

UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

# ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS DE MASCULINIDAD EN EL DISCURSO MEDIÁTICO DE LA TELENVELA “TRES FAMILIAS”: EL LENGUAJE EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO

Elaborado por:

MARÍA MAGDALENA ORELLANA RADA

## GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Periodismo

Guayaquil – Ecuador

NOVIEMBRE, 2016





Universidad  
Casa Grande



FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
**MÓNICA HERRERA**  
UNIVERSIDAD CASA GRANDE

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

# **ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS DE MASCULINIDAD EN EL DISCURSO MEDIÁTICO DE LA TELENVELA “TRES FAMILIAS”: EL LENGUAJE EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESTEREOTIPO**

Elaborado por:

**MARÍA MAGDALENA ORELLANA RADA**

## **GRADO**

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Periodismo

**DOCENTE INVESTIGADOR**  
Eduardo Muñoa Fernández

**CO-INVESTIGADOR**  
Estefanía Luzuriaga Uribe

Guayaquil, Ecuador  
NOVIEMBRE, 2016



**A Carolina, por hacer  
que esto sea posible y creer en mí en todo momento.  
A Joaquín, mi mejor milagro.**

## **Resumen**

Este estudio pretende definir los estereotipos de masculinidad emergentes, decadentes y dominantes, identificados en 19 episodios de la telenovela “Tres Familias”, del canal Ecuavisa, transmitidos entre los meses de julio y agosto de 2016, en la ciudad de Guayaquil. La investigación busca, además, delimitar las características lingüísticas que definen a aquellos estereotipos, para así establecer cuál es la importancia del lenguaje en la representación que se hace de ellos en la telenovela.

**Palabras clave:** Estereotipos de masculinidad, masculinidades, estereotipia, identidad, lenguaje.

## **Abstract**

This study seeks to define the dominant, emergent and decadent masculinity stereotypes identified in 19 episodes of Ecuavisa's TV show "Tres Familias", broadcasted between the months of July and August 2016, in the city of Guayaquil. The research also seeks to define the linguistic characteristics that define those stereotypes, in order to establish what is the importance of language in the representation that is made of them in the soap opera.

**Keywords:** Stereotypes of masculinity, masculinities, stereotyping, identity, language.

## Índice

<b>Justificación</b> .....	<b>1</b>
<b>Planteamiento del problema</b> .....	<b>2</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>3</b>
<b>Revisión de la literatura</b> .....	<b>5</b>
<b>Objetivos de investigación</b> .....	<b>12</b>
<b>Objetivo general</b> .....	<b>12</b>
<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>12</b>
<b>Metodología</b> .....	<b>13</b>
<b>Resultados</b> .....	<b>17</b>
<b>Análisis de datos</b> .....	<b>17</b>
<b>Discusión de resultados</b> .....	<b>17</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>20</b>



## **Lista de tablas**

<b>Tabla 1 Resumen del método de investigación .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 2 Listado de capítulos analizados .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 3 Frecuencia y porcentaje de aparición de estereotipos de masculinidad en los capítulos analizados .....</b>	<b>17</b>

## Justificación

Los estereotipos de género son parte del imaginario social en el que nos desarrollamos, delimitando los espacios políticos, sociales y culturales, así como las interacciones que ocurren dentro de ellos. Resulta entonces importante un análisis más profundo de la construcción social de lo que representa ser hombre y mujer en Guayaquil. ¿Qué consecuencias vienen de la mano con esas construcciones?, ¿A quiénes y cómo afectan estos estereotipos?, ¿Qué problemas están concatenados a las relaciones de género? Son algunas de las interrogantes que se pueden abordar cuando se trata esta temática. Comprendiendo cuáles son los procesos detrás de estas construcciones, podremos llegar a un entendimiento mayor de muchas de las problemáticas sociales relacionadas al género como la desigualdad, las relaciones de poder, la violencia, el sexismo, la discriminación.

Aunque temática de género ha sido constantemente estudiada en el país desde hace más de dos décadas, la investigación se ha centrado, en su mayoría, en el análisis de las relaciones hombre-mujer, concentrándose principalmente en cómo el discurso machista que rige la sociedad, afecta a las mujeres. Sin embargo, aunque se trata de una problemática real y preocupante, poco se ha hablado de la masculinidad y el auténtico impacto que tiene en los roles sociales de hombres y mujeres.

