

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

EVALUACIÓN DE REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ECUAVISA, DESDE UNA MIRADA CUANTITATIVA.

Autor.-
Jorge L. Sussmann Lazo

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Audiovisual y Multimedia.

Guayaquil, Enero del 2013

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

EVALUACIÓN DE REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ECUAVISA, DESDE UNA MIRADA CUANTITATIVA.

Autor.-

Jorge L. Sussmann Lazo

DOCENTE INVESTIGADOR

José Miguel Campi

CO-INVESTIGADOR

Naomi Nuñez

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Audiovisual y Multimedia.

Guayaquil, Enero del 2013

ABSTRACT

En el desarrollo de este estudio, se profundizara y se evidenciara las diversas representaciones de género, que se presentan en los programas de elaboración nacional en la televisión ecuatoriana.

La investigación se maneja bajo una mirada cuantitativa, la cual, mediante la técnica de análisis de contenido esta dará un seguimiento dentro de los contenidos de producción nacional del canal Ecuavisa. Y mediante esta se determinará la diversidad de género que se proyecta actualmente, por medio del registro de impresiones en un periodo de tiempo determinado. Donde se podrá apreciar los roles de género que predominan, sus protagonistas, personajes u personas que se expongan según su género. Donde se considerara tanto los personajes masculinos como femeninos y la comunidad LGBTQIO, usando como variable principal la representación de género. Pero también tomando en cuenta las variables demográficas.

Hay que aclarar que esta investigación no es una crítica direccionada a la producción nacional o del canal, sino más bien una observación que permita evaluar la problemática de género actualmente donde se puede evidenciar la participación de los diferentes grupos de género en el canal, con la finalidad de que este estudio sea un aporte dentro del campo de estudios de género y sirva de base en investigaciones futuras.

INDICE

1. Introducción	
1.1. Declaración de propósito.....	5
1.2. Antecedentes.....	6
1.3. Planteamiento del problema.....	7
1.4. Justificación.....	7
1.5. Diseño y justificación de la metodología	8
1.6. Muestra.....	8
1.7. Delimitaciones de estudio.....	9
2. Revisión de Literatura	
2.1. Género y sexo (distinción).....	9
2.2. Performatividad	11
2.3. Heteronormatividad y sistema binario de género	12
2.4. Roles de género	
2.4.1. Masculinidad.....	13
2.4.2. Feminidad.....	14
2.5. Orientación Sexual.....	15
2.5.1. LGBTQIOP/Heterosexualidad.....	16
2.5.2. Cissexualidad y Transexualidad.....	17
2.5.3. Teoría Queer.....	18
2.6. Representaciones sociales	
2.6.1. Representación.....	19
2.6.2. Género y representación social.....	21
2.6.3. Estereotipos (rol e importancia).....	22
2.6.4. El rol del humor y el género.....	23
2.7. Medios	
2.7.1. Representación Visibilidad	24
2.7.2. Representación Invisibilidad	25
2.7.3. Representación Diversidad	26
3. Objetivos	
3.5. Objetivo General	27
3.6. Preguntas de investigación	27
4. Metodología de la Investigación	
4.5. Diseño metodológico	29
4.5.1. Transeccionales	29
4.5.2. Descriptivo	30
4.6. Muestra	30

4.7. Enfoque Cuantitativo	31
4.7.1. Análisis de Contenido.....	31
4.7.2. Variables de investigación.....	32
4.7.3. Herramientas de investigación	32
5. Categorización de Resultados	40
6. Conclusiones	73
7. Recomendaciones	76
8. Bibliografía	78
9. Anexos	81

1. INTRODUCCIÓN

1.1. DECLARACIÓN DE PRÓPOSITO

Partiendo desde la comunicación, se hace una breve reseña sobre el propósito de este proyecto. Si bien hay que dejar claro la propuesta de investigación, podemos empezar diciendo que este estudio se enfoca en las principales representaciones de género que se proyecta en la producción dentro de la televisión nacional. De esta manera se tomara en cuenta los estudios de género que se han desarrollado para profundizar en el tópico y abarcar el enfoque de investigación correspondiente de manera cuantitativa y cualitativa. Donde se ha podido definir una serie de pautas y variables de estudio en torno a las representaciones género en el medio televisivo y así mismo su importancia en el auge social.

Las representaciones de género sostienen un perfil de lo que se considera como “normal” de manera que esta permita que se adopten roles de género, es decir que en la sociedad actual, el sujeto aprende a ser “hombre” y aprende a ser “mujer”, acorde a su sexo biológico a esto se lo define como un sistema binario de género. Estas construcciones simbólicas donde se forma la identidad se llevan a cabo en el hogar, en la escuela, en la sociedad en sí, sobre todo en los medios de comunicación. Y al decir representación esta siempre tratara de abarcar una referente sobre lo que se podría considerar como tradicional y común en el ámbito social.

Hay que recalcar que género no necesariamente va de la mano con el sexo, si bien podemos considerar una construcción socio-cultural, podemos decir que cada individuo es capaz de generar una ruptura en los roles que lo condicionan la sociedad. Y este a la vez es capaz de aceptar una nueva identidad, que no necesariamente sea del marco tradicional hegemónico. Como resultante, este podría definirse como un nuevo género y en este caso la comunidad LGBTQIO (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, queer, etc.) es un tema a tratar, y hay que reconocer la participación social de esta comunidad, ya que está se muestra presente en la actualidad.

El estudio se ha abordado de manera que los enfoques tanto cuantitativos, como cualitativos, revelen que factores sociales se muestran en los roles de género que se asumen como “normal” en la televisión nacional y mediante una mirada interpretativa que permita evidenciar y profundizar como estas representaciones construyen los parámetros que se reconocen como heteronormativo, la cual esta

limita u afecta de manera directa e indirectamente a las diferentes identidades de género en la sociedad. Esta investigación no se enfoca en tema de consumo sino

1

más bien se trata de reflejar la exposición de estas representaciones y sus discursos con el fin de sentar bases académicas en un análisis de la televisión nacional.

Por ende el diseño metodológico que se abarca a continuación parte de ambos enfoques de investigación mediante un análisis de contenido y textual para realizar un estudio que refleje la discriminación que involucra a estas minorías en cuanto al tema de género, donde este se hace presente en su visibilidad y en su invisibilidad en la sociedad, de manera que mediante el análisis de la programación nacional, esta nos permitirá tener una mirada más abierta sobre lo que es tolerancia o lo que podría considerarse como violencia en nuestro medio.

1.2. Antecedentes

Los estudios de género tienen un importante valor dentro del campo social y humano. Hasta el 2011 se han desarrollado múltiples proyectos donde la documentación sobre el tópico nos ha permitido un conocimiento en los hábitos de consumo y desigualdad de género que se suman a este nuevo análisis de discursos en los medios de comunicación.

Muchos temas se han desarrollado, temas entre ellos la representación masculina en la televisión, lecturas sobre violencia sexual en la prensa, la transexualidad, la construcción de la femineidad a partir del proceso de consumo y compra de juguetes, entre otros que ayudan como base para desarrollar este tipo de estudios. Y como estudio de comunicación el foco se centra en las representaciones de género. La cual estas se proyectan en los medios como representaciones de la realidad, ya que estas juegan un papel importante en la construcción de percepciones en el ámbito social. Para esto se ha recurrido a conceptos aplicados en los estudios de género realizados hasta la actualidad.

La organización estadounidense GLAAD (Gay and Lesbian Alliance Against Defamation) se ha concentrado netamente en el tema de representaciones de género donde se publica el Network report Index (NRI) que evalúa el resultado de manera cuantitativa en la comunidad LGBTQ que se proyecta en los medios, la cual el GLAAD afirma que "(Este reporte) busca servir de herramienta para

6

incrementar las representaciones inclusivas, justas y precisas de los LGBTQ en los medios” (NRI, p.3, 2010).

2

1.3. Planteamiento del problema

En el Ecuador los temas de género se manejan de manera tradicional lo cual se puede considerar como un sistema binario, en otras palabras, los roles de lo que se considera “masculino” y lo que se considera “femenino” en las representaciones de género. Esta mirada limita entender otras formas de masculinidades o femineidades que habitan nuestra sociedad, estudiar nuevas identidades que no se reconocen como género pero están presentes actualmente.

Dicho esto se evidencia que no existe ninguna información estadística a nivel de cantidad y calidad de esta comunidad LGBTQ en los canales de televisión nacionales. Por tanto se este estudio facilitaría con una mirada más a profundidad sobre la temática de género en particular; donde también ayudaría a las organizaciones sociales a exigir un nivel de calidad en la producción audiovisual actual.

1.3. Justificación

Como un estudio académico este proyecto ofrece una oportunidad de desarrollo a los investigadores en proceso de tesis de conocer el ámbito de investigación de manera que no solo servirá para emplear los conocimientos aprendidos en la Universidad Casa Grande sino también de proveer conocimientos bajo una nueva mirada en el ámbito social en que se manifiesta la comunicación; dentro de los parámetros de responsabilidad social que hemos empleado a lo largo de la experiencia que ha sido parte importante de la UCG.

Como un reporte que no se limita en el aprendizaje del alumnado, sino también de generar un conocimiento al público donde se tiene la capacidad de incidir en los contenidos que se explayan en la programación televisiva diaria y proveer una visibilidad cultural para el crecimiento intelectual del país y de suma importancia.

7

... puede preparar el terreno para la protección de los derechos civiles de los y las LGBTQ; imágenes positivas de lesbianas y gays en los medios, así como la creciente legitimación de estudioslésbicos y gays en la academia,

3

pueden ser empoderadores para aquellos que hemos vivido gran parte de nuestras vidas sin algún tipo de validación de las culturas dominantes (Gamson, p.3, 1998).

También hay que reconocer el impacto social que tendría este proyecto para la comunidad LGBT, generar un documento académico que provea una mirada para futuros estudios de género y para las personas que se manejan dentro del marco heteronormativo; que sea un aporte crítico para los medios, un aporte a la cultura y la audiencia; no solamente por el vínculo con la comunidad, sino además con el fin de posicionar a la UCG como miembro vital de generar miradas críticas a labor de los medios sociales.

