidad César Vallejo. Recuperado de <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/JANG/article/view/671>
- Aranda, Castillo y Montes (2015). Has the traditional social perception on nurses changed? Attribution of stereotypes and gender roles (artículo). Revista Acción Psicológica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3440/344041426010.pdf>
- Arias (2012). *El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica*. 6<sup>o</sup> Edición. España: Epísteme. Recuperado de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION%20-%206ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Aruguete (2017). The agenda setting hypothesis in the new media environment (artículo). Revista Comunicación y Sociedad. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/346/34649149003.pdf>
- Arráez, Calles y Moreno de Tovar (2006). La hermenéutica: Una actividad interpretativa. Revista Sapiens. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>
- Azpiazu (2015). Men and feminism: From the privilege of comfort to the uneasiness of political engagement in feminist issues (artículo). Revista Papeles del CEIC. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/765/76541396006.pdf>
- Barajas, Jáuregui, Laporta y Santed (2017). Eating disorders during the adolescence: personality characteristics associated with anorexia and bulimia nervosa (artículo). Revista Nutrición Hospitalaria. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309253341023>
- Barbaño y Muñoz (2017). La construcción de la imagen de las mujeres: net.art y medios de comunicación (artículo). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/55911>
- Barcellos y Poli (2016). When a woman is mother: Feminine jouissance in motherhood (artículo). Revista Ágora. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3765/376545792004.pdf>

- Beiras, Cantera y Alencar (2015). I am a bull! The construction of masculinity in a group of men perpetrators of violence against women in Spain (artículo). Revista Javeriana. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/10488/13427>
- Botero (2012). La teoría de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: una relación simbiótica (artículo). Revista Anagramas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4915/491549020008.pdf>
- Caballero (2017). Redes sociales y feminismos en la acción colectiva: el caso de “Ni Una Menos” en el Perú (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/handle/20.500.12404/11944>
- Cappellini (2004). La prensa “chicha” en Perú (artículo). Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008806.pdf>
- Carvajal (2011). Conceptualización de la figura femenina: presencia de la mujer en tres géneros de la canción popular (artículo). Revista Comunicación. Recuperado de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/4706>
- Castillo y Mensa (2009). Estudio sobre la imagen de la mujer peruana en la publicidad gráfica del suplemento sabatino Somos (artículo). Universidad de Piura. Recuperado de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/1623>
- Chacón (2007). La mujer como objeto sexual en la publicidad (artículo). Revista Comunicar. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/737/73725513008.pdf>
- Chávez (2013). Construcción de la imagen femenina a través de la prensa piurana (1850-1900) (tesis de licenciatura). Universidad de Piura. Perú. Recuperado de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/1770>
- Falicov (2010). Changing Constructions of Machismo for Latino Men in Therapy: “The Devil Never Sleeps” (artículo). Revista Family Process. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/46218263>
- Gargurevich (1999). Lo real/exagerado: la prensa sensacionalista en el Perú, de las relaciones a los diarios chicha (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del

- Perú. Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4534>
- Gugliotta (2013). El uso del cuerpo femenino en los medios de comunicación masiva: Cuerpos femeninos en programas y publicidades de la televisión argentina actual. Estereotipos, roles y criterios de belleza (tesis de maestría). Universidad Nacional de La Plata. Argentina. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.897/te.897.pdf>
- Hernández, Fernández y Baptista (2006). *Metodología de la Investigación*. 4° Edición. Estados Unidos: McGraw Hill. Recuperado de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Perú: Indicadores de violencia familiar y sexual, 2000-2017 (artículo). Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1465/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1465/libro.pdf)
- Juárez (2006). Ya no quisiera ni ser yo: La experiencia de la violencia doméstica en un grupo de mujeres y varones provenientes de zonas rurales y urbanas en México (tesis de doctorado). Universidad Rovira i Virgili. España. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/handle/10803/8416#page=1>
- Justine y ChaVon (2011). The mass media and the unrealistic images of women that contribute to eating disorders (tesis de maestría). Universidad Estatal de California, Estados Unidos. Recuperado de [http://csus-dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.9/1149/Thesis%20Project\\_Final%202011\\_Doc.doc?sequence=2](http://csus-dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.9/1149/Thesis%20Project_Final%202011_Doc.doc?sequence=2)
- Lanigan (2010). Communicology: approaching the discipline's centennial (artículo). Revista Razón y Palabra. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906008>
- Marques (2016). Effects of media exposure to beauty ideals on body image concerns among adolescent girls from Brazilian origins living in Spain (tesis de maestría). Universidad Pompeu Fabra. España. Recuperado de

[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27969/Marques\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27969/Marques_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Matheson (2017). Women's body image in the media: An analytical study of recent body image movements across media platforms (tesis de licenciatura). Universidad Estatal de Bridgewater. Estados Unidos. Recuperado de [https://vc.bridgew.edu/honors\\_proj/251/](https://vc.bridgew.edu/honors_proj/251/)

Miranda y Muñoz (2013). Patriarcado: Deconstruyendo la triada perfecta: género, poder y violencia (tesis de licenciatura). Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Chile. Recuperado de <http://bibliotecadigital.academia.cl/handle/123456789/1452>

Mora (2018). La ética profesional y el experimento de Milgram (artículo). Universidad Católica Sedes Sapientiae. Recuperado de <https://www.ucss.edu.pe/images/fondo-editorial/actas-ii-congreso-latinoamericano-por-la-paz/etica-profesional-experimento-milgram-rafael-felix-mora-ramirez.pdf>