Siendo “Tres Familias” un programa que goza de gran popularidad nacional, convirtiéndose en un referente de la cultura *pop* dentro del país, analizar esta telenovela — producida y transmitida por Ecuavisa, el canal con mayor *rating* en Ecuador— resulta relevante.

Así, realizar una investigación que analiza los estereotipos de masculinidad presentes en esta telenovela, ayudará a entender cuáles son, sus características, y nos permitirá aproximarnos a la representación de masculinidad que rige en los programas de producción nacional transmitidos por los medios de comunicación a nivel nacional.

## **Planteamiento del problema**

Esta investigación aborda el análisis de los estereotipos de masculinidad presentes en 19 episodios del programa televisivo de producción y transmisión nacional “Tres Familias”, que fueron transmitidos entre julio y agosto de 2016. Así, busca aproximarse a responder a las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los estereotipos de masculinidad presentes en esta telenovela?, ¿Cuáles son las características que cumplen estos estereotipos?, ¿Cómo se representa la masculinidad en los medios de comunicación local?, ¿Qué relevancia tiene el lenguaje en la construcción de estereotipos de masculinidad? ¿Cuáles son las características lingüísticas que ayudan a la construcción de estos estereotipos?

## **Antecedentes**

La masculinidad ha sido poco explorada en el ámbito académico en el país, demostrando que hace falta una mayor indagación en el tema. “La existencia de una pluralidad de construcciones de masculinidad delata a su vez la necesidad de entender las relaciones que se establecen entre ellas. Entonces se va a indagar acerca de las diversas masculinidades que existen entre los hombres profesionales de clase media entrevistados y las relaciones que mantienen entre ellas” (Troya, 2001, p.69).

A nivel de América Latina, son algunos los estudios que se han realizado sobre estereotipos de género. Entre ellos, una investigación que aborda el tema de géneros, sexualidades y derechos humanos, elaborada por el Centro de Derechos Humanos (2013) en Chile. Otro estudio que destaca es de Lorena Godoy y Antonio Mladinic (2009) que aborda el tema de los roles y estereotipos de género en el entorno laboral en Latinoamérica.

En la temática de masculinidad, los estudios realizados en la región se han enfocado principalmente en la construcción social de la masculinidad, la paternidad, la homosocialidad, la sexualidad, así como de aspectos de la salud reproductiva masculina (Hernández, 2007).

En Ecuador, uno de los aportes más importantes se ha realizado desde la FLACSO, con estudios académicos de autores como Xavier Andrade (2001), que explora la construcción de masculinidad en el país. Andrade (2001) expone que en el país, el estudio de género ha sido mayormente ligado a la mujer, dejando mucho por indagar cuando se habla de hombres y masculinidades.

Por otra parte, Troya (2001), explora el tema de masculinidades en la clase media de Quito, destapando ciertos estereotipos que predominan en ese universo, en la capital.

Sin embargo, los estudios realizados en Guayaquil, son mínimos, resaltando la importancia de explorar esta temática en el puerto principal. Benavides (2006) realizó un

estudio en el que toca el tema de la masculinidad, concentrándose en lo *queer* y la homosexualidad, hablando de la herencia histórica del pasado sexual de Guayaquil sobre el grupo de Enchaquirados, que habita en Engabao, una comuna de General Villamil, en la provincia del Guayas. Más tarde, en 2015, estudiantes de la Universidad Casa Grande realizaron la investigación “El macho Guayaco: Explorando los estereotipos de masculinidad identificados por los adultos emergentes de Guayaquil”, que ha servido como pauta para este estudio.

## Revisión de la literatura

### Masculinidad

El término masculinidad tiene diversos significados, que abarcan desde las descripciones biológicas, hasta las sociales, siendo estas últimas las relevantes para esta investigación. Dentro de estas descripciones, la masculinidad está relacionada tanto con lo que representa ser hombre “de forma correcta” como a lo que dista a esas características de la feminidad (Bonino, 2002). Es decir, que la masculinidad y feminidad están íntimamente ligadas: sus significados y representaciones se construyen a partir de sus diferencias.