1.4. Diseño y justificación de la metodología

Objetivo general de la investigación.

Analizar el contenido de la producción nacional de Ecuavisa, que sirva como referencia para consultas acerca de índices y análisis de las representaciones de género de LGBTQ y masculinidades y femineidades heteronormativas, reflejadas en el medio televisivo.

Si bien el estudio se ha abordado de esta manera la técnica de recolección de datos cuantitativos será mediante un análisis de contenido, en cuanto al enfoque cualitativo se usará la técnica de análisis de texto donde se describirá, se explorará y se interpretarán lecturas simbólicas. Dentro de un diseño transeccional descriptivo donde se explicará a mayor profundidad su función en el diseño metodológico.

1.5. MUESTRA

La muestra seleccionada será fijada como la producción nacional más relevante transmitida actualmente en Ecuavisa, la cual esta conlleva unidades de observación y variables de estudio de nivel demográfico y construcciones

simbólicas que permitirá una mayor interpretación del estudio sobre género y representaciones sociales que se lleva a cabo.

De esa manera se estableció qué tipo de programas existen y cuáles serían sus características principales de la unidad de análisis:

4

Ecuavisa:

- "En Contacto ": lunes a viernes de 8:30 am a 11:00 am. Tipo de programa: magazine.

- "Televistazo": lunes a viernes de 8:00 pm a 9:00 pm. Tipo de programa: noticiero.

- "Combo amarillo": lunes a viernes de 7:30 pm a 8:00 pm. Tipo de programa: ficción - cómico.

- "Así Somos ": lunes a viernes de 2:00 pm a 3:00 pm. Tipo de programa: magazine.

- "Cadena Sabatina": sábado de 10:00 a 1:00 pm. Tipo de programa: no ficción: gubernamental - informativo.

Una vez seleccionada la muestra se hará un seguimiento de los siguientes programas de televisión durante un mes (13 de Agosto - 13 de Septiembre)

1.6. DELIMITACIONES DEL ESTUDIO

Las principales delimitaciones del estudio serían que la programación es estrictamente nacional, que sea transmitida en el horario nacional en Guayaquil; lo internacional no tiene relevancia en este estudio. Y también el tema de consumo de audiencia es irrelevante, ya que, el foco de estudio son las representaciones que se muestran en pantalla en sus horarios asignados.

2.- Revisión de literatura

2.1. Género y sexo (distinción)

9

Los estudios de género siempre han planteado una diferencia entre conceptos fuera de los parámetros de lo que se consideraría de la idea de "sexo". A pesar que la palabra "sexo" se utiliza para diferenciar las características biológicas de un hombre y una mujer, en este caso el sexo femenino y sexo masculino en ocasiones se tiende a confundir y a malinterpretar cuando se lo relaciona con género.

5

"La idea general mediante la que se diferencia "sexo" de "género" es que el sexo queda determinado por la diferencia sexual inscrita en el cuerpo, mientras que el género se relaciona con los significados que cada sociedad le atribuye". (Burin; 1998; p19)

Según Burin, ya que por género este concepto se entiende como la construcción social que nuestras diferencias biológicas nos definen, a veces por condición personal, estas van moldeando de esta manera el perfil del sujeto. Dando roles que se asumen como propios dentro de diferentes contextos ya sean sociales, familiares, culturales, etc.

(...) "El género es una representación cultural, que genera roles, y construye ideas, prejuicios, valores, interpretaciones, normas, deberes, mandatos y prohibiciones sobre la vida de mujeres y hombres. (...) (Mattelart, 1997, 53)

En otras palabras un hombre aprende a ser hombre y una mujer aprende a ser mujer porque nadie por naturaleza nace conociendo lo que es lo masculino y lo que es femenino, al contrario, según Mattelart estas costumbres se heredan la cual el sujeto decidirá si bien seguirlas o no; ya sea hombre o mujer la perspectiva se entiende como una codificación con el entorno generando una estructura simbólica en una identidad personal.

(...) "las bases de la sexualidad son prácticas discursivas reglamentarias y normativas actúan de forma normativa, es decir, imponiendo una norma determinada" (Meloni Carolina; 2008, pp. 77)

Si por género comprendemos una construcción simbólica estas también se consideran normas en una sociedad que se deben seguir. El simple hecho de ser hombre, de ser mujer, el género y el sexo, nos da a entender que es evidente que ambos conceptos están vinculados ya que, lo sexual está estrechamente ligado a los roles sociales y su entorno en este caso... lo que nos rodea: los medios, la publicidad, la televisión, entre otros. Pero la interpretación misma de estos roles nos permitirían definir en esencia lo heteronormativo y como los medios inculcan estos imaginarios en una sociedad que se está redescubriendo sexualmente.

(...) “Género es un tema interdisciplinar, abarcarlo y asumirlo significa interpretar la realidad de manera distinta. (...) (Vasallo; 2008, pág. 1)

6

Hay que comprender lo que es género para poder definir estos roles que se desarrollan en los parámetros heteronormativos donde los personajes se proyectan dentro de la programación televisiva, ya que, a medida que se desenvuelven es de vital importancia para la realización de un análisis que permita llegar a un consenso de lo que se considera masculino, hiper-masculino, femenino e hiper-femenino, o ambiguo dentro de estos discursos presentes.

2.1.2. Performatividad de género

Si el género dicho anteriormente es una construcción simbólica de lo que es considerado como “lo propio” masculino y “lo propio” femenino, no obstante un hombre o una mujer tienen el libre acto de escoger y también podría considerarse como un acto de apropiación de identidad, que yace en el instinto personal de pertenecer u adaptarse en un entorno o de desadaptarse incluso.

“Si bien entender el género nos conduce a analizar nuestro tejido intercultural, hay que completar dicha comprensión a partir de una concepción no esencialista del ser humano, donde lo “inconsciente” juega un papel crucial”. (Marta Lamas- 2002 pág. 85)

Tomando en cuenta estas representaciones de género en el entorno estas podrían constituir lo subjetivo dentro de los parámetros morales inconscientes de nuestra sociedad; la performatividad según Butler (2012) es la interpretación de un acto social donde las personas asumen un YO necesariamente antepuesto para constituir la identidad del actor. Lo que se considera como “normal” es donde los sujetos coexisten bajo un paradigma en común.

(...)“Para la performatividad los “actos” son una experiencia compartida y una “acción colectiva”. El género es un acto que ya estuvo ensayado, muy parecido a un libreto que sobrevive a los actores particulares, pero que requiere de estos para ser actualizado y reproducido una vez más como realidad”(...) (Judith Butler- 2012- pág. 306)

Partiendo de esto el género no es una entidad estable, sino más bien una identidad repetidora que se construye de un discurso dominante que prevalece en

11

lo cotidiano, Tomando esto en cuenta la identidad de género es performativa y muchas veces se generan rupturas.

(...) “Género es un tema interdisciplinar, abarcarlo y asumirlo significa interpretar la realidad de manera distinta. (...) (Vasallo; 2008, pág. 1)

De esta manera hay interpretar la realidad con otra mirada, una más crítica y diferenciadora sobre lo que se considera “normal” y esto nos lleva a tratar el tema

7

de roles de género de manera que esta performatividad social asumida es representada dentro de personajes, actores, programas, noticieros, donde se construyen estos discursos y están presentes en el día, día.

(...)“Cuando esta concepción de Performance social se aplica al género, es claro que, si bien son cuerpos individuales los que actúan esas significaciones al adquirir el estilo de modos generizados, esta “acción” es también inmediatamente pública”(...) (Butler, 2012, pág. 307)

2.1.3. Heteronormatividad y sistema binario de género

Judith Butler (2006):

(...) El género es el mecanismo a través del cual se producen y se naturalizan las nociones de lo

masculino y lo femenino, pero el género bien podría ser el aparato a través del cual dichos

términos se dé-construyen y se desnaturalizan [...] estamos ya sugiriendo que el género tiene

una forma de desplazarse más allá del binario naturalizado (...) (p. 70).

Si bien socialmente se piensa que las parejas tradicionales heterosexuales son las únicas que mantienen relaciones o vínculos afectivos, socialmente esta idea está equivocada. Ya que esta es una visión sostenida solo desde un modelo binario de lo que se considera masculino y lo femenino, que resultan ser condiciones de género complementarias entre sí aceptando un objetivo principal... que es la reproducción y todo lo que genera una ruptura fuera de esta visión se consideraría como algo in-natural.

Juan Carlos Arteaga en su texto La heteronormatividad y la nada (2009):

(...)“Los roles de género con su consustancial estratificación son las estrategias primera de la

matriz “heteronormativa” para controlar los cuerpos de los ciudadanos pues esta construcción

simbólica legitima el hecho de que la sexualidad se reduce al contacto del hombre y la mujer” (...)

(p90)

Adentrándonos en los roles de género. Esto podría considerarse como los márgenes heteronormativos, puesto que este hecho legitima que la sexualidad se reduce al contacto sexual de un hombre con una mujer; de esta manera se construye un ideal dentro de un sistema binario de género. La cual puede ser modificable según las relaciones humanas; replanteando de esta manera las dos supuestas posibilidades donde se encuentra construida la sexualidad. Donde la convivencia social se basa en una performatividad según Butler. Pero en este sistema heteronormativo que condiciona el cumplimiento de una estética y así mismo de comportamiento humano tomando una posición un tanto perversa en el hábito de una cultura donde solo se tiene una mirada heterosexual.

Por ende sobre la definición de género, la heteronormativa se impondrá sobre este espacio social de manera que este sistema limita un pensamiento de control sobre estos nuevos ideales de género que existen en la actualidad. Por ejemplo lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y queers. Nuevas identidades que crecientemente se adaptan y huyen de este margen heteronormativo, permitiéndose de esa manera re-significarse y hacerse un espacio dentro de la sociedad actual.

(...)“El género ni es una verdad puramente psíquica, concebida como algo interno u oculto, ni puede reducirse a una apariencia de superficie; por el contrario, su carácter fluctuante debe caracterizarse como el juego entre la psique y la apariencia” (Butler; 2002:p. 328)

2.1.4. ROLES DE GÉNERO

2.1.4.1. LA MASCULINIDAD

Reconocer en un principio que características forman un perfil de masculinidad hegemónica y conocer sus atributos permitirá identificar que patrones dentro de los parámetros heteronormativos implican los modelos de conducta que se desenvuelven en la sociedad actual sobretodo en la televisión nacional.

