



Universidad
Casa Grande



Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

**“¿Qué %\$h*tx@ vemos?: Representaciones
de género en la TV ecuatoriana desde el
análisis de contenido del canal
Teleamazonas”**

Elaborado por:

KAROLL DANIELLA SILVA VERA

GRADO

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

Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos

Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2020



Universidad
Casa Grande



Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas

“¿Qué %\$h*tx@ vemos?: Representaciones de género en la TV ecuatoriana desde el análisis de contenido del canal Teleamazonas”

Elaborado por:

KAROLL DANIELLA SILVA VERA

GRADO

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

Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos

DOCENTE INVESTIGADOR
José Miguel Campi Portaluppi

CO-INVESTIGADOR
Laura Luisa Cordero Ramos

Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2020

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo el analizar las representaciones de género mostradas en la televisión nacional, con el fin de describir como son dichas representaciones en el ámbito sexo genérico, sociodemográfico y de acuerdo a la tipología de los programas analizados, mediante una metodología cuantitativa con un alcance descriptivo, cuya herramienta es una ficha de análisis de contenido, validada por siete expertos.

La muestra en esta investigación está formada por veinte capítulos de un programa de ficción y veinte capítulos de un programa magazín, ambos programas de producción nacional y emitidos por un canal ecuatoriano durante el periodo 2020. Entre los principales resultados se encontró, que los programas analizados presentan representaciones de personas o personajes con una determinada orientación sexual y etnia, por lo cual se llegó a la conclusión que dichas representaciones de género analizadas no cuentan con ninguna diversidad.

Palabras clave: sexo, género, representación, estereotipos, programas.

Abstract

The research aims to analyze the gender representations shown on national television, with the purpose of describing how the representations are in relation to sex, gender, sociodemographic and typology of the programs analyzed, using a quantitative methodology with a descriptive scope. The tool is a content analysis sheet, validated by seven experts.

The sample in this research consists of twenty chapters of a fiction program and twenty chapters of a magazine program, both nationally produced and broadcast by an Ecuadorian channel during the 2020 period. Among the main results, it was found that the programs analyzed present representations of people or characters with a certain sexual orientation and ethnicity, which led to the conclusion that the gender representations analyzed do not have any diversity.

Keywords: sex, gender, representation, stereotypes, programs.

Contenido

Introducción	9
Justificación y planteamiento del problema	12
Antecedentes	14
Revisión Conceptual.....	16
Conceptos de género y sexo.....	17
Representaciones Sociales	19
Esteretipos	22
Series o Situaciones de Comedia, Magazín.	25
Estado del Arte	26
Investigaciones Internacionales.....	26
GLAAD - Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (2019 -2020)	26
Leyre Eguskiza-Sesumaga - Esteretipos e Identidad de Género en la Ficción	
Televisiva Orange is the New Black (2018)	27
Pluralismo de Género y Diversidad Sexual en la Televisión Chilena (2018)	29
Investigaciones Nacionales	30
Las Comedias de Situación (sitcoms) Producidas por la Televisión Ecuatoriana y los	
Esteretipos de Género (2016).....	30
Análisis de Medios Zoom (2017)	32

El Sexismo Vende en la Televisión Ecuatoriana. Análisis de la Serie “Tres Familias (2018).....	33
La Relación Entre las Representaciones y Estereotipos de Género y el Nivel de Sexismo Presentado en la Publicidad Televisiva de la Ciudad de Quito (2019)	36
Pregunta de Investigación	37
Preguntas Específicas	37
Objetivo General	37
Objetivos Específicos	37
Metodología	38
Unidad de Análisis.....	39
Muestra	40
Criterios de Selección	40
Temporalidad.....	40
Instrumento de Investigación	41
Variables de la Ficha.....	42
Consideraciones Éticas	43
Resultados	44
Representación de la Diversidad Sexo Genérica en los Programas.	45
Mujeres.....	45
Hombres	46

Representación de Variables Sociodemográficas y Género.	47
Mujeres.....	47
Hombres	49
Divergencias en las Representaciones de Género en los Programas Vivos y En Corto	50
Violencia Verbal.....	52
Violencia Física.	53
Violencia Sexual.	53
Discriminación de Género.....	54
Test de Bechdel	54
Estereotipos de Dyer	54
Discusión de Resultados	55
Conclusiones	58
Recomendaciones	60
Referencias.....	61
Anexos	69
Contenido de Tablas	
Tabla 1 Temporalidad de Actividades	40
Tabla 2 Descripción de las Variables de Ficha y Libro de Códigos.....	42
Tabla 3 Nivel de Vestimenta Entre Hombres y Mujeres	46

Tabla 4	Distribución de Mujeres Según Etnia y Edad.....	48
Tabla 5	Distribución de Mujeres Según Etnia y NSE	49
Tabla 6	Distribución Hombres Según Etnia y NSE	50
Tabla 7	Distribución de Mujeres Según Contenido Violento y Discriminatorio	51
Tabla 8	Distribución de Hombres Según Contenido Violento y Discriminatorio	51

Nota Introductoria

El presente documento forma parte de un esfuerzo más amplio elaborado de manera inclusiva y en el marco del Proyecto Interno de Investigación Semillero denominado **¿QUÉ VEMOS?: REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LA TV ECUATORIANA DESDE EL ANÁLISIS DE CONTENIDO**. Este proyecto es dirigido por José Miguel Campi Portaluppi en calidad de Investigador y por Laura Luisa Cordero Ramos en calidad de Co-investigadora. La iniciativa tiene por objeto explorar cómo se viene representando la diversidad sexogénica en la producción realizada en Ecuador y transmitida por los siete canales de señal abierta de alcance nacional. La investigación se realizó por medio de la técnica de análisis de contenido cuantitativo y sus instrumentos fueron rigurosamente validados por medio de tres pilotajes distintos y la retroalimentación de siete expertos y expertas en el campo de la comunicación y/o la investigación cuantitativa.

Introducción

El consumo televisivo en Ecuador tiene un gran alcance. Producto de la pandemia, “de 843.000 personas que encendieron su televisor el 2 de marzo, se pasó a 1 '141.000 televidentes al 16 de marzo de 2020, es decir un incremento del 35%” (El Telégrafo, 2020, párr. 2), motivo por el cual debe considerarse la clase de contenido que se transmite. De acuerdo con diario El Universo (2018) el tipo de programas mostrados por los principales canales de televisión son: *reality*, prensa rosa, revistas familiares, series entre otros. Algunos de estos programas son: Vivos (Teleamazonas), Tres Familias (Ecuavisa), Solteros sin compromiso (Tv Televisión), En Corto (Teleamazonas), Antuca me enamora (Tc Televisión), Sí se puede (Ecuavisa), Desde cero (Ecuador Tv), Puro Teatro (Gamavisión), Mi Recinto (Canal Uno), El Club de la mañana (RTS), Baila la noche (Canal Uno). Pero, ¿qué muestran estos programas?, ¿cómo representan a las personas?, ¿existe diversidad de representación sexo genérica?, ¿las personas o personajes mostrados son fieles a la realidad ecuatoriana?

En esta investigación se analizaron los programas Vivos y En Corto, ambos transmitidos en el canal Teleamazonas. El primero se lo puede clasificar como una serie de comedia, donde se muestran a personajes ficticios atravesando diferentes situaciones cómicas y se imita a personajes políticos del medio ecuatoriano. El segundo es un programa magazín, donde se muestran entrevistas realizadas a diferentes personas del medio nacional e internacional. De acuerdo con la descripción previa de contenido, se puede determinar que ambas producciones muestran a diversas personas o personajes del medio nacional, ya sea a través de entrevistas, imitaciones o representaciones. Un ejemplo de esto es el personaje *la Melo*, del programa Vivos que se puede considerar como una representación de una persona homosexual.

Las representaciones pueden convertirse o sustituir la imagen de un algo o alguien. De acuerdo con Hall (1997) “[...] significa también simbolizar, estar por, ser un espécimen de, o sustituir a;” (p. 3). Mediante ellas una persona puede hacerse una idea de algo que aún no conoce, por lo tanto, se considera importante que las representaciones mostradas en la televisión sean lo más genuinas posibles y en el caso de mujeres e integrantes de la comunidad LGBTQI+ tiene mayor relevancia al tener estos grupos una menor participación en pantalla.

En la televisión nacional los personajes con una sexualidad diferente a la heterosexual tienen una participación mínima. De acuerdo con el estudio de Proyecto Zoom, realizado por Nuñez et al. (2019) “menos del 1% de las personas y personajes en pantalla son algo distinto a lo heterosexual” (p. 79). Asimismo, son representados de una manera cómica. “Aunque cada vez hay más personajes de la comunidad LGBTQI+ en el cine y la televisión mundial, en el Ecuador insistimos en la caricatura y el estereotipo” (Chejín, 2019, párr. 1).

En el caso de las mujeres ocurre lo mismo, de acuerdo con el informe publicado por Proyecto de monitoreo Global de Medios (2015) “La presencia de mujeres en radio, prensa y televisión corresponde al 26%” (p. 11). Además, según el estudio sobre El tratamiento de las mujeres en los medios de comunicación realizado por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2019), en las comedias de situación, las mujeres son mostradas como objeto de deseo, destacando su físico y belleza, cumpliendo un rol de víctima o mujer tonta, siendo todas estas representaciones estereotipos.

Las representaciones, así como los roles de género mostrados en la televisión, son temas que siguen siendo estudiados. En el contexto nacional e internacional existen investigaciones similares a la que se planteó hacer. Los temas que cubren son las representaciones de género presentes en los programas de televisión, así como el análisis de dichas representaciones y si

estas caen en el margen del estereotipo. Entre los países donde se han realizado estas investigaciones están Estados Unidos, Chile y España. En Ecuador se han hecho investigaciones similares, las cuales buscan mostrar el tipo de representaciones de género presentadas en los programas nacionales. A continuación, se detallan las investigaciones que han servido de guía para este trabajo.

El estudio denominado *Where we are on tv* (Estados Unidos), realizado por GLAAD - Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (2019-2020), una organización sin fines de lucro dedicada al estudio de las representaciones de la comunidad LGBTQI+ en los programas estadounidenses, demostró mediante datos estadísticos la presencia de personajes de la comunidad LGBTQI+ en los programas. A partir de un enfoque cuantitativo, recabó información mediante la observación de los programas emitidos en horario estelar y la confirmación del reparto de dichos programas. Los resultados de esta investigación permitieron conocer que el 10.2% de personajes mostrados pertenecían a la comunidad LGBTQI+, una cantidad considerable, pero a pesar de había metas por cumplir y mejorar.

Por otro lado, el estudio denominado *Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena* (Chile), realizado por estudiantes de la Universidad de Chile (2018), analizó los estereotipos de género y sexo presentes en las personas o personajes de los programas televisivos chilenos. A partir de un enfoque cuantitativo se recabó información mediante una ficha de análisis de contenido en la cual se definieron seis dimensiones a evaluar. Como resultado de esta investigación se obtuvo que la televisión chilena no contaba con diversidad socio cultural, étnica y de género, por motivo que las representaciones étnicas mostradas en la televisión eran mayormente de personas blancas, a pesar de la mayoría mestiza que conforma a la población chilena, en la parte socio cultural, los personajes mostrados eran mayormente de

clase alta, a pesar de ser una menor parte de la población chilena y con respecto a las representaciones de género, dominaba la normativa heterosexual.

Por último en las investigaciones ecuatorianas se tiene el estudio denominado: Las comedias de situación (sitcoms) producidas por la televisión ecuatoriana y los estereotipos de género, realizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (2016), el cual buscaba “analizar el contenido de la comedia de situación (sitcom) producida por la televisión ecuatoriana con el fin de visibilizar los estereotipos que naturalizan los imaginarios sociales sobre género y sexualidad” (Castillo & Freire, 2016, p. 384). A partir de un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo se observaron cuatro comedias de situación de producción ecuatoriana, registrando el diálogo de los personajes y sus actitudes sexistas. Como resultado se obtuvo que los cuatro programas expresaban estereotipos de roles de género donde el hombre tenía el rol activo y la mujer un rol pasivo.

Justificación y planteamiento del problema

Los programas televisivos pueden tener influencia en las personas. De acuerdo con Gordillo (2009) “Los personajes, situaciones y acciones de los programas ficcionales de televisión organizan una serie de modelos que son fácilmente imitables por parte de los telespectadores [...] la ficción televisiva ejerce una función de referencia social” (p. 101). Esto quiere decir que pueden convertirse en un marco de referencia social y de comportamiento, además de un referente a imitar por parte de los espectadores a través de sus personajes, contenidos y contribuir a la construcción de su realidad social.

Como problema de investigación se parte del aumento del consumo televisivo en Ecuador, donde entre los principales programas transmitidos se tienen a series, *reality*, revistas familiares etc., se consideró importante el analizar el contenido que los mencionados transmiten.