Es por esto que Connell (1997) define lo que significa masculinidad como aquello que los hombres son empíricamente, lo que implica el porqué se llama masculinas a algunas mujeres o femeninos a algunos hombres.

Tellez y Verdú (2011) plantean tres definiciones importantes para entender lo que significa la masculinidad:

1. Cualquier cosa que los hombres piensen y hagan.
2. Todo lo que los hombres piensen y hagan para encajar en el concepto de ser hombres.
3. Algunos hombres, inherentemente o por adscripción, son considerados “más hombres” que otros hombres.

Brickell (2005), en cambio, conecta el ser masculino con la idea de *performances*, es decir, la masculinidad entendida como un acto reflejo construido a partir de ejecuciones sociales.

Butler (1990) advierte que los conceptos que tenemos de género han sido construidos a partir de la mirada de la heterosexualidad, lo cual es un factor determinante en la construcción de estereotipos sociales.

Aunque Tellez y Verdú (2011) visibilizan un nuevo panorama en el tema de masculinidades. Para las autoras, en las sociedades occidentales, es cada vez más común encontrar cómo emergen nuevas formas de “ser hombre” que simbolizan un quiebre a antiguos conceptos, rompiendo con la relación entre masculinidad y dureza o poder. Esto, da paso a lo que Tellez y Verdú (2011) entiende como el surgimiento de un movimiento masculino de liberación, “como en su día lo fue la liberación de las mujeres con respecto a un papel social prescrito por la cultura”.

Es importante entender que este concepto de masculinidad parece ser algo reciente, de unos cien años atrás, según Connell (1995).

“Al hablar de masculinidad en sentido absoluto, entonces, estamos haciendo género en una forma culturalmente específica. Se debe tener esto en mente ante cualquiera demanda de haber descubierto verdades transhistóricas acerca de la condición del hombre y de lo masculino” (Connell, 1995, p. 2).

### **Masculinidad hegemónica**

Schongut (2011) nos remonta al origen de este término, que apareció por primera vez en tres investigaciones utilizadas para el desarrollo del artículo “Towards a New Sociology of Masculinity” de Carrigan, Connell & Lee, en 1985.

Con la llegada de este concepto, explica Schongut (2011), se lograron nuevas comprensiones de masculinidad, puesto que plantea la existencia de diversas manifestaciones de la misma y no un único modelo, que era lo que se entendía hasta entonces.

La masculinidad hegemónica podría definirse como la configuración que representa la aceptación tácita social de la problemática de la legitimidad del patriarcado, la cual protege de alguna forma —o se utiliza para proteger— la dominación del hombre sobre una figura subordinada de la mujer (Connell, 1995).

La masculinidad hegemónica (MH), según Bonino (2002), es también llamada masculinidad tradicional y se trata de un modelo social hegemónico, que implanta una configuración específica. Esto significa que la masculinidad hegemónica, tiene lineamientos que imponen un modo de ser, en diferentes aristas: corporalidad, posición existencial del común de los hombres y de los hombres comunes. Además, dice Bonino (2002), esta hegemonía inhibe la jerarquización social de las otras masculinidades, sobre todo en el contexto actual en que la globalización contribuye a la formación de una sociedad homogeneizante. Tanto así, que la masculinidad hegemónica establece un conjunto de normas de prácticas sociales para los hombres dentro de un modelo patriarcal (Bonino, 2002).

Esto significa, entonces, que tácitamente se establece una normativa de patrones bajo los cuales los hombres de una sociedad se enmarcan, lo que rige desde su comportamiento, hasta su forma de vestir, su lenguaje y hasta sus expresiones no verbales, como su proxémica o sus gestos. En otras palabras, la masculinidad hegemónica no es más que el conjunto de reglas que rigen el imaginario de los hombres de un grupo social, dictando muchos de sus patrones de conducta, que pueden ser tanto negativos como positivos.