Nascimento y Connell (2017). Reflecting on twenty years of masculinities; an interview with Raewyn Connell (artículo). Revista Ciencia & Saude Colectiva. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/630/63053795014.pdf>

Neuman y Guggenheim (2011). The evolution of media effects theory: A six-stage model of cumulative research (artículo). Universidad de Michigan. Recuperado de [http://www.wrneuman.com/nav\\_pub\\_95\\_397962857.pdf](http://www.wrneuman.com/nav_pub_95_397962857.pdf)

Paliza (2017). Feminismo para todas: mujeres y diversidad cultural. (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/10268>

Pujol y Montenegro (2015). Technology and feminism: A strange couple (artículo). Revista de Estudios Sociales. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81535389013>

Rojas (2004). Cosificación de la mujer en los medios de comunicación impresos en Guatemala (tesis de licenciatura). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Recuperado de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_0445.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0445.pdf)



- Rondón (2006). Salud mental: Un problema de salud pública en el Perú (artículo). Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública. Recuperado de <http://www.ins.gob.pe/insvirtual/images/artrevista/pdf/salud%20mental.pdf>
- Saloma (2000). De la mujer ideal a la mujer real: Las contradicciones del estereotipo femenino en el siglo XIX (artículo). Revista Cuicuilco. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/351/35101813.pdf>
- Scribano (2016). Cuerpos en Expresión: Vivencialidades, Prácticas, Estéticas (artículo). Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2732/273246916001.pdf>
- Takashor (2015). A study of the construction of female identity: John Fowles' the French lieutenant's woman (artículo). Revista Ciencia e Natura. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4675/467547682039.pdf>
- Tam, Vera y Oliveros (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica (artículo). Revista Pensamiento y Acción. Recuperado de [http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_modela\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)
- Tovar (2014). Perspectivas sociales sobre la violencia y sus efectos en los hijos, en madres separadas del distrito de San Jerónimo de Tunán, 2009-2010 (tesis de licenciatura). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú. Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/1003>
- Verchili (2008). La influencia de la industria de la belleza en la constitución de la identidad de género de las niñas y adolescentes españolas (artículo). Universidad Jaime I. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/78090>
- Villanueva (2014). La construcción del cuerpo femenino desde los medios de comunicación (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7563>
- Wilson (2014). Introduction: Violence against women in Latin America (artículo). Revista Latin American Perspectives. Recuperado de [https://www.jstor.org/stable/24573973?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/24573973?seq=1#page_scan_tab_contents)

## ANEXOS

*Instrumento: Guía de observación*

### GUÍA DE OBSERVACIÓN

*Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019*

CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA FEMENINA	
DIARIO SELECCIONADO	
UBICACIÓN EN EL DIARIO	
FECHA DE ESTUDIO	
FOTOGRAFÍA	
ANÁLISIS SEMIÓTICO	
Título	
Texto	
Color de texto	
Objetivo denotativo	
Objetivo connotativo	
Lenguaje empleado	
Imagen	
Personaje	
Tipo de vestimenta	
Posición corporal	
Posición gestual	
Significancia figurativa	
Texto	
Resumen del texto	
Color de texto	
Objetivo denotativo	
Objetivo connotativo	
Lenguaje empleado	
ANÁLISIS DIMENSIONAL	
Dimensión	
La figura femenina	
El machismo como cultura en la sociedad	
El feminismo como coalición civil	
Elementos de construcción del ideal femenino	

## Guía de observación – Análisis Semiótico I

**Diario El Trome:** lunes 16 de setiembre, sección Espectáculos, página 28.

**Evidencia 1:** “Paloma templada”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 1** refiere como título “**Paloma templada**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **anaranjado** (Paloma) y **blanco** (templada). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo continúa en una relación sentimental*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*inmiscuir en la vida personal actual de la modelo para generar polémicas que involucren a su expareja*”, a través de un **neologismo** utilizado en el país: “**templada**”, que refiere a “*una persona que está sumamente enamorado de otra*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 1** refiere como imagen a la *modelo de nacionalidad brasileña Paloma Fiuza*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*strapless con mangas, amarillo*” y **en la parte inferior**, “*short jean corto, azul*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*sentada sobre el suelo mientras cruza las piernas; se apoya con la mano izquierda en el pavimento mientras que con la mano derecha se retira levemente el cabello del rostro*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada serena y una sonrisa de extremo a extremo*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*belleza, sensualidad, frescura, atrevimiento, cuidado físico*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 1** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Paloma Fiuza contó que atraviesa un buen momento con su nuevo galán y desmintió que hayan estado distanciados, tal como se especuló**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **blanco** (fondo), **negro y rosa** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo continúa en una relación sentimental*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*interrogar a la modelo para que confirme su estado sentimental con un empresario desconocido, a quién se le consideró anteriormente en un círculo socioeconómico alto, tras el inicio de la relación*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico II