Además, debido a la influencia que estos pueden llegar a tener, el problema de investigación se enfocó en analizar cómo se realizan las representaciones de género en las producciones nacionales emitidas en la televisión y si estas son fieles a la realidad o caen en un estereotipo. Como se menciona en este documento, el contenido televisivo es un referente para la construcción de la realidad de una persona y, si las representaciones de género forman parte de este contenido, la forma en que son presentadas en televisión puede influir en el entendimiento o concepto que una persona llegue a tener sobre un género.

Aunque en el país otras instituciones, además de la Universidad Casa Grande, han realizado investigaciones como esta, el presente trabajo se justifica porque aporta con datos actuales sobre las representaciones de género en la televisión ecuatoriana. Mediante una herramienta de análisis de contenido elaborada por los investigadores de campo en colaboración con los tutores de la investigación, se buscaba determinar si en las producciones nacionales existe diversidad sexual, de género y étnica, si se emiten roles de género estereotipados o si existe contenido discriminatorio en los programas a analizar. Los programas elegidos en esta investigación son la serie Vivos y el programa magazín En Corto, esto por ser producciones creadas en el país y ser transmitidas por un canal ecuatoriano como lo es Teleamazonas. A partir de los datos obtenidos se describe la forma en que se representa la diversidad sexo genérica y se identifica las representaciones de género en los programas de televisión elegidos. Además, la información proporcionada en este documento podrá servir como marco de referencia para próximas investigaciones e informar a la población ecuatoriana acerca de la televisión que consumen.

Antecedentes

Desde 1998 la homosexualidad dejó ser considerada como un delito penal en el país. La Constitución de ese año prohibió la discriminación por orientación sexual en su capítulo de Derechos civiles (Ec. 1998) y más adelante, con la nueva Constitución del 2008 se especificó que no se podía ejercer cualquier tipo de discriminación por orientación sexual e identidad de género (Ec. 2008).

A pesar de lo mencionado, en Ecuador tanto mujeres como integrantes de la comunidad LGBTQI+ siguen siendo discriminados y perjudicados. De acuerdo con la investigación sobre Condiciones de Vida e Inclusión Social de Población LGBTI realizada por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2013) “de 2.805 personas entrevistadas, el 27,3% señaló haber experimentado actos de violencia, de las cuales el 94,1% manifestó haber sufrido gritos, insultos, amenazas y burlas” (p. 29).

En el caso de las mujeres sucede igual. En el año 2018 “La Fiscalía General de Ecuador, atendió más de 66 500 casos de violencia machista” (El comercio, 2019, párr. 1). Adicional, esta institución informó que “desde el 1 de enero al 8 de agosto se contabilizaron 62 mujeres que fueron violentamente asesinadas por el hecho de ser mujeres” (El Comercio, 2019, párr. 2).

Al prohibirse la discriminación de género en una norma jurídica suprema como lo es la Constitución, este decreto llega hasta los medios de comunicación con la creación de la Ley Orgánica de Comunicación en 2013, la cual establece como contenido discriminatorio a cualquier mensaje que “[...] incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios” (Ec. 2013, art. 61). Uno de los medios más importantes es la televisión debido al alcance que puede llegar a tener, “la televisión es un instrumento que, teóricamente, ofrece la posibilidad de llegar a todo el

mundo” (Bourdieu, 1996, p. 18) y en Ecuador, como se menciona en este documento, se consume en gran cantidad.

La televisión llega al Ecuador el “12 de diciembre de 1960, con una programación en blanco y negro que consistió en dibujos animados, además de musicales, documentales y miniseries” (El Universo, 2019, párr. 1). Canal 4, actualmente conocido como RTS, emitió el primer programa de televisión y este hecho fue la apertura para que a lo largo de los años otros canales continúen con la misma iniciativa, siguiendo así Ecuavisa 1967, Telecentro (ahora TC Televisión) en 1969, Teleamazonas en 1974; Gamavisión en 1977, y SíTV (ahora Canal Uno) en 1992.

Teleamazonas nace gracias a Antonio de Granada, empresario que, a partir de la compra de una radio emisora, conformó la Televisora del Amazonas, condensado como Teleamazonas (El Telégrafo, 2020), siendo este canal el primero en transmitir programas a color en el país (Metro Ecuador, 2016). Entre las producciones más antiguas de este canal se puede mencionar la novela La Casa de los Lirios, la miniserie El Teniente y documentales como El último auca libre y Galápagos para siempre (Tiscama, 2014). Así también, como único programa magazín, está En Corto, estrenado en 2003, vigente hasta la actualidad, siendo este un espacio para mostrar entrevistas a personas de la política y medio nacional e internacional.

En el año 2009 llega a Teleamazonas el programa de parodia nacional Vivos, quien tiene sus antecedentes en Ni En Vivo Ni En Directo un programa de producción nacional con el mismo formato de parodia, transmitido en el canal Tc Televisión en 1997. Vivos mostraba dramatizados humorísticos de personajes políticos del medio ecuatoriano, como Rafael Correa, Abdala Bucaram, Jaime Nebot, León Febres Cordero. También personajes ficticios como “Esheman, un pseudo shamán que propone menjurjes para sanar y conquistar, ‘El Buitrón’, el

astuto vigilante que busca aprovecharse de quienes infringen las leyes de tránsito” (El Universo, 2010, párr. 7). “La Melo, una parodia de La Mole que habla sobre un peluquero afeminado al que siempre intentan estafar” (El Universo, 2004, párr. 6).

Algunas de las representaciones de este programa han sido rechazadas por distintas personas y grupos. En el año 2014, la asociación Silueta X, que afirma protege los derechos humanos de las personas con una identidad de género distinta a la establecida por la sociedad (Silueta X, sf). “Presentó una denuncia por escrito en contra de los programas de televisión Vivos, La Pareja Feliz y Mi recinto, a los que acusa de discriminación, exclusión, machismo, sexismo y racismo” (La República, 2014, párr. 1). Al año siguiente, la Superintendencia de la Información y Comunicación, sancionó al canal Teamazonas y al programa Vivos, por la denuncia de Julio César Ayala debido a “agresiones discriminatorias a su condición de salud y tonos burlescos a su personalidad” (El Comercio, 2015, párr 3).

En el 2014 varios programas dejaron de ser transmitidos y otros dieron las correspondientes disculpas, como resultado de la Ley de Comunicación (2013), la cual prohíbe a los medios transmitir contenido que “incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género” (art. 61), En el caso del canal Teamazonas y Vivos, la última temporada que estaba por estrenarse no llegó a salir en pantalla por las denuncias antes mencionadas (La República, 2015).

Revisión Conceptual

Para propósitos de esta investigación se revisaron las concepciones de género basadas en las teorías de Barberá y Martínez (2004), las representaciones sociales de Moscovici (1963) y de Hall (1999), las cuales se complementan con las ideas de estereotipos de Dyer (1999) y violencia simbólica de Bourdieu (2000). Finalmente se concluye con un breve concepto de serie, situación

de comedia y magazín, que corresponden a las categorías de los programas a analizar en este trabajo.

Conceptos de género y sexo.

Barberá y Martínez (2004) definen al sexo como una realidad compleja que orbita alrededor del polimorfismo sexual, mismo que resulta condicionado por los sistemas de creencias sociales arraigadas a la cultura y contexto de una sociedad determinada. Debido a esta complejidad se requiere de la reflexión y comprensión para armonizar las implicaciones del polimorfismo sexual, así como los sistemas de creencias ya mencionados.

John Money (1955) psiquiatra y sexólogo, citado por Vásquez (2018) afirmó en sus estudios e investigaciones sobre personas que nacen con ambos genitales de diferente sexo mejor conocidos como hermafroditas o intersexuales, una diferenciación entre los géneros y los sexos atribuidos de los individuos en cuestión. Money notó que efectivamente puede haber lugar a una diferencia entre el género y el sexo atribuido de un individuo. Por consiguiente, Money llega a la reflexión, que es la educación que se imparte tanto en casa como en el ambiente que rodea al individuo lo que genera en él, la idea de ser una mujer o un hombre (Vásquez, 2018). Por ello, esta ideología se complementa a lo establecido previamente sumando la característica del género como una construcción social.

El género debe ser entendido como un concepto en constante evolución, pero con una arraigada conexión con el sexo. En su libro *El género en disputa*, Judith Butler (1999) realiza una crítica hacia los constructos género y sexo, en el cual explica que el género no puede ser entendido como la traducción cultural del sexo. De esta forma la autora explica que el género se determina por las relaciones culturales y sociales del individuo, y por ello no está predispuesto genéticamente.

Butler (1999) enfatiza en el cuestionamiento sobre la ley heteronormativa y su normalizada correspondencia entre los términos género y sexo. La aparente relación de correspondencia normaliza que el sexo de nacimiento conllevará a una adopción determinada de género y las actividades atribuidas por la sociedad a dicho género. Lo que tendrá repercusiones en el deseo, pensamiento, comportamiento, actividades sexuales, entre otras conductas. Por consiguiente, según dicha conexión normalizada entre género y sexo, si se nace con genitales y órganos sexuales masculinos, el género será necesariamente masculino y el objeto de deseo será el sexo o género opuesto.

Saldivia (2017) también hace referencia a esta ley heteronormativa, pero con el término *oposiciones binarias*, donde “este binarismo de género se fundamenta en la asunción de que existen solo dos tipos de cuerpos, el del hombre y el de la mujer” (p. 60). En base a esto se tiene al término cisgénero que hace referencia a “personas que experimentan como propio el género que se le ha atribuido socialmente en virtud de sus órganos genitales” (Muñoz, 2016, p.168). A partir de este razonamiento heteronormativo, que cae en lo redundante, es que Butler (1999) realiza su crítica y refuta contra esta norma establecida, aseverando que los conceptos género y sexo, no tienen la necesidad de mantener una conexión ni corresponderse entre sí.

Las ideas que presenta Butler han encontrado acogida por parte de la sociedad contemporánea. Lamas (2000) agrega que la reflexión y el debate sobre estas temáticas pertenecen a una construcción simbólica de las representaciones sociales que tiene una sociedad sobre los roles que cada género debe cumplir. Sin embargo, el diseño de los roles de género socialmente aceptados se encuentra basado en un paradigma históricamente androcéntrico, llevando a disputas entre aquellos que defienden el paradigma tradicional y los que buscan un

cambio social en cuanto a las ideas y las prácticas sociales atribuidas a cada género (Fernández, 2000).

Representaciones Sociales

Stuart Hall (1997) afirma que la representación enlaza a la cultura y al lenguaje. De esta manera pasa a ser parte fundamental del proceso por el cual se intercambia y se genera el sentido entre los integrantes de una misma cultura. Este proceso necesariamente involucra el uso del lenguaje, los símbolos, las imágenes y los signos, que representan alguna cosa en específico. Entonces, y en palabras de Hall (1997), “La representación es la producción de sentido a través del lenguaje” (p.13).

En la representación es necesario el uso de signos y la simbología, ordenados y coordinados en diversos tipos de lenguajes, con la finalidad de comunicarse de modo significativo con otras personas. El lenguaje usado puede emplear signos o señales para que simbolizen o representen eventos, objetos y personas de la realidad. Sin embargo, estos signos también pueden simbolizar objetos de un mundo imaginario o de fantasía que no forman parte del mundo real o material. Hall (1997) ejemplifica: “El lenguaje no funciona como un espejo” (p.13).

Hall menciona dentro de su obra que este fenómeno ocurre justamente por dos estructuraciones. Como primer punto se tienen los conceptos y teorías que se crean y producen en la mente de un individuo, estas ideas operan como un esquema de representación mental que ordena, organiza y distribuye el mundo real en segmentos y los categoriza de manera que tomen sentido. Entonces, si se reconoce un concepto o idea para algún motivo, se puede entender su sentido, pero para poder comunicarlo se debe usar el lenguaje, la segunda estructura.

El segundo sistema de representación al cual hace referencia Hall es el lenguaje que radica en signos o símbolos combinados en diversas relaciones. Sin embargo, dichos signos únicamente consiguen producir sentido si se posee códigos que propicien y permitan interpretar los conceptos o ideas a un lenguaje entendible y comprensible para el individuo. Estos códigos, son fundamentales para la representación y el sentido de esta. Son además las consecuencias de las convenciones sociales, forman parte fundamental de la cultura, de los mapas de sentidos, los cuales se comparten como sociedad, los mismos que son aprendidos e interiorizados de forma inconsciente a lo largo del crecimiento e integración de la persona con su comunidad y cultura.