Bonino (2000) alega que:

(...) El modelo de masculinidad hegemónica implica carecer de todas aquellas características que la cultura atribuye a las mujeres, se construye sobre el poder y la potencia y se mide por el éxito, la competitividad, el estatus, la capacidad de ser proveedor, la propiedad de la razón y la admiración que se logra de los demás. La masculinidad se traduce en autoconfianza, resistencia y autosuficiencia, fuerza y riesgo como formas prioritarias de resolución de conflictos. (64).

Si bien este modelo de conducta es aprendido reconocer su desenvolvimiento en el medio será fundamental en el desarrollo de este estudio y en la selección de objetivos y variables por analizar.

2.1.4.2. FEMINIDAD.-

Las olas feministas de los últimos años han permitido que las mujeres actuales desafíen todos los paradigmas patriarcales que la masculinidad ha impuesto dentro del rol de la mujer y cada vez se equipare en equidad dentro la sociedad.

Lagarde nos argumenta:

(...) Nos han enseñado a tener miedo a la libertad; miedo a tomar decisiones, miedo a la soledad. El miedo a la soledad es un gran impedimento en la construcción de la autonomía, porque desde muy pequeñas y toda la vida se nos ha formado en el sentimiento de orfandad; porque se nos ha hecho profundamente dependientes de los demás y se nos ha hecho sentir que la soledad es negativa, alrededor de la cual hay toda clase de mitos. Esta construcción se refuerza con expresiones como: “¿te vas a quedar solita?”,

“¿por qué tan solitas muchachas?”, hasta cuándo vamos muchas mujeres juntas. (P. 1)

Si bien el rol de la mujer ha tenido una imposición de cómo ser y esta ha sido aprendida, poco a poco se ha permitido adaptarse a nueva participación social. Y reconocer su representación y proyección actual, está permitiendo establecer un perfil heteronormativo donde se evidenciara el rol de participación en la actualidad.

Moya, 2010, concepción de lo femenino y el cuerpo nos dice

(...) Es necesario para toda investigación de género el más profundo de los análisis teóricos sobre cómo se ha constituido lo femenino. No obstante, no se puede dejar a un lado al cuerpo humano puesto que es una representación simbólica vital, una narración de una misma y de los otros y las otras. Una expresión simbólica de lo que somos y pretendemos ser, un constructo social a partir de una realidad biológica, un discurso del yo. En él somos, a través de él nos comunicamos. (69)

La femineidad impera e impera dentro de los roles de la belleza, lo corpóreo, la anatomía expuesta que es direccionada intencionalmente hacia la atención de la masculinidad hegemónica, donde se expone, la tentación, el libido que refuerza el deseo varonil, y así mismo reforzando una ideología patriarcal de ver a la mujer como objeto y o posesión.

(...)Las características que impone la cultura patriarcal a la subjetividad femenina, tales como el imperativo de belleza, la predisposición natural al amor, la consideración de la identidad de la mujer sujeta a la maternidad y el mandato de la mujer como cuidadora y responsable del bienestar ajeno.”(...) (Freixas, 2000, 32).

El rol femenino en lo materno también cuenta una aproximación en lo que se consideraría como un referente patriarcal, donde la mujer asume su posición en la familia, o en la sociedad en sí. Donde los medios refuerzan el estereotipo de la mujer actual y es de suma importancia que tanto se lo representa en los medios.

2.1.6. Orientación sexual

Si bien cada individuo nace con un sexo biológico, por orientación sexual es lo que se define por deseo ya sea por personas del otro género, del mismo o por ambos géneros, o más. De esa manera cada quien expresa su identidad en las conductas, expresiones y relaciones con los demás.

(...) “John Money, sostenía que la “identidad de género” y la orientación sexual del humano era producto de su exposición temprana a estímulos externos que harían de él un ser “masculino” o “femenino”. (...) (Gutiérrez, 2009,52).

Al forjar una identidad sexual, el sujeto cuestiona sus deseos y su forma de relacionarse socialmente, establecer vínculos afectivos, de tal manera que se permite descubrirse sexualmente.

Rodriguez (2008):

(...) En la etapa de la adolescencia (de 12 a 19 años), se desarrollan sentimientos de atracción interpersonal. La mayoría de los seres humanos sienten atracción por el sexo opuesto, una proporción más pequeña hacia el mismo sexo y otros la sienten hacia uno y otro sexo. En este sentido, cualquiera que sea el caso, éste está condicionado por factores biopsicosociales, lo cual se hace evidente cuando una emoción se hace poderosa, que hace que al elegir a una u otra persona, sea poco comprendida en general, pues la elección relacionada con el comportamiento sexual es compleja. (p.3)

Cuando la identidad se hace notoria en la adolescencia, la condición social del sistema binario de género puede llegar a confundir sus deseos, ya sean por el sexo opuesto o por el mismo sexo, aquel definirá una identidad de tal manera que su proyección en la sociedad, será acorde al género que vaya acorde con su preferencia sexual.

2.1.6.1. LGBTQIOP/ heterosexualidad

(...) “La referencia a la heterosexualidad, se plantea como un reconocimiento del yo, usualmente es como una relación de poder que sirve para normalizar una pauta particular de relaciones sexuales que oprimen a las mujeres, los gays y a las lesbianas (Seidler, 1995, p.1.)

Para poder definir estos conceptos sobre lo L.G.B.T.Q. es necesario tener una concepción sobre la sexualidad. Donde se han condicionado a las personas de una sociedad bajo unos parámetros en lo social, moral, religioso y familiar. Donde estos nos revelan que es “bueno, dañino, apropiado, inapropiado, malo, bueno, normal y anormal”. Basándonos en esta construcción social se puede definir los conceptos que giran en torno a las prácticas sexuales y sus conductas:

Homosexualidad y o Lesbianismo.- Una relación de parejas donde hay lazos afectivos y prácticas sexuales con dos personas del mismo sexo.

Bisexualidad.- Hombres y mujeres que tienen relaciones sexuales y o afectivas con personas del mismo y del sexo opuesto

Transexual.- Persona que cambia su sexo quirúrgicamente para sentirse a gusto con el sexo opuesto.

Drag Queen.- Hombre que se viste de mujer solo para realizar show o performance.

Drag King.- Mujer que se viste de hombre para realizar show o performance.

Cross Dresser.- persona que en la intimidad utiliza artículos de vestir o accesorios asociados con el sexo distinto al suyo con fines eróticos.

Queer.- persona que no se identifica ni como masculina ni femenina y que ha construido una identidad de género que transgrede con el concepto del sistema binario de género, SBG (SBG: sistema en el que solo existen dos componentes de género, el masculino y el femenino).

Omnisexual.- Personas que entablan una relación romántica y/o sexual con un ente no-humano. Ejemplo: Vampiro, monstruo, extraterrestre, fantasma, demonio, dios, ángel, etc.

Entonces partiendo de conocer estas conductas que rompen el margen heteronormativo se puede buscar esas lecturas dentro de los discursos televisivos que se emiten al diario o juegan un papel importante dentro de esta audiencia no heterosexual.

2.1.7. Cissexualidad y transexualidad

Como parte de este estudio hay que comprender a profundidad la diferencia entre la cissexualidad y la transexualidad. La cissexualidad es un derivado del término cisgénero la cual este es empleado en los estudios mismos del tema porque se define como persona cuya identidad de género y sexo biológico corresponde con su comportamiento, la cual este rol le fue socialmente asignado. La transexualidad por otro lado es totalmente lo opuesto la cual esta puede ser definida como una diferenciación sexual del sujeto con su anatomía, de este modo su anatomía sexual y su identidad no corresponden y busca corregir ese conflicto en sí mismo.

"El sujeto es el resultado del proceso de subjetivación, de interpretación, de asumir performativamente alguna posición fija del sujeto" (Butler & Laclau, 2003, p. 15)

Según Butler (2003) si esta performatividad resulta ser una cuestión de identidad, si esta no corresponde al sujeto este podría verse fuera de todo sistema binario, y buscaría representar su identidad transformando su sexo biológico, su apariencia, etc.

"(...) la idea de que, al fin y al cabo, se debe tener un sexo verdadero está lejos de haber desaparecido por completo. Sea cual sea la opinión de los biólogos sobre este punto, se mantiene, aunque sea difusamente, la creencia de que entre el sexo y la verdad existen relaciones complejas, oscuras y esenciales" (Foucault, 1980, p14)

En este caso lo que Foucault (1980) afirma se entiende como una extendida variedad de identidades que buscan su propia orientación sexual, que se mantienen inciertos y confundidos a lo largo de su autodescubrimiento en el deseo, y felicidad lo cual es vital dentro de todo estudio de género comprender esta diversidad de relaciones que se vinculan en el medio social.

2.1.8. Teoría Queer

La palabra "queer" tiene varias connotaciones entre muchas: Maricón, homosexual, gay, etc. Entre muchas formas este término se ha utilizado de manera despectiva señalando una anomalía en las orientaciones sexuales de las personas, ya sean lesbianas y o homosexuales.

(...) “El verbo transitivo queer expresa el concepto de “desestabilizar”, “perturbar”, “jorobar”; por lo tanto, las prácticas queer se apoyan en la noción de desestabilizar normas que están aparentemente fijas.” (Carlos Fonseca; 2009, pág. 45)

La teoría Queer es la pauta teórica que permite dar una re-significación del insulto para reafirmar que la opción sexual distinta es un derecho por ejercer. Según el texto escrito por Fonseca y Quintero (2009) las sexualidades periféricas son aquellas que no se establecen bajo los parámetros de lo “normal” y son aquellas que reclaman su derecho de coexistir en un ambiente heteronormativo que modela este sistema binario de géneros en la actualidad.