**Diario La Karibeña:** lunes 16 de setiembre, sección Espectáculos, página 14.

**Evidencia 2:** “Hijo asado con la ‘Foquita’”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 2** refiere como título **“Hijo asado con la ‘Foquita’”**, que es distinguido a través del color **celeste** (Hijo asado con la ‘Foquita’). El título presenta como **objetivo denotativo** “dar a conocer el hijo de la expareja tiene conflictos con su padre”; mientras que, como **objetivo connotativo** “utilizar a un menor de edad para el morbo público de la relación de la expareja”, a través de un **neologismo** utilizado en el país: **“asado”**, que refiere a “una persona que está disgustado(a) con algún sujeto o acción”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 2** refiere como imagen a la **empresaria de nacionalidad peruana Melissa Klug**. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “vestido de tiras sin mangas por encima de la rodilla, cobre”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “con las rodillas flexionadas y el torso levemente hacia delante, se mantiene de pie con las dos manos sobre sus muslos”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “una mirada brillante y una sonrisa de extremo a extremo”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “sensualidad, sexualidad, atrevimiento”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 2** refiere como texto, expresado en un breve resumen, **“La chalaca Melissa Klug contó que su hijo mayor, fruto de su romance con el jugador Jefferson Farfán, se incomodó al ver a su padre veraneando en Cuba con la cantante Yahaira Plasencia y su familia”**, que es distinguido a través de la combinación de colores **amarillo** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “dar a conocer el hijo de la expareja tiene conflictos con su padre”; mientras que, como **objetivo connotativo** “utilizar a un menor de edad, fuera del ojo público, en una discusión continúa entre sus padres y la nueva pareja de éste, para tratar de tergiversar la relación entre el niño y el padre”. El texto contiene el uso de un **gentilicio** sobre una zona del país: **“chalaca”**, que refiere a “una persona que es de El Callao”.

### Guía de observación – Análisis Semiótico III

**Diario El Trome:** martes 17 de setiembre, sección Espectáculos, página 28.

**Evidencia 3:** “Karla dice cínica a ‘Chabelita’”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 3** refiere como título “**Karla dice cínica a ‘Chabelita’**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (Karla) y **blanco** (dice cínica a ‘Chabelita’). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer el conflicto que existe entre la presentadora y la bailarina*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incentivar el ambiente áspero entre la presentadora y la bailarina, relacionándolas con su expareja y su actual pareja, respectivamente*”, a través de un **adjetivo** utilizado en el país: “**cínica**”, que refiere a “*una persona que miente*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 3** refiere como imagen a la *presentadora de nacionalidad peruana Karla Tarazona*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “*vestido corto con escote medio sin mangas, celeste*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*sentada sobre un sillón mientras cruza las piernas, se aferra con ambas manos a los lados para mantener una postura erguida.*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada profunda y una sonrisa fingida*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, sexualidad, atrevimiento*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 3** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Karla Tarazona desenmascaró a Isabel ‘Chabelita’ Acevedo, luego que la bailarina aseguró que es ‘una hija de familia’ y solo fue ‘tres veces a su casa’, además de que Christian le dijo que había terminado su relación**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **blanco** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer el conflicto que existe entre la presentadora y la bailarina*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incentivar los niveles de enfrentamiento entre las modelos mencionadas al diferenciar lo que hizo una de la otra*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico IV

**Diario La Karibeña:** martes 17 de setiembre, sección Espectáculos, página 13.

**Evidencia 4:** Sin título.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 4** no refiere título. Por consiguiente, no son considerados dentro de los lineamientos de análisis semiótico de la investigación, los elementos: texto (título), color de texto (título), objetivo denotativo (título), objetivo connotativo (título) y lenguaje empleado (título).

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 4** refiere como imagen a la *modelo de nacionalidad peruana Vania Bludau*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*brasier de lencería, celeste*” y **en la parte inferior**, “*trusa de lencería, celeste*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene de pie mientras coloca las manos sobre su cadera*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada fría y los labios cerrados*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, sexualidad, atrevimiento, feminidad, cuidado físico*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 4** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**La ‘carismática’ Vania Bludau cumplió 29 años y lo celebró con su novio en Miami. La ex del wachiman sigue con las preparativos de su boda y está re feliz**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **celeste** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo cumplió años*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*buscar el enfrentamiento de la expareja de la modelo con ella para intentar desviar la atención de que está próxima a casarse con su actual pareja*”. El texto **contiene errores de ortografía** al redactar “*las preparativos*”. Además, la redacción de un **neologismo** utilizado en el país: “**wachiman**”, que refiere a “una persona que realiza la actividad de vigilancia o seguridad”.

## Guía de observación – Análisis Semiótico V

**Diario El Trome:** miércoles 18 de setiembre, sección Espectáculos, página 26.

**Evidencia 5:** “Mónica corre la cancha”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 5** refiere como título “**Mónica corre la cancha**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **violeta** (Mónica) y **blanco** (corre la cancha). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la periodista cumple el rol adicional como reportera dentro de su programa*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incidir en la actividad de la periodista como reportera dentro de su programa, para compararla frente a otras periodistas que solamente se dedican a ser presentadoras*”, a través de una frase propia del **neologismo** utilizado en el país: “**corre la cancha**”, que refiere a “*una persona que asume nuevos retos en más de una actividad*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 5** refiere como imagen a la *periodista de nacionalidad peruana Mónica Cabrejos*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*blusa con mangas cortas, rosa*” y **en la parte inferior**, “*jeans a la cintura, azul*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene de pie mientras coloca la mano izquierda sobre su cadera*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada achinada y una sonrisa corta*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*feminidad, fortaleza, madurez*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 5** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Mónica Cabrejos cumplió cinco semanas al aire al frente de ‘Al sexto día’ y se siente contenta con esta nueva faceta en su carrera**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **verde** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer las cinco semanas de la periodista al frente de su nuevo programa como presentadora y reportera*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incidir en la actividad de la periodista como reportera dentro de su programa, para compararla frente a otras periodistas que solamente se dedican a ser presentadoras*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico VI

