



**EI PAPEL DE LA MUJER EN EL EJERCICIO
DEL PERIODISMO
TELEVISIVO COLOMBIANO**

**GINO ALBERTO CIANCI DE LEÓN
MARÍA CLAUDIA MEJÍA VARELA
SARA VALENTINA VARGAS JAIMES**

**Universidad Autónoma de Bucaramanga
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes
Programa de Comunicación Social
Bucaramanga, Colombia
2022**

**EI PAPEL DE LA MUJER EN EL EJERCICIO
TELEVISIVO COLOMBIANO**

**GINO ALBERTO CIANCI DE LEÓN
MARÍA CLAUDIA MEJÍA VARELA
SARA VALENTINA VARGAS JAIMES**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Comunicador Social**

**Director (a):
Dr. Julio Eduardo Benavides Campos**

**Universidad Autónoma de Bucaramanga
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes
Programa de Comunicación Social
Bucaramanga, Colombia
2022**

Resumen

Con nuestra investigación buscábamos entender y analizar cómo fue y como es actualmente el papel que cumplen las mujeres, laboralmente hablando, en los medios televisivos colombianos. Para esto, manejamos distintos métodos que nos ayudaron a entender un poco mejor el tema a desarrollar. Hicimos encuestas a las personas para saber qué percepción tienen del papel que cumple la mujer en la televisión colombiana, también se entrevistaron a periodistas, jóvenes y con más edad y trayectoria, para saber desde ellas, como perciben el ambiente laboral en el que están inmersas, obteniendo dos puntos de vista distintos, el de la sociedad y el de ellas como afectadas directamente.

Gracias a toda la investigación realizada durante meses, podemos concluir que, aunque hay un avance en el tema de igualdad de género, como por ejemplo, el que hayan más mujeres en cargos directivos y en la disminución de la discriminación hacía ellas, son muchas las cosas que faltan por mejorar respecto al trato que reciben las periodistas en el ejercicio de su trabajo .y en cuanto a los estigmas y estereotipos que existen desde décadas atrás sobre ellas y la subestimación que existe en cuanto a sus habilidades.

Palabras claves: Televisión, Mujer, Ejercicio periodístico, Inclusión, Equidad de género, percepción.

Abstract

With our research we sought to understand and analyze how the role played by women, labor-wise, in Colombian television media was and is currently. For this, we handled different methods that helped us to understand a little better the topic to be developed. We surveyed people to find out their perception of the role played by women on Colombian television. We also interviewed young and older journalists with experience, to find out from them how they perceive the work environment in which they are immersed, obtaining two different points of view, that of society and that of them as directly affected.

Thanks to all the research carried out for months, we can conclude that, although there is progress on the issue of gender equality, such as, for example, the fact that there are more women in management positions and in the reduction of discrimination against them, there are many things that need to be improved regarding the treatment received by journalists in the exercise of their work, and regarding the stigmas and stereotypes that have existed for decades about them and the underestimation that exists regarding their skills.

Keywords: Television, Women, Inclusion, Journalistic exercise, Inclusion, Gender equity, Perception.

Contenido

Resumen	I
Contenido	III
Lista de figuras	V
Lista de tablas	VI
Introducción	7
1.	121.1. 121.2.
	141.3. 161.4.
	182. 212.1. Enfoque mixto
	21
2.2. Muestra de encuestas	22
2.3. Muestra de entrevistas.	25
2.4. Diseño de instrumentos	28
2.4.1. Encuesta	28
2.4.2. Entrevistas	32
2.4.3. Diseño de la entrevista	32
2.5. Trabajo de campo	34
2.5.1. Recolección de datos (encuestas)	34
2.5.2. Recolección de datos (entrevistas)	40
3. Capítulo: Estudio de resultados	43
3.1. Análisis generacional de entrevistas	43
3.2. Análisis de encuestas (tablas)	46
4.	64Anexos
	67
A) Entrevista a la periodista Claudia Palacios (nacional) Fecha de la entrevista: 3 de noviembre de 2021	67
B) Entrevista a la periodista Rocío Chica Betancourt (nacional) Fecha de la entrevista: 26 de febrero de 2022	71
C) Entrevista a la periodista de farándula Lenix Ramírez (regional) Fecha de la entrevista: 4 de noviembre de 2021	77
D) Entrevista a la periodista Silvia Becerra (regional) Fecha de la entrevista: 10 de noviembre de 2021	85
E) Entrevista Silvia Natalia León Siza (regional) Fecha de la entrevista: 26 de febrero de 2022	89
Cuestionario encuesta	103

Referencias bibliográficas

107

Lista de figuras

Figura 2-1: Calculadora de muestra 23

Figura 2-2: Resultados ¿Cuál es su edad? 36

Figura 2-3: Resultados Sexo 36

Figura 2-4: Resultados ¿Cómo accede al servicio de televisión?	37
Figura 2-5: Resultados ¿Qué tan frecuente ve televisión?	37
Figura 2-6: Resultados ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?	37
Figura 2-7: Resultados ¿Cuántas horas al día ve televisión?	38
Figura 2-8: Resultados ¿Que noticiero ve usted?	38
Figura 2-9: Resultados ¿En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?	39
Figura 2-10: Resultados ¿El trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?	39
Figura 2-11: Resultados	40
Figura 2-12: Resultados	40

Lista de tablas

Tabla 3-1: ¿Cómo accede al servicio de televisión?	47
Tabla 3-2: ¿Qué tan frecuente ve televisión?	47
Tabla 3-3: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?	48
Tabla 3-4: ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?	49

Tabla 3-5: De los siguientes noticieros, ¿Cuáles ve usted?	50
Tabla 3-6: En el noticiero que usted ve, ¿Percibe la presencia de la mujer?	51
Tabla 3-7: ¿Considera que, a partir de lo que ven los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?	52
Tabla 3-8: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?	53
Tabla 3-9: ¿Cree usted que es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?	54
Tabla 3-10: ¿Cómo accede al servicio de televisión?	55
Tabla 3-11: ¿Qué tan frecuente ve televisión?	55
Tabla 3-12: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?	56
Tabla 3-13: ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?	57
Tabla 3-14: De los siguientes noticieros, ¿Cuáles ve usted?	58
Tabla 3-15: En el noticiero que usted ve, ¿Percibe la presencia de la mujer?	58
Tabla 3-16: ¿Considera que, a partir de lo que ven los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?	59
Tabla 3-17: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?	60
Tabla 3-18: ¿Cree usted que es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?	61

Introducción

En este trabajo de investigación “El papel de la mujer en el periodismo televisivo colombiano” corresponde a un proyecto encaminado a demostrar la importancia de la mujer en el ejercicio periodístico colombiano interviniendo en el entorno social dominado mayormente por los hombres. En base a los elementos teóricos y metodológicos obtenidos en clase, se realizó una recolección de datos sobre trabajos investigativos y artículos encontrados en Google Scholar en los cuales se nos proporcionó información con el fin de respaldar las teorías planteadas en dicha investigación.

En esta investigación se logró detectar que no hay una variedad de investigaciones previas sobre el tema puesto que al buscar archivos teóricos en los que hable sobre la mujer y su importancia en el medio televisivo no se encontraban archivos relevantes que pudieran aportar a la investigación de manera significativa, por lo tanto, se detectó un vacío en este tema. Por medio de herramientas digitales como Google Scholar se encontraron 3 proyectos que nos ayudaron a sustentar y guiar el propósito del proyecto que tiene como esencia hablar sobre la importancia de la mujer periodista en la televisión colombiana.

Consideramos importante y pertinente hablar sobre el tema debido a la escasez de información que existe sobre esto, puesto que existe poca investigación acerca del machismo en los medios televisivos colombianos y con nuestra investigación se pudo ver si existe o no un cambio en este tema teniendo en cuenta que con el paso del tiempo se han realizado cambios significativos en el desarrollo del ejercicio periodístico femenino colombiano. Los siguientes antecedentes dan cuenta de manera histórica el panorama de la mujer en este medio.

La primera investigación que tomamos en cuenta fue el “Análisis de contenido sobre los estereotipos de los personajes femeninos con respecto al logro del éxito y la inclusión personal y profesional en la televisión colombiana”, escrito por la magíster en comunicación de la universidad del Norte, Flora del Pilar Fernández Ortega.

Este análisis investigativo consiste en un estudio basado en la observación de varios medios televisivos colombianos, que busca determinar la participación, los logros, los estereotipos y las desigualdades de la que la mujer es víctima en este medio.

El estudio se basa en cinco grandes subtemas: los conceptos de género y estereotipo, las teorías de género, las teorías de la comunicación, la percepción de la televisión en Colombia y sus aspectos, y la situación actual de la mujer referente al 2011.

Para la realización metodológica de este análisis se llevó a cabo un trabajo de observación a un total de 532 programas de la televisión nacional, los cuales son tomados de los principales canales nacionales y regionales del país: Caracol, RCN, Señal Colombia, Canal Uno, Canal 13, Citytv, Telecaribe, Teleantioquia, Telepacífico, Canal TRO, Teleislas, Telecafé, y Canal Capital.

De esta observación se obtienen resultados tales como: el porcentaje de directores de programas por género, porcentaje de libretistas por género, porcentaje de presentadores por género, porcentaje de narrador del programa por género, y también factores como la visibilidad de la mujer dependiendo del componente demográfico.

Esta investigación es un buen referente y antecedente para nuestro proyecto ya que da una clara visión a nivel general de cómo es la situación de la mujer en la televisión colombiana en diversos cargos dentro de la misma (presentadora, directora, redactora, etc), si bien las investigaciones realizadas dentro de este trabajo concluyen que hay una mayor participación de los periodistas hombres en ciertas secciones dentro de varios noticieros informativos a nivel regional y nacional.

La segunda investigación que tomamos en cuenta fue la presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española, de la autoría de Ruth Mateos de Cabo Ortega egresada de la Universidad CEU San Pablo.

Esta investigación a través de un análisis de contenidos quiso ver si la presencia de la mujer en la prensa digital española, el ingreso de la mujer a la vida laboral y pública, y el rompimiento de algunos estereotipos hacía ella, fue el resultado de unos medios de comunicación que mostraron una serie de contenido innovador, donde hacían parte las mujeres, donde las incluyeron para la toma de decisiones y hacerlas parte del equipo de trabajo de prensa digital y no las dejaron a un lado, para de esta manera, dar un mensaje diferente al que es transmitido normalmente, en donde la mujer es mostrada inferior al hombre en cuanto a conocimiento y el ejercer de cargos públicos importantes.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la sociedad, por ello, al transmitir una imagen de la mujer sin estereotipos, pueden generar un cambio en la sociedad y con ello contribuir a la igualdad de género.

Mediante estudios a distintos medios como elmundo.es, elpais.es, abc.es y libertaddigital.es, estudiaron durante 3 meses las noticias con menciones de mujeres en estos diarios, y solo el 18% corresponden a mujeres. Se basaron en las secciones: Nacional, Internacional, Sociedad, Cultura, Economía, Deportes, Ciencia y Gente.

También se analizó el concepto de estereotipo de género y cómo es transmitido por los diferentes medios de comunicación, analizó la presencia de la mujer en los medios de comunicación y cómo está dada la organización en cuanto a los órganos directivos de cada medio.

Es de gran ayuda para nuestro proyecto esta investigación pues presenta un análisis amplio que ayudará a identificar de mejor manera, porque se crean los

estereotipos y porque estos, afectan en cómo es vista la mujer en la sociedad, cómo pueden afectar su vida laboral y profesional, como los medios de comunicación aún transmiten estos estereotipos a sus seguidores, y también, analizar por qué pocas mujeres ocupan cargos directos en la actualidad en los medios televisivos colombianos.

La presente investigación se refiere a la importancia del género femenino en el ejercicio periodístico televisivo colombiano donde se hizo un análisis en el cual se quiso evidenciar si existe un cambio con respecto a la inclusión de la mujer en esta profesión y si esto ha generado un cambio social con respecto a la integración de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo colombiano a lo largo del tiempo.

La característica principal de esta investigación está relacionada con los avances en el ámbito profesional que se han evidenciado en la televisión y cómo la mujer ha sido partícipe de ello, ha evolucionado profesionalmente en un medio que a sus inicios era en su mayoría dirigido y conformado por hombres.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar los factores que han conllevado a realizar esta investigación una de ellas es las luchas significativas que han realizado las mujeres para ganarse un espacio en la sociedad, un ejemplo de esto es el derecho al voto y el derecho al aborto con el fin de hacer valer sus derechos y lograr un cambio positivo con la libertad de expresión permitiendo la equidad de género.

A lo largo de la historia, la mujer ha sido víctima de múltiples injusticias que van en contra de sus derechos, por lo tanto, esto ha sido un motivo para movilizarse exigiendo el respeto y validación de sus derechos. Gracias a esto las mujeres han conseguido poder tener el derecho de ejercer una profesión y para este caso queremos hacer énfasis en la mujer en el ámbito periodístico y su papel como profesional.

Teniendo en cuenta las limitaciones establecidas tradicionalmente debido a la presencia de una sociedad conservadora y patriarcal, se puede evidenciar cómo los cambios significativos que ha tenido la inclusión del género femenino en el desarrollo del ejercicio periodístico televisivo han permitido que la mujer pueda ser parte en temas relevantes políticos y sociales.

Por ello, para nuestro trabajo hicimos una investigación rigurosa, mediante proyectos de grado ya hechos, encuestas, entrevistas a periodistas de épocas pasadas y de la actualidad para entender la importancia de la mujer en cualquier espacio laboral y así poder evidenciar el avance a manera de inclusión que han tenido las mujeres en el papel que cumplen actualmente en los medios televisivos colombianos, refiriéndonos a los cargos que pueden desempeñar en la actualidad.

A continuación podrá encontrar el desarrollo de este proyecto mediante una división de capítulos. En el primero de ellos conocerá sobre las bases teóricas en las que se fundamentó este trabajo. En el segundo sobre la metodología aplicada para el desarrollo del trabajo de campo. En el tercero podrá ubicar los resultados obtenidos, con sus respectivos análisis. Por último, en el cuarto capítulo se sitúan las conclusiones finales de esta investigación.

1. Capítulo: Marco teórico

A continuación, en este marco teórico encontrará una serie de referencias a investigaciones, y trabajos ya realizados sobre temas similares al de esta investigación. Los cuales funcionaron como una base teórica para la realización de esta tesis.

1.1. El papel de la mujer en la vida social

A lo largo del tiempo los derechos de la mujer se han visto vulnerados en diferentes ámbitos sociales, desde lo personal hasta lo profesional, esto a razón de que históricamente han sido vistas con inferioridad dado que al hombre lo ven como un referente de fuerza y a la mujer como debilidad. Por lo tanto, se les ha atribuido obligaciones y tareas que rayan en lo absurdo, siendo así un foco de abuso. Tal como lo dicta la historia, el género femenino desde hace mucho tiempo ha estado relegado a un papel ínfimo en comparación al género masculino.

La mujer no ostentó posición o estatus alguno en la historia del surgimiento europeo, que inicia con el Imperio Romano. Por aquellos tiempos, las mujeres no tenían existencia legal y estaban subyugadas al pater familias, que era señor y dueño y tenía incluso el poder de decidir sobre su vida, lo cual estaba sustentado en las creencias religiosas. (Fernández, 2011, p 11).

A pesar de los movimientos feministas que han tenido lugar en la incorporación de la equidad de género en la sociedad, todavía se ven estereotipos que minimizan a la mujer como la imagen de sumisión, debilidad y opresión siendo los medios de comunicación partícipes de esto, lo cual fomenta un retraso en temas que en la actualidad deberían estar erradicados, como el machismo.

Un claro ejemplo de esta problemática se puede evidenciar en el ámbito laboral. Las desigualdades entre género femenino y masculino son visibles en diversos aspectos del mundo profesional, desde los puestos que las mujeres han podido y pueden ocupar, hasta la influencia que estas tienen dentro de una organización o empresa.

Esta diferencia entre ambos géneros data de hace mucho tiempo. Se puede remontar a la época de Jesús, e incluso a la era prehistórica o arcaica, de la cual se tienen registros. La historiadora Gerda Lerner (1990) fue una abanderada sobre la visibilización de esta brecha entre hombres y mujeres, tal como se puede percibir en su obra “La creación del patriarcado” en la cual se le contempla al patriarcado como una creación con más de 2.500 años de existencia. Y al que se le atribuye la responsabilidad de esta divergencia laboral entre ambos géneros.

Durante casi cuatro mil años las mujeres han desarrollado sus vidas y han actuado a la sombra del patriarcado, concretamente de una forma de patriarcado que podría definirse mejor como dominación paternalista. El término describe la relación entre un grupo dominante, al que se considera superior, y un grupo subordinado, al que se considera inferior, en la que la dominación queda mitigada por las obligaciones mutuas y los deberes recíprocos. (Lerner, 1990, p 60).

En ese orden de ideas, y según la misma Gerda Lerner, haciendo referencia a esta época antigua, el individuo que se encuentre en la posición de subordinación intercambiará sumisión por protección. En este caso son las mujeres quienes históricamente se han visto en una posición de subordinación e inferioridad, lo cual en el pasado representó para ellas el rol de ejercer las tareas no remuneradas de manutención, como las labores domésticas y el cuidado de los hijos en el hogar. En un modelo social patriarcal los trabajos, responsabilidades y obligaciones no están distribuidos igualitariamente.

Aun así, esta situación fue modificándose un poco con el paso del tiempo, pues a medida que las civilizaciones iban evolucionando, la repartición de labores también lo hacía. Con la llegada de la industrialización a la humanidad el individuo como un capital pasó a tener mayor relevancia por su mano de obra. Es aquí donde se puede evidenciar a grandes rasgos la brecha histórica entre hombres y mujeres, puesto que se empezó a relacionar al sexo masculino con los trabajos de fuerza y resistencia mientras que a las mujeres se les delegó las tareas domésticas. A pesar de esto, las cosas siguieron cambiando.

Con la Primera Guerra Mundial, se produce otro cambio, y es que como muchos hombres se fueron a la guerra a luchar, se produjo una escasez de la mano de obra, lo que produjo que muchas mujeres salieran de sus hogares para trabajar en las fábricas. Y así fueron las mujeres adentrándose en el mundo laboral. (Cruces, 2014, p. 14).