(...) “A partir de su trabajo puede entenderse mucho mejor el rumbo que ha seguido parte de la crítica: un hombre afeminado o una mujer varonil, un hombre disfrazado de mujer o con una sensibilidad contraria a la tipología dominante, una mujer que se desprende del hábito de la feminidad subordinada.” (...) (Rafael M. Mérida Jiménez, pág. 16, 2001)

De manera que esta busca explicar causas y consecuencias donde la desfragmentación de los roles de género permite entender estas nuevas identidades a profundidad. Las prácticas Queer reflejan la transgresión a la heterosexualidad que como tal al considerar las L.G.B.T.Q. Se tiene una noción sobre lo que se ignora en nuestra sociedad. En este caso reconocer sus uniones erótico-afectivas, de manera que la teoría Queer se desarrolle en el ámbito antropológico sin prejuicios o algún tipo de discriminación, sino más bien observarlos y reconociendo todo aquello que es real fuera de una percepción equivocada e incomprendida.

(...)“Queer fue una palabra cuidadosamente elegida por la nueva unión gay-lesbiana por ser un término en cuyo abanico semántico están no sólo los maricas sino también las bolleras, las y los transexuales, los travestis y todo lo sexualmente “raro”, “extraño”, “singular”, que es lo que, en primera instancia, significa la palabra Queer.”(...) (Rafael M. Mérida Jiménez, pág. 16, 2001)

Reconocer lo Queer es de suma importancia en este estudio, ya que, las sexualidades por preferencia e identidad, buscan romper y librarse de un sistema ya dictado e impuesto como lo “normal.” Si bien reconocer lo Queer, este se proyectaría como algo único, ni masculino, ni femenino, se podría considerar una mezcla entre los dos señalando una sexualidad representada de manera ambigua.

2.2. REPRESENTACIONES SOCIALES

2.2.1 Representación

(...)“La representación es la producción de sentido a través del lenguaje. En la representación, sostienen los construccionistas, usamos signos, organizados en lenguajes de diferentes clases, a fin de comunicarnos significativamente con los otros.”(...) (Stuart Hall - pág. 13- 1997)

Lo que se entiende como representación según Hall (1997) es en entender el sentido en que se interpreta la sociedad, a partir del sentido del lenguaje y la cultura. De manera que ésta significa usar el lenguaje para comunicar o entender algo con un sentido, o para representar con un significante un algo para otras personas. A través de esto podemos definir que implica el uso de variables, señales, expresiones, signos e imágenes, la cual estas tratan de comunicarnos algo en común.

Según Wolf (2003) comenta:

[...] Se establece la construcción de representaciones simbólicas a partir de elementos de complicidad y vinculación cultural con los receptores. Es fundamental para esta tarea visualizar las categorías de efectos que podrán tener los productos y procesos de comunicación desarrollados para fortalecimientos de roles y funciones que los medios de comunicación y demás sistemas del aparato ideológico forjan para la sociedad. (p.26).

Las representaciones sociales son discursos simbólicos que sostienen un indicio de validez y invalidez, algo que se reconoce y lo que no se reconoce como parte de una cultura, como parte de reconocer una identidad.

(...)“Debemos ser capaces de representar o intercambiar sentidos y conceptos, y podemos hacer esto sólo cuando tenemos acceso a un lenguaje compartido. El lenguaje es por tanto el segundo sistema de representación involucrado en el proceso global de construir sentido.”(...) (Hall, 1997, pág. 5)

En una cultura las ideas se traducen en mismo universo cultural ya sea lo que esta refiera o hace referencia al mundo. Los valores semióticos se pueden re-codificar y darles otra interpretación frente a una sociedad, de manera que en una sociedad donde cada quien le da sentido e interpreta códigos acorde al nivel conceptual y el

significativo que gobierna sobre las lecturas culturales y lingüísticas. Donde un significante se une a los significados que un individuo asocia produciendo signos que se referencian en el mundo real hacia nosotros.

2.2.2. Género y representación social.

Diana Elisa Gonzales (2010) alega:

(...) La crítica a la representación de género en los medios de comunicación implica un rompimiento de la construcción tradicional de la imagen del ser mujer o ser hombre, Y en general, un rompimiento del género como representación, ya que el argumento que lo sostiene aterriza bajo los parámetros de la mirada patriarcal, lógica bipolar ya expuesta y la explotación del cuerpo a partir del morbo que da cuentas a una estrategia de ventas y a un registro económico “mientras más enseñas, mas vendes” es un dicho común en México. (pág.5)

Si bien el género se constituye de los conjuntos de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores que forman la cultura y el medio social. Estas son aquellas que influyen en el impulso sexual dentro discursos y lecturas que se proyectan en los medios y las personas, de esta manera se podría decir que afecta indirectamente las relaciones sociales de las personas y sus percepciones tan solo por generar ganancias y rating televisivo.

(...) “Las representaciones sociales asignan roles y estereotipos a los sexos. Desarrollan conductas que la sociedad espera de la mujer y del hombre. Limitan habilidades y producen dominio simbólico en las relaciones humanas.” (Alcoff; 1988, pág. 433)

Si los medios televisivos presentes se manejan dentro de los parámetros de un sistema binario, fortalecen un paradigma social latente que excluye con naturalidad la existencia de otros géneros LGBTQIOP que conforman un porcentaje considerable de la población ecuatoriana.

Marcos Sandoval Vivar señala:

(...) “que las Representaciones Sociales tienen cuatro funciones:

- “La comprensión, función que posibilita pensar el mundo y sus relaciones.
- La valoración, que permite calificar o enjuiciar hechos
- La comunicación, a partir de la cual las personas interactúan mediante la creación y recreación de las representaciones sociales.
- La actuación que está condicionada por las representaciones sociales.”(...)
(Sandoval; 1997, pp. 95)

Como objeto de estudio situar estas representaciones hegemónicas que conforman los medios televisivos permitiendo evidenciar la falta de diversidad de género que limita un universo latente y que contribuye inconscientemente en la invisibilidad de esta diversidad en la población, reforzando un paradigma social de conducta que de manera separatista hace invisible a la población LGBTQIOP y así mismo imposibilitando la aceptación de estos individuos.

2.2.3. Estereotipos (rol e importancia)

Mattelart (1997) nos dice:

(...) Las representaciones hegemónicas encuentran su estructura más determinada en el consentimiento de los organismos de asignación cultural. Es así que los roles, actos que construyen y generan las representaciones hegemónicas están determinadas por normativas concretas y que son funcionales al orden establecido tanto en el ámbito social, político y religioso.

(p.53)

Estas representaciones adecuadas sobre cómo debe ser “el hombre” y “la mujer” traen consigo mecanismos ideológicos que generan desigualdad. Por ende comprender su importancia y su influencia en lo que los medios proyectan como “lo habitual”, “lo típico”, “lo cotidiano” es reforzar un paradigma que limita la aceptación de nuevos roles e identidades en la sociedad.

(...) “Los estereotipos de género son fijaciones de creencias que demonizan un género sobre otro (...) el estereotipo es una opinión ya hecha que se impone como un cliché a los miembros de una comunidad. Los estereotipos son exageraciones de una realidad, y que al ser acuñadas por las personas las orientan socialmente y las refieren a modelados únicos. (Pieron, 1951, 111)

Si bien estas exageraciones han formalizado las conductas cotidianas, estas son asimiladas y aprendidas, la cual tienen un gran aporte en lo que son construcción de identidades.

[...] “Los estereotipos de género constituyen el escenario por excelencia de la fuerza que poseen las representaciones simbólicas. En ello descansa su alto poder ideológico y su complejidad a la hora de de-construirlos”. (Rodríguez, 2008, p.22)

Hay que identificar estos roles y evidenciar la influencia de los medios, en sus discursos y contenido ya que la construcción de los mismos podrían generar una invisibilidad latente en la diversidad social discriminado de esa manera nuevas identidades de género, etnia u estado social.

2.2.4. El rol del humor y el género

Según Arroyo (1998):

(...)” El humor puede ser tanto un arma de crítica y resistencia populares, como, a la inversa, un mecanismo de dominación y de control social las personas o grupos revelan, por medio de los chascarrillos picantes, los albures, los chistes..., qué cuentan, cuales son los aspectos de la sexualidad que les causan ansiedad o zozobra.“(pág. 2).

Las construcciones en la narrativa en la que se desarrollan los discursos en las historias de ficción, sátiras, normalmente aguardan en famoso “doble sentido” donde se exponen mensajes confusos, ambiguos, deseos ocultos y notorios pero que se esconden rápidamente bajo la máscara del humor negro y cotidiano por así decirlo, pareciera un miedo en común de romper el sistema binario en el que son forjados estos personajes.

Gordon (1997):

(...) El humor sexual pone en evidencia, además, el contraste que existe entre el sentir popular y los discursos dominantes en torno al sexo: éstos idealizan el matrimonio, problematizan las prácticas no pro creativas y legitiman únicamente el ejercicio del sexo cuando va unido al amor; mucha gente, sin embargo, parece vivir el matrimonio como un suplicio y disfrutar, o al menos anhelar, el ejercicio de una sexualidad placentera, no necesariamente ligada al amor. (p. 160)

2.3. MEDIOS

2.3.1. Representación visibilidad

Roiz (2002) nos dice:

(...) En la representación hegemónica de los medios de comunicación existe lo inevitable- y a menudo deliberada- manipulación simbólica del mensaje, que conduce a la introducción de elementos emocionales, que aumentan la eficacia persuasora y que suelen permanecer en el texto de forma latente. (...) (pág, 92)

Las representaciones mediáticas representan un universo de roles que encierran discursos en las construcciones sociales manteniendo una ideología ya sea esta “típica” o “común” fácil de asimilar por el público dentro de lo normativo en la sociedad.

(...) “Qué extraño que un cuerpo de mujer pueda despertar morbo, ser objeto de culto, deseo, adoración. El cuerpo en la imagen contemporánea, los medios de comunicación como constructores de imaginarios sociales” (Diana Elisa Gonzales Calderón, pág. 1, 2010)

Los medios de comunicación mediante las representaciones sociales heteronormativas, refuerzan lo que se considerará normal u habitual en los roles de género que se proyectan al público en general. Tomando en cuenta la sobreexposición de la sexualidad y el morbo como algo cotidiano.