Greca y Moreira (1996) postulan a las representaciones con un concepto menos complejo que el de Hall. Estos autores basan sus afirmaciones en la teoría de los Modelos Mentales de Jonhson-Laird, en donde mencionan que los símbolos y las reglas son necesarios para llegar a formar el lenguaje y transmitir una idea en el sujeto, el cual se manifiesta a través de las mismas representaciones. Estas últimas se apropian del concepto que se encuentra detrás de una determinada situación, siendo independiente de cómo vaya a ser expresado en el lenguaje utilizado. Entonces las representaciones no vienen a ser una sucesión de palabras expresadas por medio del lenguaje, sino una cadena de símbolos mentales o de ideas que el sujeto genera para el entendimiento de una determinada situación.

Hasta ahora, las representaciones sociales se basan en las ideas que el sujeto, basado en su contexto, crea para la adecuada comprensión de una situación o conocimiento, y que estas pueden modificarse a lo largo del tiempo, creando como resultados las actitudes. Moscovici (1963) establece que las representaciones sociales son las bases fundamentales para que se conformen las actitudes, de forma en que estas demuestran los rasgos individuales y la psique de una persona ante determinada temática, sumando también el contexto social y cultural del sujeto,

que han sido indicadores influyentes en el pensamiento del individuo. Tomando las palabras del autor, puede considerarse que las representaciones sociales corresponden a un proceso cognitivo de aprendizaje, debido a que depende de lo que la persona llegue a conocer o interpretar de la realidad para construir estas relaciones mentales, pero también se crean mediante un proceso social que involucra la experiencia cotidiana y la interacción con amigos, familiares, medios de comunicación, etc.

Bidjari (2011) explicando a Abric (1997) menciona que las representaciones sociales tienen el papel de guías que moldean el accionar de la persona al determinar que las costumbres y habituaciones de las representaciones influyen entre sí, creando una red de pensamientos socialmente aceptados sobre cómo hay que interactuar o manejarnos. Estas representaciones sociales se forman de manera automática y hacen referencia a los pensamientos que la persona tiene y llega a tener, los cuales posteriormente sirven de base para las ideas, creencias, postulados entre otros. Bidjari (2011) define a las representaciones sociales como “[...] esquemas cognitivos (o una forma de conocimiento, socialmente formado y compartido entre un grupo de personas) que nos permite pensar en base a dichos esquemas y la realidad representada para nosotros” (p. 1594-1595). En base a esto, las actitudes son creadas sobre las representaciones sociales que el individuo tiene de dicho objeto (Howarth, 2006).

Sin embargo, no hay que considerar que las representaciones sociales son concepciones fijas en la psique del individuo, debido a que como teoriza Moscovici (1998) son formadas en la cotidianeidad, al hablar con otra persona, al conocer más sobre la cultura, al interactuar con un nuevo grupo, etc. De manera que esta nueva información se llega a asentar en las tradiciones e ideologías del individuo.

Estereotipos

Bosch, Ferrer y Gili en su libro *Historia de la Misoginia* (1999) explican que el término de ideas estereotipadas, correspondiente al concepto actual que se tiene de estereotipo es por el periodista Walter Lippmann en su libro *Public Opinion* (1922) utilizándolo como unidad de análisis en la opinión pública para identificar representaciones simplificadas, esquemas culturales preexistentes, a la luz de los cuales son vistos los grupos con características afines.

Dyer (1999) afirma que los estereotipos funcionan como una forma de ordenar y categorizar a las masas. Dicha actividad de categorización se hace necesaria e indispensable para darle sentido a las diferentes sociedades que conforman al mundo, además para poder hacerlas únicas y diferenciarlas entre sí. Así mismo los estereotipos funcionan como una creencia absoluta a pesar de no serlo y no reconocen sus propias limitaciones encasillando así a todo un grupo en general.

López et al. (2005) explica que los estereotipos tienen tres elementos esenciales: las categorías, los símbolos y los valores los cuales se van a definir a continuación. La categoría hace referencia al tema en específico del cual el estereotipo va a tratar, muchas veces esta tiene raíces misóginas como la idea de una mujer *parlanchina*; en ese caso se hace referencia a características de la mujer.

López et al. (2005) comentan que los símbolos corresponden al lenguaje empleado por un grupo en particular para poder expresar las ideas categorizadas de un estereotipo, denotando una relación entre términos que lo fortalecen conforme se transmite entre sociedades y generaciones. Usando el mismo ejemplo de la mujer *charlatana*, los símbolos generan la relación entre la idea de la mujer y se manifiestan en frases como *pareces mujer hablando*, o incluso las empresas de

publicidad se pueden aprovechar de esta idea socialmente aceptada para generar contenido gráfico que enraíce más el concepto de la mujer habladora.

López et al. (2005) adicionan que los valores asociados del estereotipo corresponden al juicio de valor que se le brinda a las ideas categorizadas y expresadas, estas se almacenan de manera inconsciente y se llega a habituar en la psique de los individuos, creando injusticias sociales que en muchos casos toman años derrumbar. Estos valores asociados al estereotipo conforman los prejuicios (opiniones e ideas negativas) que se exhiben contra el grupo estereotipado, que al tomarse como creencias verdaderas parecen normales y lógicas: *las mujeres hablan por hablar*; sin embargo, enmascaran la normalidad de una realidad misógina en el caso del ejemplo utilizado a lo largo de esta explicación. Como consecuencia de estos estereotipos, algunos grupos se ven perjudicados, “[...] en los últimos años, los negros, las mujeres y los gays, en particular - a las formas en que se encuentran estereotipados en los medios de comunicación y en el discurso cotidiano” (Dyer, 1999, p. 1).

Elías y Muro (2017) realizaron una investigación acerca de los estereotipos de la mujer en la publicidad de la televisión, siendo más específicos, en el canal Televisa de su país. El resultado de este trabajo fue que el estereotipo dado para el rol de la mujer en los comerciales transmitidos era el de amas de casa, mujeres entregadas y dedicadas a su familia. La mayoría de las protagonistas publicitaban artículos de limpieza, su función y desempeño se centraba solo en el hogar, haciéndose cargo del cuidado de los hijos, con la figura paterna siempre ausente.

Se puede concluir en base a la investigación de estos autores, que la imagen que poseen en América Latina de la mujer es del rol de cuidadora de hijos y encargada del hogar, sin embargo y tomando como referencia a Dyer, a pesar de que este estereotipo sí cumple con sus funciones, pues si bien es cierto que el rol de la mujer en su mayoría en América Latina es el de

ama de casa, está sesgado debido a que en los últimos tiempos la imagen femenina ha tomado protagonismo e independencia, al punto de ser autónoma y empoderada.

La idea errónea de los estereotipos en la sociedad ha provocado el desarrollo de conductas que pueden llegar a ser consideradas violentas. La OMS define a la violencia como:

El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones. (s.f.)

El sociólogo Pierre Bourdieu (2000) acuñó el término violencia simbólica en la década de los 70, como forma de expandir la idea de la violencia, hasta ese entonces centrada en el maltrato físico, para referenciar sus investigaciones acerca de la reproducción del dominio masculino sobre la naturalización de las diferencias entre los géneros que tuvo sus cimientos en sus estudios e investigaciones sobre la dominación masculina.

Martínez (2016) retoma las ideas de Bourdieu (2000) y plantea que la violencia simbólica corresponde a una aceptación e internalización de las conductas dominantes en esquemas de pensamientos y cogniciones opresoras de un grupo dominante en grupos subyugados o vulnerados, de esta manera se normaliza la dominación.

Bourdieu (2000) agrega que para que se dé lugar a este tipo de violencia, debe existir sumisión de una persona o varias personas con respecto a otras con base en las diferencias de género, lo cual permite normalizar las relaciones de poder, a partir de la socialización cotidiana de las personas, y esto ocasiona que se vuelva irrefutable e incuestionable, debido a su normalización y naturalización. Toda esta socialización que se genera a través del aprendizaje de control emocional y hábitos propiciados de manera inconsciente, ocasionan que el individuo

sometido justifique su sometimiento como voluntario, en base a sus temores e inseguridades, además de su dependencia emocional (López, 2015).

A manera de resumen, las ideas sobre género y roles de género se encuentran arraigadas a la sociedad y cultura en las que se encuentran establecidas, de forma que los elementos sociales forman categorizaciones o representaciones mentales sobre estos diversos géneros en base a los conceptos socialmente aceptados. Estos conceptos se preservan debido a los estereotipos los cuales son difundidos mediante el diálogo, la prensa escrita y medios audiovisuales. En esta investigación se analizó el contenido de series televisivas, por lo que su definición facilitó la comprensión del contenido investigado.

Series o Situaciones de Comedia, Magazín.

Para Saló (2019) las series televisivas se conciben como obras audiovisuales que se difunden a través de la televisión cuya programación se caracteriza por ser continua, y su guion mantiene una temática específica en todos los episodios emitidos. En la actualidad, las series se han posicionado como un elemento propicio para el entretenimiento, llegando a tener inversionistas para su producción. Existen diferentes tipos de series, que se pueden clasificar en: teleserie, antología, micro serie, series documentales, miniserie, y *sitcom* o comedia situacionales.

Para el presente estudio es importante abarcar a la comedia situación, ya que, está directamente ligada al objeto de estudio (Vivos), es así cómo se caracterizan por ser emitida en la parrilla televisiva en un solo horario, presentando en todos los programas los mismos personajes. A su vez, son autoconclusivas, lo que significa que, la historia narrada comienza y termina en un solo episodio, por lo cual, dependiendo de la franja horaria, estas series poseen una duración entre 25 y 45 minutos (Aliaga, 2017).

Por su parte el formato magazín (En Corto), abarca diferentes temáticas y los relaciona para producir un solo programa, este formato de neotelevisión es difícil de definir, pero se presenta una aproximación desarrollada por Hernández y Zamora (2017), las cuales consideran al magazín como un género híbrido, dado que, aborda varios géneros, presentados en diferentes enfoques. Por ello los programas que se desarrollan bajo este género muestran temáticas musicales, informativos, hasta entretenimiento y opinión.

Estado del Arte

En el siguiente apartado se muestran investigaciones similares usadas como referentes para el desarrollo de la presente investigación. Las investigaciones están divididas en dos partes, internacionales y nacionales. Entre los referentes internacionales se tiene un informe sobre la cantidad de representaciones de género presentes en los programas de televisión, así como investigaciones que analizan la existencia de dichas representaciones y si estas caen en el margen del estereotipo. En las investigaciones nacionales se tiene un análisis similar a las investigaciones internacionales, pero el sujeto de estudio son las producciones creadas en el país.

Investigaciones Internacionales.

GLAAD - Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (2019 -2020)

GLAAD es una organización sin fines de lucro dedicada al estudio de las representaciones de la comunidad LGBTQI+ en los programas estadounidenses. En sus estudios analiza la aceptación que reciben los personajes por parte de la población estadounidense y la diversidad de representaciones de género justas por parte de los programas de televisión.

En su reporte de *Where we are on tv 2019 -2020*, muestra mediante datos estadísticos la presencia de personajes de la comunidad LGBTQI+ en los programas televisivos. Su muestra son los programas transmitidos en horario estelar entre el 1 de junio de 2019 y el 31 de mayo de

2020 y su unidad de análisis el reparto anunciado o confirmado por la cadena emisora del programa.

Como resultado del estudio, se obtuvo la presencia de 10.2% de personajes LGBTQI+ regulares, es decir existen 90 personajes regulares de la comunidad LGBTQI+ en las series transmitidas en horario estelar. De acuerdo con la organización (Gay and Lesbian Alliance Against Defamation [GLAAD], 2020) “esto es un aumento significativo con respecto a los 75 regulares LGBTQ del año anterior” (p 8). En el caso de las mujeres conforman un 46% de personajes regulares, un incremento de 3% con relación al año 2019, pero a pesar de este logro el porcentaje se considera por debajo de lo que debería, ya que el 51% de la población estadounidense está conformada por mujeres.

A pesar de los logros obtenidos, aún existen brechas por eliminar para alcanzar una adecuada representación de género en los programas de televisión.

***Leyre Eguskiza-Sesumaga - Estereotipos e Identidad de Género en la Ficción Televisiva
Orange is the New Black (2018)***

El objetivo de esta investigación era “ahondar en la representación de la identidad de género de sus protagonistas, determinando qué factores influyen en dicho retrato durante las cuatro primeras temporadas, con trece capítulos cada una” (Eguskiza, 2018, p. 79).

Como muestra se tiene a catorce personajes distribuidos en cuatro grupos, “The Suburbs (piel blanca), The Spanish Harlem (América Latina), The Ghetto (piel negra) y Las Chicas de Oro” (Eguskiza, 2018, p. 81). Esta investigación utiliza como herramienta una plantilla para el análisis de los personajes, basándose en aportaciones de otros autores para su construcción. Las variables de esta plantilla son “nombre, edad, grupo carcelario, procedencia, clase social, delitos, preferencias sexuales, estado civil, maternidad, estereotipos asociados al personaje, religión,

apariencia física” (Eguskiza, 2018, p. 81). En adición a estas variables se incluyen los estereotipos femeninos de ficción, determinados por Virginia Guarinos y la escala de masculinidad y feminidad de Ana García – Mina.