**Diario La Karibeña:** miércoles 18 de setiembre, sección Espectáculos, página 13.

**Evidencia 6:** “Eres un cobarde”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 6** refiere como título “**Eres un cobarde**”, que es distinguido a través del color **rosa** (Eres un cobarde). El título presenta como **objetivo denotativo** “dar a conocer la posición de la modelo frente a la discusión entre su hermana y su expareja”; mientras que, como **objetivo connotativo** “utilizar expresiones resaltantes que generen titulares acerca de la posición de la modelo para que encuentren una respuesta desde la expareja de su hermana”, a través de un **adjetivo** utilizado en el país: “**cobarde**”, que refiere a “una persona que perjudica o hace daño de forma encubierta por carecer de valor”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 6** refiere como imagen a la *modelo de nacionalidad peruana Chris Soifer*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “vestido túnica con manga campana, rojo”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “se mantiene de pie mientras sujeta su cadera con la mano derecha y coloca sobre su muslo la mano izquierda.”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “una mirada suave y una sonrisa de extremo a extremo”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “sensualidad, dulzura, juventud”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 6** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Chris Soifer basurea a Kevin Blow por echar de infiel Michelle. Dice que dominicano habla porque se quedó sin plata**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **blanco** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “dar a conocer la posición de la modelo frente a la discusión entre su hermana y su expareja donde argumenta la falta de dinero de éste”; mientras que, como **objetivo connotativo** “buscar enfrentamientos directos entre la hermana de la modelo y su expareja para generar mayores respuestas con base morbosa”. El texto contiene un **neologismo** utilizado en el país: “**basurea**”, que refiere a “una persona que denigra a otra persona”.



## Guía de observación – Análisis Semiótico VII

**Diario El Trome:** jueves 19 de setiembre, sección Espectáculos, página 26.

**Evidencia 7:** “Macarena ve lado positivo de lo que vivió”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 7** refiere como título “**Macarena ve lado positivo de lo que vivió**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **anaranjado** (Macarena) y **blanco** (ve lado positivo de lo que vivió). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer la situación actual de la modelo frente a la denuncia que interpuso*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incidir en el morbo que podría generar el acoso sexual que sufrió la modelo*”. El título **no contiene errores de ortografía**.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 7** refiere como imagen a la *modelo de nacionalidad peruana Macarena Vélez*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*crop top, negro*” y **en la parte inferior**, “*falda corta, cebra*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene erguida con las piernas abiertas. Tiene la cabeza agachada y los brazos hacia los lados*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada profunda y una sonrisa corta a labios cerrados*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, feminidad, coquetería, atrevimiento*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 7** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Macarena Vélez lloró en el programa ‘En boca de todos’, al recordar el difícil momento que vivió con el abogado Adolfo Bazán, pero aseguró que su denuncia ayudó a otras mujeres**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **blanco** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo recordó entre lágrimas la denuncia que interpuso*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incitar el morbo al ver llorar a la modelo frente a cámaras de televisión por recordar el acoso sexual que sufrió con su agresor*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico VIII

**Diario La Karibeña:** jueves 19 de setiembre, sección Espectáculos, página 12.

**Evidencia 8:** “¡Ardidas!”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 8** refiere como título “**¡Ardidas!**”, que es distinguido a través del color **rosa** (¡Ardidas!). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la cantante se expresa de manera irónica con sus detractoras*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*buscar las declaraciones más polémicas de la cantante con una periodista y una empresaria para incentivar el conflicto*”, a través de un **neologismo** utilizado en el país: “**ardidas**”, que refiere a “*una persona que tiene envidia de otra persona*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 8** refiere como imagen a la *cantante de nacionalidad peruana Yahaira Plasencia*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*top bvd, fuscia*” y **en la parte inferior**, “*short corto, blanco*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene erguida mientras cruza las piernas y sujeta sus bolsillos con las manos*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada fresca y una sonrisa ligera*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, sexualidad, coquetería*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 8** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**La salsera Yahaira Plasencia está ‘bañada en aceite’ y no hace caso a las críticas de Melissa Klug ni a Magaly Medina, así lo demostró al publicar una foto en Instagram donde sale con una sonrisa de oreja a oreja**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la cantante se expresa de manera irónica a sus detractoras en una publicación a través de las redes sociales*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*inmiscuir en las publicaciones de redes sociales de la cantante para buscar pretextos que fomenten una supuesta respuesta hacia sus detractoras*”. El texto contiene una frase propia del **neologismo** utilizado en el país: “**bañada en aceite**”, que refiere a “*una persona que está despreocupada de lo que opine una o más personas en torno a ella*”.