“La construcción y mantenimiento de la identidad masculina favorece que los hombres adquieran una serie de capacidades positivas que los hombres y algunos que escriben sobre cuestiones masculinas dan por sentado que son específicamente masculinas, y esencializándolas las suelen llamar virtudes masculinas, masculinidad adulta o positiva. Son dichas capacidades la autoconfianza, la iniciativa, la habilidad para resolución de problemas, la resiliencia, la determinación, la competencia, el afrontamiento de riesgos, las conductas asertivas en crisis (habilidad para permanecer impasible), el sacrificio personal en tiempo de guerra, etc.” (Bonino, 2002, p.28).

### **Estereotipo**



Un estereotipo, según Morales y López (1993) es una generalización realizada por una persona o sociedad sobre un individuo, en relación a su pertenencia a un grupo social o categoría específica. Así, un estereotipo es una idea preconcebida que se tiene respecto a un grupo de personas dentro de una sociedad. A partir de esta interpretación, esta investigación analiza los estereotipos de masculinidad presentes en la telenovela nacional “Tres Familias”.

### **Estereotipo de género**

Morales y López (1993) plantean que un estereotipo de género se trata de esa generalización aplicada al género; es decir, que es una categorización que se hace de un individuo por el hecho de ser mujer u hombre.

### **Manejo del estereotipo en el discurso mediático**

Para Garrido (2007), los estereotipos se asumen como intrínsecos en la comunicación masiva, debido a que permiten simplificar significados, llegando a un gran número de personas. Sin embargo, estos representan un riesgo (Garrido, 2007): algunos estereotipos pueden resultar inoportunos o molestos para ciertos grupos sociales, cuando las características representadas, no coinciden con “la realidad sociológica o con lo socialmente deseable”. Este escenario que plantea Garrido (2007) es lo que sucede actualmente en los medios de comunicación ecuatorianos, en el caso de las representaciones de masculinidades, pues depende de lo que consumimos a través de los medios de comunicación, el cómo formamos como espectadores, estereotipos sociales.

### **Identidad**

Al igual que ocurre con la masculinidad, no existe un concepto unívoco de identidad. Larrain (2003) plantea el concepto de identidad como una construcción a través de la cual las personas se van definiendo a sí mismas, con base en una interacción estrecha y simbólica con otras personas. Es decir, que en el proceso de creación de la identidad intervienen factores

sociales externos: creamos una identidad a base de las similitudes y diferencias con otros individuos.

Para Steichen (2012), la identidad es una manera de ser particular, delimitada por factores como el tiempo y el espacio. Este autor nos habla de la profundidad de la definición de identidad, que propone la lengua francesa: abarca los parámetros de la identidad física (cuerpo y apariencia física), los conceptos de individuo, así como sus estatutos, funciones, títulos y roles en la sociedad. Sin embargo, Steichen (2012) aclara que estos conceptos son válidos únicamente dentro de un grupo cultural específico al que pertenece la persona.

Mientras que Hall (1996) nos habla de tres conceptos de identidad, el que más se apega a esta investigación, es el concepto sociológico, que tiene que ver con una formación de identidad a partir de los otros. Es decir, una identidad que se construye a partir de la mirada del otro, afectando los valores, significados y símbolos propios. En conclusión, no puede existir una identidad sin un entorno, pues esta se forma a partir, no solamente de uno mismo, sino de la interacción del individuo con la sociedad.

El concepto de identidad, según Steichen (2012), ha ganado un espacio importante en los discursos contemporáneos, tanto en la sociopolítica, como en las ciencias humanas y en la vida privada.

“El fenómeno de adquisición de identidad de sí misma (o), se inicia desde etapas muy tempranas en la vida, como un proceso dinámico y didáctico, resultado en sus primeras etapas del autoconocimiento por exploración y posteriormente de una interrelación de la persona con el medio Social, de la confrontación con los y las demás. Esta búsqueda de identidad personal que es en realidad un sentido de identidad humana, comprende la búsqueda de una serie compleja de identidad dentro de las cuales es tal vez la identidad sexual. La mayor repercusión en el proceso de toma de conciencia, de la persona como tal y

la que causa un efecto más determinante en el desarrollo de la personalidad” (Becerra & Melo, S-F, p.1).