Diana Elisa Gonzales Calderón (2010):

(...) Los medios de comunicación han propiciado la idea de mujer objeto a partir de una

segmentación del ser, el no reconocimiento desde su totalidad, sino desde lo fragmentario

explotando el morbo en el espectador, tal es el caso de la imagen femenina con tintes eróticos

y sexuales, donde se induce la idea que el ser “más” mujer va en relación directa con el tamaño

de los senos.(...) (2010)

2.3.2. Representación invisibilidad

Diana Elisa Gonzales Calderón (2010)

(...) “Los medios de comunicación instauran los bordes de lo visible y válido en una época determinada, la presencia de personajes que no se alinean bajo esa lógica bipolar de lo femenino, masculino como lo es el hombre afeminado, la mujer marimacho o la presentación andrógina del sujeto, hace que sean mostrados bajo la mirada de la sátira, el humor o la burla, se les sabe presentes dentro de la sociedad, pero no serán aceptados formalmente como personajes sustanciales, sino mas bien complementarios al héroe o heroína, lo anterior al no estar legalizada socialmente su presencia en esta construcción cultural de género. (pág. 4)

Si los medios se concentran en reforzar solo lo que consideran que la audiencia está acostumbrada, reducen espacios de tolerancia y comprensión a estas nuevas identidades no pertenecientes a un sistema binario de género que tratan de adaptarse a una sociedad hostil y tradicionalista que muchas veces el miedo a lo nuevo o la falta de costumbre puede conllevar a la violencia física y psicológica como algo genérico, común y cotidiano.

(...) Las denominaciones de género, su complejidad y las discusiones que de ello se derivan, son un punto fundamental en el estudio de lo que éramos y somos en términos de sociedad en evolución. (Diana Elisa Gonzales Calderón; 2010, pág. 1)

Vivimos en una época donde se generan nuevas expresiones, nuevas tendencias, nuevas identidades que antes se escondían en mascararas comunes y “normales”, por el poco conocimiento y costumbre sobre el tópico de género. En la actualidad estas nuevas identidades se revelan, se proyectan y tratan de formar parte del mundo actual. Y nuestro deber es reconocer el paradigma que los medios sostienen y refuerzan en la intolerancia latente en nuestra sociedad.

(...) “Así mismo, comprender la naturaleza artificial de la imagen, entendiendo la importancia de los medios masivos de comunicación y su responsabilidad en la formación y control del imaginario social, así como responsable de las construcciones culturales de una época.” (Diana Elisa Gonzales Calderón pág. 6, 2010)

2.3.3. Representación diversidad

Parte de este estudio como prioridad es evidenciar la diversidad o la falta de ella, dentro de los conceptos sobre etnia, género.

(...) “Decir diversidad es decir género, y decir género es decir diversidad, puesto que género es el espacio para reclamar frente a la desigualdad y a la exclusión social. Género es sinónimo de lo democrático, lo participativo, lo que busca una construcción con todos y todas.”(...) (Rauber, 2009, 5).

Se determina al género como el espacio en que la desigualdad y exclusión social se deconstruye, buscando formas y procesos de mayor justicia y equidad. De manera que esta permita ejercer una reflexión dentro de los márgenes de la tolerancia y la aceptación de las diferentes identidades que prevalecen invisibles en nuestra sociedad.

3.- Objetivos

3.1. OBJETIVO DE PROYECTO

1. Explorar las principales representaciones de género y sus características demográficas, que se traduce a través de la televisión ecuatoriana a partir de su producción nacional en programas de ficción (series y mini series) y no ficción (reality, informativo, cadenas, noticieros, concurso, magazines) de Ecuavisa.
2. Describir los roles que representan las personas o personajes que aparecen en la televisión ecuatoriana a partir de su producción nacional en programas de ficción (series y mini series) y no ficción (reality, informativo, cadenas, noticieros, concurso, magazines) del canal Ecuavisa.

ASPECTOS DE CONTENIDO

- a. Conocer las principales representaciones de género LGBTQ y masculinidades y femineidades heteronormativas, que se encuentran en la programación de Ecuavisa de Lunes a sábados que se transmite dentro del horario asignado por el canal. (anexos)
- b. Describir los roles que representan los personajes LGBTQ y masculinidades y femineidades heteronormativas, que se encuentran en la programación de Ecuavisa de Lunes a sábados que se transmite dentro del horario asignado. (anexos)
- c. Analizar las representaciones de género LGBTQ y masculinidades y femineidades heteronormativas, que se ven reflejadas en las narraciones de las historias en la programación de Ecuavisa de Lunes a sábados que se transmite dentro del horario asignado por el canal. (anexos)

3.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son las representaciones de género que encontramos representadas en los programas de producción nacional?

- ¿Cuáles son las características demográficas más comunes que se ven representadas en las personas o los personajes que aparecen dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuáles son las minorías étnicas que están más representadas dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuáles son las minorías étnicas que están menos representadas o son invisibilizadas dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuáles son las minorías de género que están más representadas dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuáles son las minorías de género que están menos representadas o son invisibilizadas dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuál es la raza que predomina en las representaciones de género dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuál es el rango de edad que predomina en las representaciones de género dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Qué género predomina dentro de los personajes o personas principales que participan en los programas de producción nacional?
- ¿Qué género es el menos representado o invisibilizado dentro de los programas de producción nacional?
- ¿Cuál es el nivel socio económico más visibilizado a partir de los personajes o personas principales que participan en los programas de producción nacional?
- ¿Cuál es el nivel socio económico invisibilizado y/o menos representado a partir de los personajes o personas principales que participan en los programas de producción nacional?
- ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a cada género?
- ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a raza?
- ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a edad?

- ¿Cómo se expone el cuerpo de los personajes principales que se presentan dentro de los programas de producción nacional según su característica de género?
- ¿Cuáles son los planos más utilizados para mostrar a las personas/personajes principales que participan en los programas de producción nacional según su género?
- ¿Cuáles son los ángulos más utilizados para mostrar a las personas/personajes principales que participan en los programas de producción nacional según su género?

4.- Metodología de Investigación

Una aproximación cuantitativa es vital para obtener resultados de diferente índole. Mediante dos enfoques para la recolección de datos para profundizar de qué manera se manifiestan estas representaciones estadísticamente y también mediante un análisis textual o narrativo de contenido de enfoque cuantitativo de manera que se puedan decodificar estas construcciones heteronormativas, que son empleadas para la audiencia.

Mediante esta aproximación se tomara en cuenta que la operativización de variables que explicara más detalladamente su propósito.

(...) “ambos son relevantes y necesarios, ya que tienen un valor propio. Cada uno posee sus características, y la decisión sobre qué clase de investigación y diseño específico hemos de seleccionar o desarrollar depende del planteamiento del problema, el alcance del estudio y las hipótesis formuladas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 159).

Como una investigación no experimental esta es sistemática y empírica ya que no se manipulan las variables, estas ya están presentes en el objeto de estudio sin intervención o influencia alguna de parte del investigador; como planteamiento, se deberá evidenciar estas variables que se proyectan en su contexto natural. De esa forma las características de los presentadores del programa u artistas invitados, contexto y escenario, lenguaje, etc. Serán de vital importancia para este estudio.

4.1. Diseño metodológico

4.1.1. Transeccionales

Este enfoque es adecuado para este tipo de diseño, llamado Transeccional o transversal, ya que de acuerdo con Hernández, Fernández y Batista (2006) "Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación." (Pág. 208)

Esta tiene como propósito investigar un número de participantes dentro un contexto, en este caso Canal Ecuavisa donde se tomara en cuenta número de presentadores, reporteros, conductores que se encuentran dentro de la programación en la franja horaria de lunes a sábados de 7:00 a 12:00.

Con el fin de analizar el contenido de los programas donde se representen estos roles de género como objeto de estudio. Cada programa es de diferente contexto, entonces el estudio tiene como base una serie de variables pre-definidas que se piensan profundizar en un período de tiempo en relación con el contenido del programa y sus participantes.

4.1.2. Descriptivo

Los diseños transeccionales descriptivos indagan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, estudios puramente descriptivos. (2006 – pág. 210) Visto el caso ubicamos a los participantes del programa dentro del canal Ecuavisa en las variables: género, edad, estado civil o marital, clase social, etc. Con el fin de saber cuántos hombres y mujeres conforman la producción nacional de Ecuavisa.

4.2. Muestra/participantes

La muestra es NO PROBABILISTICA, según Hernández, Fernández y Baptista (2006) la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. En el caso de representaciones de género, se tomara en cuenta los presentadores y participantes del canal Ecuavisa que tengan lugar en la pantalla, de este modo todo lo que sea parte de la producción nacional que este dentro del horario de programación. (Revisar anexo)

Unidad de análisis Ecuavisa:

- "En Contacto ": lunes a viernes de 8:30 am a 11:00 am. Tipo de programa: magazine.
- "Televistazo": lunes a viernes de 8:00 pm a 9:00 pm. Tipo de programa: noticiero.

- "Combo amarillo": lunes a viernes de 7:30 pm a 8:00 pm. Tipo de programa: ficción - cómico.

- "Así Somos ": lunes a viernes de 2:00 pm a 3:00 pm. Tipo de programa: magazine.

- "Cadena Sabatina": sábado de 10:00 a 1:00 pm. Tipo de programa: no ficción: gubernamental - informativo.

Siguiendo estos aspectos en el caso de la presente tesis se han seleccionado los siguientes programas de televisión durante el periodo del 13 de Agosto - 13 de Septiembre.

Magazine (variedades), noticieros, ficción, informativos,

4.3. Enfoque cuantitativo

Según los autores Hernandez, Fernandez y Batista (2003) la investigación cuantitativa requiere de un seguimiento de recolección de datos, la cual al transcurrir el tiempo la evolución del estudio va teniendo modificaciones, generando nuevas hipótesis y resultados dentro del fenómeno de interés.

Tomando en cuenta esto se utilizara la técnica de análisis de contenido ya que mediante esta, se hará un seguimiento para la recolección de datos estadísticos durante un periodo de tiempo probabilístico.

Mediante la técnica de análisis de contenido de enfoque cuantitativo, se ejecutara un seguimiento de la programación nacional de Ecuavisa, desde el 13 de agosto del 2012 al 13 de septiembre del mismo año. Con el fin de evidenciar mediante resultados estadísticos, las variables que giran en torno a las representaciones de género en dicho canal.