## Guía de observación – Análisis Semiótico IX

**Diario El Trome:** viernes 20 de setiembre, sección Espectáculos, página 34.

**Evidencia 9:** “Karen y Tepha en bronca”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 9** refiere como título “**Karen y Tepha en bronca**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **amarillo** (Karen y Tepha) y **blanco** (en bronca). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que las modelos están en conflicto*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*buscar generar mayores enfrentamientos entre las modelos donde argumenta las respuestas de una a la otra*”, a través de una frase propia del **neologismo** utilizado en el país: “**en bronca**”, que refiere a “*la actitud de disputa, no necesariamente a golpes, entre dos o más personas*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 9** refiere como imagen a las *modelos de nacionalidad peruana Karen Dejo y Tepha Loza*. En la ilustración aparece una fotografía de los objetos de estudio vestidas: Karen Dejo; **en la parte superior**, “*strapless, anaranjado*” y **en la parte inferior**, “*short corto, blanco*”, y Tepha Loza; **en la parte superior**, “*top, amarillo*” y **en la parte inferior**, “*trusa, negro*”. La **posición corporal** de los objetos de estudio describe “*se mantienen de pie; mientras Karen coloca las manos sobre su cintura, Tepha tiene los brazos cruzados*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*a Karen con una mirada achinada y una sonrisa ligera; y a Tepha con una mirada seria y labios cerrados*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, sexualidad, cuidado físico*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 9** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Karen Dejo y Spheffany Loza se han declarado la guerra. La morocha afirmó que la hermana de Melissa solo busca ‘figuretear’, pero ella no se prestará para su juego**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **blanco** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que las modelos están en conflicto*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*fomentar un conflicto intrascendente para convertirlo en noticia y generar morbo*”. El texto contiene un **neologismo** utilizado en el país: “**figuretear**”, que refiere a “*una persona que quiere llamar la atención*”.

## Guía de observación – Análisis Semiótico X

**Diario La Karibeña:** viernes 20 de setiembre, sección Espectáculos, página 12.

**Evidencia 10:** “Sheyla ya tiene nuevo millonario”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 10** refiere como título “**Sheyla ya tiene nuevo millonario**”, que es distinguido a través del color **rosa** (Sheyla ya tiene nuevo millonario). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la presentadora tiene una nueva relación sentimental*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*catalogar a la presentadora como una mujer interesada por los hombres millonarios*”. El título **no contiene errores de ortografía**.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 10** refiere como imagen a la *presentadora de nacionalidad peruana Sheyla Rojas*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “*vestido de tiras sin mangas por encima de la rodilla, negro*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene erguida con las piernas abiertas mientras coloca las manos sobre sus muslos*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada tranquila y una sonrisa suave*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, coquetería, belleza, lujuria*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 10** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Después de lo bien que le fue en su primer baño de leche de burra y la suerte que le vino al conocer a Fidelio Cavalli, Sheyla Rojas se ha vuelto creyente de este ritual para atraer las energías positivas y en especial admiradores millonarios**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la presentadora tiene una nueva relación sentimental*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*mencionar que la presentadora es afín a las sesiones espirituales con el objetivo de dar a entender que lo hace para atraer hombres millonarios*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico XI

**Diario El Trome:** sábado 21 de setiembre, sección Espectáculos, página 28.

**Evidencia 11:** “Kevin echa a Michelle en el sillón rojo”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 11** refiere como título “**Kevin echa a Michelle en el sillón rojo**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (Kevin) y **amarillo** (echa a Michelle en el sillón rojo). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que los secretos de la cantante fueron revelados*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*polemizar el enfrentamiento de la expareja al relativizar a la mujer con un futbolista reconocido por ser, además, pareja actual de una popular cantante*”. El título **no contiene errores de ortografía**.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 11** refiere como imagen a la *cantante de nacionalidad peruana Michelle Soifer*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “*vestido corto a una manga con bobos, amarillo*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene erguida mientras cruza las piernas. Coloca la mano izquierda en su cintura*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada energética y una sonrisa de extremo a extremo*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, belleza, coquetería*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 11** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Kevin Blow se sentó en el sillón rojo de ‘El Valor de la Verdad’, donde habría revelado que Michelle Soifer fue muy cercana a Jefferson Farfán**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la expareja de la cantante habría mencionado su relación con un futbolista reconocido*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*buscar que la cantante se enfrente con su expareja para generar mayor contenido, cosa a la que accedió la hermana de ella*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico XII

**Diario La Karibeña:** sábado 21 de setiembre, sección Espectáculos, página 13.

**Evidencia 12:** “Perdona golpes por negocio”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 12** refiere como título “**Perdona golpes por negocio**”, que es distinguido a través del color **rosa** (Perdona golpes por negocio). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la esposa del cantante abrió una empresa*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*catalogar a la esposa del cantante como una mujer tóxica e interesada que no le importa recibir golpes en caso éste le gestione una empresa*”. El título **no contiene errores de ortografía**.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 12** refiere como imagen a la *cantante de nacionalidad peruana Gianella Ydoña*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*blusa de manga larga, atigrado*” y **en la parte inferior**, “*pantalón ajustado a la cintura, negro*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene de pie levemente hacia delante mientras coloca su mano derecha en la cadera y su mano izquierda en los muslos*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada serena y una sonrisa fingida*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sensualidad, frescura*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 12** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Luego de desistir con demandar al salsero Jossimar de violencia física y psicológica; la aún esposa del cantante, Gianella Ydoña, reapareció ante cámaras para anunciar su nuevo negocio en Gamarra**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la esposa del cantante abrió una empresa*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*interpretar que la esposa del cantante retira la denuncia de violencia contra él, ya que éste le implementó un nuevo negocio; es decir, interpretar que compró su silencio*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