### **Identidad sexual**

Steichen (2012) liga el concepto de sexualidad con su origen etimológico, definiéndola como una sección, lo que relaciona el concepto con mitos que señalan que el individuo está incompleto y debe buscar completarse.

“El proceso de convertirse en hombre o en mujer y de sentirse hombre o mujer, de aceptarse como hombre o como mujer, es un proceso lento y complicado que involucra factores genéticos, psicológicos, sociales y culturales. Es un proceso extremadamente complejo como lo indican en sus trabajos Erick Erickson, que implica una relación positiva de inclusión y una negativa de exclusión” (Becerra & Melo, S-F, p.2).

“La identidad sexual o sexo psicológico llamada también identidad de género, comienza con la percepción de pertenencia a uno u otro sexo, desemboca en el llamado núcleo de identidad de género que se refiere a la convicción de que el sexo asignado es el correcto. Soy hombre y soy mujer es una afirmación que se impone antes de los dos años de edad y se mantiene por lo general a lo largo de toda la vida” (Becerra & Melo, S-F, p.3).

### **Identidad ecuatoriana**

El mestizaje es un elemento que no se puede obviar cuando hablamos de identidad nacional en Ecuador (Bauer, 2010). “La historia de subyugación de gente indígena durante la época colonial y por medio del gobierno ecuatoriano ha resultado el crecimiento de representaciones contemporáneas de la identidad étnica que significa una resistencia a la hegemonía del discurso del mestizaje” (Bauer, 2010, p. 184).

Adoum (1998) plantea que somos “demasiado jóvenes como país” (p.21), lo que vuelve complejo hablar de identidad ecuatoriana, sin embargo da un aproximamiento a lo que somos, —que coincide con lo que esboza Bauer— citando las palabras de Simón Bolívar: “ni

indio de español”, “somos un pequeño género humano aparte” (p. 21). Sin embargo, advierte que “lejos de reconocer como nuestra esa estirpe, nos cuesta admitirla, planteando una disyuntiva en términos étnicos y no culturales” (p.21). Pero hablar de identidad ecuatoriana es hablar también de lo que significa la identidad de género en el país, en el que la masculinidad ha sido entendida desde una mirada heterosexual. Sobre esto habla Benavides (2006) cuando recuerda que muchos de los hombres que se identifican como parte del movimiento queer en Ecuador, tuvieron que construir en sus mentes, una identidad masculina heterosexual que les garantizara socialmente respeto y supervivencia.

## **Objetivos de investigación**

### **Objetivo general**

Analizar la presencia de los estereotipos de masculinidad emergentes, decadentes y dominantes, presentes en el discurso de género en 19 episodios del programa de televisión “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

1. Determinar cuáles son los principales estereotipos de masculinidad presentes en 19 episodios del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.
2. Cuantificar la frecuencia con que dichos estereotipos son expuestos en el discurso mediático en los mencionados 19 episodios del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.
3. Delimitar las características lingüísticas que definen a los estereotipos de masculinidad identificados en los 19 capítulos del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.
4. Establecer cuál es la importancia del lenguaje en la representación de los principales estereotipos de masculinidad que aparecen en los 19 episodios analizados de la telenovela “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.

## Metodología

El método de investigación seleccionado para este estudio es el análisis de contenido. Se trata del grupo de “procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados” (Piñuel, 2002, p.7), y que, mediante técnicas tanto cuantitativas como cualitativas, busca generar y procesar datos.

Lo que se busca en esta investigación al utilizar esta herramienta, es lo que propone Bardin (citado en Piñuel & Gaitán, 1995) como análisis de contenido: una forma de revelación, en la que lo más importante es indagar lo escondido de los mensajes, lo no aparente, es decir, aquello que no puede ser apreciado a simple vista.

Durante la primera etapa de esta investigación, el análisis de contenido se realizó mediante el uso de la ficha técnica. La ficha ha sido realizada con base en la observación de distintos capítulos del programa televisivo “Tres Familias”.

Se llenó una ficha de análisis de contenido por cada una de las emisiones del programa en los meses tipo estudiado. Como referencia para completar las fichas, se utilizó la tabla (anexa) desarrollada como parte de la investigación “El macho Guayaco: Explorando los estereotipos de masculinidad identificados por los adultos emergentes de Guayaquil”, en el que se establecen 16 principales estereotipos.