4.3.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica que se enfoca en encontrar grandes cantidades de información a partir de una muestra representativa, de la cual pueden hacerse generalizaciones al universo. Reflejando puntos de interés en una comunidad sobre algo en común (Hernández, Fernández, Baptista 2003). Esta técnica empleada servirá para obtener un orden estadístico de los roles de género que se avistan en la pantalla. El seguimiento que se hará a los diferentes programas nacionales en particular, con su número de presentadores y duración en la pantalla.

(...)”Se describe al análisis de contenido como el “quien” se ocupa de poder describir y explicar el estado de un fenómeno en cierto momento o como se va desarrollando a través de un periodo de tiempo.” (...) (Best y Kahn, 2006, p. 257).

De esa manera se concluye que esta técnica es considerada como la más indicada y coherente para este estudio, si bien el seguimiento demostrará en datos numéricos y porcentajes en los resultados que se demostrarán más adelante, según las variables a considerar.

(...) “Así mismo se lo describe como un método de investigación aplicado a material visual para con esto lograr identificar características específicas del material.” (Ary, Jacobs, Razavieh, & Sorensen, 2006, p. 464).

*Anexos

4.3.2. Variables de la investigación.

Cuantitativo:

Sexo, Género, Tiempo al aire, Etnia, Apariciones y Participación.

Planos, Ángulos, Escenografía, Aspectos Físicos, Roles, Lenguaje.

4.3.3. Herramienta de investigación.

Para esta investigación se utilizó una ficha para contabilizar las siguientes características:

- Hoja 1 (ver anexos)

1. Nombre de la persona que registra
2. Hora de registro
3. Fecha de registro
4. Nombre del programa
5. Canal de transmisión
6. Horario de transmisión
7. Número del Capítulo #
8. Número de la Temporada
9. Duración total en minutos
10. Número de presentadores en el capítulo
11. Número total de presentadores en el programa
12. Fecha de transmisión del capítulo
13. Invitados y/o entrevistados

Esta ficha se utilizó para el seguimiento de registro del programa, contabilizando de esa manera los datos coordinados.

- **Hoja 2 (ver anexos)**

Apariciones

Se contabilizan las apariciones sin hablar y en las que se habla y al final llenar con el número total de las apariciones que un personaje o persona realiza frente a cámaras, diferenciando entre aquellos momentos en los que tiene una participación activa (habla) o pasiva (no habla).

Tiempo

En la subcategoría de totales se escribe en minutos el total de tiempo al aire que ha tenido un personaje durante ese capítulo, episodio o edición y se suman las apariciones habladas y no habladas para completar el total de apariciones.

Sexo

- M.C.: Mujer Cissexual
- M.T.: Mujer Transexual
- H.C.: Hombre Cissexual
- H.T.: Hombre Transexual

En esta categoría se marca con una cruz aquella categoría que defina a la persona o personaje. Debido a que se vive dentro de una sociedad heteronormativa, se marca solamente Hombre o Mujer Cissexual como únicas opciones, a menos que ese personaje o personalidad de pantalla deje en claro que es transexual pre-operatorio o post-operatorio.

Edad

- Niños/ Niñas: 0-12 años
- Adolescentes: 13-19 años
- Adultos jóvenes: 20-29 años

- Adultos: 30-64 años
- Adultos Mayores: 65 en adelante

En estos casilleros se marca con una cruz y/o número, en el caso de que la edad del personaje o personalidad se conozca.

Etnia

- Blanca: Descendientes de europeos o europeos.
- Mestiza: Cualquier persona de descendencia latina.
- Asiática: Persona de descendencia asiática.
- Mulata: Persona que ha nacido de padre blanco y madre negra ó de padre negro y madre Blanca (muy parecida a la etnia mestiza pero con características puntuales como el cabello y piel más oscura)
- Afrodescendiente: Grupo de personas de descendencia Africana.
- Indígena: Relativo a un pueblo que es el habitante primitivo del territorio en que vive.

Se marca con una cruz la opción de etnia a la que pertenezca la persona o personaje y en la sección de comentarios se especifica cualquier dato adicional que sea pertinente a esta categoría. Como por ejemplo su nacionalidad, o mayor detalle sobre su etnia. Ejemplo 2: En el caso de ser indígena se debe escribir a que tribu pertenece.

Sexualidad

- Hetero: Heterosexual orientación sexual por la cual existe atracción sexual y emocional hacia personas de distinto sexo.
- L: Lesbiana: Mujer que se siente atraída sexualmente y afectivamente hacia otras mujeres.

- G: Gay: hombre que se siente atraído sexualmente y afectivamente hacia otros hombres.
- B: Bisexual: Orientación sexual caracterizada por la atracción sexual y afectiva hacia personas de su mismo sexo y del sexo opuesto.
- Travesti: Persona que se viste como alguien del otro sexo todo el tiempo, es decir vive su vida como alguien del otro sexo; pero que no se ha sometido a ninguna cirugía.
- Drag Queen: Hombre que se viste de mujer solo para realizar show o performance.
- Drag King: Mujer que se viste de hombre para realizar show o performance.
- Cross Dresser: persona que en la intimidad utiliza artículos de vestir o accesorios asociados con el sexo distinto al suyo con fines eróticos.
- Queer: persona que no se identifica ni como masculina ni femenina y que ha construido una identidad de género que transgrede con el concepto del sistema binario de género, SBG (SBG: sistema en el que solo existen dos componentes de género, el masculino y el femenino).
- Omnisexual: Personas que entablan una relación romántica y/o sexual con un ente no-humano. Ejemplo: Vampiro, monstruo, extraterrestre, fantasma, demonio, dios, ángel, etc.

Debido a que vivimos en una sociedad construida dentro de un marco heteronormativo, la opción a marcar en esta categoría es la de heterosexual a menos que el personaje o personalidad de pantalla haya dejado en claro lo contrario. En esta categoría se debe tener presente que puede marcarse con una cruz más de una casilla (de ser necesario). Una persona heterosexual puede al mismo tiempo ser omnisexual. Una Drag King puede ser lesbiana, bisexual o heterosexual y por lo tanto se debe marcar todas aquellas casillas que le correspondan a ese personaje.

Nivel socioeconómico

- Bajo
- Medio bajo
- Medio

- Medio típico
- Medio Alto
- Alto

Se debe marcar con una cruz aquella casilla con la opción que se *percibe* como correcta. Es decir esta categoría está sujeta a las subjetividades, una vez marcada se debe incluir en comentarios las razones por las que se escogió esa opción.

Tipo de cuerpo

Se marca con una cruz según corresponda y en la sección de comentarios se añade cualquier información pertinente al tipo de cuerpo. Si la persona es extremadamente alta o pequeña, si tiene algún tatuaje, si su cuerpo presenta rasgos distintivos como deformaciones, antenas, cuernos, etc.

Color de ojos

Se marca con una cruz el color de ojos del personaje.

Tipo de pelo y peinado

En esta categoría se debe pintar las casillas con el color del pelo del personaje, es importante pintar más de una casilla con el afán de dar una descripción específica del tipo de peinado, pelo y su extensión. En el caso de tener canas las casillas deben pintarse con gris.

Maquillaje

- Natural: En televisión tanto hombres como mujeres deben maquillarse por las luces, es decir que ésta es la opción *default* de esta categoría.
- De diario: Si el maquillaje es un poco más obvio que el natural, es decir si no pasa inadvertido.
- Dramático: Si el personaje o personalidad tiene maquillaje para la noche, con colores más fuertes al de diario y al natural.

En esta categoría se debe marcar con una cruz la opción correcta y especificar en la sección de comentarios cualquier detalle adicional, como: si el personaje o personalidad de pantalla está maquillado de

forma dramática porque tiene la cara pintada de algún color, se trata de un payaso, mimo, etc.

Accesorios

En esta categoría se pinta el casillero con el color del accesorio que se utilice y se especifica el número de accesorios que esté utilizando. Hay tres casilleros en blanco para incluir cualquier otro accesorio que esta persona pueda tener.

Planos

- Primerísimo Primer Plano
- Primer Plano
- Plano Medio
- Plano General
- Plano detalle

Se debe incluir el número de cada uno de estos planos que se utilicen para mostrar al personaje o personalidad de pantalla.

Ángulo

- Cenital
- Picado
- Frontal
- Contrapicado
- Nadir

Se debe incluir el número de cada uno de estos ángulos de cámara que se utilicen para mostrar al personaje o personalidad de pantalla.

Posición de cámara

- Objetiva
- Subjetiva

Se marca con una cruz dependiendo de cuál de estas posiciones se utilice con este personaje o personalidad de pantalla, en el caso de marcarse las dos opciones es específica porque en la sección de comentarios.

Lugar

Se marcan con una cruz los lugares en los que aparezca el personaje y hay casillas vacías para añadir otros lugares en los que el personaje o personalidad de pantalla aparezca. Se puede y debe marcar más de una locación o lugar en los casos que aplique.

Vestimenta

Se debe pintar las opciones escogidas con el color de la “prenda” que el personaje o personalidad de pantalla este utilizando. Se han dejado casilleros para añadir otros ítems que el sujeto de análisis utilice. En el caso de que un personaje cambie de ropa en un mismo programa se debe utilizar más de una de estas siluetas para ilustrar el nivel de exposición de su cuerpo con mayor precisión. (Ver anexos siluetas)

Performance de género

- HM: Hipermasculino, Masculinidad exagerada
- M: Masculino, Masculinidad tradicional
- A: Andrógino, Se empieza a difuminar la barrera entre ambos géneros, dificultando determinar si ese personaje es más femenino que masculino o viceversa.
- F: Femenino, Femeidad tradicional
- HF: Hiperfemenino, Femeidad exagerada

Esta categoría, al igual que la de nivel socioeconómico es de carácter subjetivo, por lo tanto la llenaremos según nuestras percepciones. Se debe marcar con una cruz aquel casillero que creamos define o describe mejor la actitud del personaje.

Ocupación/Rol

Se debe escribir aquellos roles o papeles que el personaje o personalidad desempeñe durante el programa.