### Guía de observación – Análisis Semiótico XIII

**Diario El Trome:** domingo 22 de setiembre, sección Espectáculos, página 30.

**Evidencia 13:** “Deysi enamorada de gordito”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 13** refiere como título “**Deysi enamorada de gordito**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **celeste** (Deysi) y **blanco** (enamorada de gordito). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la vedette tiene una relación sentimental*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*hablar del cuerpo físico de la pareja para generar comentarios maliciosos*”, a través de un **adjetivo** utilizado en el país: “**gordito**”, que refiere a “*una persona con sobrepeso*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 13** refiere como imagen a la *vedette de nacionalidad peruana Deysi Araujo*. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en la parte superior**, “*crop top con tiras, amarillo*” y **en la parte inferior**, “*pantalón ajustado a la cintura, blanco*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene de pie al flexionar la pierna derecha, mientras que, coloca la mano izquierda en el bolsillo y la mano derecha sobre su cabello*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada achinada y una sonrisa de extremo a extremo*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sexualidad, atrevimiento, sensualidad*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 13** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Tras retornar de República Dominicana, adonde fue a vacacionar con su misterioso galán canadiense, Deysi Araujo reveló que ya lleva dos semanas recibiendo clases de inglés**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **amarillo** (fondo) y **negro** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la vedette tiene una relación sentimental con un canadiense*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*incidir en la nacionalidad de la pareja y en las clases de idioma para buscar catalogar a la vedette en el interés que le propicia estar con él*”. El texto **no contiene errores de ortografía**.

## Guía de observación – Análisis Semiótico XIV

**Diario La Karibeña:** domingo 22 de setiembre, sección Espectáculos, página 14.

**Evidencia 14:** “Jala las orejas a ‘Michi’”.

La guía de observación correspondiente a la **Evidencia 14** refiere como título “**Jala las orejas a ‘Michi’**”, que es distinguido a través del color **rosa** (Jala las orejas a ‘Michi’). El título presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo aconseja a la cantante*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*catalogar a ambas mujeres como experimentadas en el amor para generar comentarios en torno al tipo de vida que conllevan*”, a través de una frase propia del **neologismo** utilizado en el país: “**jala las orejas**”, que refiere a “*la actitud de llamar la atención a una persona*”.

Además, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 14** refiere como imagen a la *modelo de nacionalidad peruana* **Rosangela Espinoza**. En la ilustración aparece una fotografía del objeto de estudio vestida: **en traje único**, “*vestido strapless, atigrado*”. La **posición corporal** del objeto de estudio describe “*se mantiene erguida mientras entrelaza las manos*”. La **posición gestual** del objeto de estudio presenta “*una mirada atenta y unos labios con dientes cerrados*”. El objeto de estudio refiere, con **significancia figurativa**, atributos como “*sexualidad, coquetería, belleza, cuidado físico*”.

También, la guía de observación correspondiente a la **Evidencia 14** refiere como texto, expresado en un breve resumen, “**Mujer precavida vale por dos. Rosangela Espinoza dejó de lado la rivalidad que alguna vez tuvo con Michelle Soifer y se solidarizó con ella tras las confesiones que hizo ayer su expareja Kevin Blow en ‘El Valor de la Verdad’**”, que es distinguido a través de la combinación de colores **rosa** (fondo) y **blanco** (letra). El texto presenta como **objetivo denotativo** “*dar a conocer que la modelo aconseja a la cantante por las declaraciones de su expareja*”; mientras que, como **objetivo connotativo** “*buscar que la modelo, detractora de la cantante, genere comentarios negativos hacia ella por las declaraciones de su expareja*”. El texto contiene un **refrán** utilizado en el país: “**mujer precavida vale por dos**”, que refiere a “*recomendar a una persona que antes de actuar, piense en las posibles consecuencias que lleve el hecho*”.



Evidencia 1



**Paloma templada**

Paloma Fiuza contó que atraviesa un buen momento con su nuevo galán y desmintió que hayan estado distanciados, tal como se especuló. "Sigo con la misma persona, estoy feliz, tranquila y conociéndonos. Trabajo muchísimo y no tengo tiempo libre para ir a discotecas", precisó.

**¿Tu nuevo galán entiende tu ritmo de trabajo?**

Me comprende muchísimo, es un gran compañero. **¿Se proyectan a convivir?** Paso a paso. **Hace poco señalaste que te gustaría tener una familia...** Sí. Quiero tener familia, hijos y todo. **¿Tu galán también desea lo mismo?** Sí. También quiere (formar una familia) y eso es bueno. **Qué bueno... Porque tu expareja (Facundo González) no se proyectaba contigo a tener una familia...** La pareja tiene que soñar juntos, tener aspiraciones, de eso se trata. Cuando tienes 20 años quieres a alguien para el momento, pero cuando pasas los 30 años ya quieres algo más. Estoy feliz. (L. Gamarra)

**Garota desmiente que esté distanciada de su empresario, quien al igual que ella sueña con tener una familia y es feliz**

Evidencia 2



**Hijo asado con la 'Foquita'**

MELISSA KLUG REVELÓ QUE SU ENGREDO NO APRUEBA VIAJE DE SU PAPÁ CON YAHAIRA A CUBA

La chica Melissa Klug contó que su hijo mayor, fruto de su romance con el jugador Jefferson Farfán, se irromió al ver a su padre veraneando en Cuba con la cantante Yhaira Presencia y su familia. "Al mayor le extraña que si Jefferson está con otras personas y no hay estado con él pero son cosas que pasan. Simplemente yo le dije que cuando lea a Yhaira (a él) me al tanto con el abogadito porque hay cosas que no son justas", indicó la ex de Farfán.