Por otro lado, la tabla a continuación vincula cada uno de los objetivos específicos de la investigación con las técnicas a emplear para su estudio y que formarán parte de la ficha de análisis de contenido.

*Tabla 1 Resumen del método de investigación*

	<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica de investigación</b>
1	Determinar cuáles son los principales estereotipos de masculinidad presentes en 19 episodios del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.	Análisis comparativo: Se parte de una descripción de los estereotipos objetos de estudio y de acuerdo al grado de similitud se determina su presencia en el discurso.

2	Cuantificar la frecuencia con que dichos estereotipos son expuestos en el discurso mediático de los mencionados 19 episodios del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.	Cuantitativa: análisis estadístico de frecuencia. Se mide las veces en que cada uno de los estereotipos es presentado como parte del discurso del producto mediático en las emisiones del período estudiado.
3	Delimitar las características lingüísticas que definen a los estereotipos de masculinidad identificados en los 19 capítulos del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.	Análisis cualitativo: Se describen los recursos lingüísticos, proxémicos y tonales con los que se asocia la proyección de cada uno de los estereotipos en el discurso mediático.
4	Establecer cuál es la importancia del lenguaje en la representación de los principales estereotipos de masculinidad que aparecen en los 19 capítulos del programa televisivo nacional “Tres Familias”, emitidos entre julio y agosto de 2016, en Guayaquil.	Cualitativa: Se analiza la relevancia del lenguaje, vocabulario, frases, y tonos, y cómo estos aportan relevancia en la construcción del discurso de estereotipos de masculinidad.

### **Enfoque**

El enfoque es mixto pues se utiliza tanto la parte cualitativa como cuantitativa. En la primera etapa cualitativa, se utiliza el análisis de contenido como herramienta principal.

### **Objeto de estudio**

El objeto de estudio de esta investigación fue ligar la importancia del lenguaje a la construcción de las representaciones de los estereotipos en los capítulos mencionados.

### **Muestra**

Se estudian las emisiones de los episodios 79 al 97 del programa “Tres Familias” del género comedia transmitido por el canal Ecuavisa. Dichos capítulos fueron transmitidos entre los meses tipo (julio y agosto de 2016).

*Tabla 2 Listado de capítulos analizados*

<b>Número de episodio</b>	<b>Fecha de transmisión</b>
Episodio 79	Martes 26 de julio de 2016

Episodio 80	Miércoles 27 de julio de 2016
Episodio 81	Jueves 28 de julio de 2016
Episodio 82	Viernes 29 de julio de 2016
Episodio 83	Lunes 1 de agosto de 2016
Episodio 84	Martes 2 de agosto de 2016
Episodio 85	Miércoles 3 de agosto de 2016
Episodio 86	Jueves 4 de agosto de 2016
Episodio 87	Viernes 5 de agosto de 2016
Episodio 88	Lunes 8 de agosto de 2016
Episodio 89	Martes 9 de agosto de 2016
Episodio 90	Miércoles 10 de agosto de 2016
Episodio 91	Jueves 11 de agosto de 2016
Episodio 92	Viernes 12 de agosto de 2016
Episodio 93	Lunes 15 de agosto de 2016



Episodio 94	Martes 16 de agosto de 2016
Episodio 95	Miércoles 17 de agosto de 2016
Episodio 96	Lunes 22 de agosto de 2016
Episodio 97	Martes 23 de agosto de 2016

## Resultados

### Análisis de datos

Luego de llenar la ficha de análisis de contenido, se concluye que los tres estereotipos con mayor recurrencia en el programa, durante el periodo analizado son tres: “sabroso”, “sabido” y “aniñado”, como se puede apreciar en la tabla a continuación. Siendo “sabroso” y “sabido”, los dos con mayor porcentaje: 34.01%, y 32.74%, respectivamente.