Así es como mediante una serie de variaciones a lo largo de la historia, actualmente la mujer se encuentra inmersa al igual que el hombre en casi todas las aristas del ámbito laboral. Sin embargo, aún se siguen presentando ciertos casos de desigualdad de géneros en el campo profesional, específicamente en el periodismo lo podemos evidenciar en que la mujer no ocupa cargos directivos en los medios de comunicación, su trabajo suele ser desvalorizado y los estereotipos contribuyen a ello.

1.2. La mujer en el periodismo

Los medios de comunicación han constituido una institución social para la humanidad, cumpliendo uno de sus principales objetivos que es informar, abriendo campo para el desarrollo de la profesión periodística e interviniendo en la sociedad mediante la divulgación de información, la educación de las masas, y el

entretenimiento. De esta manera se abre un amplio campo donde entraría en juego el papel de la mujer.

Su importancia en el periodismo se fue evidenciando con el paso del tiempo y en diferentes espacios periodísticos como lo son la prensa escrita, un ejemplo de esta es Josefa Acevedo de Gómez (1803-1861) quien fuera la primera mujer en publicar varios de sus escritos en periódicos y revistas, razón por la cual es considerada como una de las pioneras en el periodismo colombiano siendo un motivador para que otras mujeres incursionaron en esta profesión, pero esto no era un privilegio que todas gozaban.

El otro aspecto, tiene que ver con el hecho de que varias de las mujeres que han participado en el campo periodístico han podido hacerlo en gran parte gracias a que pertenecen a grupos familiares propietarios de periódicos, lo cual les facilita su entrada. (Uribe, 2013, p 6).

Las mujeres le han agregado un toque diferenciador en el periodismo, lo cual se evidencia en el desarrollo de las noticias ya que, a comparación de los hombres, ellas tienen más tacto en la construcción de estas. “Liesbet Van Zoonen relata que ante la necesidad de mostrar objetividad en las noticias, los hombres tienden a ser más insensibles y despegados que las mujeres al enfrentar una misma noticia” (Uribe, 2013, p 6). Creando un estereotipo donde las mujeres periodistas sean las encargadas de las secciones que tengan que ver con temas familiares y moda donde se da como ejemplo a las periodistas Laura Restrepo (1950) y María Teresa Herrán (1946).

Con el paso del tiempo y a pesar de las adversidades, las mujeres han logrado tener un espacio en el periodismo en redacción, presentación y reportaje, permitiéndoles incursionar en temas de mayor alcance como lo político y social donde pueden tener una opinión crítica y expresarlas, también ser parte de investigaciones judiciales y con la llegada de la televisión han creado formatos

novedosos de interés público como las novelas, un ejemplo de esto es “Las vidas de cura Lame” (1995) de María Teresa Herrán y “La mujer que sabía demasiado” (2006) y “Un mal asunto” (2009) de Silvia Galvis, quienes también fueron las presentadoras de dichos programas generando un posicionamiento positivo y de gran avance en el campo profesional.

1.3. El periodismo televisivo y la mujer

En la actualidad, la mujer ha logrado una inclusión en periodismo televisivo colombiano. Este fue logrado con grandes méritos y fue producto de todo un proceso de cambios sociales y culturales que rompieron esos estereotipos, tales como que la mujer era inferior al hombre, o no tenía las capacidades necesarias para ocupar un cargo importante, estos estereotipos hacen que se subestiman sus capacidades en el ámbito profesional. Aun así, estos estereotipos se siguen presentando.

Desde la llegada de la televisión en Colombia, en el año 1954, se creó un pilar importante en el medio informativo, a la hora de difundir la información, llegar a más personas y en menos tiempo, abriendo nuevos horizontes para desempeñar el ejercicio periodístico, dándole a los televidentes la oportunidad de evidenciar los hechos en momento real.

Gloria Valencia de Castaño, la periodista y presentadora de televisión, conocida como “La primera dama de la televisión colombiana” desde el año 1954 estuvo presente en la televisión, ese año eran pocas las mujeres que estaban presentes en programas de televisión.

Según la magíster en comunicación, Flora del Pilar Fernández Ortega, en su artículo sobre “Análisis de contenido sobre los estereotipos de los personajes

femeninos con respecto al logro del éxito y la inclusión personal y profesional en la televisión colombiana” (2011). La mujer tiene aparición hasta los años 70. Tanto en el *prime time*, que es el horario con mayor audiencia, como en los programas de ciencia ficción, la participación del hombre supera un 60% a 70%. Los papeles que protagonizan los hombres solían ser de profesiones que transmitían poder, como, por ejemplo: detectives y políticos. La mujer por su parte, protagonizaba a una mujer dócil y sumisa, entregada a su hogar y a las tareas domésticas.

Mientras el carácter de los hombres se exhibe según estereotipos agresivos pero racionales, estables y serios, las mujeres son atractivas, sociables, tiernas y pacíficas. En los programas infantiles estos estereotipos se polarizan aún más y con frecuencia la mujer demasiado activa acaba castigada. (Fernández, 2011, p 72).

Estos estereotipos hacen que se subestimen las capacidades de las mujeres para realizar papeles de gran importancia y protagonismo, como en cargos directos. En la actualidad, aunque este tipo de desigualdad de género no es tan marcado como en años anteriores, se siguen viendo estos estereotipos, en su mayoría, hacia las mujeres, como, por ejemplo, en la publicidad: “La publicidad atribuye roles que mantienen al hombre como ser creador, imaginativo, con poder de decisión y a la mujer como simple objeto de consumo. Es decir, la publicidad, hoy por hoy, discrimina a la mujer” (Bel, 2014, p 14).

Esto lo podemos evidenciar, en anuncios que son tan comunes de ver en la televisión, donde se muestra a la niña jugando con muñecas, a la cocina, a la casita, y a los niños construyendo mecanos o juegos con un grado de dificultad, creando aún, una imagen errónea donde la mujer es débil y entregada al hogar, y el hombre es inteligente, y capaz de hacer trabajos duros.

Está claro, que la incorporación en el mundo laboral y en este caso, en el periodismo televisivo colombiano no ha sido nada fácil. Aun así, hay mujeres que

han sobresalido mucho en este campo, por ejemplo, las presentadoras de televisión como Teresa Escobar, Magda Egas, Amparo Pérez, Patricia Janiot, entre otras. Mujeres que han jugado un papel muy importante en los medios televisivos, y han permitido ver el potencial que tiene la mujer que tiende a ser subestimada debido a la cantidad de estereotipos que son creados día a día.

1.4.El machismo hacia la mujer en la televisión colombiana

Durante años se ha escuchado comentarios en el cual las mujeres son objeto de minimización a comparación de las funciones que realiza un hombre, por ejemplo, se resalta la capacidad biológica de fuerza que tiene un hombre a comparación de las mujeres el cual ha sido excusa suficiente para no incluirlas en diferentes labores. “El recurso a la fuerza física, en el que los varones han sido reforzados en su socialización, se convierte en el medio para reponer las cosas en su sitio cuando las posiciones establecidas se han visto desbordadas” (González, 2009, p 157). Ejerciendo un control entre el género femenino con el fin de reprimir cualquier intento de revolución.

La revolución femenina ha tenido como fin erradicar pensamientos y comportamientos que no permiten a la mujer resaltar o desenvolverse en ámbitos económicos y sociales, puesto que el machismo ha sido un pilar importante para el retroceso de un mundo con respecto a lo equitativo e inclusivo puesto que ha estado presente para obstaculizar la revolución femenina con el fin de que el patriarcado siga manteniendo el poder.

En nuestra revolución luchamos por determinados objetivos que nos son negados por el patriarcado. El patriarcado es una cultura, un sistema, una civilización, un orden económico, un orden jurídico, etc. En otras palabras, la revolución feminista sabe que su enemigo, el patriarcado, se manifiesta de diferentes maneras, teniendo una forma de existencia múltiple, no

localizable en una sola realidad ni en un determinado espacio ni en un determinado tiempo. (Aponte, 2005, p 3).

Con el paso del tiempo, la revolución femenina ha logrado varios momentos importantes a nivel mundial sobre la incorporación de la mujer en el ámbito laboral.

La incursión de una proporción cada vez más significativa de mujeres en distintos sectores productivos se manifiesta como una pauta consistente desde hace dos décadas, y es una característica distintiva de diferentes experiencias de desarrollo que en la actualidad han resultado en un mayor equilibrio de género en la población económicamente activa, así como en tasas de participación femenina más elevadas. (Gutiérrez y Hernández, 2008, p 5).

Esto ha permitido un cambio positivo en el desarrollo económico y social en el cual las mujeres tienen un papel más independiente en el cual se desenvuelven en diferentes roles equitativamente a sus conocimientos y estudios.

Por otro lado, esto no significa que el machismo se haya erradicado, sino que, por el contrario, se transforma trayendo consigo nuevas problemáticas. En este caso hablaremos de la mujer periodista y su participación en los medios televisivos desde una perspectiva machista por parte del hombre.

Es cierto que las mujeres les han tenido en cuenta como compañeros políticos en el desarrollo legislativo que les ha llevado a igualarse con ellos a nivel normativo; y también como colegas de estudios y de trabajo o como competidores profesionales. (González, 2009, p 154).

Con la llegada de inclusión en los medios de comunicación se esperaba que el papel de la mujer periodista resaltara, permitiendo desenvolver un liderazgo en el cual se pudiera mostrar la inteligencia y capacidad de la mujer en el campo del periodismo televisivo generando un cambio en los estereotipos, pensamientos tradicionalistas y el machismo.

Según las entrevistas realizadas para nuestra investigación en el cual se tuvo como referencia 4 periodistas mujeres, dos a nivel nacional y dos a nivel regional se realizó un análisis en el que identificó que actualmente las mujeres periodistas si reciben tratos machistas por parte de los hombres y la industria en el momento de desenvolver su labor como periodista en el ámbito televisivo.

Ha habido más bien reuniones en las que he sentido que cuando hay un grupo mayoritario de hombres y por ejemplo hombres, en posiciones de poder, con periodistas que también están en posiciones jerárquicas elevadas, mi voz no es tan escuchada (2021) comentó la periodista Claudia Palacios periodista de CM&, y periódico El Tiempo.

Lo cierto es que la mujer periodista ha evolucionado a pesar de las dificultades de machismo laboral que presenta década tras década, pues hay una gran incorporación y participación de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo colombiano donde a nivel regional, en este caso en Santander cuenta con la participación de mujeres dentro de los canales de televisión. “Yo siento que la mujer tiene un espacio muy grande, que hemos demostrado ampliamente nuestras habilidades en temas periodísticos” (2021) comentó la periodista Lenix Ramirez quien hace parte del periódico Vanguardia en la sección farándula.

2. Capítulo: Metodología

La metodología que se usó en esta investigación con el fin de alcanzar los objetivos planteados es de enfoque mixto, puesto que se analizan datos cualitativos y cuantitativos, encuesta y entrevistas a expertos.

2.1. Enfoque mixto

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, puesto que se implementaron dos tipos de variables que son fundamentales para el desarrollo del proyecto. Se empezó por la cuantitativa puesto que se busca conocer y analizar la percepción que tienen los espectadores aplicando una encuesta sobre el papel que cumple la mujer actualmente en el ámbito periodístico televisivo en Colombia.

Esta opción nos facilita la recolección de datos cuantitativos con base en unas preguntas planteadas para identificar la percepción por parte del televidente sobre el papel que cumple la mujer periodista en el ámbito televisivo actualmente.

La utilización de un solo enfoque genera menos tensiones en el investigador, mientras que la mixtidad de la investigación propone confrontación entre las diferentes teorías al tiempo que considera el conjunto de datos surgidos de los dos métodos. De igual manera considera presentar resultados con éxitos y datos variados por la multiplicidad de observaciones en atención a las diferentes fuentes, contextos y análisis que rompen con ese tipo de investigación uniforme (Otero, 2018, p 13).

2.2. Muestra de encuestas

En el caso de nuestro proyecto, se requirió de la aplicación de la encuesta para poder analizar y comprender cuál es la percepción del televidente sobre la mujer periodista en el ámbito televisivo. Esta fue dirigida hacia una población mixta (hombres y mujeres) que se encuentran entre los rangos de edad de los 25 a 60 años. Esta edad fue escogida ya que supone dos generaciones completamente distintas en el que abarcan distintas ideologías de género, tradiciones inculcadas en la crianza y pensamientos con respecto a la igualdad de género sobre la mujer en los medios de comunicación. Por lo tanto, se dividieron en 2 grupos. De 25 a 40 años, y de 41 a 60 años, y así obtener una amplia comparativa.

El universo a tener en cuenta para delimitar la muestra de este proyecto se encontró establecido en la ciudad de Bucaramanga, con un total de 581 mil habitantes. Partiendo de este número de habitantes se realizaron 245 encuestas. Las cuales fueron resultado al emplear la calculadora científica (<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>) con los siguientes valores.

Tamaño de población: 581000

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 6.2%

Figura 2-1: Calculadora de muestra

Tamaño de la población ⓘ	Nivel de confianza (%) ⓘ	Margen de error (%) ⓘ
581000	95	6.27

Tamaño de la muestra

245

¿Estás haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience ofrece encuestados adecuados con base en datos demográficos, comportamientos de consumo, geografía o áreas de marketing designadas.

Tal como se dijo anteriormente, de esta muestra se segmentan dos grupos. El primero que fue enfocado hacia un público joven (entre 25 y 40 años) cuyo resultado se vio en un total de 158 respuestas. Y, por otro lado, el segundo grupo está conformado por personas mayores (entre los 41 y 60 años) cuyo resultado se vio plasmado en un total de 76 respuestas.

Esta división se realizó con la finalidad de generar no solo un análisis de perspectiva del televidente a nivel general, sino que a su vez un análisis paralelo a nivel de perspectiva generacional. El primero de personas entre los 25 y 40 años de edad, para obtener un punto de vista juvenil. Y el segundo de personas entre los 41 y 60 años con la finalidad de tener un punto de vista desde una generación relativamente mayor.

Para la selección de la muestra se tuvo en cuenta las generaciones a las que pertenecen los integrantes de esta población. Iniciamos seleccionando el grupo más joven (25 a 40 años) cuya pertinencia radica en la generación de los denominados “*Millenials*”. “Los *Millennials* son las personas nacidas entre los años 1980 y 2000” (Cataldi y Dominiguini, 2015, p 2).-

Por otro lado, los integrantes de mayor edad en nuestra muestra (41 a 60 años) corresponden a dos grupos generacionales denominados como *Baby boomers* quienes “Actualmente están en sus 50, 60 y hasta 70 años y son definidos por autores como (Roberts y Manolis, 2000; O’bannon, 2001; Smola y Sutton, 2002)

como aquellos nacidos entre 1946 y 1964” (Sarmiento, Lambraño y Lafon, 2017, p 195). Y generación X, nacidos en 1964 y 1978.

Desde edades tempranas tuvieron que aprender a tomar responsabilidades por ellos mismos y a ser independientes, ya que muchos de ellos eran hijos de padres divorciados o madres solteras. También influyó en esto la incorporación definitiva de la mujer en el lugar de trabajo, generando un gran cambio en la vida familiar. (Cervetti, 2014, p16).

Teniendo en cuenta que la generación que va de los 40 a 61 años nos dan un tipo de análisis que abarca datos donde se refleja una cultura y educación conservadora donde se evidencia pensamientos machistas sobre la mujer en el ámbito laboral lo cual nos da datos suficientes para realizar un paralelo entre esta generación y la generación más joven, de 25 a 40.

“Los Boomers fueron criados por madres jóvenes, en su mayoría amas de casa, tradicionalistas y conservadoras. Fueron enseñados a ser independientes y a creer que podían controlar su destino” (Sarmiento, Lambraño y Lafon, 2017, p 196). Es una generación muy trabajadora y dedicada, que buscó un crecimiento económico a lo largo de su vida y así, conseguir un estatus de vida alto, además son muy religiosos y tradicionalistas, pues así fueron criados.

Por otro lado, la generación que compone a las personas de 25 a 40 años se evidencia que existe una cultura, pensamiento y educación más incluyente y progresiva lo cual cambia la percepción de la importancia de la mujer en el ámbito laboral haciéndola más positiva.

“Estos quieren cambiar el mundo, ser más correctos, más honestos, más ecológicos, más orgánicos, más exitosos, pareciera que entran a competir por ser mejores que sus padres” (Sarmiento, Lambraño y Lafon, 2017, p 198). Los millennials son una generación más liberal, entre sus mayores intereses no está la política, ni la religión. “Son la generación con menos afiliación política o religiosa de la historia. Están conectados por las redes sociales y tienen una aptitud natural

por las vías de comunicación electrónica” (Sarmiento, Lambraño y Lafon, 2017, p. 198).

2.3. Muestra de entrevistas.

En el caso de nuestra investigación se aplicó una entrevista personal y profesional a cuatro periodistas colombianas, dos de Santander y dos de Colombia, bajo los siguientes criterios:

1. Entrevista formal a dos periodistas nacionales que ejerzan su profesión en el campo de la televisión en Colombia.
2. Entrevista formal a dos periodistas regionales que ejerzan su profesión en el campo de la televisión en Colombia.

Estos requisitos se plantearon con el fin de realizar una comparación entre la mujer periodista de Santander y la mujer periodista a nivel nacional con el fin de detectar los cambios que se han efectuado a lo largo del tiempo en la televisión al tener la mujer periodista.

Para esto, se elaboraron las siguientes preguntas para la realización de la entrevista.

Nombre	Sexo	Edad	Perfil profesional	Contacto
Claudia Isabel Palacios Giraldo	Femenin o	44 años 25 años de trayectoria	Ha trabajado en medios como: -Telepacífico -Noticias Caracol -CNN en español -La W -El Pueblo -Canal Capital -City tv -CNN -(Actualmente) CM&, y periódico El Tiempo.	Vía Instagram.