Asimismo, la empresaria declaró que no le molesta que la 'Foquita' viaje con la salsera, lo que le disgusta es que deje de lado a sus hijos. "No me da colera que viaje con ella (Yhaira). Yo creo que él es una persona adulta y tiene el derecho de viajar con la persona que él quiere, si tiene el dinero, lo puede hacer, pero creo que siempre hay prioridades", sostuvo.

**DESCONOCE AFFAIRE CON MICHELLE.** De otro lado, tras las imágenes donde Kevin Blow dice que Michelle salió por un affaire con Jefferson mientras estuvo con él, la ex pareja del pelotero afirmó que no le sorprende que el padre de sus hijos haya tenido algo con la socia. "No sé nada, es nuevo para mí. No me sorprende", reveló la popular 'Blanca de Cicuitos'. (V. Ronda)

Evidencia 3



**Karla dice cínica a 'Chabelita'**

Karla Tarazona desmentó que se haya separado de su esposo y aseguró que Christian le dijo que había terminado su relación. Además, en la zona de comentarios se puede leer que Christian le dijo que había terminado su relación. Además, en la zona de comentarios se puede leer que Christian le dijo que había terminado su relación.

**¿Asegura que quiere venderse como una 'mujer engañada' y le recuerda que se fue de viaje a Chile con un hombre que tiene mujer y un hijo recién nacido?**

Como queda de las declaraciones, Karla acompañó una foto en la que se ve a ella y a un hombre. Karla dijo que se fue de viaje a Chile con un hombre que tiene mujer y un hijo recién nacido.

Evidencia 4



se venía afianzando... La 'carismática' VANIA BLUDAU cumplió 29 años y lo celebró con su novio en Miami. La ex del wachiman sigue con las preparativos de su boda y está re feliz... Realmente de lo peor y que falta de ética el programa 'VALGAME DIOS' al tratar de imponer que KIKE SUERO hable con su hija cuando el cómico dijo que no. ¡Malazo! Y bien por el humorista que será todo lo peor que puedan decir de él pero es un buen papá y protegió a su primogénita de verse envuelta en su escándalo. Algo que una de las panelistas de ese programa no hace solo por facturar con banners... Lo que sí me dio risa que KARLA TARAZONA sea tan fresca para hablar y aconsejar de relaciones y personas tóxicas cuando es ella la que también debería buscar ayuda porque lo único que hace es... ¡Ya pues! Tampoco, tampoco... ¡Chauuuuuuu!

Evidencia 5



**Mónica corre la cancha**

Mónica Cobrejos cumplió cinco semanas al aire al frente de 'Al sexto día' y se siente contenta con esta nueva faceta en su carrera. "Me va muy bien, estoy contenta y adaptándome. Acabo de grabar una nota para esta semana sobre defensa personal en las mujeres. Como todos en el equipo, estoy dando lo mejor de mí", sostuvo la morocha.

**Estás 'corriendo la cancha'...**

En la medida de lo posible. Ya tengo mi sitio en el Mercado Central. Cada reportera tiene su lugar para conseguir declaraciones espontáneas. **¿No te encasillarás como conductora?** Es un poco de la nueva etapa del programa. Soy comunicadora. **Con tu trabajo estás tapando muchas bocas.** No tengo tiempo para pensar en los demás. (Las críticas) son parte de, hoy estoy enfocada en el programa, la radio y mis shows. (D. Bautista)

**Y acaba de cumplir cinco semanas en la conducción de 'Al sexto día'**

**Evidencia 6**



**Evidencia 7**



**Evidencia 8**



**Evidencia 9**



Evidencia 10

**12 ESPECTACULOS**

# Sheyla ya tiene nuevo millonario

**D**espués de la brecha que se dio en su primer matrimonio y haberse divorciado de Fidelio Cavallari, Sheyla Rubia se ha vuelto a enamorarse y ahora tiene un nuevo novio. El hombre se llama Jorge Abankin y es un millonario. Sheyla ya tiene un nuevo novio y es un millonario. Jorge Abankin es un empresario exitoso y es el nuevo novio de Sheyla. Ella se casó con Fidelio Cavallari, pero se divorció porque él no quería tener hijos. Ahora Sheyla está con Jorge Abankin, quien es un millonario y es el nuevo novio de Sheyla.

**CHAMÁN ECHA A RUBIA Y AFIRMA SE HA VUELTO CASERTA DE LOS BAÑOS DE LECHE DE BURRA POR LO QUE TIENE LOQUITO A FIDELIO CAVALARI Y OTRO MILLONARIO**

Evidencia 11

**SÁBADO 21 DE SEPTIEMBRE**

# Kevin echa a Michelle en el sillón rojo

**K**evin Blow se sentó en el sillón rojo de la televisión y reveló la verdad sobre su relación con Michelle Solfer. Él dijo que ella lo dejó porque él no quería tener hijos. Ahora Kevin está con otra mujer y Michelle se fue a vivir con sus padres. Kevin Blow es un cantante y Michelle Solfer es una modelo. Ella lo dejó porque él no quería tener hijos. Ahora Kevin está con otra mujer y Michelle se fue a vivir con sus padres.