En los resultados, la serie incorpora y normaliza diferentes preferencias sexuales. “Cuatro de cada diez mujeres mantienen relaciones con personas de su mismo sexo. En concreto, una de cada cuatro protagonistas se declara homosexual y una de cada diez bisexual.” (Eguskiza, 2018, p. 84). Se muestra a la religión como una variable fuerte en el grupo de muestra conformado por mujeres latinas. “Destaca la marcada influencia religiosa de *The Spanish Harlem*; sus componentes son católicas y muestran fuertes creencias espirituales” (Eguskiza, 2018, p. 84).

Como conclusión del estudio, en *The Orange is the New Black*, se tiene una serie que demuestra diversidad sexual y empoderamiento femenino. “La serie empodera a estas mujeres al presentarlas como sujetos activos con influencia y poder en prisión” (Eguskiza, 2018, p. 90). Sin embargo, los personajes también caen en ciertos estereotipos. A las matriarcas, quienes son la representación del poder en la serie, se les atribuye una imagen masculina. “Esta asociación entre el poder y lo masculino, vinculando a los hombres con los puestos de responsabilidad y el liderazgo, apunta a la perpetuación de los roles tradicionales de género” (Eguskiza, 2018, p. 89). También se establecen estereotipos raciales, donde los personajes latinos son relacionados a “las creencias religiosas, la lengua y el orgullo hacia su lugar de procedencia son algunos de los principales elementos definitorios sobre los que se construye la identidad de estos personajes femeninos” (Eguskiza, 2018, p. 89). De esta forma, a pesar de contar la serie con una representación de género diversa, se mantienen ciertos estereotipos en los personajes.

Pluralismo de Género y Diversidad Sexual en la Televisión Chilena (2018)

Esta investigación tenía como propósito el establecer los estereotipos de género y sexo presentes en las personas o personajes de los programas televisivos chilenos, además de medir y describir la diversidad de género y sexual en la muestra.

Para determinar la muestra se eligieron “siete programas de no-ficción denunciados ante el Consejo Nacional de Televisión de Chile por motivos relacionados con temáticas de género y nueve programas aleatorios no-ficción no denunciados” (Bravo, et al., 2018, p. 124). A partir de la selección de programas el resultado de la muestra fue “167 personas/personajes televisivos” (Bravo, et al., 2018, p. 124). Cabe mencionar, la elección de programas fue solo un criterio para llegar a la muestra a utilizar. Como unidad de análisis se establecieron las representaciones de las personas o personajes.

La investigación para analizar la representación de los personajes de la muestra, construyó una grilla cuantitativa, es decir, una ficha de análisis de contenido en la cual se definieron seis dimensiones a evaluar. Representación biológica, tiene relación con el físico de la persona o personaje, como su edad, apariencia, estatura, etc. Representación sociocultural, relación al nivel socioeconómico. Representación identitaria, tiene relación con la identidad de género o sexual. Representación psicológica, cómo se comporta la persona o personaje. Representación actancial, los roles establecidos por el relato televisivo, referencia así es el personaje bueno, malo, víctima, etc. Representación normativa, relación al marco normativo respecto al género.

Los resultados de la investigación de acuerdo con las dimensiones establecidas en la herramienta obtuvieron, en representación biológica, el 62% de la muestra demostraba pertenecer a una talla delgada o muy delgada, la televisión representa a los cuerpos de acuerdo

con la norma estética. También, las etnias de los personajes mostrados en televisión mayormente eran blancos, a pesar de la mayoría mestiza que conforma a la población chilena. En representación sociocultural, el 54% de la muestra se determinó como clase social alta, pese a ser en la población chilena una minoría. En la representación identitaria, los personajes eran casi exclusivamente heterosexuales. El resultado de representaciones psicológicas, actanciales y normativas demostró que los hombres eran más autoritarios, es decir eran los conductores principales. En cuestión de actitud corporal, en las mujeres se obtuvo un 28% de actitud erótica, esto por motivo que en programas de conversación nocturnas se presentan a mujeres en ropa interior.

Como conclusión de la investigación, se observa la falta de diversidad sexual y de género en los programas chilenos, en los cuales predominaba la normativa heterosexual. Así también, la falta de diversidad en las dimensiones socioculturales y étnicas, ya que la mayoría de las personas o personajes presentados en la televisión no correspondían a la mayoría real de la población chilena, demostrando que las representaciones televisivas no reflejaban la realidad chilena.

Investigaciones Nacionales

Las Comedias de Situación (sitcoms) Producidas por la Televisión Ecuatoriana y los Estereotipos de Género (2016)

El objetivo del estudio era “analizar el contenido de la comedia de situación (sitcom) producida por la televisión ecuatoriana con el fin de visibilizar los estereotipos que naturalizan los imaginarios sociales sobre género y sexualidad” (Castillo & Freire, 2016, p. 384).

La metodología que utilizó esta investigación fue mixta, comprende el método cuantitativo y cualitativo. La muestra que se analizó “cuatro comedias de situación producidas

por la televisión ecuatoriana que permanecieron al aire entre cinco y nueve temporadas entre 1990 y 2014” (Castillo & Freire, 2016, p. 388). Las comedias que se analizaron, Combo amarillo, Solteros sin Compromiso, La Pareja Feliz y Mi Recinto. Para la sistematización de la información, el estudio dividió la muestra en unidades de registro y observación. La unidad de observación fueron los capítulos escogidos para ver y analizar. La unidad de registro fue el dialogo de los personajes, los mensajes que intercambian.

El método cualitativo analiza los diálogos de los personajes. De acuerdo con las palabras o frases que intercambien los personajes, se clasificó en las categorías: imaginarios, estereotipos y género. El método cuantitativo analizó las actitudes sexistas que tiene el personaje en los capítulos a observar. “Se cuantifica en el personaje toda actitud o práctica que promueve un trato diferenciado de las personas debido a su pertenencia a un sexo biológicamente determinado” (Castillo & Freire, 2016, p. 390).

Los resultados de este estudio demostraron que en los cuatro programas analizados prevaleció el estereotipo de roles de género, ya que al género masculino se lo muestra como el jefe del hogar, proveedor, mientras al género femenino se lo deriva a funciones del hogar e incluso “no se visibiliza completamente en la trama ya que su función es de un control ausente” (Castillo & Freire, 2016, p. 392).

En los resultados cualitativos con respecto a los diálogos de los personajes, la mayor parte de los personajes masculinos no expresaron sus sentimientos ya sea a través de diálogos o expresiones de afecto “a no ser que tengan connotación sexual o que estos personajes sean homosexuales” (Castillo & Freire, 2016, p. 391). A los personajes femeninos se los mencionó como víctima, vulnerable, romántica, etc. Términos “que refuerzan una actitud pasiva del personaje femenino” (Castillo & Freire, 2016, p. 391).

En los resultados respecto al comportamiento de los personajes, el género masculino “se expresa en su mayoría a través de comportamientos sexistas, machistas u homofóbicos, prácticas que se desarrollan con cierta normalidad y se visualizan mediante la agresividad de los personajes masculinos” (Castillo & Freire, 2016, p. 392).

En los resultados cuantitativos “de las cuatro sitcoms analizadas se determinó que el género masculino alcanza 37 actitudes sexistas en total, mientras que en los personajes del género femenino se obtuvieron 20 de estas actitudes” (Castillo & Freire, 2016, p. 394).

Como conclusión en base a los resultados que se obtuvieron, en todas las comedias de situaciones analizadas se refuerza los estereotipos de género, donde los hombres no expresan sus sentimientos y las mujeres sí. El hombre muestra su virilidad por medio del machismo y la agresividad. La infidelidad en el hombre es mostrada como algo natural, mientras la infidelidad de la mujer es juzgada. El que estas comedias promuevan este tipo de contenido puede traer como consecuencia el refuerzo de los estereotipos sobre lo que debe ser masculino y femenino.

Análisis de Medios Zoom (2017)

El estudio de metodología cuantitativa tenía como objetivo determinar la diversidad de representaciones de género en la programación nacional, mediante una técnica de observación. En adición a dicha técnica se implementó la prueba de Bechdel para determinar la inclusión de las mujeres en los programas y la base teórica de los estereotipos de Dyer (Nimbriotis et al., 2017).

El estudio analizó en los programas de muestra diferentes categorías, como sexo y género para determinar la aparición de hombres y mujeres cissexuales, al igual que hombres y mujeres transexuales. Orientación sexual. Contextura corporal, vestimenta para determinar la apariencia de las personas que salen en televisión. Nivel socioeconómico y edades.

Entre los principales resultados de la investigación se encuentran los siguientes, en la categoría de sexo y género el estudio determinó que predominaba la aparición de hombres en los programas de televisión, en tres de los cinco canales, los hombres tenían una aparición de 62%, 52% y 53%. En el caso de hombres y mujeres transexuales, la aparición era nula.

En la categoría del Test de Bechdel, tres de los cinco canales superaron esta prueba. Con respecto a la categoría de orientación sexual, la programación de los canales mostraba a personas o personajes 100% heterosexuales, solo el canal Tc Televisión a través de su programa Cuatro Cuartos mostró a un personaje homosexual, Jaquna. De acuerdo con los estereotipos de Dyer para evaluar a un personaje homosexual, Jaquna caía en el estereotipo del hombre triste (Sad Young Man), por su tristeza en cuanto a la situación de la comunidad LGBTQI+.

Como conclusión de la investigación se encontró una falta de diversidad de representación de género en la programación de los cinco canales analizados, también en el caso de Tc Televisión existía la representación de un personaje homosexual, pero este era presentado mediante un estereotipo, es decir de una forma limitada. De acuerdo con el estudio la predominancia de los hombres y mujeres cissexuales en la programación de los canales, sucedía como una respuesta a ese estado común que la sociedad tiene estipulada en cuanto al género y sexo.

El Sexismo Vende en la Televisión Ecuatoriana. Análisis de la Serie “Tres Familias (2018)

El objetivo de la investigación era “analizar las representaciones de género presentes en la serie ecuatoriana “Tres familias”, identificando contenido que pueda entenderse como discriminatorio, sexista o violento, especialmente hacia las mujeres” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1007).

La metodología aplicada por el estudio fue cualitativa; por lo tanto, como técnica de investigación emplea el análisis de contenido en los tres capítulos de muestra: “Cuando hay celos en tres familias” (primera temporada), “Cambio de look” (tercera temporada) y “Mandarinas anónimos” (tercera temporada). “El contenido se aborda tomando como unidades de observación el guion, vestuario, maquillaje, peinado, actividad laboral del personaje y las escenas con discriminación o violencia simbólica, física o psicológica, basada en su género, apariencia física o condición social” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1008).

Los resultados obtenidos fueron los siguientes: En el capítulo, Cuando hay celos, la pareja de clase alta “representa el modelo de hombre profesional-mujer “florero” dentro del cual la dependencia económica de la mujer legitima de forma implícita el control masculino” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1009).

La serie presenta a los tres hombres de las tres clases con una actitud agresiva y violenta a causa de los celos, pero presenta esta situación desde una perspectiva cómica lo cual hace que la situación sea percibida por la audiencia como algo normal. La representación de la serie del hombre como un ser celoso, “configura un estereotipo masculino que asigna al hombre la incapacidad de controlar sus instintos o impulsos, lo que justifica de alguna manera las agresiones que pueda cometer y desplaza la responsabilidad de sus actos sobre la mujer” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1010).

En el capítulo “Cambio de look” como resultado se obtuvo el sexualizar a la mujer, la desigualdad de género en torno a los estándares de belleza. En este capítulo “las protagonistas reciben comentarios destinados a juzgar su capacidad de atraer o ser queridas por los hombres en función de su apariencia” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1012). También el personaje de Beverly es presentado de forma sexista, por motivo que la serie hace referencia en que su personaje puede

conseguir lo que ella desea en base a su cuerpo. En la serie solo se hipersexualiza a la parte femenina no a la masculina, dado que “los hombres se representan como sujetos con capacidad para atraer o ser queridos por las mujeres sin necesidad de hacer nada especial para merecerlo ni de cumplir rígidas normas estéticas” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1013).