Lenix Arenas Ramírez	Femenino	38 años 15 años de trayectoria	Periodista de farándula de Vanguardia. Ha trabajado en medios como: Revista Semana. -Eco voces. Reconocida por hacer Live vía instagram en programas como Yo Me Llamo, La Voz Kids, entre otros.	3176518080
Silvia Becerra	Femenino	33 años 10 años de trayectoria	Canal regional del Oriente (TRO) Presentadora de Oriente noticias	315 7055381
Rocío Chica Betancourt	Femenino	49 años 25 años de trayectoria	Noticias RCN	3103279305

Silvia León Sisa	Femenin	25 años 3 años de trayectoria	Canal TRO	3118637460
------------------	---------	----------------------------------	-----------	------------

De las 5 periodistas entrevistadas, solo 2, Claudia Palacios y Silvia Becerra no contestaron todas las preguntas por motivos de tiempo y ocupaciones personales. Sin embargo, sí respondieron las preguntas que consideramos más importantes y en las que nos basamos para hacer el análisis de nuestra investigación.

Periodista	Modalidad de entrevista	Preguntas respondidas
Claudia Palacios	Esta entrevista se realizó vía notas de voz por Instagram.	<p>Claudia Palacios por motivos de tiempo solo respondió 5 preguntas laborales y estas fueron:</p> <p>1. ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?</p> <p>2. ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?</p> <p>3. ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años, con el paso del tiempo?</p> <p>4. ¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer este presente en todos los medios televisivos?</p>

		5. ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?
Lenix Arenas	Esta entrevista se realizó vía notas de voz por WhatsApp.	Lenix Arenas respondió todas las preguntas.
Silvia Becerra	Esta entrevista se realizó vía notas de voz por WhatsApp.	<p>Silvia Becerra por motivos de tiempo solo respondió 7 preguntas laborales y estas fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo? 2. ¿Alguna vez ha sufrido discriminación por ser mujer en el campo? 3. ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años con el paso del tiempo? 4. ¿Cómo cree usted que es vista la mujer en el periodismo televisivo? 5. ¿Cree usted que los estereotipos que vienen desde generaciones pasadas afectan el cómo son vistas en la actualidad? 6. ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros

		informativos? 7. Si pudiera cambiar algo del periodismo colombiano ¿Qué sería?
Rocio Chica	Esta entrevista se realizó vía mensajes por WhatsApp.	Rocio Chica respondió todas las preguntas.
Silvia León	Esta entrevista se realizó vía notas de voz por WhatsApp.	Silvia León respondió todas las preguntas.

2.4. Diseño de instrumentos

Para la realización del trabajo de campo se implementaron dos herramientas, encuestas y entrevistas, con la finalidad de recolectar información para el posterior desarrollo de un análisis.

2.4.1. Encuesta

Las encuestas son una técnica que tiene como fin recolectar información sobre un tema en específico por medio de la elaboración de preguntas a una cantidad determinada de individuos. Para esto se debe tener claro el tema que se va a abordar y se debe realizar una organización e investigación teórica. Sampieri (2010) afirma que “generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (aplicándolo en entrevistas "cara a cara", mediante correo electrónico o postal, en grupo)” (p 158).

Justificación de la encuesta

Esta encuesta se realizó a fin de estudiar en la actualidad cuánto es el consumo de los noticieros informativos colombianos en las personas. A su vez, analizar qué percepción tiene el televidente sobre la mujer en el ámbito periodístico y qué importancia cree que tiene su participación en estos canales informativos, ya sea en cualquiera de los roles que se desempeñan, presentación, escribir, etc.

Para la elaboración de esta encuesta se tuvo en cuenta una serie de criterios que fueron categorizados a la hora de crear las preguntas del formulario.

Categorías para el diseño de la encuesta

Para el diseño de la encuesta se tuvo en consideración tres categorías con la finalidad de facilitar la distribución y elaboración de las preguntas. Cada categoría apuntó a resolver incógnitas relevantes para el desarrollo de nuestro proyecto.

Las categorías seleccionadas fueron: Acceso y consumo, Percepción del consumidor, y Consumo de noticieros informativos. Consideramos que con estas tres se obtuvo la suficiente información para denotar un perfil del consumidor.

Acceso y consumo

Se tuvo en cuenta esta categoría para la realización de un análisis a partir del nivel de consumo de los televidentes como un factor relevante para la investigación, puesto que gracias a esta categoría se puede conocer las formas y la frecuencia de consumo de los encuestados. Y a partir de estas llegar a una serie de conclusiones basadas en estos factores.

Se pudo llevar un conteo de las personas que tienen acceso a la televisión y por ende el nivel de relación que estas tienen con los noticieros televisivos, y las mujeres que participan en ellos.

¿Cómo accede al servicio de televisión?

Inicialmente se quiso identificar la forma en la que el público entrevistado tiene acceso a la televisión, dividiéndolo en dos grupos; abierta y paga, con el fin de segmentar las respuestas para así analizar si existe una diferencia entre la relevancia de la presencia de la mujer en estos dos servicios.

¿Qué tan frecuente ve televisión?

De manera proporcional a la frecuencia en la que se ve televisión se espera que también se perciba la presencia de la mujer periodista. Es decir, entre más televisión vean, se podrá identificar más la presencia de la mujer en la televisión. Los resultados de esta pregunta son cruzados con los de la pregunta 3 y 4 para obtener

¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Teniendo en cuenta que las emisiones de los noticieros por lo general son 3 veces al día, se quiso relacionar y analizar los horarios en los cuales el público entrevistado ve televisión para identificar en cuál de estos ellos ven presente la mujer periodista.

¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

Teniendo en cuenta la cantidad de horas en la que el entrevistado ve televisión al día, se quiso identificar si ellos perciben, de manera similar con la pregunta 2, la presencia de la mujer en la televisión, entre más horas vean, más posibilidad hay de que la perciban.

Percepción del consumidor

Esta funciona para tener varios puntos de vista sobre cómo es vista la mujer periodista televisiva desde los ojos del televidente, también se quiere identificar la representación que los entrevistados tienen sobre el papel de la mujer en los noticieros que seleccionaron. y de esta manera poder tener una amplia base de datos sobre la misma.

En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

Teniendo en cuenta lo anterior, a partir de la pregunta se esperó identificar qué tanta participación se percibe de la mujer en estos noticieros informativos.

¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

Con esta pregunta se quiso identificar si los entrevistados, con base en los noticieros que consumen, consideran que la presencia de la mujer periodista es valorada de la misma manera que la de un hombre periodista.

¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

Con esta pregunta se quiso conocer si el televidente identifica con qué frecuencia (cantidad de veces) el entrevistado detecta una mayor o menor participación de la mujer periodista en los noticieros que consumen.

¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

Con esto se buscó entender la importancia para el televidente sobre la labor periodística regida por la mujer en los noticieros televisivos colombianos con el fin de saber si actualmente es valorada su participación.

Consumo de noticieros informativos

Teniendo en cuenta el noticiero seleccionado se hizo un análisis cuantitativo en el que se denota cuál es la relevancia de la mujer en estos. Y tener una percepción del noticiero que es de su preferencia y en el que confían a la hora de informarse de lo que está pasando en el país y el mundo.

¿De los siguientes noticieros cuáles ve usted?

Según el estudio realizado por la Universidad de La Sabana, financiada por la Comisión Nacional de Televisión sobre la estructura, la cobertura y los contenidos de los noticieros de la televisión colombiana —nacionales, regionales y locales (2010), seleccionamos estos noticieros puesto que son de los más relevantes a nivel nacional

2.4.2. Entrevistas

Mediante el uso de esta herramienta basada en el desarrollo de ciertas preguntas, se pudo recolectar información relevante de las periodistas seleccionadas, tanto a nivel personal como profesional.

La entrevista, es un proceso comunicativo que se da entre dos personas o más, la cual la compone un entrevistador y un entrevistado con el fin de que el entrevistador recolecta información suficiente sobre el entrevistado y se realiza de manera formal con una intencionalidad específica basada en una investigación.

Javier Murillo Torrecilla (2006) en su artículo “La entrevista” afirma que:

La entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador pregunta, acumulando respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones,

sensaciones y estados de ánimo, enriqueciendo la información y facilitando la consecución de los objetivos propuestos. (p 3).

2.4.3. Diseño de la entrevista

Preguntas personales:

Las preguntas personales se realizan con el fin de conocer un poco más sobre el perfil personal, la parte humana respecto a su entorno y así misma, y más importante aún, algunas experiencias personales de las entrevistadas. Pues esta es mediadora en la forma en la que percibimos el mundo y en cómo aprendemos. “La experiencia no puede soslayarse; es la consideración fundamental de todo aprendizaje” (Bound, 2011, p 18).

Estas entrevistas son fundamentales para nuestra investigación porque nos permitirá sustentar de mejor manera, cómo se sienten las mujeres cumpliendo su rol como periodistas, tanto periodistas jóvenes como periodistas con más trayectoria.

De esta manera se relacionaron con las respuestas de las preguntas profesionales.

- ¿Qué te llevó a estudiar periodismo?

-¿Tu familia estuvo de acuerdo?

-¿Alguna vez pensaste que estudiarías esta carrera?

-¿Qué consejo le darías a los jóvenes que quieren estudiar periodismo?

Preguntas laborales:

Las preguntas laborales se realizaron con el fin de conocer su punto de vista de una manera más general sobre el ejercicio periodístico de la mujer en los medios televisivos colombianos.

- ¿Qué es lo que más te gusta de esta profesión?
- ¿Qué es lo que menos te gusta de esta profesión?
- Cuéntanos de una anécdota que te haya sucedido en tu trabajo como periodista.
- ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?
- ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?
- ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años con el paso del tiempo?
- ¿Cómo cree usted que es vista la mujer en el periodismo televisivo por las demás personas?
- ¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios televisivos?
- ¿Cree usted que los estereotipos que vienen desde generaciones atrás afectan el cómo son vistas las mujeres en la actualidad?
- ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?
- Si pudiera cambiar algo del periodismo televisivo en Colombia, ¿Qué sería?

2.5. Trabajo de campo

2.5.1. Recolección de datos (encuestas)

La toma de datos mediante las encuestas se hizo de manera virtual con la implementación de la aplicación, *Google Forms*. Se decidió utilizar esta plataforma ya que actualmente es implementada por muchos investigadores y usuarios alrededor del mundo, puesto que nos brinda una gran variedad de opciones de

flexibilidad y personalización que ofrece de forma gratuita y sin limitaciones dando resultados estadísticos concretos y verídicos sobre el tema que se esté tratando. “Formularios de Google ahorra mucho trabajo y tiempo en el proceso de conteo y generación de gráficas ya que genera inteligente y automáticamente 1 resumen con gráficas solo en las preguntas que corresponde” (Abundis, 2016, p 2).

Dentro de la encuesta se decidió implementar nueve preguntas conformadas por un tipo de respuesta en escala.

Likert propone una técnica de elaboración de escalas que presenta un proceso de construcción más breve y sencillo que la técnica escalas de Thurstone y que es tan fiable como ésta. Se trata de la técnica más empleada para la construcción de este tipo de escalas. (Alaminos y Castejón, 2006, p 35).

Por lo tanto, se consideró pertinente la implementación de la técnica de respuesta en escala puesto que se considera que de esta forma se logró detectar de forma más detallada la opinión del usuario.

De igual manera, los resultados obtenidos en las encuestas fueron trasladados a una hoja de cálculo Excel para tener un manejo informático de los datos recogidos. En esta se separan todas las respuestas de manera individual, con lo cual se puede saber exactamente que respondieron todos los encuestados en cada una de las preguntas, junto a un registro de las fechas precisas en que respondieron.

A continuación, se puede evidenciar los resultados de las encuestas aplicadas y compartidas por medio de los perfiles personales de Whatsapp e Instagram de los encuestados. Se difundió mediante enlaces directos el formulario. Esto durante un periodo de tiempo comprendido entre el 25 de octubre del 2021 y el 3 de marzo del 2022, donde se buscó identificar el consumo de televisión y la percepción del televidente frente a la imagen de la mujer periodista en los medios televisivos informativos en Colombia.

Gráficos de resultados

¿Cuál es su edad?
234 respuestas

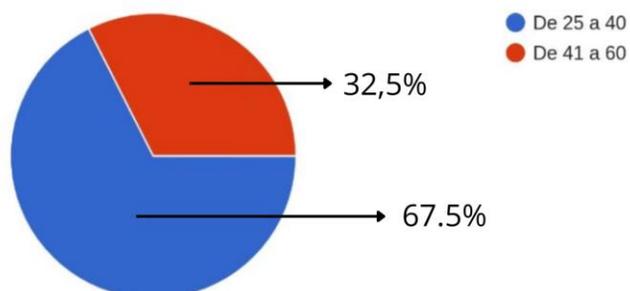


Figura 2-2: Resultados ¿Cuál es su edad?

Sexo
240 respuestas

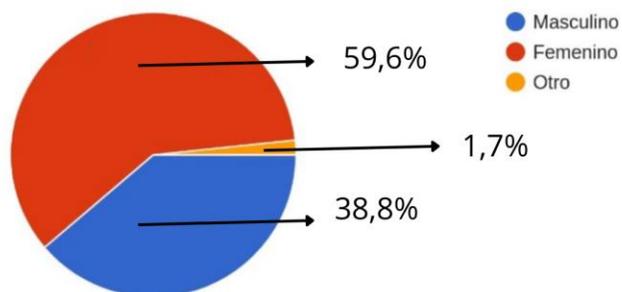


Figura 2-3: Resultados Sexo

¿Cómo accede al servicio de televisión?

238 respuestas

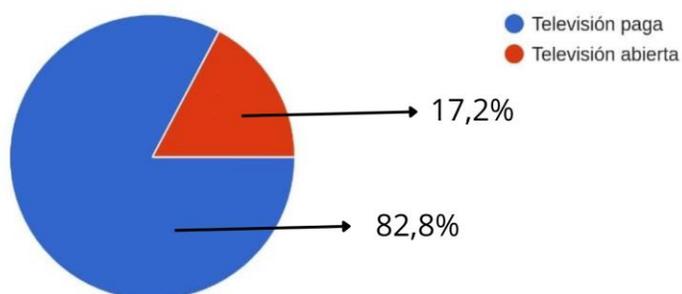


Figura 2-4: Resultados ¿Cómo accede al servicio de televisión?

¿Qué tan frecuente ve televisión?

240 respuestas

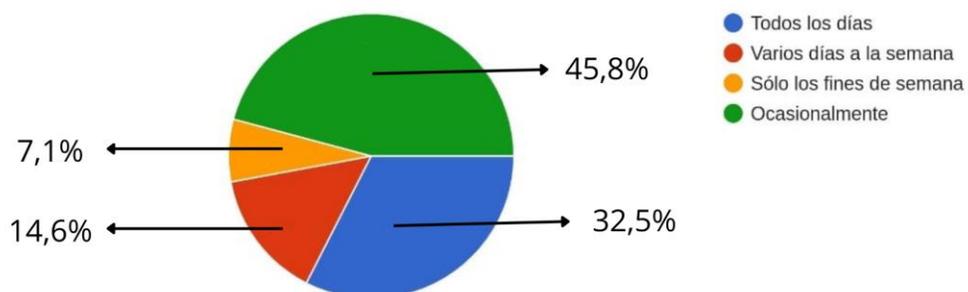


Figura 2-5: Resultados ¿Qué tan frecuente ve televisión?

¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

238 respuestas

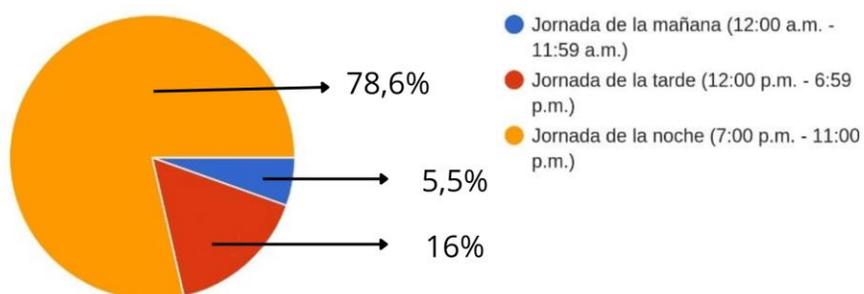


Figura 2-6: Resultados ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

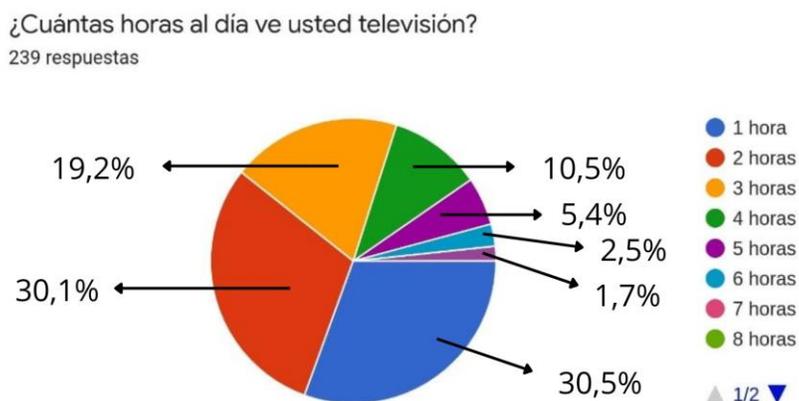


Figura 2-7: Resultados ¿Cuántas horas al día ve televisión?

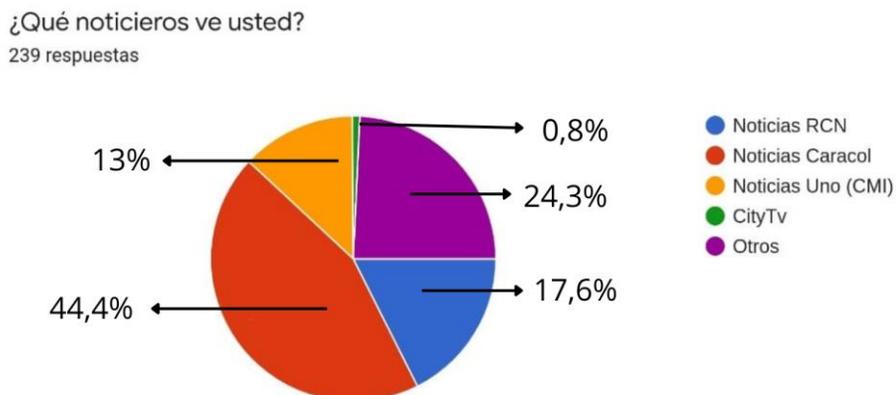


Figura 2-8: Resultados ¿Que noticiero ve usted?

En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer ?