*Tabla 3 Frecuencia y porcentaje de aparición de estereotipos de masculinidad en los capítulos analizados*

<u>Estereotipos</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Sabroso	2035	34.01%
Sabido	1959	32.74%
Aniñado	1233	20.61%
Mandarina	475	7.94%
Maltratador	95	1.59%
Nerd	62	1.04%
Machista	55	0.92%
Viejo verde	37	0.62%
Surfista	29	0.48%
Rockero	3	0.05%
Total	5983	100%

### Discusión de resultados

¿Qué significa que los estereotipos de “sabroso” y “sabido” sean los dos con mayor frecuencia en los capítulos analizados? Puede ser un indicador de que son estos dos estereotipos los que más podemos asociar con la masculinidad hegemónica en la ciudad de Guayaquil. Cabe recordar que Bonino (2002) plantea la masculinidad hegemónica como aquel formato impuesto que los hombres de una sociedad se ven obligados a seguir para pertenecer al colectivo masculino. Así, estos dos estereotipos, se han convertido de alguna manera en una norma en la representación de los medios nacionales de lo que significa “ser hombre” en esta ciudad.

La condición de “sabroso” o “sabido” la podemos encontrar en hombres pertenecientes a diversos estratos socioeconómicos dentro de los capítulos analizados en la telenovela “Tres Familias”, por lo que se trata de un estereotipo aplicable para casi todos los personajes. Lo que llama la atención es la manera en que los medios, en este caso Ecuavisa —canal que produce y transmite el programa “Tres Familias”— construyen estos estereotipos. Los símbolos son claros. En el caso del hombre representado como “sabido”, cree que no puede ser engañado, pero más allá de eso, podemos identificarlo por su lenguaje. Por ejemplo, en la ficha número 42, anexada en esta investigación, podemos leer que Genaro, uno de los personajes, durante el capítulo 84 utiliza expresiones como “Tranquilo, papi”, que demuestran su extrema confianza, resaltando el estereotipo de “sabido”.

Otro caso es el de Gregory, como se muestra en la ficha número 51, quien utiliza la frase “Soy excelente, papi”, en una muestra clara del estereotipo, durante el desarrollo del capítulo 85. Así podemos ver que el rol que juega el lenguaje en la construcción de la estereotipia es clave. Se trata de un elemento que ayuda a reforzar el estereotipo.

Lo mismo sucede en el caso de los personajes que encajan dentro del estereotipo de “sabroso”, que define a aquellos hombres que comen en sitios denominados “agachaditos”, pero que además hablan utilizando jerga de barrios bajos, según la clasificación realizada por la investigación “El macho Guayaco: Explorando los estereotipos de masculinidad identificados por los adultos emergentes de Guayaquil”.

Un ejemplo del uso de este tipo de vocabulario lo hace Genaro, como podemos ver en la ficha 4, que se encuentra como parte de los anexos de esta investigación, que analiza el capítulo 74 de “Tres Familias”. El hombre utiliza palabras como “dañahogar” y “sopla”, jergas que simbolizan algo más para quien comparte esos códigos. En su lenguaje “dañahogar” se utiliza para referirse a una persona que amenaza la estabilidad de su relación de pareja; mientras que “sopla” es utilizada en lugar de la palabra “corre”. La elección de ese

tipo de vocabulario no es arbitraria. Los guionistas detrás han elegido ciertas palabras como estas porque son ellas las que ayudan a recrear el estereotipo, aportando a que cada personaje masculino refleje una realidad o representación distinta, con los cuales el espectador puede asociar mentalmente a un estereotipo ya creado en su imaginario.

Otro descubrimiento interesante es notar cómo el lenguaje sirve para marcar una diferenciación entre clases sociales: en otras palabras, es una herramienta más que construye el estereotipo de masculinidad. Así como la identidad se construye a partir de la mirada del otro, al reconocer lo que no somos, podemos empezar a delinear lo que somos; con el lenguaje ocurre algo similar. El lenguaje es parte de la identidad, parte de los estereotipos. El lenguaje que no utilizan ciertos personajes: aquellas palabras, expresiones o términos que nunca usarían, revelan también a qué grupo pertenecen. Así, el personaje catalogado como aninado, excluye ciertas palabras de su vocabulario.

## Conclusiones

Los tres estereotipos de masculinidad con mayor presencia en los 19 capítulos analizados de la telenovela “Tres Familias”, son: “sabroso”, “sabido” y “aniñado”.