**Revelaría que Solfer fue muy cercana a Farfán y que habrían cenado en un hotel cinco estrellas y después un 'postreco'**

Evidencia 12

# Perdona golpes por negocio

**'LA PROTAGONISTA' AHORA ESTRENA TIENDA EN GAMARRA Y CONCILIO CON JOSIMAR**

**L**uego de decidir con denunciar al salero Josimar de violencia física y psicológica, la cantante Giselina Vidales, se reconcilió con él y ahora tiene una tienda en Gamarra. Giselina Vidales es una cantante y Josimar es un salero. Ella lo denunció por violencia física y psicológica, pero ahora se reconcilió con él y tiene una tienda en Gamarra.

Evidencia 13

# Deysi enamorada de gordito

**Tras retornar de República Dominicana, donde fue a vacacionar con su misterioso galán canadiense, Deysi Araujo reveló que ya lleva dos semanas recibiendo clases de inglés.**

**"La motivación ha sido él, pero también lo estoy haciendo para superarme", precisó.**

**"Mi gordito (Khalousia) viene en diciembre para pasar la Navidad, pero es muy pronto para hablar de matrimonio", acotó. (F. L.)**

**Cuenta que estudia inglés para comunicarse mejor con su pareja**

Evidencia 14

# Jala orejas a Michi

**ROSÁNGELA LE ADVIRTIÓ QUE LO DE KEVIN BLOW "ERA AMOR A LOS CHICHARONES"**

**M**ichi se casó con Kevin Blow y ahora Rosángela le advirtió que él era un "chicharón". Rosángela es una cantante y Michi es un cantante. Ella lo denunció por violencia física y psicológica, pero ahora se reconcilió con él y tiene una tienda en Gamarra.

**Instrumento: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	CATEGORÍAS	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>GENERAL:</b> ¿Cómo es la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños?</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b> ¿Cómo se elabora el modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños?</p> <p>¿Cómo afecta la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad?</p> <p>¿Por qué es importante la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo?</p>	<p><b>GENERAL:</b> Explicar la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños.</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b> Describir la elaboración del modelo estándar de la figura femenina según las tendencias expuestas en diarios sensacionalistas limeños.</p> <p>Examinar la afectividad de la idealización de la figura femenina en niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres adultas según el machismo como cultura en la sociedad.</p> <p>Evidenciar la importancia de la actuación del feminismo como coalición civil en la cosificación de la mujer como objeto de morbo.</p>	<p><b>V1:</b> Construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños.</p>	La figura femenina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepto de figura femenina</li> <li>- Estereotipos sobre la mujer, feminidad y su cuerpo</li> <li>- La mujer y la esteticidad</li> </ul>	<p><b>ENFOQUE</b> Cualitativo</p> <p><b>DISEÑO</b> No experimental, Análisis de contenido</p> <p><b>TIPO</b> Aplicado</p> <p><b>NIVEL</b> Descriptivo</p> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> Diarios El Trome y La Karibeña (16, 17, 18, 19, 20, 21, y 22 de setiembre)</p> <p><b>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b> Guía de observación</p>
			El machismo como cultura en la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desigualdad de género</li> <li>- Patriarcado</li> <li>- Violencia contra la mujer</li> </ul>	
			El feminismo como coalición civil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Origen, causas y realidad</li> <li>- Filosofía feminista</li> <li>- Movimientos sociales</li> </ul>	
			Elementos de la construcción del ideal femenino	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo</li> <li>- Desarrollo del mensaje sexista</li> <li>- Lucro e incidencia</li> <li>- Morbosidad y cosificación</li> </ul>	

*Instrumento: Hoja de Expertos 1*



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Obelto González Jordán Raúl

Título y/o Grado:

Ph. D.....( )	Doctor...( )	Magister...(x)	Licenciado....( )	Otros Especifique
---------------	--------------	----------------	-------------------	-------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 27/06/19

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

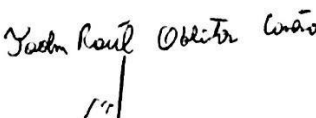
*ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA FEMENINA  
EN LOS NIÑOS SENSACIONALISTAS LIMENOS, 2019*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS \_\_\_\_\_

Firma del experto

  
 \_\_\_\_\_  
 Nombres y apellidos

**Instrumento: Hoja de Expertos 2**



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Bellodas Hurtado May Dorys

Título y/o Grado:

Ph. D ..... ( ) Doctor .. (  ) Magister..... ( ) Licenciado..... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 27/06/19

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA FEMENINA  
EN LOS DIARIOS SENSACIONALISTAS UMBROS, 2019**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS .....

Firma del experto

May Dorys Bellodas Hurtado  
Nombres y apellidos

*Instrumento: Hoja de Expertos 3*



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Sánchez Vega, Carmen Carolina

Título y/o Grado:

Ph. D.....( )	Doctor...( )	Magister... <input checked="" type="checkbox"/>	Licenciado....( )	Otros. Especifique
---------------	--------------	---	-------------------	--------------------

Universidad que labora: Cesar Vallejo

Fecha: 28/06/19

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

*ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA FEMENINA  
EN LOS DIARIOS SENSACIONALISTAS UMEÑOS, 2019*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO Asimismo le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

Firma del experto:

Carmen Carolina Sánchez Vega

Nombres y apellidos