239 respuestas

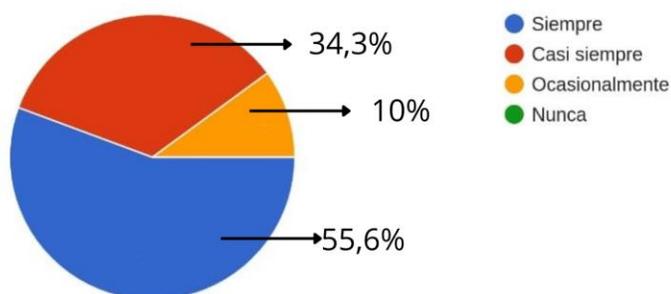


Figura 2-9: Resultados ¿En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

239 respuestas

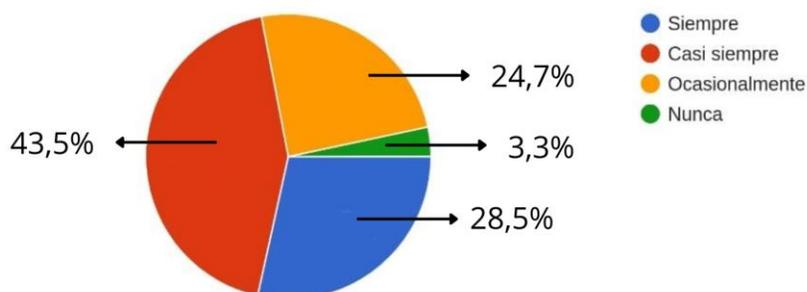


Figura 2-10: Resultados ¿El trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

¿Con que frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

238 respuestas

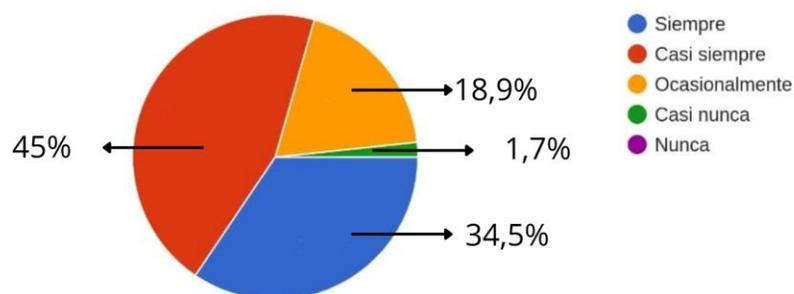


Figura 2-11: Resultados ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

240 respuestas

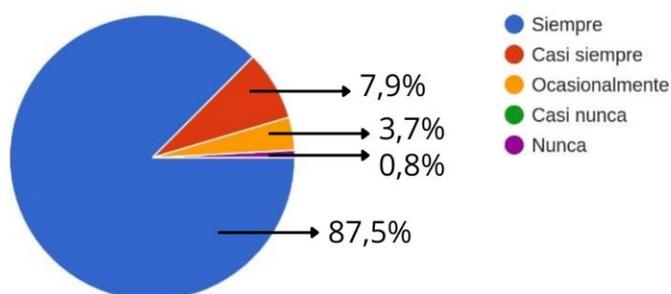


Figura 2-12: Resultados ¿Cree qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

2.5.2. Recolección de datos (entrevistas)

Tal como se especificó en el diseño de la entrevista, El fin de esta entrevista a cuatro mujeres periodistas colombianas, dos a nivel nacional y dos a nivel regional, con distinta edad (25 a 39 años) y (40 - 60 años de edad) quienes han pertenecido a dos generaciones distintas es conocer su postura y opinión sobre la mujer en los

medios televisivos colombianos, desde la perspectiva de trabajar con medios locales y con medios nacionales.

Se seleccionaron estos rangos de edad ya que cada generación tuvo una visión diferente la mujer joven habla de cómo es en la actualidad el trato hacia el género femenino en el periodismo televisivo colombiano. Y la mujer mayor podrá hablar de cómo era ese trato antes, logrando hacer un comparativo. Con este trato nos referimos a cómo era vista la mujer en su generación en los medios televisivos, qué papel cumplían y la importancia que le daban a su trabajo. Con estas entrevistas, nacionales y regionales nos permitirá hacer una comparación entre el antes y el ahora, el pasado y la actualidad.

Como última investigación, tomamos de referente el texto: “Mujeres sin poder en los medios de comunicación: Exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa”, escrito por Elena Criado Calero que tomamos en cuenta fue el Análisis de contenido sobre los estereotipos de los personajes femeninos con respecto al logro del éxito y la inclusión personal y profesional en la televisión colombiana, escrito por la magíster en comunicación de la Universidad del Norte, Flora del Pilar Fernández Ortega.

Mediante un análisis investigativo en el ejercicio periodístico se identificó la exclusión de periodistas femeninas en los medios de comunicación y aunque la mujer ha logrado nuevas metas y mejores puestos dentro del medio, se sigue viendo estereotipos de género en perfiles laborales, que se llevan a cabo en diferentes situaciones en donde la mujer es sometida a discriminaciones en el momento de asignar funciones poniendo en duda sus capacidades siendo un impedimento para el avance del periodismo femenino como por ejemplo la exclusión de la opinión femenina en reuniones laborales.

A pesar de los avances en la integración de la mujer en el sector laboral en el campo del periodismo hacia el género femenino, es evidente la ausencia de la

mujer en cargos de alto rango en la empresa informativa, retrasando de manera significativa el acceso a estos medios y, de esta forma, la posibilidad de que la mujer periodista logre ejercer, en la práctica, la libertad de expresión como uno de los derechos fundamentales de la ciudadanía.

En esta investigación, se comprobó que mediante datos realizados por la Asociación de la Prensa de Madrid en el informe de 2009, sobre el estado de la profesión periodística reflejan que los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección mientras que apenas hay un 24% de mujeres que ocupan altos cargos en medios de comunicación televisivos.

Con base a esta investigación nos podemos apoyar para la construcción de nuestro trabajo específicamente en la mujer periodista y su importancia en el medio televisivo, dando a conocer sobre la exclusión que ha vivido la mujer en diferentes partes del mundo en los medios de comunicación debido a temas de género. También, se logra evidenciar la importancia de hablar sobre estos temas con el fin de erradicar el machismo en el periodismo.

3. Capítulo: Estudio de resultados

3.1. Análisis generacional de entrevistas

A continuación, se presenta un análisis a las respuestas obtenidas de las periodistas entrevistadas

Para el estudio de los resultados obtenidos a base de las entrevistas realizadas a las periodistas, se ejecutó un análisis segmentado tomando como factor principal la edad de estas.

Generación mayor (de 40 años en adelante): Claudia Isabel Palacios Giraldo y Rocío Chica Betancourt.

Generación menor (25 a 40 años): Silvia León, Silvia Becerra, Lenix Arenas Ramírez.

Primera pregunta: ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Generación mayor: Para las periodistas pertenecientes a esta generación, el periodismo colombiano si responde a una cierta inclusión en comparación a tiempos anteriores. Sin embargo, para esta generación la inclusión se ha dado de manera superficial, pues consideran que la mujer ha incursionado más en la labor, pero no en los cargos de mayor representación. Sumado a esto, consideran que esta inclusión ha ido más allá de temas de género, pues ahora cualquiera puede ser “periodista” sin siquiera estar preparado.

Generación menor: Similar a la visión de la generación mayor, esta piensa que, si hay un grado de inclusión en el periodismo televisivo colombiano, aseveran que hoy son más las mujeres que ostentan cargos importantes en donde antes no tenían la oportunidad de hacerlo, por ejemplo, en el periodismo deportivo. Sin embargo, piensan que aún existe cierto sesgo dentro de los medios al momento de elegir sus periodistas, opinan que el físico y la belleza aún influye mucho.

Segunda pregunta: ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?

Generación mayor: En este caso las posiciones se encuentran divididas, por un lado, Claudia asegura haber sentido de alguna manera cierta discriminación en el tema de relevancia, asegura que cuando se encuentra en reuniones principalmente conformada por hombres, su voz no es casi escuchada. Por otro lado, Rocío afirma no haber sentido ninguna discriminación de género durante su carrera, por el contrario, manifiesta que siempre fue fácil para ella trabajar y sobresalir. Aunque hay tipo de discriminación al que ella se refiere, y es respecto a la discriminación de medios, la preferencia de algunas fuentes hacia ciertos medios específicos.

Lo que se rescata en esta ocasión, es que, si ha existido una discriminación de ambas partes, aunque no solamente obedecen a factores de género.

Generación menor: En general, las 3 periodistas no han sido víctimas de discriminación por su género, a pesar de esto, Silvia Leon afirmó que sufrió un caso de segregación por un aspecto de su físico, específicamente su cabello.

Tercera pregunta: ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años, con el paso del tiempo?

Generación mayor: En este caso, para esta generación el periodismo femenino si ha evolucionado con el paso del tiempo. Para ellas la inclusión de la mujer ha sido un logro fruto de sus propios esfuerzos, cada vez las mujeres se preparan más para cumplir con esta labor y resaltar dentro de los medios. Sin embargo, dentro de estos aún existen ciertos estereotipos que no permiten una mayor representación de la mujer periodista preparada.

Ellas consideran que en ciertas ocasiones sigue pesando más la apariencia, que los estudios y la preparación profesional.

Generación menor: Similar a como opinan las periodistas de la generación mayor, las de la menor afirman que el periodismo femenino si ha evolucionado con el paso del tiempo, cada vez son más los cargos importantes que ocupan las mujeres en este campo laboral. Y agregan que esta evolución se ha dado gracias porque hoy en día se le da más importancia a la preparación y el estudio que día a día hacen las mujeres para poder desempeñarse en esta ocupación.

Cuarta pregunta: ¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios televisivos?

Generación mayor: En este caso ambas periodistas consideran que se trata más de un tema académico y de compromiso personal para mejorar cada día. Agregando que los espacios de formación académica para periodistas no siempre son los mejores.

Generación menor: En esta pregunta la periodista Lenix Arenas, cree que no hace falta nada para que la participación de la mujer esté más presente en los medios televisivos colombianos, pues cree que esta participación está completa y hay muchas mujeres en cargos directivos. Por su parte, las periodistas Silvia León y

Silvia Becerra piensan que hace falta más confianza y valoración por parte de los hombres en el trabajo que las mujeres periodistas hacen y pueden llegar a hacer.

Quinta pregunta: ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?

Generación mayor: Para ambas la participación de la mujer es igualmente relevante tanto como la del hombre, pues cada género tiene visiones y características diferentes que aportan variedad y enriquecen la labor del periodismo televisivo.

Generación menor: En esta pregunta las tres periodistas coinciden en su respuesta, y es que las mujeres tienen esa capacidad de lograr excelentes trabajos periodísticos por su perspicacia, por su amor y por esa actitud con las personas, que fueron desarrollando debido a su crianza y que tal vez los hombres no tienen tan desarrollada como ellas pues los hombres se caracterizan por tener una actitud más seria y retraída.

3.2. Análisis de encuestas (tablas)

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las encuestas, los cuales fueron categorizados en dos segmentos (sexo y edad) a través de tablas dinámicas generadas en Excel.

Se debe tener en cuenta que, durante el desarrollo de esta encuesta por parte de la población, hubo ocasiones en las que algunos individuos no respondieron a ciertas preguntas, por lo que el resultado varía de 1 a 2 unidades entre estas.

Resultados Tabla dinámica de sexo

Los porcentajes contenidos en los análisis realizados a las siguientes tablas, corresponden al número de encuestados por ambos sexos. Mujeres (143), hombres (93).

¿Cómo accede al servicio de televisión?

Cuenta de ¿Cómo accede al servicio		Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Televisión abierta	Televisión paga	(en blanco)	Total general	
Femenino	8,4%	51,3%	0,0%	59,7%	
Masculino	7,6%	31,1%	0,0%	38,7%	
Otro	1,3%	0,4%	0,0%	1,7%	
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Total general	17,2%	82,8%	0,0%	100,0%	

Tabla 3-1: ¿Cómo accede al servicio de televisión?

Análisis Tabla 3-1: ¿Cómo accede al servicio de televisión?

En esta tabla denotamos en primera instancia que en ambos sexos predomina el acceso a la televisión paga, siendo este aproximadamente entre el 80% y 90% en ambos casos. Por otro lado, se puede afirmar que son más las mujeres quienes decidieron responder esta encuesta.

¿Qué tan frecuente ve televisión?

Cuenta de ¿Qué tan frecuente ve televisión?	Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Ocasionalmente	Sólo los fines de semana	Todos los días	Varios días a la semana	(en blanco)	Total general
Femenino	27,1%	3,8%	20,8%	7,9%	0,0%	59,6%

Masculino	18,3%	2,5%	11,7%	6,3%	0,0%	38,8%
Otro	0,4%	0,8%	0,0%	0,4%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total general	45,8%	7,1%	32,5%	14,6%	0,0%	100,0%

Tabla 3-2: ¿Qué tan frecuente ve televisión?

Análisis Tabla 3-2: ¿Qué tan frecuente ve televisión?

En este caso debemos decir que tanto en hombres como en mujeres prima el consumo ocasional de televisión, representando para el sexo femenino un 45% de su población total encuestada (143), y para el masculino un 47% de los encuestados (93).

El segundo tipo de consumo más relevante en ambos sexos es el de todos los días.

¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Cuenta de ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?	Etiquetas de columna				Total general
Etiquetas de fila	Jornada de la mañana (12:00 a.m. - 11:59 a.m.)	Jornada de la noche (7:00 p.m. - 11:00 p.m.)	Jornada de la tarde (12:00 p.m. - 6:59 p.m.)	(en blanco)	
Femenino	1,3%	50,0%	8,4%	0,0%	59,7%
Masculino	3,8%	28,2%	6,7%	0,0%	38,7%

Otro	0,4%	0,4%	0,8%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total general	5,5%	78,6%	16,0%	0,0%	100,0%

Tabla 3-3: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Análisis Tabla 3.3: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Los resultados de esta tabla indican que para ambos sexos la jornada más consumida es la de la noche (7:00 p.m. a 11:00 p.m.). Por la parte de las mujeres, el 83% de ellas señalaron esta jornada, y por el lado masculino, el 72% seleccionó esta respuesta.

¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

Cuenta de ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?									
Etiquetas de fila	1 hora	2 horas	3 horas	4 hora s	5 hora s	6 hora s	Mas de 10 hora s	(en blan co)	Total gener al
Femenino	17,6%	19,2%	10,5%	6,3%	5,0%	0,8%	0,4%	0,0%	59,8%

Total general	0,8%	44,4%	17,6%	13,0%	24,3%	0,0%	100,0%
----------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	---------------

Tabla 3-5: De los siguientes noticieros, ¿Cuáles ve usted?

Análisis Tabla 3-5: ¿De los siguientes noticieros cuáles ve usted?

En ambos casos el noticiero más visto es Noticias Caracol, en las mujeres un 42% de ellas se inclinan hacia este, y para los hombres un 47% de ellos prefieren este noticiero. A parte de esto podemos deducir, teniendo en cuenta los resultados de tablas anteriores, que la emisión más vista de Noticias Caracol es la nocturna (7:00 p.m.) y se debe tener en cuenta en esta transmisión quien lleva la presentación de las noticias es una mujer (Ana Milena Gutierrez).

En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

Cuenta de En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer ?	Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	Casi siempre	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
Femenino	23,0%	6,3%	30,1%	0,0%	59,4%
Masculino	10,9%	3,8%	24,3%	0,0%	38,9%
Otro	0,4%	0,0%	1,3%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total general	34,3%	10,0%	55,6%	0,0%	100,0%

Tabla 3-6: En el noticiero que usted ve, ¿Percibe la presencia de la mujer?

Análisis tabla 3-6: En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

En ambos géneros la mujer es percibida en gran medida. Por parte de las mujeres la percepción de “siempre” es identificada por el 50% de ellas, y por parte de los hombres en un 62%. En menor medida, pero no menos importante, la percepción de “casi siempre” es la segunda más enmarcada en estos resultados, con un 38% para las mujeres, y un 26% para los hombres.

¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

Cuenta de ¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?	Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Casi siempre	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
Femenino	27,2%	2,1%	20,9%	9,6%	0,0%	59,8%
Masculino	16,3%	1,3%	3,8%	17,2%	0,0%	38,5%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total general	43,5%	3,3%	24,7%	28,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-7: ¿Considera que, a partir de lo que ven los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

Análisis tabla 3-7: ¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

En este caso las respuestas estuvieron distribuidas de manera diferente. Para las mujeres el orden respectivo fue, “casi siempre”, “ocasionalmente” (34%), y “siempre” (16%). Y para los hombres “siempre” (44%), “casi siempre” (42%), y “ocasionalmente” (9%).

Esto ayuda a denotar que el factor de percepción relacionado al valor que le dan al trabajo de la mujer está permeado de cierta manera en las audiencias por el género.

¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

Cuenta de ¿Con que frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?	Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Casi nunca	Casi siempre	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
Femenino	1,3%	31,1%	12,2%	15,1%	0,0%	59,7%
Masculino	0,4%	13,9%	6,7%	17,6%	0,0%	38,7%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total general	1,7%	45,0%	18,9%	34,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-8: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

Análisis tabla 3-8: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

En esta tabla se denota una percepción positiva por parte de ambos sexos, pues el porcentaje situado entre “siempre y casi siempre” es cercano en ambos casos, con un 77% (110) para las mujeres, y un 80 % (75) para los hombres.

¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

Cuenta de ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?	Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Casi siempre	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
Femenino	4,2%	0,4%	0,8%	53,8%	0,0%	59,2%
Masculino	3,8%	0,4%	2,9%	31,7%	0,0%	38,8%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	1,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%
Total general	7,9%	0,8%	3,8%	87,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-9: ¿Cree usted que es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

Análisis Tabla 3-9: ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

De manera similar a la tabla anterior, en esta se presenta un resultado parecido en ambos sexos, pues la gran mayoría tanto de hombres, como mujeres, se inclinaron hacia la respuesta “siempre”. El 90% de las mujeres y 81% de los hombres.

Resultados Tabla dinámica de edad

Los porcentajes contenidos en los análisis realizados a las siguientes tablas, corresponden al número de encuestados por ambos grupos. De 25 a 40 (158), de 41 a 60 (76).

¿Cómo accede al servicio de televisión?