En el capítulo Mandarinas anónimos, se presentan estereotipos masculinos cuando las protagonistas imitan el comportamiento de los hombres mediante “el caminar de forma rígida, agarrarse los genitales, eructar, utilizar un lenguaje vulgar o vestir con colores discretos” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1015), actitudes que pueden generalizar y establecer que todos los hombres eructan o utilizan un lenguaje vulgar para hablar. En el contenido de este capítulo se presentan momentos de violencia. En una escena de este capítulo, una de las protagonistas se encuentra disfrazada de hombre y en una reunión de hombres donde se encuentra su pareja, por lo cual para pasar desapercibida dice hay que matarla, para refiriéndose a ella misma, una mujer, en este contexto ninguno de los hombres presentes sale en contra de esta frase, por lo tanto, se entiende la asociación de violencia de los hombres como algo normal.

En conclusión, en los tres capítulos observados se presenta un entorno machista, donde las mujeres son presentadas en el contexto doméstico, como un ser débil, vulnerable y dependiente, mientras los hombres tienen un rol más impulsivo y violento. Como consecuencia de estas representaciones, la serie “fortalece la educación de género tradicionalmente dominante basada en el antagonismo sexual y el dominio masculino” (Cueva & Verdú, 2018, p. 1020).

La Relación Entre las Representaciones y Estereotipos de Género y el Nivel de Sexismo Presentado en la Publicidad Televisiva de la Ciudad de Quito (2019)

La investigación de metodología cuantitativa-correlacional tiene como objetivo “determinar la relación que existe entre las representaciones y estereotipos de género y el nivel de sexismo en la publicidad televisiva en la ciudad de Quito” (Hermosa, 2019, p. iv).

La muestra del estudio consta de 63 comerciales recopilados de los canales de televisión: Tc televisión, Ecuavisa y Teleamazonas. Cabe mencionar que los comerciales elegidos solo debían promocionar productos o servicios, esto último es la unidad de análisis.

Como herramienta investigativa se elabora un cuestionario de 35 preguntas “en las cuales se puede identificar situaciones que pongan en evidencia el sexismo mostrado tanto para hombres como mujeres” (Hermosa, 2019, p. 22). Las preguntas mencionadas, se distribuyen en una matriz de niveles de sexismo elaborada en base a la Escala de Sexismo en la Publicidad de Pingree, Parker, Butler y Paisley, para así evaluar a los comerciales.

Entre los principales resultados que se obtuvieron de los comerciales analizados, el 56% representa una imagen femenina, en comparación a la imagen masculina que obtuvo un 41%. Del entorno en donde se desarrolla el comercial, entorno privado hace referencia al hogar-familiar y entorno público hace referencia a un lugar abierto, el 66% de los comerciales se desarrolla en el entorno privado. En los resultados se destaca que las mujeres tienen mayor participación en situaciones íntimas; mientras no se pudo observar a los hombres en este contexto. Con respecto al nivel de sexismo, “en los comerciales se evidencia a la mujer utilizando su cuerpo para manipular o seducir al hombre” (Hermosa, 2019, p. 41). Las mujeres son presentadas como amas de casa y los hombres como protector y proveedor. Como resultado general se obtuvo que el 84% de los comerciales analizados son sexistas.

Como conclusión el sexismo está presente en los comerciales televisivos transmitidos en la ciudad de Quito. Lo que transmiten estos comerciales es la imagen de la mujer y el hombre basada en roles tradicionales de género. La mayor parte de los comerciales tienen a la mujer como imagen principal, pero el problema radica en que la imagen presentada se relaciona al rol de madre, ama de casa o una mujer sexi y por lo tanto al no existir mayor diversidad de representación, se limita a las personas a pensar que esa es la única forma en que puede ser representada.

Pregunta de Investigación

¿Cómo son transmitidas las representaciones de género en la televisión nacional del Ecuador desde el caso del canal Teleamazonas, a través de los programas, Vivos y En corto transmitidos desde enero 13 hasta febrero 28 del 2020?

Preguntas Específicas

- ¿Cómo se representa la diversidad sexo genérica en los programas Vivos y En Corto?
- ¿Cómo se presentan las variables sociodemográficas en los programas Vivos y En Corto?
- ¿Qué divergencias hay en las representaciones de género en los programas Vivos y En Corto de acuerdo con su tipología, en este caso ficción y magazín?

Objetivo General

Analizar las representaciones de género mostradas en la televisión nacional del Ecuador desde el caso del canal Teleamazonas, en los programas, Vivos y En corto transmitidos desde enero 13 hasta febrero 28 del 2020.

Objetivos Específicos

- Describir las formas en las que se representa la diversidad sexo genérica en los programas, Vivos y En Corto emitidos por el canal Teleamazonas.

- Describir cómo otras variables sociodemográficas son representadas en los programas emitidos por el canal Teleamazonas y cómo se relacionan con aquellas ligadas al género.
- Identificar si existen divergencias en las representaciones de género en los programas Vivos y En Corto de acuerdo con su tipología, en este caso ficción y magazín.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un diseño cuantitativo. “Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva” (Galeano, 2004, p.24). Al estudiar las representaciones de género en la televisión también se analizó el contenido televisivo que consume la sociedad ecuatoriana.

El alcance de esta investigación fue descriptivo, este tipo de alcance busca “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, et al., 2014, p. 92). Parte de la investigación es determinar la manera en que se muestra a la diversidad de género en las producciones nacionales.

Mediante el diseño cuantitativo se pretendía recolectar información de una manera objetiva, a través de una ficha de análisis de contenido elaborada por los investigadores de campo y validada por 7 expertos. La Ficha de análisis de contenido de acuerdo con las variables que la conformaban, proporciona la cantidad de representaciones de género que existen en los programas de producción nacional, la apariencia y comportamiento que adoptan los personajes, así también si existen factores de discriminación o estereotipos en relación con dichas representaciones.

El motivo por el cual se desarrolló la investigación desde un enfoque cuantitativo fue porque la recolección de datos en este tipo de investigación “se lleva a cabo al utilizar

procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica” (Hernández, et al., 2014, p. 5).

Para el análisis de las representaciones de género en la programación ecuatoriana, primero se determinó los canales nacionales que existen en el país, dado que los canales son los emisores de la programación. En base a esta selección, se establecieron los criterios de selección de los canales a participar en la investigación. Estos deben contar con producción nacional, es decir, los canales deben ser productores de programas nacionales.

Distribuidos los canales se revisó la parrilla de programación en la fecha del 13 de enero al 28 febrero, para observar cuáles fueron las producciones nacionales emitidas durante ese tiempo, para limitar la búsqueda sólo se tomó en consideración programas de tipología ficción, farándula, magazín y *reality*.

En el caso del canal Teleamazonas, canal analizado en este estudio, las producciones nacionales emitidas durante el 13 de enero al 28 de febrero fueron los programas Vivos, de tipología ficción y En Corto, programa de magazín, siendo estos dos programas los sujetos de estudio.

La muestra inicial de la investigación fue la cantidad de episodios emitidos de ambos programas durante el 13 de enero al 28 de febrero. Por falta de acceso a este contenido, a pesar de solicitar mediante cartas universitarias y llamados, los canales emisores no otorgaron esta información; por lo tanto, se precisó reducir la cantidad de episodios a analizar. Como muestra final se obtuvieron 40 capítulos a observar, 20 episodios de cada programa transmitidos en el año 2020.

Unidad de Análisis

- La unidad de análisis comprendió dos programas transmitidos por el canal Teleamazonas:

- Programa de ficción: Vivos.
- Programa magazín: En Corto.

Muestra

- 40 capítulos: 20 episodios, programa Vivos, 20 episodios, programa En Corto. Un total de 1000 minutos observados.

Criterios de Selección

- Programas de producción nacional transmitidos en el 2020.
- Programas transmitidos por un canal ecuatoriano.
- Las grabaciones de los programas debían estar disponibles en páginas oficiales, aplicación YouTube o con la posibilidad de descargar.

Temporalidad

El tiempo establecido para realizar la presente investigación tuvo una duración de mayo – noviembre del 2020 en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 1

Temporalidad de Actividades

Actividades	Mes
Presentación con los docentes investigadores y demás investigadores de campo.	Mayo
Elaborar herramienta de análisis de contenido junto con el libro de códigos.	Junio
Elaborar documento Pre -Grado para su primera entrega y revisión.	Julio
Inicio del trabajo de campo, es decir, la observación de los programas elegidos	Agosto
Tabulación de los datos encontrados	Septiembre
Escritura de la segunda parte del documento	Octubre
Finalización y entrega de documento	Noviembre

Fuente: Elaboración propia

Instrumento de Investigación

La técnica utilizada en la investigación fue el análisis de contenido, “técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática” (Hernández, et al., 2014, p. 251). Lo primordial en la investigación era analizar las representaciones de género en la programación nacional desde un punto de vista objetivo, para así generar información verídica y confiable.

La herramienta de análisis de contenido contaba con un libro de códigos, este último es un manual sobre la manera de usar la herramienta. En el libro se especifican las variables presentes en la herramienta con su significado, concepto y forma de usar. La herramienta y el libro de códigos fueron proporcionados por el docente investigador. Las herramientas otorgadas por el docente fueron la base para construir la herramienta y libro final a utilizar en esta investigación.

Como primer paso para la construcción de ambas herramientas se concretaron reuniones, donde todos los investigadores de campo analizaron cada variable de la herramienta y revisaron como esta era descrita en el libro de códigos, cabe mencionar que esta revisión fue antes de hacer el pilotaje de las herramientas. Una vez hecha la revisión por cada integrante, se procedía a convocar una reunión para compartir las novedades encontradas por cada investigador y así llegar a una sola modificación.

Concluidas las revisiones y modificaciones, se procedió a realizar el pilotaje tanto del libro de códigos como la ficha de análisis de contenido. Para el pilotaje de las herramientas se procedió a ver dos capítulos, el primer episodio del programa *Fresh off the boat* y el primer capítulo de la serie *Modern Family*. Con este pilotaje se revelaron inconsistencias en las descripciones de las variables en el libro de códigos, a pesar de las revisiones previas. Como

segundo pilotaje, se observaron los primeros capítulos de las series *American Housewife* y *Queer as folk UK*, como resultado de estos pilotajes se determinó que existía ambigüedad para determinar quién era el personaje principal, por lo tanto, se volvió a realizar un tercer y último pilotaje con el primer capítulo de la serie *Hollywood*. El resultado de este pilotaje fue mejor, considerando que no se tuvo mayor distinción o problema al llenar y usar la herramienta para realizar el análisis de contenido.

Como el fin de la investigación es ser objetiva y proporcionar datos confiables, se hizo validar la ficha de análisis de contenido y el libro de código por siete expertos. Entre estos expertos se encuentran docentes, directores, másteres e investigadores que se desenvuelven en el ámbito de la comunicación, metodología de la investigación y conocedores en temas de representación de género. A partir de la retroalimentación por parte de los expertos se procedió a realizar la última modificación en el libro de códigos y la ficha de análisis de contenido, para así proceder a utilizarla en la investigación.

La forma en que se tabulo la información fue mediante la ficha de análisis de contenido la cual cuenta con las siguientes variables.

Variables de la Ficha

Tabla 2

Descripción de las Variables de Ficha y Libro de Códigos

Variable	Descripción
Canal	Nombre del canal en el cual es emitido el programa
Nombre del programa	Se especificará el nombre que aparece en la parrilla de programación
Tipo de programa	Formato en el que el contenido de este programa es presentado. Puede ser: ficción, farándula, magazín, <i>reality</i> .
Nombre del personaje	Nombre de la persona o personaje a analizar, según como aparece nombrado en el programa. En caso de no conocer el nombre del personaje, se deberá ingresar como “Sin Nombre”.

Variable	Descripción
Orientación sexual	La orientación sexual predeterminada de cada personaje es heterosexual. En el caso que sea de conocimiento público o mencionado en el programa se deben usar las siguientes variables: Heterosexual, Homosexual, Bisexual, Asexual.
Expresión de género	La expresión de género puede como no puede ir acorde con la identidad de género de una persona. En el programa se deben usar las siguientes variables: Camp masculino, masculino, andrógino, femenino, camp femenino.
Identidad de género	Identidad de género del personaje, las identidades pueden ser: Hombre cisgénero, Hombre transgénero, mujer cisgénero, mujer transgénero.
Edad	Se llenará la ficha con los siguientes rangos de edad, de acuerdo a la percepción del investigador en el caso de que no se muestre explícitamente dentro del programa. En el programa se deben usar las siguientes variables: Primera infancia, infancia, adolescencia, adulto joven, adulto, adultos mayores.
Etnia	Se escogerá dentro de las siguientes variables: mestizos, indígenas, blancos, montubios y negros.
Nivel Socioeconómico	Se clasifica en los niveles A, B, C+,C-,D.
Contextura corporal	Tipo de contextura física de cada personaje que aparece en la programación, se dividió en las siguientes categorías teniendo en cuenta que el peso de una persona se mide de acuerdo a su estatura, peso, edad y sexo.
Vestimenta	Se asigna una calificación al tipo de vestimenta que tiene la persona o personaje dentro del programa siendo 1 el nivel de mayor exposición y 5 el de menor exposición.
Observación de contenido	Se llena si un personaje fue emisor, receptor de contenido violento, ya sea verbal, físico, sexual, discriminación por orientación sexual, racial, xenofóbica, género, clase social.
Test de Bechdel	El test de Bechdel mide la brecha de género en los programas.
Estereotipos de Dyer	Se utiliza esta variable solo en un personaje homosexual (hombre o mujer) y así determinar si cae en un estereotipo. Inbetweenism, personaje homosexual caricaturescamente afeminado. Sad Young Man, Personaje homosexual, infeliz, triste, suicida. The Macho, hombre viril. Lesbian Feminist, siente solidaridad con la lucha de las mujeres por su autonomía.
Comentarios	Se ingresarán comentarios en relación a lo observado en los medios.