1. Cada uno de los estereotipos cumple con ciertos factores que ayudan a ir delineando lo que son. Los factores lingüísticos son uno de ellos.
2. El lenguaje juega un rol fundamental en la construcción de los estereotipos: las palabras escogidas, las expresiones, jerga, entre otras variables no son arbitrarias en la representación, sino que están ahí para ayudar a crear la imagen completa del estereotipo.
3. El estereotipo de “sabroso” es el que mayor uso de jerga utiliza, con palabras que tienen un significado especial para aquellos personajes que cumplen con ese estereotipo. Palabras como “soplar” (correr), “cachina” (ropa elegante), “chapeta” (irse o decir adiós), y “aguantar” (esperar), son parte clave en la construcción de este estereotipo.
4. El estereotipo de “sabido” se identifica con un vocabulario propio, en el que se utilizan expresiones como: “mira tú”, “yo soy un bacán” y “preste pa’ acá”.
5. El estereotipo de “aniñado” tiene un vocabulario que lo distingue de los otros estereotipos, creando una diferenciación de clase social. Expresiones como “este batracio”, “por Dios” y “no puedo comer en paz”, son utilizadas por los personajes que encarnan este estereotipo.
6. Un componente importante en la construcción de los estereotipos es el paralenguaje, pues cada uno de ellos utiliza una entonación distinta y una forma de hablar particular. En el caso del estereotipo “sabroso” la forma de pronunciar la letra “s” es clave para la representación de los personajes. En el caso del estereotipo de “sabido”, el tono que utilizan los personajes que encarnan el estereotipo es fundamental: se trata

de un tono que denota confianza, de la mano del lenguaje ya señalado. Por último, en el caso del estereotipo de “añado”, el paralenguaje clase se identifica en la forma de hablar, pues el ritmo en que hablan quienes se encasillan dentro de este estereotipo es distinto al de los demás: se trata de una forma de hablar distinta, una pronunciación distinta de las palabras y se utiliza un tono en el que todo lo que se dice parece ser constantemente una queja, aunque realmente no lo sea.

7. Los estereotipos relacionados con las clases media y baja utilizan el “doble sentido” en su comunicación, haciendo bromas con contenido sexual, mientras que esto no sucede tanto con los estereotipos relacionados con la clase alta.

## Referencias

- Adoum, J.E. (1998). *Ecuador: Señas particulares*. Quito, Ecuador: Eskeletra Editorial.
- Andrade, X. & Herrera, G. (2001). *Masculinidades en Ecuador*. Quito, Ecuador: FLACSO Ecuador.
- Bauer, D. (2010). *Tradición e identidad cultural: Expresiones Colectivas en la Costa Ecuatoriana*.
- Becerra, M.C. & Melo, O. (S-F). *Identidad sexual y desarrollo de la personalidad*. Recuperado de <http://www.waece.org/biblioteca/pdfs/d006.pdf>
- Benavides, H. (2006). *La representación del pasado sexual de Guayaquil: los enchaquirados*. Íconos, 10. Quito, Ecuador: FLACSO Ecuador.
- Bonino, L. (2002). *Masculinidad hegemónica e identidad masculina*.
- Brickell, C. (2005). *Masculinities, Performativity, and Subversion: A Sociological Reappraisal*.
- Connell, R. (1997). *La organización social de la masculinidad*.
- Morales, J.F. & López, M. (1993). *Bases para la construcción de un sistema de indicadores sociales de estereotipia de género*.
- Garrido, M. (2007). *Estereotipos de género en la publicidad*.
- Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity*. Londres, Inglaterra: SAGE Publications.
- Piñuel, J.L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*.
- Steichen, R. (2012). *Construcción identitaria del sujeto*.
- Schongut, N. (2011). *La construcción social de la masculinidad: poder, hegemonía y violencia*.
- Téllez, A. & Verdú A.D. (2011). *Revista Nuevas Tendencias en Antropología*.
- Troya, M.P. (2001). Andrade, X. & Herrera, G (Eds.). *Masculinidades en Ecuador* (p. 67-100). Quito, Ecuador: FLACSO Ecuador.