Cuenta de ¿Cómo accede al servicio de televisión?	Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Televisión abierta	Televisión paga	(en blanco)	Total general
De 25 a 40	13,9%	52,1%	0,0%	66,0%
De 41 a 60	3,4%	28,6%	0,0%	31,9%
(en blanco)	0,0%	2,1%	0,0%	2,1%
Total general	17,2%	82,8%	0,0%	100,0%

Tabla 3-10: ¿Cómo accede al servicio de televisión?

Tabla 3-10: ¿Cómo accede al servicio de televisión?

Para los resultados de la tabla 1 podemos evidenciar que tanto como el grupo de 25 a 40 años y el de 41 a 60 años prefieren pagar televisión para ver sus programas y solo alrededor del 15% del total de entrevistados consumen televisión abierta.

¿Qué tan frecuente ve televisión?

Cuenta de ¿Qué tan frecuente ve televisión?	Etiquetas de columna					Total general
	Ocasionalm ente	Sólo los fines de semana	Todos los días	Varios días a la semana	(en blanco)	
De 25 a 40	34,6%	5,8%	15,0%	10,4%	0,0%	65,8%
De 41 a 60	9,6%	1,3%	17,1%	3,8%	0,0%	31,7%
(en blanco)	1,7%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%	2,5%
Total general	45,8%	7,1%	32,5%	14,6%	0,0%	100,0%

Tabla 3-11: ¿Qué tan frecuente ve televisión?

Tabla 3-11: ¿Qué tan frecuente ve televisión?

De esta tabla podemos inferir que la mayoría de encuestados del grupo de 25 a 40 años no consume televisión a diario como si lo hace el grupo de 41 a 60 años, equivaliendo esto a que alrededor del 45% del total de los encuestados ve tv ocasionalmente, el 30% ve todos los días, el 15% ve varios días a la semana y el porcentaje restante que equivale al 10% ve televisión solo los fines de semana.

¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Cuenta de ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?	Etiquetas de columna			Total general
	Jornada de la mañana (12:00 a.m. - 11:59 a.m.)	Jornada de la noche (7:00 p.m. - 11:00 p.m.)	Jornada de la tarde (12:00 p.m. - 6:59 p.m.)	
De 25 a 40	3,8%	51,7%	10,1%	65,5%
De 41 a 60	1,7%	25,2%	5,0%	31,9%

(en blanco)	0,0%	1,7%	0,8%	0,0%	2,5%
Total general	5,5%	78,6%	16,0%	0,0%	100,0%

Tabla 3-12: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

Tabla 3-12: ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

De los resultados de la tabla 3 podemos evidenciar que tanto el grupo de 25 a 40 y el de 41 a 60 años, equivalen el 80% de encuestados que prefieren ver televisión en la jornada de la noche que va desde las 7:00 p.m hasta las 11:00 p.m. El 15% prefiere ver televisión en la jornada de la tarde y solo el 5% de encuestados prefiere ver televisión en las mañanas.

¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

Cuenta de ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?									
Etiquetas de fila	1 hora	2 horas	3 horas	4 horas	5 horas	6 horas	Más de 10 horas	(en blanco)	Total general
De 25 a 40	24,3%	19,7%	10,9%	7,1%	2,5%	1,3%	0,0%	0,0%	65,7%
De 41 a 60	4,6%	10,5%	8,4%	2,9%	2,5%	1,3%	1,7%	0,0%	31,8%
(en blanco)	1,7%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
Total general	30,5%	30,1%	19,2%	10,5%	5,4%	2,5%	1,7%	0,0%	100,0%

Tabla 3-13: ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

Tabla 3-13: ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

De los resultados de esta tabla podemos analizar qué tanto el grupo de 25 a 40 y el de 41 a 60 solo ven de una hora o dos horas al día de televisión, equivaliendo al 60% pues solo hubo una respuesta más de diferencia. El 20% ve 3 horas diarias, el 10% ve 4 horas y el 10% restante ve entre 6 a 10 horas diarias.

¿De los siguientes noticieros cuáles ve usted?

Cuenta de ¿Qué noticieros ve usted?							
Etiquetas de fila	CityTv	Noticias Caracol	Noticias RCN	Noticias Uno (CMI)	Otros	(en blanco)	Total general
De 25 a 40	0,4%	28,5%	11,7%	8,8%	16,3%	0,0%	65,7%
De 41 a 60	0,4%	15,5%	5,4%	3,8%	6,7%	0,0%	31,8%
(en blanco)	0,0%	0,4%	0,4%	0,4%	1,3%	0,0%	2,5%
Total general	0,8%	44,4%	17,6%	13,0%	24,3%	0,0%	100,0%

Tabla 3-14: De los siguientes noticieros, ¿Cuáles ve usted?

Tabla 3-14: ¿De los siguientes noticieros cuáles ve usted?

De los resultados de esta tabla podemos evidenciar que el 45% del total de encuestados de ambos grupos de diferentes edades, prefieren ver Noticias Caracol, el 25% ve otros Canales, El 20% prefiere ver Noticias RCN y el 10% restante prefiere ver Noticias Uno y Citytv, siendo este último el que menos ven.

En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

Cuenta de En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer ?	Etiquetas de columna					Total general
	Etiquetas de fila	Casi siempre	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	
De 25 a 40		24,3%	7,5%	33,9%	0,0%	65,7%
De 41 a 60		8,8%	2,5%	20,5%	0,0%	31,8%
(en blanco)		1,3%	0,0%	1,3%	0,0%	2,5%
Total general		34,3%	10,0%	55,6%	0,0%	100,0%

Tabla 3-15: En el noticiero que usted ve, ¿Percibe la presencia de la mujer?

Tabla 15.3: En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer?

De los resultados de esta tabla podemos evidenciar que el 55% de los encuestados del grupo de 25 a 41 años y de 41 a 60 años creen que la mujer siempre está presente en los noticieros que ellos ven, el 35% creen que sale casi siempre y el 10% creen que las mujeres ocasionalmente salen en los noticieros.

¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

Cuenta de ¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?	Etiquetas de columna					Total general
	Etiquetas de fila	Casi siempre	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	

De 25 a 40	29,3%	1,7%	16,7%	18,4%	0,0%	66,1%
De 41 a 60	13,0%	1,7%	7,1%	9,6%	0,0%	31,4%
(en blanco)	1,3%	0,0%	0,8%	0,4%	0,0%	2,5%
Total general	43,5%	3,3%	24,7%	28,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-16: ¿Considera que, a partir de lo que ven los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

Tabla 3-16: ¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

De los resultados obtenidos en esta tabla podemos analizar que el 45% de los encuestados de ambos grupos, creen que la mujer casi siempre es valorada en su trabajo en igual medida que los hombres. El 30% creen que siempre es valorado, el 20% creen que es ocasionalmente valorado y solo el 5% creen que nunca es valorado.

8 ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

Cuenta de ¿Con que frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?						
Etiquetas de fila	Casi nunca	Casi siempre	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
De 25 a 40	1,3%	31,1%	11,3%	22,7%	0,0%	66,4%
De 41 a 60	0,4%	12,2%	7,1%	11,3%	0,0%	31,1%

(en blanco)	0,0%	1,7%	0,4%	0,4%	0,0%	2,5%
Total general	1,7%	45,0%	18,9%	34,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-17: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

Tabla 3-17: ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

En los resultados de la tabla 8 podemos evidenciar que el 45% de los encuestados del grupo de 25 a 40 y de 41 a 60 años creen que la mujer hace labores periodísticas televisivas, el 35% creen que siempre las hacen, el 18% creen que la mujer hace actividades periodísticas ocasionalmente y solo el 2% creen que casi nunca las hacen.

9 ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

Cuenta de ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?						
Etiquetas de fila	Casi siempre	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	(en blanco)	Total general
De 25 a 40	3,8%	0,4%	2,1%	59,2%	0,0%	65,4%
De 41 a 60	4,2%	0,4%	1,3%	25,8%	0,0%	31,7%
(en blanco)	0,0%	0,0%	0,4%	2,5%	0,0%	2,9%
Total general	7,9%	0,8%	3,8%	87,5%	0,0%	100,0%

Tabla 3-18: ¿Cree usted que es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

Tabla 3-18: ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

De la última tabla podemos evidenciar que el 85% del total de encuestados de ambos grupos de edades, creen que siempre es importante que la mujer haga presencia en el ejercicio periodístico televisivo, el 8% consideran que es importante que esto suceda casi siempre, el 5% consideran que es necesario ocasionalmente y solo el 2% consideran que nunca es importante.

4.Capítulo: Conclusiones

Basado en los resultados y en los objetivos específicos plasmados al inicio de esta investigación, llegamos a una serie de conclusiones que dan respuesta a la pregunta principal de esta investigación ¿Ha evolucionado el papel, y la representación de la mujer en el periodismo televisivo colombiano?

Para comenzar se debe hablar sobre los principales factores distintivos de los perfiles del consumidor, los cuales los cuales demostraron los primeros visos para reconocer dicha evolución. Estas son sus edades y sus sexos.

-El horario es el factor que menos repercute en la percepción de los televidentes sobre el papel de la mujer periodista en los medios televisivos-.

Tomando como referencia los resultados obtenidos en nuestra encuesta, podemos evidenciar que efectivamente el factor del horario y/o jornada de consumo no influye drásticamente en la percepción de los televidentes hacia la mujer.

Si se observan específicamente los resultados de la pregunta “¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?”, se tiene que principalmente quienes más distinguen a la mujer son las personas que pertenecen a la jornada de la tarde (12:00 p.m. - 6:59 p.m.). Aunque únicamente de los 240 encuestados, 38 se inclinaron hacia esta jornada. En cuestión de porcentaje, el 82% (30) de estos aseguran que siempre (36%- 14) y/o casi siempre (46%- 16) han percibido a la mujer en labores del periodismo televisivo.

Sin embargo, la jornada de la noche (7:00 p.m. - 11:00 p.m.) no cuenta con mucha diferencia. Para ser exactos, de las 186 personas que se inclinaron hacia esta jornada, el 80% (150) de ellas también aseguran que siempre (62-33%), o casi siempre (88- 47%) han percibido a la mujer.

Por último, está la jornada de la mañana (12:00 a.m. - 11:59 a.m.), la cual fue la menos seleccionada por los encuestados (13), aun así, en esta el porcentaje de percepción es más de la mitad, para ser exactos, el 53% de los pertenecientes a esta jornada aseguraron que siempre (38%- 5) y/o casi siempre (15%- 2) han percibido a la mujer.

Como se puede evidenciar, todas las jornadas cuentan con un porcentaje de, valga la redundancia, percepción, mayor al 50%, y tanto la de la tarde como la de la noche son muy similares. Esto permite ver que el horario de consumo no afecta en gran medida la visibilidad de la mujer hacia los televidentes.

Sumado a esto, se debe decir que en los principales noticieros seleccionados por las personas encuestadas (Noticias Caracol, Noticias RCN, y Noticias Uno) en

todas las emisiones se encuentra al menos a una mujer dentro del estudio. Lo que da pie a la siguiente conclusión.

- A pesar de las diferencias generacionales, la mayoría de las audiencias reconocen la importancia y relevancia de la mujer en el periodismo televisivo-.

Aunque la población estudiada durante esta investigación fue segmentada en dos grupos generacionales (mayores de 41 a 60, y menores de 25 a 40), se esperaba que las diferencias entre ambos fueran enmarcadas en los resultados de la encuesta. Pues hay que recordar, como ya se ha mencionado anteriormente en este documento, que esta división se realizó con la finalidad de obtener resultados parcialmente sesgados por las diferencias entre estas generaciones (Millennials, Baby boomers, y Generación x). Recordando también que las principales divergencias entre estas radican en el estilo de crianza y cultura, por un lado, los pertenecientes a la generación mayor (Baby boomers, generación x) responden a un perfil más conservador en comparación a los jóvenes (Millennials).

A pesar de esto, los resultados finales de las encuestas apuntaron que la diferencia generacional no es un factor que influya en la visión de la población sobre la mujer en el periodismo televisivo. Si se toma como referencia la pregunta “¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?” ambas generaciones tuvieron desempeños similares, pues de los 159 pertenecientes a la menor (25 a 40 años) el 95% (152) de estos aseguraron que siempre y/o casi siempre que si es importante la presencia de la mujer. Por otro lado, de los 77 pertenecientes a la mayor (41 a 60 años) el 94% (73) de estos respondieron de igual manera que los jóvenes, lo que comprueba lo dicho anteriormente.

También se puede analizar la pregunta, “¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?” que similar a la pregunta anterior, cuenta con resultados bastante

parecidos en ambas generaciones. En los jóvenes, el 72% (115) afirman que siempre y/o casi siempre que el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres, por su parte, en los mayores el porcentaje no varía mucho, el 71% (55) de ellos se inclinan hacia esta respuesta.

En temas de inclusión se puede afirmar que esta no solamente es reconocida por las audiencias, sino por las mismas periodistas.

-La inclusión de la mujer en el periodismo televisivo colombiano si ha evolucionado, actualmente la labor de la mujer en este ámbito es más reconocida, aunque faltan aspectos por mejorar-.

Como se pudo apreciar anteriormente, para los televidentes y sustentados en una evidencia gráfica, se puede afirmar que la inclusión de la mujer en esta labor es cada vez mayor. Basta con observar las diversas emisiones de los principales noticieros para darse cuenta de que la representación de este sexo es cada vez mayor.

También se puede tomar como base argumental los testimonios de las periodistas entrevistadas a lo largo de esta investigación. Hay que recordar que, aunque ellas no afirman que exista una inclusión plenamente establecida, reconocen que con el paso del tiempo este proceso ha evolucionado poco a poco. Como por ejemplo la periodista Claudia Palacios, quien aseguró que la participación de la mujer en el periodismo televisivo ha incrementado con el paso del tiempo, sin embargo, aún falta mayor participación de esta en cargos directivos. O, por otro lado, Silvia León, quien comentó que aún existe cierto sesgo dentro de los medios al momento de seleccionar a sus periodistas.

“Creo que nos falta mucho, todavía aquí se busca que la niña que tiene el cabello churco, se lo planche, o el hombre que tiene unos kilitos de más

pues trata de que no salga o tratar de ajustar como el encuadre, para qué no se vea tanto”. (León, 2022).

Por parte de los encuestados, se puede tomar como referencia la pregunta que dicta, “¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?”. Como resultado de las 240 respuestas obtenidas, se contempla que el 72% (173) de estas señalan que siempre y/o casi siempre el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres. Por esta razón podemos afirmar que la labor de la mujer en el periodismo televisivo ha evolucionado.

-Las mujeres captan la desigualdad y brecha entre géneros que se da en el ámbito periodístico televisivo más que los hombres-.

Con base a las entrevistadas y los puntos de partida que utilizamos en el marco teórico para el desarrollo de esta investigación, se pudo evidenciar que a pesar de estar en una época actualizada en el cual la tecnología, la información y la educación han permitido un avance en el desarrollo del pensamiento crítico de la sociedad colombiana en el que existe un reconocimiento sobre los derechos humanos y la equidad de género en el ámbito laboral, las mujeres periodistas son víctimas de estereotipos y pensamientos machistas en el canal de televisión donde trabajan.

En esta investigación se pudo identificar que la desigualdad de género se da en casos como la discriminación por el físico en el que no les permiten tener su cabello de forma natural a la mujer periodista/ presentadora. También la discriminación en la libertad de expresión en el cual los hombres con cargos superiores no le permiten a la mujer periodista ser parte de tomas de decisiones dentro del medio de comunicación al que trabajan.

Por otro lado, se considera que hay un avance en la integración de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo en Colombia en los últimos años tomando como punto de comparación el inicio del periodismo en Colombia y el papel de la mujer en esta profesión el cual se evidencia que al integrar a la mujer en el periodismo televisivo trajo nuevas y novedosas ideas para la época en el desarrollo de investigaciones y temas relevantes en la sociedad, en el cual se le dio un protagonismo a la mujer para ser parte de la presentación de noticieros y creación de noticias. Esto generó que expandiera la formación de más periodistas mujeres y creando un factor negativo en el cual se disminuyen las oportunidades de ser parte de un canal de televisión.

Por esta razón, podemos concluir que la labor periodística de la mujer si ha evolucionado con el tiempo.

Anexos

Anexo A) Transcripción de la entrevista a la periodista Claudia Palacios (nacional) Fecha de la entrevista: 3 de noviembre de 2021

1. ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Rta: Habría que definir qué entendemos por inclusivo, porque si se trata de que hay suficientes mujeres reporteras, presentadoras, pues sí, hay muchas, las salas de redacción tienen muchas mujeres y hoy en día hay muchas mujeres en fuentes que antes eran más masculinas o para mujeres cuando ya tenían mucha trayectoria como las fuentes de política, economía incluso o de temas de orden público y de judiciales, en ese sentido sí, pero...

También hay que hacer un análisis para responder esa pregunta de quienes están dirigiendo los medios de comunicación, y a excepción por ejemplo de Revista Semana con Vicky Dávila, de los espacios que tiene Diana Calderón en Caracol, que ella antes era directora de todo el sistema informativo y ya solamente tiene dos espacios puntuales, de lo de Yolanda Ruiz en la FM, pues realmente los grandes medios están dirigidos por hombres, y muchos de ellos todavía por hombres que tienen como esa visión a la antigua del periodismo en la que los temas de género no caben mucho o no se entienden mucho.

En todo caso yo creo que ha habido una evolución, yo pues en mis 25 años de carrera lo he visto, antes muchas mujeres querían ser periodistas porque querían ser presentadoras de televisión, y consideraban que eso era hacer periodismo, cuando no es así, no todas las presentadoras eran reporteras y realmente

periodistas, sino solamente mujeres que registraban muy bien en cámara y que por eso tenían esa posición, eso ha ido desapareciendo, si uno se fija incluso mujeres como Vanesa de la Torre que por ejemplo renunció Caracol a pesar de estar presentando, ponerse a hacer radio, pues eso ya indica que hay otro interés distinto del aporte que las mujeres le quieren hacer al periodismo y que no están dispuestas a ser vistas solamente como los rostros o la imagen.

Entonces creo, que decisiones como esas, que es una entre varias, apoyan o ayudan a que el periodismo sea integralmente más inclusivo, o sea que no solamente se den los espacios para las mujeres en las posiciones como de troperas sino también en posiciones directivas.

2. ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?

Rta: Yo no puedo decir que he vivido discriminación por ser mujer en este cargo así de una manera muy categórica porque también por el hecho de ser mujer, he tenido oportunidades que hombres de mí misma edad, con mi mismo back groom no tuvieron, es decir, precisamente lo que decía antes, que por ejemplo en televisión se aprecia todavía pero mucho más antes, que los que salían a cámara respondieran pues a esas estéticas convencionales que yo tengo, entonces yo tuve la oportunidad de ser presentadora desde muy joven, a pesar de que eso no era lo que yo estaba buscando y a pesar de que ni siquiera me lo imagine ni nada, pero se me abrió esa puerta precisamente porque registre bien en cámara y mi jefe pues vio talento en mí para darme ese trabajo.

Seguramente compañeros míos hubieran querido la misma responsabilidad, pero no los tuvieron en cuenta porque no tenían la cara angelical que digamos cautivara a la gente al salir en la pantalla, entonces ahí ha habido un sesgo de género, que a mí me ha favorecido y que ha desfavorecido a colegas hombres, eso yo lo tengo que reconocer. Obviamente, pues mi permanencia 25 años en esto, no se debe solamente a que yo tenga un buen registro ante las cámaras, mantenerse es

retador y sobre todo mantenerse cuando la gente cree que uno está ahí simplemente porque es bonita, entonces, por supuesto que desde el día 0 también asumí el reto de demostrar que no estaba ahí solo por ser bonita y que yo tenía una carrera por construir y mucho que aportar al periodismo.

Pero también puedo decir que digamos, hay temas o ha habido más bien reuniones en las que he sentido que cuando hay un grupo mayoritario de hombres y por ejemplo hombres, en posiciones de poder, con periodistas que también están en posiciones jerárquicas elevadas, mi voz no es tan escuchada, y pues yo me pregunto ¿Por qué? Y la respuesta siempre ha sido pues debe ser porque soy mujer, o porque soy más joven que todos ellos porque lo que yo tengo por decir es igual de importante, en fin, entonces sí ha habido algunas situaciones ahí, escasas, pero si las ha habido.

3. ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años, con el paso del tiempo?

Rta: Pues yo no sé qué entiendes tú por el periodismo femenino, la verdad... No sé si te refieres a la participación de las mujeres en el periodismo o si estás hablando de que hay temas periodísticos específicos de mujeres, o si estás hablando de que hay enfoques de mujeres para cualquier tipo de temas. En todo caso, pues tratando de darte una respuesta amplia, pues lo que creo es que definitivamente cada vez hay más mujeres que se comprometen con el periodismo integralmente, como decía antes, que no están ahí solo porque quieren ser presentadoras de noticias y ya, sino que realmente quieren investigar, hacer reportería, analizar, cuestionar y pues eso por supuesto es una evolución que se ha dado en las últimas décadas.

4.¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios televisivos?

Rta: Para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios, pues hay que seguir, digamos, no hay que desfallecer, hay dificultades por supuesto, además los cargos en periodismo son pocos y sobre todo son pocos los que son bien remunerados, entonces también es muy difícil persistir cuando seguramente a la mayoría de las personas les toca soportar muchos años de jornadas de trabajo muy extensas que incluyen además porque el periodismo es así, fines de semana, noches y sobre todo cuando la mujer ya decide casarse, tener hijos o si no lo decide pero lo hace, entonces ya es más retador para ella poder responder a esas jornadas que sacrifican mucho el tiempo con la familia, pero...

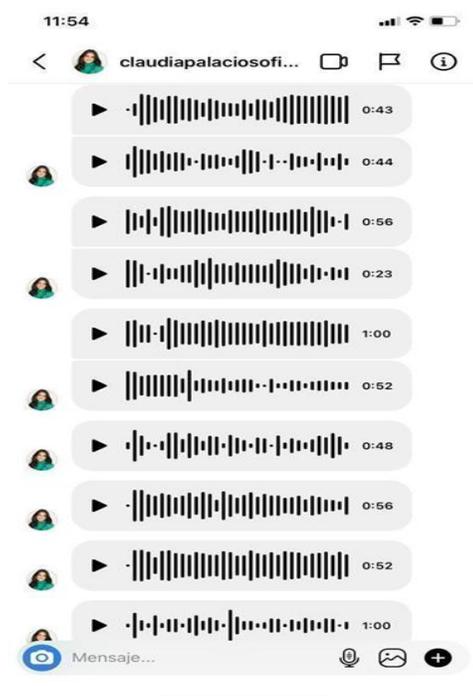
Creo que de todas maneras hay que persistir, hay que tomar modelos a seguir, hay muchos en el periodismo, ya de mujeres tanto aquí en Colombia como en otros países, que han podido que son mujeres integralmente satisfechas en sus diferentes roles y que hemos contado nuestras historias, yo me incluyo entre ellas, entonces hay que persistir, pero yo creo que el reto que no es solamente para las mujeres sino también para los hombres periodistas es realmente hacer periodismo, y eso es realmente muy difícil porque la verdad, la preparación en las escuelas de periodismo es muy pobre, porque la juventud ya no tiene un buen uso de la herramienta fundamental que es el lenguaje, la capacidad de análisis, de crítica y más bien por ahí es que hay que reforzar o hacerse fuerte.

5. ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?

Rta: Y sobre la última pregunta tampoco tengo claro que es lo que quieres decir, porque que si considero importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos, pues o sea, eso ya está pasando, ya ha pasado, no sé si te refieres a mujeres dirigiendo, pero bueno, de nuevo trato de dar una respuesta

genérica, pues es que la participación de la mujer es importante en cualquier ámbito, somos el 51% de la población, por lo tanto debemos tener una representación por lo menos proporcional, en todos los ámbitos de representación, de poder, ya sea desde la junta del edificio hasta la presidencia de la república, obviamente pasando por los medios de comunicación porque las mujeres nos ocupamos de darle una mirada distinta a los temas.

Y esa mirada distinta que damos pues tiene mucho que ver con nuestra historia, que somos más dadas al cuidado porque así nos han cuidado, no porque tengamos un talento que los hombres no tienen, sino que lo hemos desarrollado porque así es un mandato de la sociedad que nos dice que las mujeres estamos para cuidar y eso es una habilidad, una fortaleza, al aplicarlo a un consejo de redacción, a escribir una noticia, a hacer una entrevista, pues tiene mucho valor y eso no se puede desaprovechar y lo importante es que haya diversidad de puntos de vista, los de los hombres también son muy importantes pero, solo los de los hombres no van a seguir dando un panorama completo de lo que es la realidad por eso se necesitan más puntos de vista de mujeres y de otros géneros.



Evidencia de la entrevista a la periodista Claudia Palacios

Anexo B) Transcripción de la entrevista a la periodista Rocío Chica Betancourt (nacional) Fecha de la entrevista: 26 de febrero de 2022

1. ¿Qué te llevó a estudiar periodismo?

Desde niña me sentí muy atraída por los medios de comunicación, inicialmente leía los titulares en el periódico El Colombiano, mis papás eran paisas y era el periódico que se leía en casa, por ende todo el tiempo sabía que pasaba con las noticias, pero después descubrí en los noticieros de televisión un gusto que aún mantengo, voces e imágenes de personajes que ya no existen en la pantalla (Efrain Camargo Ruiz, María de la Paz Jaramillo, Hernán Castrillón) y me repetí una y otra vez que quería salir en TV.

2. ¿Tu familia estuvo de acuerdo?

Este cuento lo echo siempre porque me parece divertido pero real, desde que se me ocurrió decir que iba a trabajar en TV mi papá se opuso, en realidad decía que el trabajo en tv era para reinas, modelos o personas con mucha palanca política y yo ni lo uno ni lo otro. En realidad, no entendía mucho la negación, pero sabía que no iba a ser fácil trabajar en medios y menos nacionales.

A mí padre lo secuestró el Eln hace 32 años y actualmente es N.N. forma parte de los desaparecidos del país, debido a eso comencé a estudiar comunicación sin que nadie se opusiera. Fui de buenas y desde que salí de la universidad y hasta ahora solo he trabajado en TV nacional. Quisiera de veras que en donde sea que esté

mi papá sepa que su vaticinio con tintes fatídicos nunca se hizo realidad y que al contrario he tenido la suerte de trabajar en todos los noticieros del país.

3. ¿Alguna vez pensaste que estudiarías esta carrera?

Toda mi vida pensé en esto y jamás pensé en estudiar otra cosa, insisto, siempre tuve claro que quería salir en tv y hasta el sol de hoy para mi fortuna y pese a que muchas otras profesiones han llenado la pantalla incluidas modelos y reinas yo he sido de buenas y gocé de mis momentos y del servicio que por obra de los medios puede uno entregar a la comunidad.

4. ¿Qué consejo le darías a los jóvenes que quieren estudiar periodismo?

No es fácil, quizás repetiría la frase de mi papá, es una profesión de pocos que requiere entrega y servicio y que es cada vez más difícil en medio de la polarización, el rating y los intereses que no se puede desconocer manejan a los grandes medios.

Preguntas laborales:

1 ¿Qué es lo que más te gusta de esta profesión?

Me gustan muchas cosas, la cercanía con la comunidad y la visibilidad que podemos hacer de sus problemas, el poder hacer historias y de paso transformarlas, el llegar a sitios donde pocos llegan y conocer de cerca la realidad del país y de paso convertirse en la voz de los que no tienen voz.

2 ¿Qué es lo que menos te gusta de esta profesión?

El tiempo que es una medida implacable en todos los medios más aún en tv que es exigente con eso y no hay espacio suficiente.

Los intereses que se manejan en los medios y que en ocasiones no permiten el manejo de determinados temas o el manejo que se le da a los que interesan a las organizaciones.

Las dificultades con algunos temas para que sean visibles porque son descartados inmediatamente por locales o porque no suenan interesantes para los medios capitalinos.

3. Cuéntanos de una anécdota que te haya sucedido en tu trabajo como periodista.

Muchas, secuestros, retenciones, balaceras, derrumbes, volcamientos, accidentes, olvidos de material, cassettes borrados, perdidos, embolatados, luces fundidas, material borrado y perdido. Pasa de todo a diario y también al aire en las emisiones, errores de dicción, equivocaciones, metidas de pata. Es constante y de paso normal, sacar adelante un vivo es complicado siempre.

4 ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Es inclusivo a veces y a veces no. Y eso tiene cosas buenas y a veces no.

Antes se peleaba porque muchas profesiones que no son comunicación estaban en los medios. Ahora youtubers, o cualquiera que tenga celular inteligente hace las veces de periodista, sin delicadeza, sin ética, sin pruebas y muchas veces con conveniencia.

Es una lástima porque hemos mejorado en muchas cosas, pero hemos dejado de lado otras que para quien estudia esto con dedicación son o deben ser importantes.

5 ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?

No me he sentido discriminada, por el contrario, para mí particularmente ha sido fácil, pero se dé la discriminación, de la predilección de algunas fuentes por determinados medios, se también lo que es que suban a determinados medios de transporte (aviones o helicópteros) a solo un canal, pero son cosas con las que se debe aprender a convivir en un medio donde la noticia es prioridad.

6 ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años con el paso del tiempo?

Ha evolucionado en algunos aspectos, pero considero que aún la apariencia sigue siendo un punto de referencia para algunos, por eso los canales siguen llenos de reinas y modelos relegando a chicas preparadas y profesionales que merecen espacio.

Hay más mujeres obviamente porque hay más productos y espacios y redes, pero muchas de ellas no son periodistas y es un espacio que debería ser cubierto por personal preparado, conocedor que confronte fuentes y vaya más allá de una sonrisa o un destape. Tenemos espacio y evolución, pero aún nos falta apropiarnos.

No es solo ganar un espacio igual frente a los hombres, es también frente a estereotipos de belleza, que deberían en cambio ser llenos con personal preparado, ético y absolutamente comprometido que es lo que requiere este tipo de profesión.

7 ¿Cómo cree usted que es vista la mujer en el periodismo televisivo por las demás personas?

Como en todas las profesiones hay referentes de credibilidad, de trabajo, de confrontación de fuentes y también de desbalance, interés y parcialidad. Pero considero que no solo es un problema de mujeres, también de los hombres en el medio y de los medios a los que se representa.

8 ¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios televisivos?

Creo que hace falta preparación, estudio, academia y compromiso, esta es una profesión que necesita sacrificio, no tiene horario, tiempos o lugar. La noticia requiere entrega profesional y diligente, evaluación, confrontación de fuentes y criterio además de fuertes dosis de corazón y razón. Es un todo que requieren los que estudian esto.

9 ¿Cree usted que los estereotipos que vienen desde generaciones atrás afectan el cómo son vistas las mujeres en la actualidad?

Los estereotipos quizás pienso que aún venden, el destape, la belleza o la apariencia aún son las que mandan la parada en los sets de presentación, pero ya hay más paso a mujeres y hombres reales que son versados, fluidos, interesantes e inteligentes que presentan la noticia con magia y logran llenar la pantalla. Se avanza despacio, pero hay mayor diferencia y personajes de otras características en la TV.

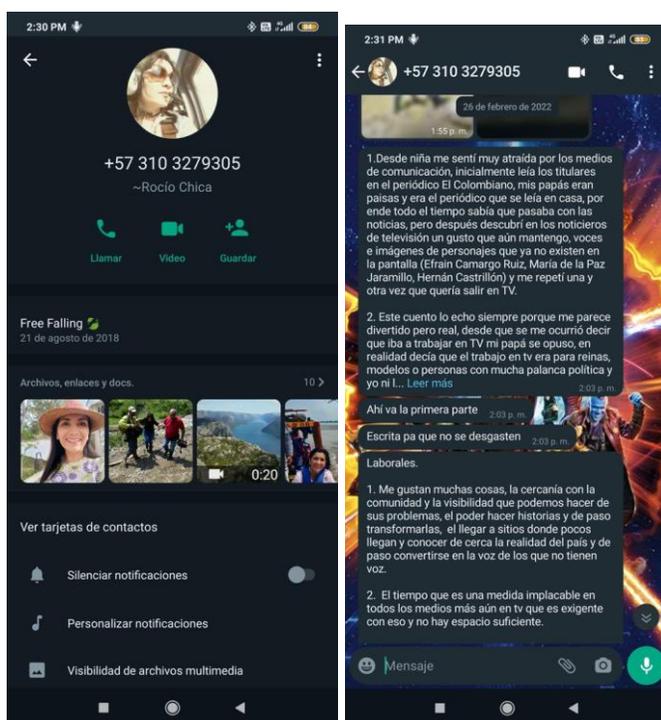
10 ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?

Es una visión diferente la de las mujeres, sin sesgar la sensibilidad masculina. Hay grandes narradoras, escritoras y presentadoras que hacen un trabajo ecuánime y comprometido. Pero también hay quienes dividen y polarizan, en el medio se ve de todo como en botica y probablemente habrá gustos para todo. Es respetable, pero genera controversia.

11. Si pudiera cambiar algo del periodismo televisivo en Colombia, ¿Qué sería?

El periodismo ha tenido una gran evolución en los últimos 60 años de la tv en el país, cambios drásticos en cuanto al lenguaje, manejo y producción, muchos olvidan o desconocen que hace años había más de dos canales y solo dos noticieros sin contar a CM&, había otros puntos de vista y más pluralidad informativa. Pero avanzamos en productos, inmediatez y puntualidad para estar en miles de lugares donde se produce la noticia. Eso es importante. Pero, retrocedemos en ceder espacio a gente que desde las redes desinforma, se cree periodista y genera controversia.

Ante eso, solo nos resta prepararnos, conocer, estudiar y sobre todo crear canales propios, unirnos como gremio y preparar productos o conceptos que respeten y dignifiquen el privilegio de ser comunicador, reportero y sagradamente periodista, porque para esto se necesita ser buena persona y servir y ese espíritu no lo tienen todos.



Evidencia de la entrevista a la periodista Rocío Chica

Anexo C) Transcripción de la entrevista a la periodista de farándula Lenix Ramírez (regional) Fecha de la entrevista: 4 de noviembre de 2021

1. ¿Qué te llevó a estudiar periodismo?

Rta: Salí del colegio San Pedro y allá hacían unos talleres de formación en periodismo y me acuerdo de que llevaba a Fercho Peña que era en ese momento como uno de los locutores Stop de la ciudad y con él empecé como mis primeros pinitos en temas de periodismo y de investigación. Entonces desde ahí como que se me despertó ese tema del periodismo y me empezó a gustar y empecé como encarretar con la profesión.

2. ¿Tu familia estuvo de acuerdo?

Rta: Mi papá absolutamente, de hecho, él fue el que me pagó la carrera, mi mamá no jaja.

Mi papá era enloquecido siempre con sus periodistas, él era una persona que le encanta escuchar radio, periodismo radial y cuando yo le dije que estudiar periodismo fue el que más me apoyó y te repito fue él que me pagó la carrera. Mi mamá no estuvo en desacuerdo, pero tampoco era la más convencida, ya después más adelante la logré convencer, pero en teoría mi papá fue el que siempre estuve acuerdo, que era el único de la familia de hecho que más estaba el día del periodista que se acordaba que era el día del periodista, aun cuando yo era una estudiante, él era el que siempre me apoyaba y estuvo pendiente de eso.

3. ¿Alguna vez pensaste que estudiarías esta carrera?

Rta: Sí, sí, la verdad sí. Yo tenía en mi cabeza estudiar psicología o periodismo Y definitivamente me incliné obviamente por el periodismo y afortunadamente lo hice.

4. ¿Qué consejo le darías a los jóvenes que quieren estudiar periodismo?

Rta: Uno se ilusiona mucho con el tema del periodismo, entonces por ejemplo si yo soy amante de los deportes, me ilusione que quiero llegar a ser un periodista deportivo, que quiero llegar a ser un periodista de política e incluso que quiero llegar a ser un periodista judicial, cuando tú te enfrentas a la realidad de los medios locales, regionales o nacionales, te das cuenta que tienes que tener la habilidad para responder frente a cualquier sección que te asignen.