Fuente: Elaboración propia

Consideraciones Éticas

La fuente de la cual se obtuvieron los programas a analizar es YouTube. A pesar de solicitar la información al canal Teleamazonas mediante una carta enviada por parte de la universidad y mensajes telefónicos, no se obtuvo mayor ayuda de parte del Gerente Nacional

como de la Gerente de Programación, por lo tanto, se buscó el contenido a analizar en la página de YouTube.

En cuanto a la ética sobre la generación de información, la ficha de análisis de contenido se llena mediante la elección de opciones, es decir, el investigador de campo marca en la herramienta las variables que observa en el programa según los criterios que el libro de código le indica, por lo tanto, los datos ingresados se pueden contabilizar o promediar y en base a esto generar los resultados.

Como se menciona anteriormente, para llenar la herramienta de análisis de contenido se debe obedecer los criterios establecidos, por lo tanto, se puede decir que el proceso de generación de datos es objetivo. De igual manera, los investigadores de campo se comprometieron a proporcionar resultados sin haber alterado de ninguna manera la información recogida.

Resultados

Se obtuvo a 286 personas o personajes producto del análisis de contenido realizado a los programas Vivos de tipología ficción, En Corto de tipología magazín y la observación de 1000 minutos de programación. En esta investigación se planteó explorar las representaciones de género mostradas en la televisión nacional. En base a la observación y el uso de las variables de la ficha técnica se destaca que las mujeres y comunidad LGBTQI+ cuentan con 30% y 1% de representación. Además, el programa de ficción emite mayor contenido violento y discriminatorio que el programa magazín.

Representación de la Diversidad Sexo Genérica en los Programas.

Mujeres

De los 286 personas-personajes encontrados solo el 30% corresponde a mujeres (85 mujeres) una minoría en comparación al 70% de hombres (201 hombres). De la cantidad de mujeres mencionadas el 56% pertenece al programa de ficción y el 44% al programa magazín.

En lo que corresponde a la orientación sexual de las mujeres de la muestra seleccionada el 100% es heterosexual, por lo tanto, en los programas analizados no existe representaciones de mujeres homosexuales, bisexuales o asexuales. Además, se tienen las variables de expresión e identidad de género, las cuales tuvieron como resultado que el 100% de las mujeres tiene una expresión de género femenina y una identidad cisgénero. En base a esto, en los programas analizados no se encuentran mujeres con una expresión de género masculina, andrógina, camp femenina, femenina o con una identidad transgénero.

Para determinar la exposición a la que está sujeta la persona o personaje se utilizó la variable de vestimenta. La cual se analizó teniendo en cuenta cinco niveles, donde el primero (nivel 1) significa que el personaje aparece desnudo. Nivel dos, el personaje está en ropa interior. Nivel tres, la ropa que usa es ajustada, las faldas o vestidos son cortos, pegados al cuerpo. Nivel cuatro, los pantalones o faldas son al nivel de la rodilla, no apegados al cuerpo. Nivel cinco, ropa larga, como blusas o camisas manga larga, pantalones. En base a los datos obtenidos el 67% de las mujeres se encuentran en los niveles 4 y 5, lo que quiere decir que están sujetas a una exposición mínima, sin embargo, se obtuvo información en los niveles 2 (3%) y 3 (31%). Al comparar esta misma variable con la información de los hombres, no se obtuvo hombres bajo el nivel 2. En el nivel de vestimenta 3 solo se tenía un 3%, una minoría en comparación a las

mujeres. Adicional las mujeres que conforman el nivel de vestimenta 2, tienen una contextura voluptuosa.

Tabla 3

Nivel de Vestimenta Entre Hombres y Mujeres

Vestimenta	1	2	3	4	5
Mujeres	0%	2%	31%	33%	34%
Hombres	0%	0%	3%	22%	75%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la contextura de las representaciones de mujeres en los programas analizados se obtuvo que el 35% de ellas son voluptuosas, siendo la descripción de esta categoría abdomen plano, cintura pequeña y senos pronunciados. A esta le sigue la contextura sobrepeso con 28%, delgada con 19% y en forma con 18%.

Hombres

De los 201 hombres de estos programas el 99% corresponde a una orientación sexual heterosexual y solo 1% corresponde a una orientación sexual homosexual. Este 1% está conformado por dos hombres homosexuales, siendo el primero un personaje del programa de ficción y el segundo una persona del programa magazín. En relación a esto, al analizar la expresión de género se encontró que el 99% es masculina y en el caso de los hombres homosexuales se obtuvo que el personaje de ficción consta en la categoría camp femenina, siendo esto el 0.5% y la persona del programa magazín consta en la expresión femenina, siendo esto 0.5%. Como resultado de la identidad de género se obtuvo que todos los hombres presentes en la investigación son cisgénero ya que ninguno mencionó o se autodefinió en el programa como una persona o personaje transgénero

En cuanto al tipo de vestimenta de los hombres, solo se obtuvo un 3% en el nivel 3, que hace referencia a ropa pequeña y ajustada, el resto se encuentra en los niveles 4 (22%) y 5 (75%). Los hombres homosexuales son parte del nivel 5, el cual quiere decir que la persona o personaje es mostrado en pantalones, ropa holgada, blusa o camisas manga larga.

Representación de Variables Sociodemográficas y Género.

Mujeres

Al analizar la edad de las mujeres que son presentadas en estos programas se obtuvo que en su mayoría son adultas y adultas jóvenes, con un 78% y 19% correspondientemente. Las mujeres adultas mayores e infantes conforman el 3% restante, mientras que en las categorías de adolescencia y primera infancia no se tiene ninguna representación.

En cuanto a las etnias presentes en los programas analizados se obtuvo que la mayor representación de mujeres pertenece a la etnia mestiza con un 96% (81 mujeres mestizas), mientras que las etnias afro, blanca e indígena conforman el 4%, el cual está compuesto por una mujer indígena, una mujer blanca y dos mujeres afro. Adicional, como resultado, se observó que la etnia mestiza abarca casi todas las categorías que conforman la variable edad, aquí se encuentran todas las niñas (infancia), adultas jóvenes, adultas mayores y cierta parte de mujeres adultas, mostrando mayor variedad. En la etnia indígena, blanco y afro no hay niñas (infancia), adolescentes, adultas jóvenes o adultas mayores. Por lo tanto, la mayor parte de las representaciones de mujeres se centran en adultas mestizas.

Tabla 4*Distribución de Mujeres Según Etnia y Edad*

Mujeres	Edades				
	Total	Infancia	Adulto joven	Adulto	Adulto mayor
Mujeres indígenas	1	0	0	1	0
Mujeres afro	2	0	0	2	0
Mujeres mestizas	81	1	16	62	2
Mujeres blancos	1	0	0	1	0
Mujeres montubias	0	0	0	0	0
Total	85	1	16	66	2

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al nivel socioeconómico, se considera a los niveles A y B como clase social alta, nivel C+ como clase social media, y C- y D, como clase social baja. Dicho esto, la mayor representación de mujeres se encuentra en el nivel A (37%) y C+ (35%), seguido por el nivel B, con un 22%, por último, nivel C- 6%. No hay representaciones de mujeres bajo el nivel D. Por lo tanto, hay mayor representación de mujeres de clase social alta. Producto de la relación de la variable socioeconómica y étnica, se encontró que las mujeres con etnia indígena (1) y blanca (1) se encuentran en el nivel A. Las mujeres con etnia afro (2) se dividen en los niveles A y C+. Por último, el 96% de mujeres mestizas se divide 34% en el nivel A, 22% en el nivel B, 34% en el nivel C+ y 6% en el nivel C-. En base a esto se considera una mayor diversidad socioeconómica en la etnia mestiza en comparación a las demás.

Tabla 5*Distribución de Mujeres Según Etnia y NSE*

Mujeres	Total	NSE				
		A	B	C+	C-	D
Mujeres indígenas	1	1	0	0	0	0
Mujeres afro	2	1	0	1	0	0
Mujeres mestizas	81	28	19	29	5	0
Mujeres blancos	1	1	0	0	0	0
Total	85	31	19	30	5	0

Fuente: Elaboración propia

Hombres

Al analizar la edad de los hombres se obtuvo que la mayor parte de ellos son adultos con un 78%, seguido por adultos jóvenes 18%, adulto mayor 3% e infancia 1%. Los hombres homosexuales mencionados entran dentro del porcentaje de adultos, por lo tanto, en los datos obtenidos no se encontraron hombres homosexuales en la etapa de adolescencia, infancia, adulto joven o adulto mayor. Lo mismo sucede en la variable etnias, ya que ambos hombres son mestizos, no se tiene ninguna información sobre personas o personajes homosexuales indígenas, afros o blancos. En los hombres la etnia que predomina es la mestiza con un 85%, seguida por afro 11%, blancos 3% e indígenas 1%. Como parte de esta variable etnia, se tiene la categoría “Otros”, la cual abarca a un personaje masculino del programa de ficción que es extraterrestre, *Marciano Sabrosonix*. Con respecto al nivel socioeconómico de los hombres, se obtuvo representaciones en todos los niveles, 41% nivel A, 21% en nivel B, 21% en nivel C+, 15% en C- y 2% en D. Los hombres homosexuales están dentro de los niveles A y C+, siendo la persona del programa magazín nivel A y el personaje de ficción nivel C+.

Tabla 6*Distribución Hombres Según Etnia y NSE*

Hombres	Total	NSE				
		A	B	C+	C-	D
Hombres indígenas	2	0	1	0	1	0
Hombres afro	22	6	4	7	5	0
Hombres mestizos	170	72	34	36	25	3
Hombres blancos	6	3	3	0	0	0
Hombres montubios	0	0	0	0	0	0
Otros	1	1	0	0	0	0
Total	201	82	42	43	31	3

Fuente: Elaboración propia

Divergencias en las Representaciones de Género en los Programas Vivos y En Corto

Los resultados obtenidos en este apartado se deben al uso de la variable observación de contenido la cual tiene como propósito determinar si las personas o personajes fueron emisores, receptores de violencia verbal, física, sexual, discriminación racial, social, por orientación sexual, xenofóbica y género. Como divergencias entre las tipologías de los programas se encontró que el programa de ficción Vivos, cuenta con mayor contenido violento y discriminatorio. En el programa están presentes las categorías de violencia verbal, sexual, física y discriminación de género. En el magazín En Corto, solo encontró la variable violencia verbal.

En relación a las mujeres, se obtuvo que el 41% (35 mujeres) son emisoras y receptoras de comportamientos violentos y discriminatorios. Este 41% se distribuye de la siguiente manera: 25% de mujeres emisoras y receptoras de violencia verbal, 10% de mujeres emisoras y receptoras en violencia física, 4% de mujeres receptoras de violencia sexual y 2% de mujeres emisoras y receptoras de discriminación de género. De las cuales, el 39% son personajes de ficción y el 2% personas del programa magazín.

Tabla 7*Distribución de Mujeres Según Contenido Violento y Discriminatorio*

Contenido	Total Mujeres	Emisoras	Receptoras	Emisoras y receptoras
Violencia Verbal	21	8	8	5
Violencia Física	9	4	5	0
Violencia sexual	3	0	3	0
Discriminación de género	2	1	1	0
Total	35	13	17	5

Fuente: Elaboración propia.

En los hombres se obtuvo que el 20% (41 hombres) son emisores y receptores de comportamientos violentos y discriminatorios. Este 20% se distribuye de la siguiente manera: 14% de hombres emisores y receptores de violencia verbal, 4% de hombres emisores y receptores en violencia física, 1% de hombres emisores de violencia sexual y 1% de hombres emisores de discriminación de género. De las cuales, el 19% son personajes de ficción y el 1% personas del programa magazín.