Comentarios

Este espacio está destinado a cualquier información adicional que contribuya a complementar aquello que fue marcado en las categorías anteriores.

Nivel de exposición de cuerpo.

1: el personaje presenta un nivel mínimo de exposición del cuerpo, camisa manga larga, saco, pantalón, ropa no pegada al cuerpo y sin escotes.

2: el personaje presenta un nivel medio de exposición del cuerpo sin atuendos pegados o muy cortos

3: el personaje se presenta en minifalda, vestido o pantalones pegados, shorts, blusas con escote y/o muy pegadas al cuerpo.

4: el personaje se presenta en ropa interior, short cachetero, en toalla, o bikini.

5: el personaje se presenta desnudo.

Planos

Primerísimo primer plano.

- > Primer plano.
- > Plano medio.
- > Plano general.
- > Plano detalle.

Ángulos.

- > Picado.
- > Frontal.
- > Contrapicado.

5. Categorización de Resultados:

5.1. Generales:

- 5.1.1. Representaciones de género por orientación sexual y participación.
- 5.1.2. Características demográficas por género y participación.
 - 5.1.2.1. Etnia
 - 5.1.2.2. Edad
- 5.1.3. Nivel de exposición por género.
- 5.1.4. Posición de cámara por género.
 - 5.1.4.1. Planos
 - 5.1.4.2. Ángulos

5.2. Por programas seleccionados.

5.2.1. En Contacto (magazine)

- 5.2.1.1. Representaciones de género y participación.
- 5.2.1.2. Nivel de exposición por género.
- 5.2.1.3. Edad
- 5.2.1.4. Etnia

5.2.2. Televistazo (noticiero)

- 5.2.2.1. Representaciones de género y participación.
- 5.2.2.2. Nivel de exposición por género.
- 5.2.2.3. Edad
- 5.2.2.4. Etnia

5.2.3. El Combo Amarillo (Ficción / Comedia)

- 5.2.3.1. Representaciones de género y participación.
- 5.2.3.2. Nivel de exposición por género.
- 5.2.3.3. Edad
- 5.2.3.4. Etnia

5.2.4. Así Somos (magazine)

- 5.2.4.1. Representaciones de género y participación.
- 5.2.4.2. Nivel de exposición por género.
- 5.2.4.3. Edad
- 5.2.4.4. Etnia

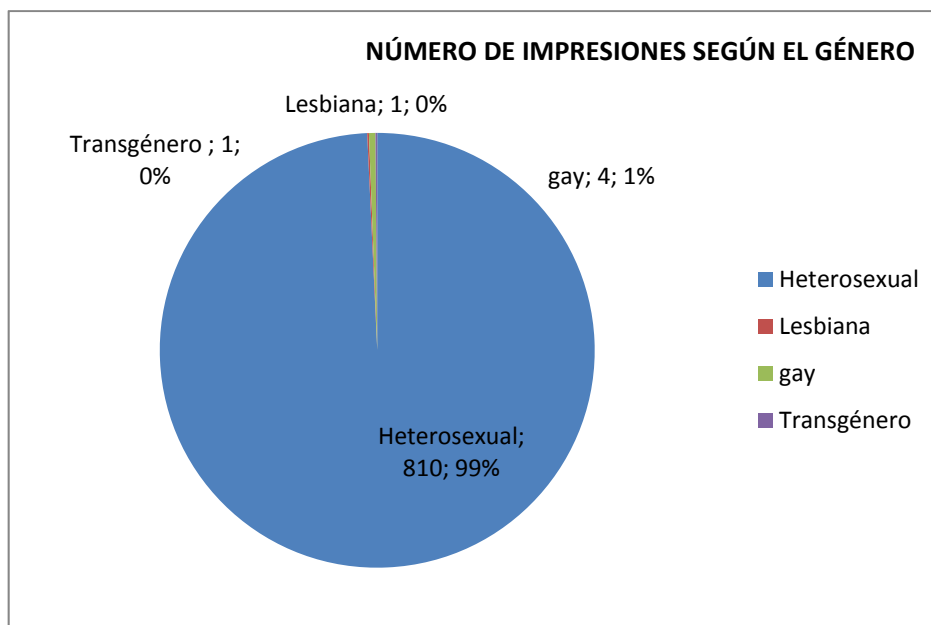
5.2.5. Sabatina (gubernamental / informativo)

- 5.2.5.1. Representaciones de género y participación.
- 5.2.5.2. Nivel de exposición por género.
- 5.2.5.3. Edad
- 5.2.5.4. Etnia

5.1. Cuantificación. GENERALES

a. REPRESENTACIONES DE GÉNERO:

Representaciones de Género por Orientación Sexual.



Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

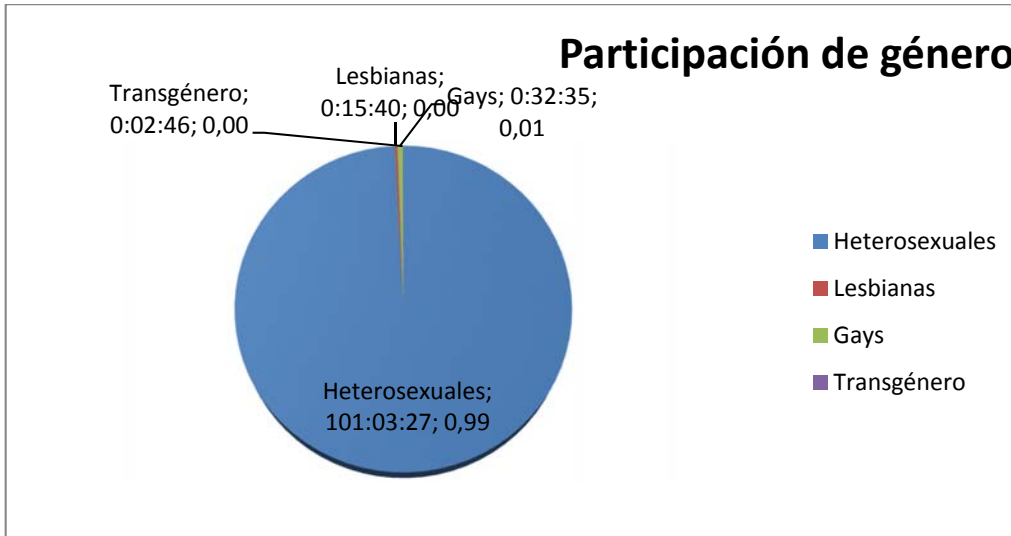
En un universo de 816 impresiones, podemos ver que la orientación sexual que predomina es la Heterosexual con un 99% de la muestra en comparación con el género LGBTQ, que se evidencia una total invisibilidad dentro de su participación en la televisión nacional.

Se ve claramente que predomina un sistema binario de Género en la producción nacional dentro de los roles que se representan en la muestra.

Es claramente evidente que las representaciones que se proyectan están totalmente ligadas a un sistema binario de género, casi en su totalidad las representaciones de la comunidad LGBTQIO están completamente invisibilizadas con un 1% de participación a lo largo del seguimiento.

Si bien los roles de género están definidos como “normales” este tiene una limitada diversidad de género en el imaginario social en la actualidad.

(Tabla 1 – Representaciones de Género por Participación)



Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

Se ve claramente que con un tiempo de exposición del 99% con un tiempo en de 101:03:27 horas, es evidente el rol heteronormativo que predomina e incursiona en el día, día proyectándose al público.

Tanto este rol heteronormativo ya dicho previamente, mantiene un 99% de la muestra, el número de horas calculadas también puede determinar un nivel de exclusión, ya que, aunque sea que el 1% de la muestra representa a la comunidad LGBTQIO según su número de impresiones, esta podría ser que tenga por su cantidad inferior un nivel de participación considerable u aceptable, pero evidentemente quedan invisibilizados, porque entre casi 100 horas contabilizadas esta solo tienen un nivel de participación de de 51 minutos en total.

b. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS, Por género y participación.

b.1. Etnia

(Tabla 2 – Representaciones de Etnia por Género)

	Mestiza	Indígena	Mulato	Asiática
Mujeres heterosexuales:	418	1	18	0
Lesbianas:	1	0	0	0
Hombres heterosexuales:	363	7	2	1
Gays:	4	0	0	0
Trans:	1	0	0	0
TOTAL:	787	8	20	1

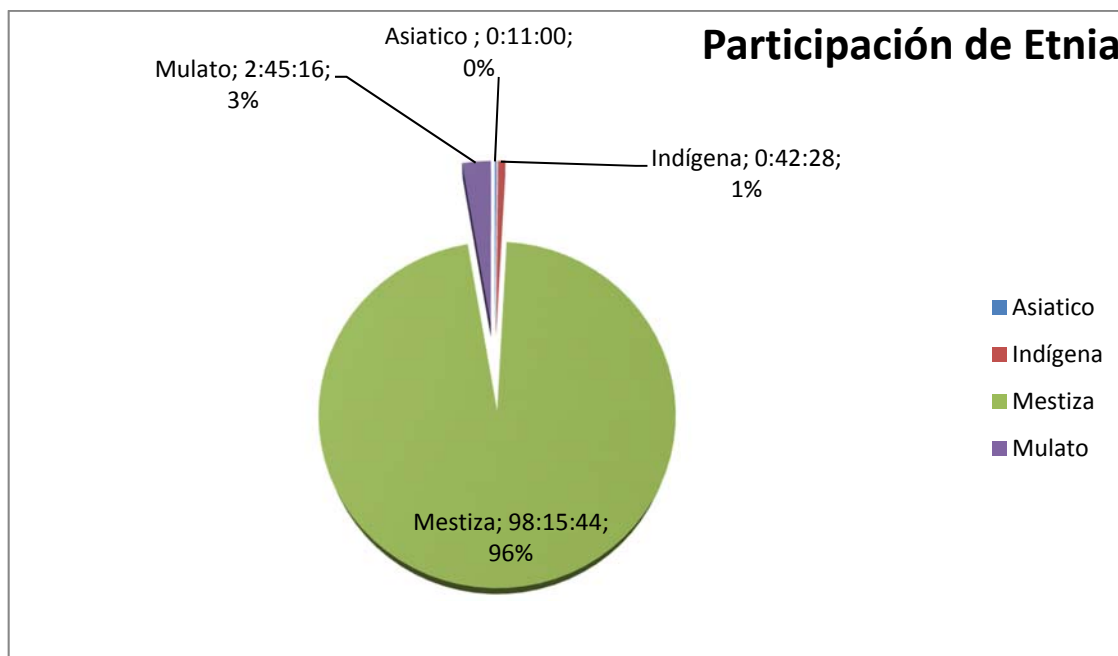
Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

La etnia que resalta estadísticamente es la Mestiza que ocupa un 96% de exposición a lo largo del seguimiento, los afrodecendientes no se avistaron como parte del personal de Ecuavisa ni como parte integral en los tópicos sociales de dicha programación. Tomando en cuenta el género heterosexual este abarca en su mayoría en las mujeres, y segundo los hombres heterosexuales. Las minorías étnicas menos representadas tendrían lugar dentro con los géneros LGBTQIO entre ellos mulatos, indígenas y asiáticos.