Porque tú llegas a un medio, te presentas como en Vanguardia, te dicen, bueno hay cabida en la sección política, lo tomas o lo dejas y resulta que a ti te gusta es el deporte, entonces tú tienes que estar preparado que el periodismo se ejercen diferentes ámbitos independientemente de cuál sea el fuerte que tú vayas desarrollando a lo largo de tu carrera. Entonces el periodismo no es simplemente una moda ni una goma de que quiero estar de pronto frente a una cámara, porque posiblemente nunca lo hagas, posiblemente te quedes en prensa escrita y una cámara o encanta escribir y quiero ser periodista siempre de prensa de prensa y nunca estés frente a una cámara o que te encanta escribir y quiero ser siempre periodista de prensa y resulta que la vida te dé una vuelta y te mandó hacer periodismo frente a cámaras, entonces el periodismo tiene esa versatilidad, que no te deja encasillar, que además es lo que hace bonita esta carrera y te enamora de ella, que tienes que enfrentarte a muchas, no solo obstáculos sino a diferentes retos que te hacen mucho más fuerte.

Preguntas laborales:

1. ¿Qué es lo que más te gusta de esta profesión?

Rta: Me encanta que todos los días conozco gente, yo soy una persona muy social, me gusta conversar con muchas personas y todos los días estoy conociendo constantemente personas, eso es lo bonito de la profesión, tengo la habilidad de saber escuchar a las personas y creo que eso es uno de los dotes o dones que más he desarrollado, así que me encanta esa interacción con la gente, creo que es

lo que más me gusta de mi carrera, además que me ha llevado a conocer lugares y personas que nunca imaginé conocer, el periodismo realmente es una bendición para la vida de las personas, en mi caso para mí es una bendición, amo lo que hago, amo mi carrera, amo el descubrir todos los días cosas interesantes y nunca perder esa capacidad de asombro que me despierta el ser periodista.

2. ¿Qué es lo que menos te gusta de esta profesión?

Tal vez los horarios, tú no tienes un horario de oficina donde soy periodista de 8 a 12 y de 2 a 6, tú realmente eres periodista tiempo completo, de hecho, los turnos acá tú puedes descansar un solo día a la semana, pero pues por ejemplo yo soy la periodista de farándula y entretenimiento y a mí se me muere Vicente Fernández un domingo o un sábado que no estoy de turno a las 5 o 6 de la mañana, yo tengo que tener esa capacidad de reacción para poder informar desde Vanguardia y desde mis redes sociales la noticia, entonces el periodista nunca tiene horarios, creo que eso es difícil porque a veces sacrificas muchos espacios personales o familiares por estar dedicada a tu profesión.

3. Cuéntanos de una anécdota que te haya sucedido en tu trabajo como periodista.

Muchas, muchas, yo comencé acá siendo periodista de la página nacional cubría nacional e internacional, duré dos años cubriendo esta fuente, yo ya llevo hoy diez años en vanguardia y después me pasaron a farándula cuando yo conocía absolutamente nada de la farándula, de hecho, para mí difícil que yo decía que esto es una fuente que realmente la gente, pienso que no le pone mucha atención y la calificaban como la mayoría de la gente de periodismo *light*, obviamente me doy cuenta y ya sé que esto de *light* no tiene absolutamente nada y llegué ese día a mi

casa medio aburrida y le dije a mi mamá, mamá, me ofrecieron pasarme de nacional a internacional a cubrir la gente de espectáculo y de farándula, y la respuesta de ella fue, menos mal hija porque ahora sí la voy leer jajaja.

Resulta que esta es una de las fuentes más leídas y yo preocupada porque en farándula nadie me iba a prestar atención y fue totalmente contrario, creo que fue una de las sorpresas más bonitas que me llevé y dicho en boca de mi mamá así que eso fue divertido y me llenó de ese impulso y me dio esa fuerza que necesitaba para confirmar que quería pasarme a cubrir una fuente como es espectáculo, que me encanta que estoy absolutamente bendecida y agradecida con la vida de haber llegado a esta sección.

4. ¿Consideras que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Rta: Muchísimo, muchísimo. Si tú te das cuenta, haciendo un recorrido por los canales nacionales y regionales, en estos momentos hay muchas mujeres trabajando en periodismo y no solamente en periodismo de entretenimiento, en periodismo deportivo. Me encantan las mujeres en el deporte, me parece que tienen una habilidad, una sensibilidad que yo no tengo yo soy pésima, yo soy pésima para el tema de deportes. Pero tú las ves en diferentes ámbitos, cubriendo incluso hasta orden público, qué es una de las fuentes más complejas, dónde tienes que estar con los cinco sentidos, pues alerta como con todo y pienso que sí que en este momento el periodismo televisivo es bien inclusivo.

5. ¿Alguna vez has vivido discriminación por ser mujer en este campo?

Rta: Jamás. Nunca, nunca. No puedo decir que me ha visto relegada a algún tipo de trabajo por ser mujer nunca.

6. ¿Consideras que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años, con el paso del tiempo?

Rta: Sí, sí, sí, cada vez somos más, cada vez somos más las mujeres entre los medios de comunicación, para la muestra de un botón mira Vanguardia, lo dirige una mujer, nuestra directora es Diana Saray Giraldo, hasta hace un par de meses la directora del Colombiano era Martha Ortiz, la Opinión de Cúcuta creo que también lo dirige una mujer, Claudia Gurisatti es la directora de NTN24, y así sucesivamente si tú coges los medios nacionales y regionales, te darás cuenta que incluso, ah mira, la propia Vicky Dávila que está con Semana, el periodismo está básicamente muy fortalecido desde las direcciones de mujeres.

7. ¿Cómo crees que es vista la mujer en el periodismo televisivo por las demás personas?

Rta: Yo creo que eso ya es un tema indiferente, yo creo que la gente no selecciona, ay la directora es una mujer, es un hombre, la gente ya se sesga más por la información que de un medio, por el trabajo juicioso que pueda hacer un medio de comunicación informando los temas que incluso si está dirigido por un hombre o una mujer.

8. ¿Qué crees que hace falta para que la participación de la mujer este presente en todos los medios televisivos?

Rta: Oye, yo creo que no hace falta nada, o sea, uno tiene que demostrar la pasión por lo que por lo que se hace. Yo miro el ejemplo de esta chica de RCN, la de deportes, no me acuerdo el nombre. Te lo digo la monita, ella comenzó siendo una chinita con una voz terrible y RCN, Andrea Guerrero se llama ella y RCN le dio la oportunidad desde muy pequeña de estar frente a la pantalla manejando el tema deportivo.

Yo creo que ese es un ejemplo muy bonito, porque la recuerdo que era feíta, no era muy agraciada su voz, no era la mejor y si tú la miras hoy es una periodista súper reconocida importante con la credibilidad enorme en todo el tema deportivo. Y yo pienso que uno tiene que mostrar pasión y la entrega por lo que hace, creo que también es un poco lo que a mí me ha pasado aquí en Vanguardia. Yo poco a poco he ido creciendo y demostrando que amo mi fuente, que sé hacer muy bien mi trabajo y que hay cosas que uno no hace aprendido, que hay cosas que uno va desarrollando a medida de los años y de la profesión y solo esa experiencia es la que te va dando como el crecimiento donde tú vas demostrando cada vez más tu potencial. Entonces yo creo que con que demostramos que no solamente por las mujeres, las mujeres y los hombres, yo pienso que aquí ya no es un tema de sesgo, no sé, porque tu entrevista va tan sesgada al tema de la mujer, no sé si ese es el enfoque de la entrevista, pero si tú me preguntas yo no siento discriminación.

Yo siento que la mujer tiene un espacio muy grande, que hemos demostrado ampliamente nuestras habilidades en temas periodísticos e incluso en temas puntuales de investigación, las mujeres somos supremamente hábiles en investigación, aquí tuvimos una periodista que se llama Yineth Prieto, no sé si la conociste, ella ahora pasó a dirigir la Silla Santander, la Silla Vacía y ahora está en la Silla de Bogotá, un medio además dirigido por Juanita León.

Ahorita la directora general de la Silla Vacía es Juanita León y mira qué es que los grandes medios están en cabezas de mujeres, entonces yo siento que en ese momento no hay discriminación en temas de mujer para trabajar en periodismo, la verdad.

9. ¿Crees que los estereotipos que vienen desde generaciones atrás afectan el cómo son vistas las mujeres en la actualidad?

Rta: Tal vez antes sí, pero no solamente en temas de periodismo, mucho antes, pues siempre ha habido, ha existido una discriminación más marcada en temas de todos los temas con la mujer, incluso desde el voto, pero yo pienso que las cosas se están igualando de cierta manera, la verdad es que no veo esas diferencias.

10. ¿Consideras importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos? ¿Por qué?

Rta: Absolutamente, nosotras las mujeres si tenemos una agudeza y un tacto, que no estoy diciendo que no lo tengan los hombres, pero no todos los hombres tienen esa esa perspicacia por llamarlo de alguna manera o esa agudeza para encontrar ciertas sensibilidades y hoy en día el periodismo se fortalece mucho de historias, de contar historias de la gente común y las mujeres tenemos como esa esa capacidad de hilar fino para encontrar y ver cosas a veces donde los hombres no las ven.

11. Si pudieras cambiar algo del periodismo televisivo en Colombia, ¿Qué sería?

Rta: No, paso. No creo en este momento que cambiaría algo. Sí me acuerdo por el camino, te digo. Pero en este momento, creo que hoy somos el resultado de un trabajo muy juicioso que se ha hecho de manera periodística, el periodismo en Colombia es un periodismo muy fuerte, es un periodismo fortalecido, es un periodismo que trabaja de una manera además transnacional, con entidades de prensa como consejo de redacción que hace investigaciones periodísticas brutales, impresionantemente buenas, de todo el mundo, que involucra precios de todo el mundo, hombres y mujeres. Yo tuve la oportunidad de trabajar con consejo de

redacción y por eso te hablo de esto. Así que hoy somos el resultado de un trabajo muy juicioso que se ha venido haciendo a lo largo de los años.



Evidencia de la entrevista a la periodista Lenix Ramírez

Anexo D) Transcripción de la entrevista a la periodista Silvia Becerra (regional) Fecha de la entrevista: 10 de noviembre de 2021

1. ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Rta: Bueno pienso que en Colombia se está iniciando el tema de inclusión, aún falta todavía muchísimo, yo creo que no solo en la televisión sino en muchos campos. No es una mentira que todavía para el tema de televisión se busca una mujer bonita, se buscan mujeres que físicamente sean agradables al televidente. Obviamente pues también se mira que sea una persona que tenga talento, que tenga proyección en el programa o en el proyecto que vaya a trabajar.

Pero creo que aún falta, aunque se está trabajando en eso. Creo que el mundo también y la misma globalización lo está lo está pidiendo, que Colombia se abra a diferentes tipos de mujeres no sé, altas, bajitas, blancas, morenas, personas con discapacidad, o sea creo que eso no limita para que una persona pueda estar en televisión para que pueda ser talentosa o talentoso creo que así se va por buen camino, pero pues aún hace falta.

2. ¿Alguna vez ha sufrido discriminación por ser mujer en el campo?

Rta: Personalmente nunca he vivido ninguna discriminación en televisión por ser mujer. Antes todo lo contrario, creo que el ser mujer me ha abierto muchas puertas, digamos el hecho de trabajar y de prepararme. Si creo que no ha sido digamos como un limitante para poder crecer y evolucionar en la televisión.

3. ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años con el paso del tiempo?

Rta: Claro que sí, pienso que el periodismo femenino ha evolucionado. Digamos que antes de pronto el tema de presentación, la persona que estaba en televisión pues se buscaba una mujer muy bonita. Ahora no, digamos que ahora hay gente mujeres muy preparadas, grandes periodistas en Colombia que son mujeres y son un referente en el tema político, en el tema de investigación, entonces pienso que, si ha evolucionado muchísimo, las mujeres cada día abarcamos muchos más escenarios no solo en Colombia sino en el mundo, no es una mentira que las mujeres siempre nos preparamos más.

Somos mucho más preparadas que los hombres, pues obviamente sin ser feminista y creo que también tenemos algo y es que las mujeres cuando nos proponemos algo lo logramos, creo que cada día estamos más empoderadas, cada día hay un poco más de igualdad aunque todavía hay una brecha grande, pero se está buscando eso que las mujeres podamos trabajar a la par con los hombres sin menospreciar tampoco el trabajo de ellos porque sabemos que también tienen todas las capacidades para sobresalir, para poder hacer su rol de la mejor manera

Sí pienso que sí ha evolucionado. Ya no se busca solo físico una bonita, ya las mujeres estamos demostrando que estamos capaces, preparadas y estudiadas. Que tenemos diferentes no sé cualidades para para poder desenvolvernos bien en cualquier área que nos pongan.

4. ¿Cómo cree usted que es vista la mujer en el periodismo televisivo?

Rta: Hemos ido mostrando nuestras capacidades y nuestro talento hay grandes mujeres periodistas en Colombia entonces creo que la gente ya ve cómo ese trabajo, tenemos credibilidad, pero también hay cierta parte de las personas que creen, un ejemplo, yo les pongo mi ejemplo, yo trabajo en la sección de entretenimiento, en el caso del canal nosotros no manejamos del entretenimiento como farándula sino como cultura, arte, artistas, música, impulsar talentos. Pero muchas veces la gente cree que esa sección de farándula y entretenimiento es

para reinas para modelos, que no importa el talento entonces es como “ay esa sección es fácil esta sección es para eso es para modelos para reinas”.

Ha sido difícil de pronto cambiar ese chip y decirle a la gente que esto también tiene trabajo, esto también tiene dedicación, esto también tiene tal. Pero pienso que poco a poco uno también va mostrando su capacidad su talento. En mi caso la gente sabe mi trabajo, lo que hago y trato siempre de mostrarlo y demostrarlo que no es solo una cara puesta en el televisor, sino que detrás de esto hay horas de dedicación, hay trasnochos.

5. ¿Cree usted que los estereotipos que vienen desde generaciones pasadas afectan el cómo son vistas en la actualidad?

Rta: Sí creo que los estereotipos nos han afectado y de esa manera pues digamos que retomo la pregunta anterior las 7 y es que tengamos en mi caso es eso tenemos la sección de farándula y entretenimiento de todos los noticieros años anteriores era la mujer bonita la reina de la modelo y la gente se quedó con eso en la cabeza entonces la gente todavía aún cree que esas secciones “ay no esa sección es fácil, esa sección es solo para modelos ahí, ay no importa el talento simplemente es que tú seas reina, que hayas estado en el medio”.

No es así, ya los noticieros nacionales y los regionales han cambiado ese chip, ya tú ves las presentadoras y es gente super preparada, periodistas vuelvo y digo que ya tienen credibilidad y que ya se vuelve también en referente a nivel nacional en el tema político, social, ambiental. Ya las mujeres tenemos la capacidad también de mover masas, de mover gente de la opinión, de estar en deportes, entonces ya vemos mujeres hablando de fútbol, de cosas que antes no se veían. Pero sí creo que aún falta mucho y que esos estereotipos de antes todavía influyen un poco en el pensamiento de las personas y del televidente.

6. ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?

Rta: Claro que el papel de la mujer en los noticieros es muy importante. Las mujeres le damos ese toque no sé diferente, o sea las mujeres tenemos ese don y esa capacidad de saber manejar los escenarios de también llegar a la gente siendo muy cordiales como con esa familiaridad de pronto con ese amor y esa pasión que tenemos nosotras las mujeres para hacer todo que pronto los diferencian un poco de los hombres. Los hombres de pronto son un poco más barcos, más serios y nosotras tenemos esa capacidad de meterle amor, tanto amor y tanta pasión a nuestro trabajo que yo creo que se ve reflejado en todo lo que hacemos y obviamente pues en la pantalla. por eso también hemos visto ya digamos mujeres dirigiendo no sólo en la pantalla, dirigiendo noticieros a nivel nacional y regional.

En el caso de nosotros tenemos una mujer como gerente de nuestro canal y ha sido increíble porque nosotras las mujeres somos muy organizadas somos muy apasionadas creo que ha sido digamos en el caso de nosotros personalmente en el canal una gran líder que ha llegado a muchas personas, que ha podido socializar, que ha podido abrir como el canal a los diferentes medios hacer alianzas creo que eso lo podemos generar las mujeres. Creo que las mujeres unimos.

7. Si pudiera cambiar algo del periodismo colombiano ¿Qué sería?

Rta: Creo que lo que cambiaría es que a veces en los periodistas se ve mucho, sobre todo en el tema de Colombia que se sesgan hacia un lado, creo que nosotros estamos para informar para hacer el punto neutral para contar la información como es. Desafortunadamente en el periodismo ya se ve entonces que, si tú eres amigo y si tú me das el contrato, si tú yo hablo bien y si no pues entonces me voy a ir en contra. Creo que eso es de las cosas que digamos que cambiaría.



Evidencia de la entrevista a la periodista Silvia Becerra

Anexo E) Transcripción de la entrevista a Silvia Natalia León Siza (regional) Fecha de la entrevista: 26 de febrero de 2022

1. ¿Qué te llevó a estudiar periodismo?

Rta: Me llevó a estudiar periodismo la pasión que yo le veía a mi papá, mi papá es camarógrafo, ha sido corresponsal, reportero gráfico de bastantes medios y pues estuve un poco empapada desde pequeña en ese ámbito, de los medios de comunicación, pues era pequeña, allá en Barrancabermeja, el canal Enlace,

Telepetroléo, Tv3, parabólica, cuando eso había parabólica y también admiraba mucho a Catalina Gómez, desde pequeña, era corresponsal en la franja que salía en Rcn y soñaba en llegar a ser así como ella, sueño en llegar a ser así como ella.

2. ¿Tu familia estuvo de acuerdo?

Rta: La verdad sí, sí estuvo de acuerdo, no pensaban en que fuera la mejor carrera para estudiar aquí en Colombia, pero sí me apoyaron.

3. ¿Alguna vez pensaste que estudiarías esta carrera?

Rta: La verdad no, si les soy sincera, estaba como en mi cuarta opción, porque la primera opción que tenía era estudiar música y luego medicina, pero era como mi tercera o cuarta opción, era estudiar comunicación social pero aquí estoy y es lo que hoy en día me alimenta.

4. ¿Qué consejo le darías a los jóvenes que quieren estudiar periodismo?