Tabla 8*Distribución de Hombres Según Contenido Violento y Discriminatorio*

Contenido	Total Hombres	Emisores	Receptores	Emisores y receptores
Violencia Verbal	29	16	11	2
Violencia Física	9	3	6	0
Violencia sexual	2	2	0	0
Discriminación de género	1	1	0	0
Total	41	22	17	2

Fuente: Elaboración propia

Violencia Verbal

Como evidencia de hombres emisores de este tipo de contenido, se tiene las escenas del programa Vivos, en el sketch *Necedades Tv*, donde se observa a un vendedor hacer comentarios inapropiados a una presentadora, algunos de estos fueron: “me voy a calentar el huevo”, “sóplemelo, casi me engrupí”, “se ve que a usted le encanta tocar”. También se obtuvo al personaje homosexual, *La Michi*, por emitir comentarios inapropiados o de doble sentido. Entre los comentarios hechos por el personaje se tiene: “tú sabes que me gusta la zona de reviente”, “a veces me pasmo, me aplastan atrás y se pasma”, “yo siempre pago, donde quiera que hay que ir yo pago, voluntariamente”, “méteme todo ese material v”. Se menciona que el otro hombre homosexual no forma parte de ningún contenido violento o discriminatorio.

En el programa En Corto también se observó este tipo de comportamiento donde las mujeres son emisoras y receptoras. En el caso de mujeres emisoras, este comportamiento se dio en una entrevista a dos actores, una mujer y un hombre. El tema de conversación se centraba en el aspecto físico, tanto la actriz como la entrevistadora comentaron que tenían un poquito de gorditos, dicho esto para ver si el actor entraba en esta categoría ya que no hizo ningún comentario sobre el tema, hicieron que suba su camisa para comprobarlo, en efecto el actor estaba en forma. Con la intención de broma, tanto la entrevistadora y actriz le dijeron te odio y estúpido. Como mujeres receptoras, durante la entrevista a un actor se recreó una escena de telenovela, la cual en las líneas de dialogo se tenía que decir *Burra* al otro personaje, es decir un insulto. En este caso el actor fue quien llamo *Burra* a la reportera. Esto no se dio de manera intencional, pero de igual forma se marcó la variable ya que los insultos estaban presentes durante los episodios observados.

Violencia Física.

Como mujeres emisoras de violencia física se tiene al sketch *La Sapada en la comunidad*, aquí la presentadora de noticias *Anahis* tira vasos con agua a los hombres y mujeres que la insultan, siendo esta su forma de responder ante las acciones en contra de ella. Como hombres emisores de violencia física se tiene el sketch del *Chef Cabriny*, donde este chef tira del cabello de otro personaje.

Violencia Sexual.

Como contenido violento sexual se considera a cualquier agresión o acto sexual forzado, violación. De acuerdo a lo datos obtenidos, esta variable cuenta con personajes de ficción, es decir el contenido de violencia sexual solo está presente en el programa *Vivos*.

Los casos de violencia sexual se dieron en los sketches, *Caso Piteado* y *Marciano Sabrosonix*. En el primero, está el personaje *Pocharelo*, un guardia quien hace pasar a los testigos cuando son llamados. La escena donde se observa este comportamiento es cuando la *Doctora Polo* le dice que haga pasar a una testigo. *Pocharelo* se acerca e ingresa a ver a la testigo que está oculta detrás de una pared, de inmediato se empieza a ver como la pared se mueve y se escucha un sonido que hace referencia a que tienen relaciones sexuales. Cuando la *Doctora Polo* se da cuenta de esto le pregunta "¿qué está haciendo?" y él dice "no me dijo que le entre...". Otro emisor de este comportamiento es *Marciano Sabrosonix*. Este personaje al ser un extraterrestre tiene relaciones sexuales a través de la palma de su mano al tocar el hombro de las mujeres. La escena en la que está presente la variable es en un puente, el personaje de *Marciano* mira una chica alta, delgada con mini falda que va a pasar junto a él. En el momento que la chica pasa a su lado, toca su hombro con la palma de su mano, la chica se percata de esto, lo mira extrañada y sigue caminando, es decir la chica desconoce que acaba de tener relaciones sexuales. En los

casos mencionados de violencia sexual ninguna de las mujeres hizo un comentario acerca de ello, la testigo de Caso Piteado solo salió acomodando su blusa, pero ni ella ni los demás personajes dijeron algo sobre lo sucedido. En el caso de Marciano Sabrosonix, la mujer receptora desconocía lo sucedido.

Discriminación de Género.

En la variable discriminación de género no se encontró discriminación por pertenecer a un sexo distinto al heterosexual o cisgénero, pero si se encontró un trato inferior a un personaje por ser mujer. En sketch *La Sapada en la comunidad*, a la presentadora de noticias *Anahís* la hacen callar mujeres cuando quiere emitir una opinión porque dicen que no sabe del tema e incluso su compañero *Don Jugo Gavilanez*, en una ocasión le regalo una mascarilla y le dijo “es para que le tape la boca y en boca cerrada no entran moscas y tampoco salen palabras y usted se queda calladita”.

Test de Bechdel

Para medir si en los programas analizados existe una brecha de género se utilizó la variable Test de Bechdel. Este test consta de tres preguntas las cuales se enfocan mayormente en el comportamiento de las mujeres en los programas. El programa pasa el test al responder las tres preguntas de manera afirmativa. En Corto cumplió con los enunciados, mostrando por lo menos a dos personajes femeninos interactuando mientras hablan de cualquier tema excepto hombres. En el caso del programa Vivos, las conversaciones de los personajes femeninos se enfocaban en hombres y relaciones amorosas.

Estereotipos de Dyer

Por último, se tiene la variable Estereotipos de Dyer la cual ayuda a determinar si un personaje o persona homosexual cae en algún estereotipo. En esta investigación solo se

observaron a dos hombres homosexuales. Uno de ellos es una persona entrevistada en el programa En Corto, siendo este un diseñador de nombre Laurencio Adot, mientras que el otro es un personaje de ficción del programa Vivos conocido como *La Michi*.

Como resultado de esta variable se obtuvo que solo el personaje de *La Michi* caía en estereotipo, específicamente en el Inbetweenism, siendo la característica de este estereotipo el presentar al personaje homosexual caricaturescamente afeminado. Se determinó esto debido a que el personaje es presentado con una vestimenta completa de color rosa, con abrigo, camisa, pantalón y en ocasiones complementa su vestuario con plumas de accesorios. Se viste con ropa ajustada, la cual da a notar que sus nalgas tienen un tamaño más grande de lo estándar, como si fueran operadas. Su rostro siempre está maquillado con sombras rosas, lilas al igual que su boca. Se puede decir que al hablar su tono de voz es agudo y lo hace con gritos, exagerando las expresiones corporales y faciales.

Discusión de Resultados

En los programas analizados predomina lo heteronormativo, lo que para Butler (1999) es la existencia de una correspondencia entre el género y el sexo, siendo esto un marco binario donde solo existen hombres y mujeres (Saldivia, 2017). Como resultado de la investigación se destacó que el 30% de las mujeres y el 70% de los hombres presentes en la investigación eran cisgénero, lo que quiere decir que las personas o personajes analizados estaban de acuerdo con el género impuesto por la sociedad en base a su cuerpo (Muñoz, 2016). Hall (1997) menciona que las representaciones se pueden convertir en la imagen de algo o sustituirlo. Por lo tanto, si se toma el concepto de Hall donde las representaciones sustituyen a un algo y el resultado que en la información obtenida solo hay hombres y mujeres sin ningún conflicto de género, se obtiene que parte de los programas que conforman la televisión ecuatoriana reducen la variedad que

comprende el género a solo representaciones relacionadas a lo masculino y femenino, es decir, estos programas sustituyen la diversidad que el género abarca por algo binario.

Dyer (1999) menciona que los gays, afros y mujeres son los grupos más afectados en cuanto a estereotipos por motivo que los medios de comunicación los presentan de esta forma la mayor parte del tiempo. En esta investigación se corrobora el enunciado debido que del 1% de los hombres homosexuales, la mitad fue mostrado como estereotipo, por lo tanto, los personajes homosexuales además de tener una presencia mínima en televisión cuentan con una representación limitada, debido a que se deja por fuera representaciones de lesbianas, bisexuales, personas trans presentes en el país según la primera investigación realizada por el INEC (2013). Además, al comparar los resultados de la presente investigación con el análisis de medios de Proyecto Zoom realizado por Nimbriotis et al. (2017) no hay mayor avance en los contenidos televisivos, por motivo que, en dicho análisis también se obtuvo entre los resultados una predominancia de personajes cisgénero y una minoría homosexual estereotipada.

Greca y Moreira (1996) mencionan que las representaciones se pueden apropiarse de los conceptos a los cuales representan. En los programas analizados las representaciones de la población ecuatoriana con respecto a etnias y nivel socioeconómico, se centran en hombres y mujeres mestizos de una clase social alta, en otras palabras, se tiene una presencia mínima de personas o personajes con etnia indígena o afro y un de un nivel socioeconómico bajo, cuando lo último mencionado es lo que más se acerca a la realidad de país, ya que en Ecuador según el informe en base al último censo realizado en el país por el INEC (2012) el 7% de la población se identifica como indígena y 7.2% como afrodescendiente, mientras que el 49.3% de los ecuatorianos corresponde a un nivel socioeconómico D-, es decir, en los programas analizados existe una “hegemonía cultural dominante” (Bravo, et al., 2018, p. 124), resultado también

presente en la investigación del Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena y el cual se refiere a la predominación de personajes con cierta etnia, contextura, clase social y orientación sexual (Bravo et al., 2018).

Por su parte como resultado de las divergencias entre las tipologías de los programas analizados se obtuvo que tanto el programa magazín como el de ficción exponen a la mujer en cuanto a su imagen, pero se diferencian en cuanto a la emisión de contenido, ya que solo en el programa de ficción se observó un contenido violento y discriminatorio intencional hacia la mujer, siendo los dos aspectos mencionados características del concepto violencia simbólica.

En base a lo anterior se obtuvo que en los dos programas analizados el 33% de las mujeres presentes conformaban los niveles más altos de exposición corporal a diferencia de los hombres que solo contaban con un 3%. Esto hace referencia a la dominación masculina, en la cual las mujeres “existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que objetos acogedores, atractivos, disponibles” (Bourdieu, 2000, p. 50). Siendo esto una característica de las series de comedia nacional ya que Cueva & Verdú (2018) en su investigación, también destacan como resultado que la “hipersexualización, así como la cosificación sexual, son aquí elementos del tratamiento dado a la feminidad, pero no a la masculinidad” (p. 1013).

Con respecto a los actos violentos y discriminatorios presentes en el programa de ficción, se encontró que las mujeres fueron objeto de violencia sexual y discriminación de género, siendo los hombres los únicos emisores en violencia sexual. Además, en ninguno de los casos de violencia sexual las mujeres mostraron objeción o reportaron el actuar de los hombres por lo sucedido.

Bourdieu (2000) menciona que la violencia simbólica, hace referencia a una relación de dominación, donde el dominador ejerce poder sobre el dominado y este último contribuye a su estado de dominación, siendo esta una complicidad inconsciente, donde la persona dominada tiene tan interiorizado o naturalizado su papel que ve la situación como algo normal. En relación a esto se puede decir que en el programa de ficción se muestra una violencia simbólica, ya que en las situaciones de violencia sexual o discriminatorias las mujeres afectadas y las personas a su alrededor no reaccionaron o hicieron algo por esta acción. En adición, el contenido donde el hombre ejerce el papel de dominador es compartido en este tipo de programas ya que en el estudio de Las Comedias de Situación (sitcoms) Producidas por la Televisión Ecuatoriana y los Estereotipos de Género (2016), también se encontró que “el hombre debe demostrar su virilidad a través del machismo y la agresividad” (Castillo & Freire, 2016, p. 397). Si bien es cierto la violencia simbólica mostrada en el programa no es la causante de estas conductas en la realidad, si ayuda a promoverlas y naturalizarlas. Esto último debido a que las situaciones o acciones mostradas en los programas de ficción son fáciles de imitar para el televidente (Gordillo, 2009).

Conclusiones

Los resultados obtenidos sugieren que las representaciones mostradas en los programas nacionales analizados solo se centran en un determinado grupo de personas y en el caso de las representaciones de personas o personajes homosexuales son influenciadas por estereotipos.

De acuerdo al primer objetivo de la investigación: “Describir las formas en las que se representa la diversidad sexo genérica en los programas, Vivos y En Corto emitidos por el canal Telem Amazonas”. Se obtuvo que las diversidades sexo genéricas presentes son dos, la heterosexual y una minoría de dos personajes homosexuales. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que el producto televisivo analizado se basa el binarismo de género al que Saldivia (2017) hace

referencia. Además, en la investigación la mitad de la representación de los hombres homosexuales caen en el estereotipo, por lo tanto, dichas representaciones son sesgadas ya que los estereotipos no son una verdad absoluta por motivo que se basan en definiciones limitadas y parciales (Dyer, 1999).

El segundo objetivo es “Determinar cómo otras variables sociodemográficas son representadas en los programas emitidos por el canal Teleamazonas y cómo se relacionan con aquellas ligadas al género”. Se determinó que para los programas analizados las variables sociodemográficas solo se centraban en hombres y mujeres mestizas con una clase social alta. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que no hay variedad en estos aspectos, ya que etnias como la indígena o afro pasan desapercibidas al ser una minoría.

El tercer objetivo es, “Identificar si existen divergencias en las representaciones de género en los programas Vivos y En Corto de acuerdo con su tipología, en este caso ficción y magazín”. En este objetivo se identificó la exposición corporal de mujeres, la presencia de contenido violento y situaciones de discriminación de género. De acuerdo a los resultados la imagen de la mujer fue expuesta en ambas tipologías de programas y víctima de violencia sexual por parte del hombre en la tipología ficción. Bourdieu (2000) hace referencia que la violencia simbólica es naturalizada y que comprende la dominación de un género sobre otro, precisamente del masculino hacia el femenino. Por lo tanto, se concluye la presencia de esta violencia simbólica en ambos programas ya que la exposición corporal de la mujer hace que sea vista como un objeto para la observación del hombre y, que el comportamiento de este último como emisor de violencia sexual no haya tenido ninguna consecuencia demuestra la dominación masculina hacia la mujer.

Por último, a manera de resumen se concluye que las representaciones de género mostradas en la televisión nacional, no hacen justicia a la realidad y diversidad sociodemográfica y sexo genérica que existe en el país. Hasta la actualidad los programas analizados mantienen el mismo formato que el de años anteriores ya que, algunos de los resultados encontrados en esta investigación son similares al de investigaciones nacionales previas, lo que quiere decir que los televidentes siguen consumiendo un contenido limitado, sin una mayor realidad o diversidad, influido por estereotipos y violencia de género, lo cual promueve este tipo de pensamiento y conducta, además de mantener la invisibilidad de las minorías.

Recomendaciones

La presente investigación tiene como fin servir de referencia o base a futuras investigaciones para que, a partir de lo encontrado aquí, puedan empezar un nuevo estudio o seguirlo con una diferente perspectiva. Como recomendación en relación al enfoque de investigación, se recomienda investigar este mismo tema, pero desde una metodología cualitativa donde el investigador, pueda analizar más allá del comportamiento de la persona o personaje el dialogo que este emite. En el caso de las herramientas de investigación, si los futuros investigadores van a crear su propia técnica, se recomienda validar la herramienta con expertos y de antemano determinar la manera en que los datos obtenidos serán tabulados, de esta manera el proceso no resultará complicado.

Por último, se recomienda de ser posible involucrar en próximas investigaciones de análisis de contenido la opinión de actores, instituciones o de los grupos afectados según la problemática planteada. De esta manera la información generada no solo queda en datos, sino cuenta con una opinión cercana de los grupos involucrados, siendo esto una nueva información a obtener en este tipo de investigación.

Referencias

- Aliaga, L. (2017). La estrategia narrativa como recurso humorístico en la comedia de situación: el caso de *Cómo conocí a vuestra madre*. *ELUA*, (31), 9 – 25.
<https://doi.org/10.14198/elua2017.31.01>
- Asociación Silueta X (sf). Quiénes somos: <https://siluetax.org/directorio/>
- Barberá Heredia, E., & Martínez Benlloch, I. (2004). *Psicología y Género*. Pearson Educación, S. A. <http://www.carlosgonzalez.mx/pdf/PsicologiayGenero.pdf>
- Bidjari, A. (2011). Attitude and Social Representation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1593 – 1597.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la Televisión*. Editorial Anagrama.
<https://sociologiaycultura.files.wordpress.com/2014/02/p-bourdieu-sobre-la-television.pdf>
- Bourdieu, P. (2000) *La dominación masculina*. Anagrama.
- Bosch, E., Gili, M., & Ferrer, V. (1999). *Historia de la misoginia*. Anthropos.
- Bravo, M., Amigo, B., Baeza, A., & Cabello, C. (2018). Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena. *Cuadernos.Info*, (42), 119-134.
<https://doi.org/10.7764/cdi.42.1207>
- Butler, J (1999). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Castillo, A., & Freire, I. (2016). Las comedias de situación (sitcoms) producidas por la televisión ecuatoriana y los estereotipos de género. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(131), 383 - 400.

Chejín, S. R. (2 de diciembre de 2019). Los gays en la televisión ecuatoriana son caricaturizados.

GK. <https://gk.city/2019/12/02/gays-televisión-ecuatoriana-todx-nos/>

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. (2019).

Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación.

http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/03/Estudio_Especializado_Consejo.pdf

Cueva, P., & Verdú, A. (2018). El sexismo vende en la televisión ecuatoriana. Análisis de la serie Tres familias. *Revista Latina de Comunicación Social*. (54), 1004 -1022.

https://www.researchgate.net/publication/329428089_El_sexismo_vende_en_la_televisión_ecuatoriana_Análisis_de_la_serie_Tres_familias

Dyer, R. (1999). The role of stereotypes. *Media studies: A reader*, vol. 2, 1-6.

EC. 1998. Constitución de 1998. Decreto Legislativo No. 000, 11 de agosto.

EC. 2008. *Constitución de la república del Ecuador 2008*. Registro Oficial 449, 20 de octubre.

EC. 2013. Ley Orgánica de Comunicación. Registro Oficial 22, Suplemento, 25 de junio.

Eguskiza, L. (2018). Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*. *Comunicación y Medios*, (37), 79-92.

doi:10.5354/0719-1529.2018.48622

El Comercio. (16 de Enero de 2015). Supercom sanciona a ‘Vivos’ y a Teleamazonas por discriminación. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/tendencias/sancion-supercom-vivos-teleamazonas-juliocesarayala.html>

El Comercio. (9 de Septiembre de 2019). Ecuador registra más de 60 femicidios en 2019 según plataforma de seguimiento. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-femicidios-violencia-mujer-genero.html>

Elías, L. & Muro G. (2017). Estereotipos de la mujer en la publicidad televisiva de señal abierta. *Revista Paian*, 8(1), 73 - 82.

El Telégrafo. (22 de Febrero de 2020). El canal tv Teleamazonas nace en Quito. *El Telégrafo*.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/el-zoom-de-la-historia/1/canal-tv-teleamazonas-quito>

El Telégrafo. (28 de Marzo de 2020). Ecuatorianos aumentan el consumo de televisión en los días de cuarentena. *El Telégrafo*.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuatorianos-televisión-cuarentena>

El Universo. (10 de Julio 2004). Vivos & Revueltos, nuevo programa con viejos personajes. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/2004/07/10/0001/1065/93F1DEDCC1E1417381FE2A823E86B980.html>

El Universo. (4 de Julio 2010). ‘Vivos’ seguirá en televisión. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/2010/07/04/1/1421/vivos-seguira-televisión.html>

El Universo. (22 de Abril 2018). Entretener, meta de la producción en la TV ecuatoriana. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/04/22/nota/6725169/entretener-meta-producción-tv-nacional>

El Universo. (12 de Diciembre de 2019). Hace 59 años se iniciaron las transmisiones en la televisión ecuatoriana. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/12/11/nota/7642280/hace-59-anos-se-emitio-primer-programa-tv-ecuatoriana>

Fernández, L. (2000). Roles de género y mujeres académicas. *Revista de Ciencias Sociales*, II (88), 63-75.

Fiscalía General del Estado (sf). Fiscalías especializadas:

<https://www.fiscalia.gob.ec/conformacion-del-subcomite-tecnico-de-validacion-de-femicidios/>

Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Universidad Eafir.

https://www.academia.edu/28381298/Galeano_Eumelia_Diseño_de_proyectos_en_la_investigación_cualitativa

Gay and Lesbian Alliance Against Defamation. (2020). *Where We Are On TV Report 2019 - 2020*. Where We Are on TV. [online] Estados Unidos. Dustin Hood.

<https://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD%20WHERE%20WE%20ARE%20ON%20TV%202019%202020.pdf>

Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. "Quipus", CIESPAL.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55168.pdf>

Greca, I., & Moreira, M. A. (1996). Un estudio piloto sobre representaciones mentales, imágenes, proposiciones y modelos mentales respecto al concepto de campo electromagnético en alumnos de física general, estudiantes de postgrado y físicos profesionales. *Investigações em ensino de ciências*, 1(1), 95-108.

Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En El. Sevilla Casas (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (pp. 13-74). Sage Publications.

- Hermosa, S. (2019). *La relación entre las representaciones y estereotipos de género y el nivel de sexismo presentado en la publicidad televisiva de la ciudad de Quito*. (Tesis de titulación, Escuela Politécnica Nacional). Archivo digital Escuela Politécnica Nacional.
- Hernández, M., & Zamora, P. (2017). Análisis comparativo del comportamiento kinésico de las presentadoras de magazín en la televisión generalista. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, (15), 26-46.
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C.. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-HILL. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Howarth, C. (2006). How social representations of attitudes have informed attitude theories: the consensual and the reified. *Theory and psychology*, 16 (5). pp. 691-714
DOI: 10.1177/0959354306067443
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2012). *País atrevido: La nueva cara sociodemográfica del Ecuador*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2013). *Estudio de caso sobre condiciones de vida, inclusión social y cumplimiento de derechos humanos de la población LGBTI en el Ecuador*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Analisis_situacion_LGBTI.pdf
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco*, 7(18), 1-25.
- La República. (21 de Abril de 2014). GLBTI denuncian, finalmente, tres programas de TV ante la Supercom. *La República*:

<https://www.larepublica.ec/blog/politica/2014/04/21/glbt-denuncian-finalmente-3-programas-tv-supercom/>

La República. (15 de Enero de 2015). Teamazonas suspende nueva temporada de Vivos antes de estrenarla. *La República*:

<https://www.larepublica.ec/blog/2015/01/15/teamazonas-suspende-temporada-vivos-estrenarla/>

López, P., Bengoechea, M., Díaz-Aguado, M. J., & Falcón, L. (2005). Representación, estereotipos y roles de género en la programación infantil. *Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión. Madrid: España. IORTVE e Instituto de la Mujer.*

López, S. (12 de diciembre 2015). La violencia simbólica en la construcción social del Género. *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 2(2).

<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/23>

Martínez, A. (2016). La violencia. Conceptualización y elementos para su estudio. *Política y cultura*, (46), 7-31.

Metro Ecuador. (23 de febrero de 2016). ¡Hoy cumple 42 años la tv a color! Metro Ecuador; *Metro Ecuador*. <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2016/02/23/hoy-cumple-42-anos-tv-color.html>

Moscovici, S. (1963). Attitudes and opinions. *Annual Review of Psychology* (14), 231-260.

Moscovici, S. (1998). *The history and actuality of social representations*. New York: Cambridge University Press.

- Muñoz, F. (2016). Cisnormatividad y transnormatividad como ideologías que articulan el tratamiento jurídico de la condición trans. *Revista Austral de Ciencias Sociales* (30), 161-181, 2016. DOI: 10.4206/
- Nimbriotis, P., Navarrete, C., & Avellán, D.. (2017). *Reporte Anual 2017*. Zoom.
https://50708bce-dd1a-43f8-8584-aeec52121647.filesusr.com/ugd/2f687e_ba34f4df84f74033a05f0252848d8c29.pdf
- Núñez, N., Campi, JM., Valdez, D., Larrea, D., Moncayo, T., Cardenas, MJ., & Endara, JS. (2019). Género & Sociedad. *Revista Zoom Out*. https://50708bce-dd1a-43f8-8584-aeec52121647.filesusr.com/ugd/2f687e_f63704cc57a24b9a85aa4c3e22fdff55.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de Violencia: <https://www.who.int/topics/violence/es/>
- Proyecto de Monitoreo Global de Medios. (2015). *Informe nacional ¿Quién figura en las noticias?* <https://issuu.com/occcuenca/docs/ecuador>
- Saldivia, L. (2017). *Subordinaciones invertidas, sobre el derecho a la identidad de género*. Ediciones UNGS. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4260/13.pdf>
- Saló, G. (2019). *Los formatos de televisión en el mundo. De la globalización a la adaptación local. Análisis de formatos nórdicos* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense De Madrid]. Archivo digital Universidad Complutense De Madrid.
<https://eprints.ucm.es/56746/1/T41330.pdf>
- Tiscama, A. (2014). *Técnicas y procesos operativos para la televisión. Manual normativo para el departamento de operaciones ingeniería y radiofrecuencia en Teleamazonas* [Tesis de licenciatura, Universidad central del Ecuador]. Archivo digital Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3323>

Vázquez, M. (octubre 2018). Del género como diferencia sexual al género como performance, una revisión del concepto. *Revista Flectere*, Otoño (1), 11 – 22.