Rta: Creo que lo primero que uno debe entender, es que el periodismo no significa que uno es una puerta para volverse famoso, volverse influencer, reconocido o solo presentar. Yo pienso que uno debe estudiar periodismo como una carrera que tenga vocación social, el periodismo es una herramienta muy poderosa, porque donde no fuera poderosa los corruptos no estarían detrás de los medios, dando plata para que cuenten lo que es, lo que no. Pero es una herramienta muy poderosa en manos de buenas personas que cuenten la realidad, o una historia que impacte a los demás en un buen sentido. Debemos tener como la capacidad de saber

analizar un texto, de saber en qué momento callar, y cuál es el modo de pregunta que saque una información que nunca antes había sido escuchada, eso es lo que pienso que es un consejo, que no solo, el periodismo no es presentar sino ser un puente entre comunidad, entidad, comunidad, gobierno, comunidad, autoridad, o también en la misma comunidad, dar a conocer lo que pasa en la realidad.

Preguntas laborales

1. ¿Qué es lo que más te gusta de esta profesión?

Rta: Me gusta mucho la cantidad de personas que uno conoce a lo largo de sus prácticas, en la universidad, cuando usted empieza ya a laborar, no solo personas de la farándula. del entretenimiento, no, personas del común. Hay muchas personas en este municipio, en Bucaramanga o en cualquier parte del mundo que tienen unas historias absolutamente fascinantes y que uno se muere. porque otras personas también se emocionen como cuando uno las está entrevistando, que va a salir esto al aire o a la luz, en alguna crónica o algún reportaje, entonces eso es lo que me gusta, el contacto con los demás.

2. ¿Qué es lo que menos te gusta de esta profesión?

Rta: Lo que menos me gusta es tanta, pues lo voy a decir como abiertamente, como tanta hipocresía entre los propios colegas, en el mismo medio, o esa búsqueda de hacerle daño al otro para poder resaltar en su nota o poder demostrar qué es mejor que otra persona en el área del periodismo, pienso que esta profesión también es trabajo en equipo y si supiéramos trabajar en equipo serían mejores cosas en esta profesión.

3. Cuéntanos de una anécdota que te haya sucedido en tu trabajo como periodista.

Rta: Yo hice mis prácticas universitarias en City Tv y bien o mal, pues uno en este lugar, en estas prácticas, si uno muestra ciertas habilidades, te van dando como la autorización ir al aire, de cumplir el papel frente de reportera, reportera de tránsito y varias cuestiones. Entonces me mandaron a un barrio, mejor dicho, a una localidad, Rafael Uribe Uribe, el barrio no me acuerdo en este momento el nombre, pero nosotros llegamos y fuimos a cubrir una cuestión de alcantarillado, que el agua se rebosaba y por tanta humedad, las casas se estaban agrietando, no era absolutamente nada más y nada menos. Entonces, cuando llegamos, cuando ya terminamos la nota y ya nos vamos a ir, dispararon al aire, entonces la comunidad empezó a decir cómo no, esos son los líderes de aquí, este barrio, es que ese barrio visualmente era como favelas, así como una casa encima de las otras.

Entonces me asusté muchísimo y recuerdo que el conductor me dijo que me agachara, que eso era porque habíamos estado ahí, el de la cámara también estaba todo preocupado. Fue una experiencia que me marcó porque la verdad nunca había escuchado disparos tan cerca y entonces la comunidad dijo: No, toca llamar a la policía, para que los saquen de aquí para que no vayan a pensar algo malo, sino que estaba grabando solo por una alcantarilla que se reboza, entonces la policía ni siquiera entró al lugar. Nos esperó como en una frontera, que nosotros pasáramos y ahí la policía si nos escoltó, hasta fuera, hasta una avenida principal y ahí pudimos salir y a raíz de eso después en una sesión llevaron a algunas periodistas, a algunos practicantes con chaleco antibalas, entonces que una periodista se meta en cualquier hueco, perdóneme la expresión, donde sea que haya una problemática para buscarle alguna solución y aquí entrenos yo si dije porque no viene el acueducto porque los reciben a bala, pero creo que finalmente después de un mes que se pasó la solicitud al acueducto de Bogotá, lograron o arreglar la alcantarilla, pero fue un suceso muy muy como trágico, porque nunca había escuchado un disparo tan cerca.

4. ¿Considera usted que el periodismo televisivo colombiano es inclusivo?

Rta: Creo que nos falta mucho, todavía aquí se busca que la niña que tiene el cabello churco, se lo planche, o el hombre que tiene unos kilitos de más pues trata de que no salga o tratar de ajustarle como el encuadre, para qué no se vea tanto. Ahorita digamos están confiando más en la juventud, entonces ya pronto las personas que en algún momento hicieron esta carrera antes que nosotros, pues los están dejando sin un apoyo económico, por ejemplo no vemos en Colombia, no vemos alguna persona con discapacidad cognitiva, con Síndrome de Down, no vemos a varias personas hasta no sé cómo explicarlo, hasta personas que de pronto se han sentido como discriminadas en algún sentido y no pueden participar del periodismo televisivo y es muy triste porque pues ya en este contexto, en este momento, lo que es inclusivo vale más, aporta más porque demuestran los diferentes personajes, personalidades que tiene el mundo y que de alguna forma se puede identificar con otra persona y eso puede un captar un televidente para que se note y siempre va mirar el noticiero, por ejemplo, pues no estoy diciendo que está periodista, tenga algún problema físico o enfermedad, pero ella tiene, Erika en Caracol, tiene una forma muy particular de dar las noticias y de muy buena manera o mala manera, ha impactado al televidente, entonces si le diéramos esa oportunidad a las personas, como les comento, que la churca que el gordito o de pronto el chico que sabe expresar a pesar de su enfermedad, lo pudiera hacer, esto nos conectaría más con las personas.

5. ¿Alguna vez ha vivido discriminación por ser mujer en este campo?

Rta: Pienso que de pronto voy a fallar si esto como tal es discriminación, pero sí me he sentido como excluida a pesar de que me han dejado presentar y repito que presentar no es solamente hacer periodismo o no está ligado exclusivamente al

periodismo, pero cuando he tenido que presentar, siempre mi cabello es churco, tiene ondas, es largo y parece como una melena de león, pero siempre me he sentido como fastidiada en el sentido de que si tengo que presentar una nota, si tengo que entrevistar a alguien importante, tengo que mandar a plancharme el pelo, me dicen: ¿por qué no te haces la keratina? y me recuerda la historia de Mabel Lara. una periodista que salió de un noticiero nacional, porque justamente esa era una de las complicaciones que tanto le afectaba, porque a uno le termina afectando, el pelo a uno se le vuelve feo, pero pienso que es donde está lo chévere que cada mujer se muestre como es, no como el mismo prototipo de lisa, maquillada supremamente, súper vestida, no ahí es donde está en la variedad, está la belleza y también la belleza puede estar relacionada saber contar historias, con saber hacer periodismo, entonces por esa parte si he sentido que me han dejado de lado, por el tema del cabello, puede sonar absurdo pero si lo he sentido así.

6. ¿Considera que el periodismo femenino ha evolucionado en los últimos 20 años con el paso del tiempo?

Pues pienso que hay mayor participación, no solo a nivel presentación porque ahora se está optando por qué presenten en mujeres, solo mujeres en el sed o mujer y un hombre, pero también la participación de mujeres frente a cámaras dando el paso para sus noticias, pero sabe que no solo a los medios televisivos, me refiero a los medios a los diarios, por ejemplo, diarios regionales más importantes del país, por ejemplo el Heraldo de Barranquilla pues está liderado por Érika Fontalvo o aquí en por ejemplo Vanguardia Liberal por Diana Saray, en el Canal Tro, pues ese es un medio televisivo que está liderado por una mujer el área digital del canal Tro, donde también se hacen productos audiovisuales tiene la dirección de una mujer.

En City Tv, los jefes de misiones, la mayoría de los noticieros diurnos, son mujeres de pronto también el liderazgo, en el liderazgo hay mayor participación, porque yo considero que las mujeres le dan un desarrollo a la noticia mejor, no estoy diciendo

mejor que los hombres, sino más en el sentido de retractarlos, de buscar como hacer que la otra persona sienta la noticia o sienta lo que el entrevistado quiere dar a conocer

Por ejemplo esta periodista que se llama Nena Arrázola, ella sale en los informantes, pues esta señora, me parece una tesa en la forma de narrar sus reportajes, sus crónicas y a su edad todavía hace su presentación en televisión dando su nota, es decir que sí, si hay una buena participación que antes no, que antes se tenía el rumor de que los que presentaban era porque estaban por palancas o que apenas estaban en sus pinitos y así y ahorita son las periodistas más reconocidas y que dirigen otros medios, entonces yo creo que sí, con esta base de colegas, periodistas que conozco si ha evolucionado en algo.

7. ¿Cómo cree usted que es vista la mujer en el periodismo televisivo por las demás personas?

Rta: Creo que es vista con admiración, porque la mujer es periodista pero es mamá, la mujer es periodista, pero es defensora de sus ideales, defensora de animales defensora, del derecho de las mujeres, es periodista pero es amiga, es periodista pero también es esposa, es periodista pero también es pareja, se cumplen muchas funciones, además de ser periodista, las personas suelen admirar a las mujeres porque siempre tienen una capacidad que la han sabido sacar de su experiencia porque bien o mal, muchas veces hay medios que prefieren pues la rudeza, la fuerza, la capacidad de enfrentar cualquier el suceso en un hombre, pero también hay otros medios que dicen: no hay que darle como este chance, a que una mujer sea también capaz de salir a la calle, a enfrentarse en un paro nacional, que es lo que pasa por ejemplo o en presentar las noticias pero es por eso porque conecta, bien o mal, en este país somos más mujeres y yo pienso que todo en la televisión manda es un mensaje, no verbal, entonces si vemos a una mujer que ha luchado por conseguir sus sueños y está ahí, cuenta un sueño, presentar las noticias como nadie más lo ha hecho y puede ser ejemplo para otras personitas que están

iniciando en esta carrera, pues qué mejor que siga ahí para hacer eso, para ser un ejemplo de admiración, de la verraquera, de que la mujer puede contar las historias sin ámbito de que otras personas piensen lo que no es por el hecho de estar ahí, en primera pantalla, en un televisor, no sé si me hago entender mi idea, pero es eso la mujer inspira, inspira fortaleza, veracidad y es que es el hecho de que las mujeres han venido ganando este puesto en los medios, por su esfuerzo, por su capacidad de escritura, por su capacidad de redacción, por su capacidad de buscar la noticia y contarla como debe ser.

8. ¿Qué cree que hace falta para que la participación de la mujer esté presente en todos los medios televisivos?

Rta: Falta más confianza en cómo ejercen el periodismo las mujeres, falta confianza en esa construcción de las notas, de manera objetiva o subjetiva que lo pueden hacer las mujeres. Hablamos ya cuando se trata de contar una noticia o cuando se intenta contar un reportaje, una crónica, las mujeres podemos tener un lenguaje transformador, que muchas veces es mirado con desprecio por parte de los jefes hombres, lo digo con todo el sentido de causa, porque creen que nuestras capacidades son menos que, cuando no, deberían ser simplemente igual porque todos pasamos por la academia y todos recibimos la academia de una misma forma, es así como los últimos compañeros durante nuestros estudios también debemos entender que qué se puede hacer un excelente equipo de prensa, en televisión, en la presentación, en los formatos audiovisuales con la participación de las mujeres, por qué es eso, en este campo del periodismo y la comunicación debe ser audible la manera como las mujeres cuentan lo que sucede en su contexto.

9. ¿Cree usted que los estereotipos que vienen desde generaciones atrás afectan el cómo son vistas las mujeres en la actualidad?

Rta: Claro que sí, yo pienso que se sigue los mismos rumores de pasillo, que si esa mujer llegó a presentación es porque pasó o fue reina o tuvo que acostarse con cierta persona y siempre, hasta dentro del mismo gremio, siempre se deja de hablar la capacidad intelectual de la mujer y se trae como a colación o como a intriga por saber, cómo hizo para conseguir ese puesto así de buenas a primeras, será que se acostó con alguien, o sea siempre nos vamos por ese lado y bien o mal, eso fue una realidad, en un tiempo aquí en este país, podemos investigar en los diferentes libros qué hay del contexto, en los noventa, setenta, en la época de Pablo Escobar por ejemplo, pero ya la cosa cambió, ya la mujer vale es por su capacidad intelectual, por cómo abordar la situaciones, porque uno puede sacar adelante las cosas a pesar de por ejemplo una inseguridad o cualquier otra situación.

10. ¿Considera importante la participación de la mujer en el desarrollo de los noticieros informativos?

Rta: Como ya había mencionado antes, la mujer tiene una capacidad de contar las cosas de una manera quizás más diferente, que la perspectiva de un hombre. Puede aportar en la estructura, puede aportar en la capacidad de hacer sentir, al televidente. Lo que quizás la otra persona contó o contó en una entrevista, por ejemplo. No sé cómo darlo explicar, pero hablando con mi jefe me contaba eso, que de pronto la manera emocional en la que fuimos formadas, nos da un toque especial para saber contar historias, que impacten a la sociedad, por ejemplo, esta periodista que destapó el dinero que se estaba mal influenciando en el Ministerio de las Tic. Entonces tomamos el coraje de poder destapar algo que para muchos fue prohibido, entonces ahí es donde viene la admiración de la franqueza de una mujer, de la tenacidad de una mujer y eso se puede transmitir en un medio de televisión aquí en este país y le da otra forma de ser recibidas las noticias a la comunidad.

11. Si pudiera cambiar algo del periodismo televisivo en Colombia, ¿Qué sería?

Rta: Sinceramente lo que cambiaría es lo que respondí en una pregunta anterior y es esa rivalidad enfermiza que hay dentro del medio, por querer ser mejor que otros, cuando en este mundo hay muchas cosas por contar, hay muchas personas por entrevistar, hay muchas formas de hacer ver una noticia valiosa, entonces cómo dice mi mamá, hay mucha tela para muchas personas en este mundo, entonces no deberíamos ser tan rivales, el periodismo debe ser más bien un trabajo en equipo para hacer que la comunidad se entere de lo que está pasando en su realidad.

Anexo F) Cuestionario encuesta

Encuesta sobre el consumo de televisión y la percepción del televidente frente a la imagen de la mujer periodista en los medios televisivos informativos en Colombia

SEXO: FEM ____ MAS ____

EDAD: _____

A continuación, marque con una X la respuesta de selección múltiple y en las respuestas abiertas de su opinión de manera breve.

1. ¿Cómo accede al servicio de televisión?

- **Televisión abierta** ____
- **Televisión Paga** ____

2. ¿Qué tan frecuente ve televisión?

- **Todos los días** ____
- **Varios días a la semana** ____
- **Sólo los fines de semana** ____
- **Ocasionalmente** ____

3. ¿Cuál considera que es su horario de consumo televisivo?

- Jornada de la mañana (12:00 a.m. - 11:59 a.m.) _____
- Jornada de la tarde (12:00 p.m. - 6:59 p.m.) _____
- Jornada de la noche (7:00 p.m. - 11:00 p.m.) _____

4. ¿Cuántas horas al día ve usted televisión?

- 1 hora __
- 2 horas__
- 3 horas_
- 4 horas_
- 5 horas_
- 6 horas_
- 7 horas_
- 8 horas_
- 9 horas_
- 10 horas_
- Más de 10 horas_

5. ¿De los siguientes noticieros cuales ve usted?

- Noticias RCN _____
- Noticias Caracol _____
- Noticias Uno (CMI)_____
- CityTv _____

- Otro _____

Si la respuesta es otra.

¿Cuál? _____.

6. En el noticiero que usted ve, ¿percibe la presencia de la mujer ?

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Nunca
- No me interesa

7. ¿Considera que, a partir de lo que ve en los noticieros, el trabajo de la mujer es valorado de la misma manera que el de los hombres?

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi nunca
- Nunca

8. ¿Con qué frecuencia percibe usted la presencia de la mujer en labores periodísticas televisivas?

- **Siempre**
- **Casi siempre**
- **Ocasionalmente**
- **Casi nunca**
- **Nunca**

9. ¿Cree usted qué es importante la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico televisivo?

- **Siempre**
- **Casi siempre**
- **Ocasionalmente**
- **Casi nunca**
- **Nunca**

Para este estudio no solo fue necesario el material para realizar un análisis cuantitativo, como lo fueron las encuestas. También fue fundamental implementar una herramienta para obtener resultados que funcionaron para llevar a cabo un respectivo análisis cualitativo. De esta manera igualmente se efectuaron una serie de entrevistas dirigidas a un selecto grupo de personas.

[5d%20T.G.%20A.%20y%20C.%20Cervetti%2c%20Mar%c3%ada%20del%20Pilar.pdf](#)

Cruces, Y. (2014). *La desigualdad de género en el Mercado Laboral: caso Catalán* [Trabajo de grado]. Universidad de Barcelona.

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57958/1/22A_Cruces_Ilanos.pdf

Fernández, F. (2011). *Análisis de contenido sobre los estereotipos de los personajes femeninos con respecto al logro del éxito y la inclusión personal y profesional en la televisión colombiana* [Tesis de maestría]. Fundación Universidad del Norte.

<https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/7366/analisis.pdf?sequence=1>

González, F. (2009). Del discurso machista a la violencia de género. *Revista de Estudios de Juventud* (86), 153-174. <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ86-11.pdf>

Gutiérrez, L. y Hernández, M. (2008). Incorporación de la mujer al mercado de trabajo y desarrollo regional en Chihuahua. *Estudios Fronterizos* 9 (18), 39-70. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=googlescholar&id=GALE|A215925687&v=2.1&it=r&sid=AONE&asid=124919da>

Hernández, R. Fernández-Collado, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1210>

Lerner, G. (1990). *La creación del patriarcado*. Editorial Crítica.

https://www.antimilitaristas.org/IMG/pdf/la_creacion_del_patriarcado_-_gerda_lerner-2.pdf

Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. En *Enfoques de investigación en método para el diseño urbano-arquitectónico* (1-34).

https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION

Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill

Sarmiento, C. Lambraño, M. y Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials. *Clio América* 11 (22), 188-204.

<https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/2440>

Torrecilla, J. (2015). La entrevista. s.i

http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

Uribe, E. (2013). *Mujeres, Periodismo, y Creación Literaria en Hispanoamérica*. Biblioteca Digital de Bogotá.

<https://www.nottingham.ac.uk/genderlatam/documents/mujeres,-periodismo-y-literatura.pdf>