Ya dicho que vivimos en un país que tiene una considerable diversidad étnica, estas quedan ausentes en su mayoría. La cual no existen personajes fuertes que las representen, y solo quedan como estereotipos humorísticos para sátiras, o como personajes de relleno (extras).

El hecho de que la etnia mestiza sea la predominante supone que los datos del INEC del censo realizado en el 2009, son correctos, ya que la mayoría de los ecuatorianos son de etnia mestiza. (Ver Anexos – Censo 2009).

(Tabla 3 – Representaciones de Etnia por Participación)



Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

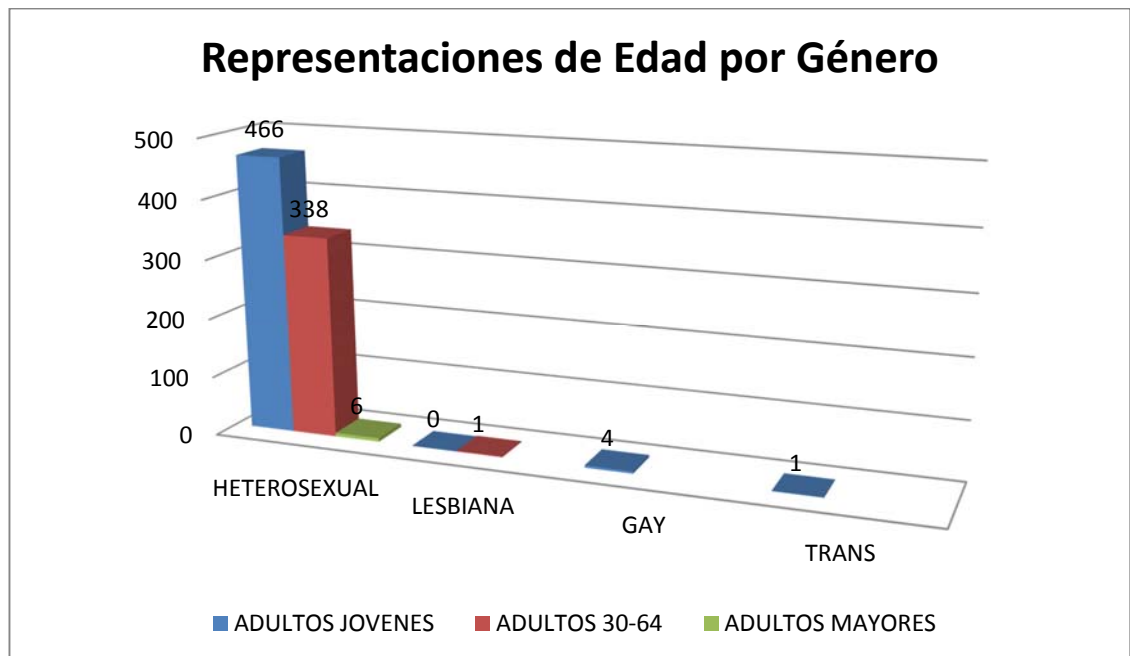
Tomando en cuenta el tiempo de participación la etnia menos representada fue la afrodecendiente por su invisibilidad en su totalidad, seguida por la asiática y continuando con la indígena que se hace presente con un 1% (tomando en cuenta que un porcentaje considerable de la población es indígena).

(...) “El Inec recordó este viernes que en el Ecuador 500.379 hombres y 517.797 mujeres se autoidentificaron como indígenas, en el censo 2010” (Andes Agencia pública de noticias, 2012)

Y así mismo con los afrodecendientes (...)”En otro dato que recordó el Inec: 7,2 de cada 100 ecuatorianos se autoidentificaron como afroecuatorianos, lo que representa a un pueblo de 1`041.559 personas.” (Andes Agencia pública de noticias, 2012)

Si bien esta etnia abarca un gran número de personas su invisibilidad es latente como minoría étnica en las representaciones nacionales ocupando solo un 3% de exposición.

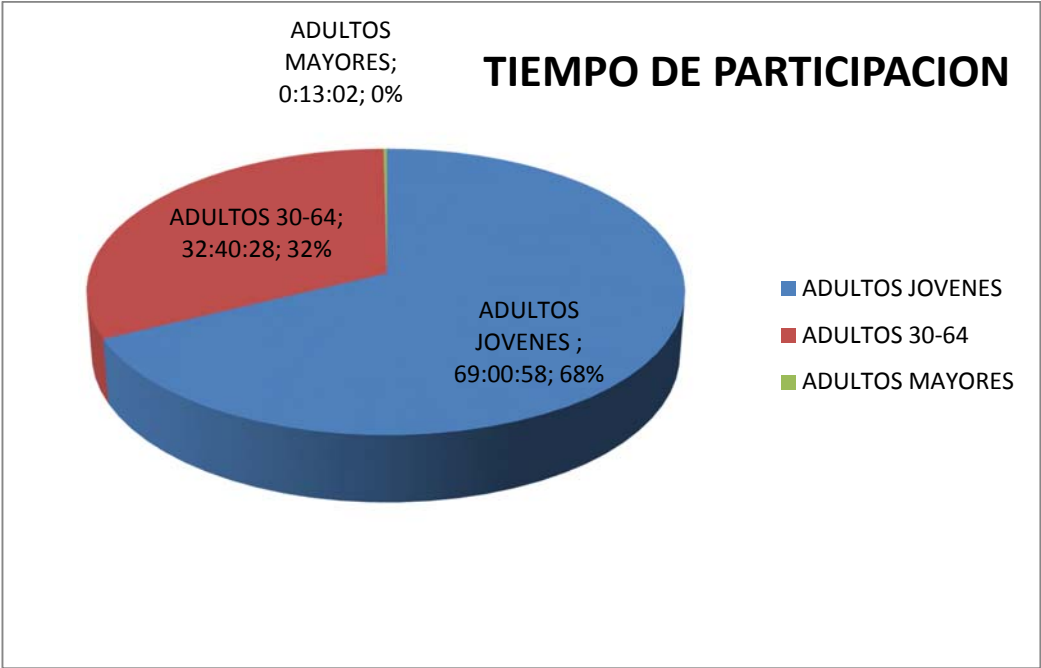
b.2. Edad



Evidentemente la edad que predomina son Adultos Jóvenes de género heterosexual con 466 impresiones, seguido con el mismo género 338 impresiones adultos de 30 a 64 años de edad y 6 impresiones de adultos mayores ocupando entre ambos el 90% de la muestra. Mientras que en géneros alternos se evidencia una invisibilidad de un 6% que ocupan representaciones de hombres gays con 4 impresiones, 1 lesbiana y un transgénero.

Si bien los adultos jóvenes son quienes más se proyectan en este canal, Ecuavisa podría definirse como una entidad fresca direccionada a promover nuevas ideas, pero estas se mantienen ausentes en cuando a tener personas o personajes que sean realmente representativos en cuanto al tema de género y edad dentro del rango Adultos Jóvenes, ya que esta, nos muestra que las pocas impresiones que representan a la comunidad LGBTQIO son del mismo rango pero, estadísticamente no tienen un nivel de inclusión tan equilibrada como lo es con la orientación sexual heteronormativa.

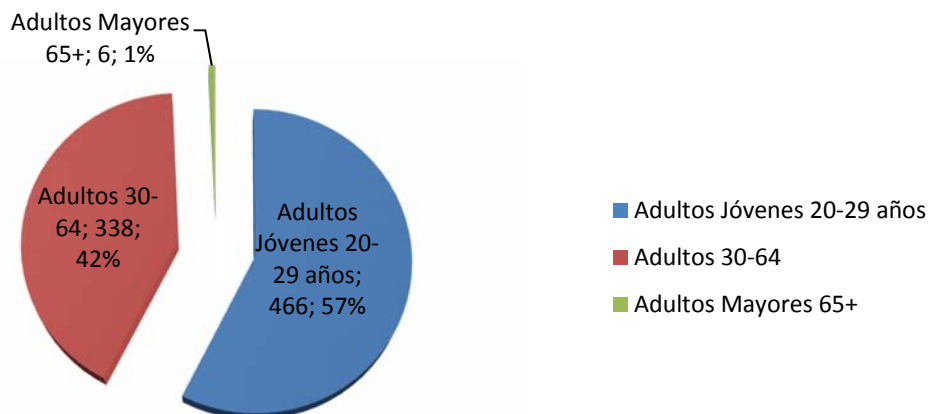
Y sabiendo que si en jóvenes adultos no existen personajes que representen esta comunidad invisibilizada, menos es de esperarse que hayan personajes fuertes y posicionados que representen a la comunidad LGBTQIO en un rango de edad mayor a esta. Peormente en adultos mayores.



Desde una mirada general se puede apreciar que los adultos jóvenes tienen una obvia superioridad por su cantidad de impresiones, consecuentemente también con un mayor tiempo de participación y proyección en la televisión nacional con un tiempo de 69:00:58 horas, y los adultos de 30 a 64 años de edad se muestran con un 32% de espacio en el medio con 32:40:28 horas. Y los adultos mayores no tienen 0% de exposición con relación a otras edades.

(Gráfico 2 – Representaciones de Edad por Género)

Representaciones de Edad por Género Heterosexual

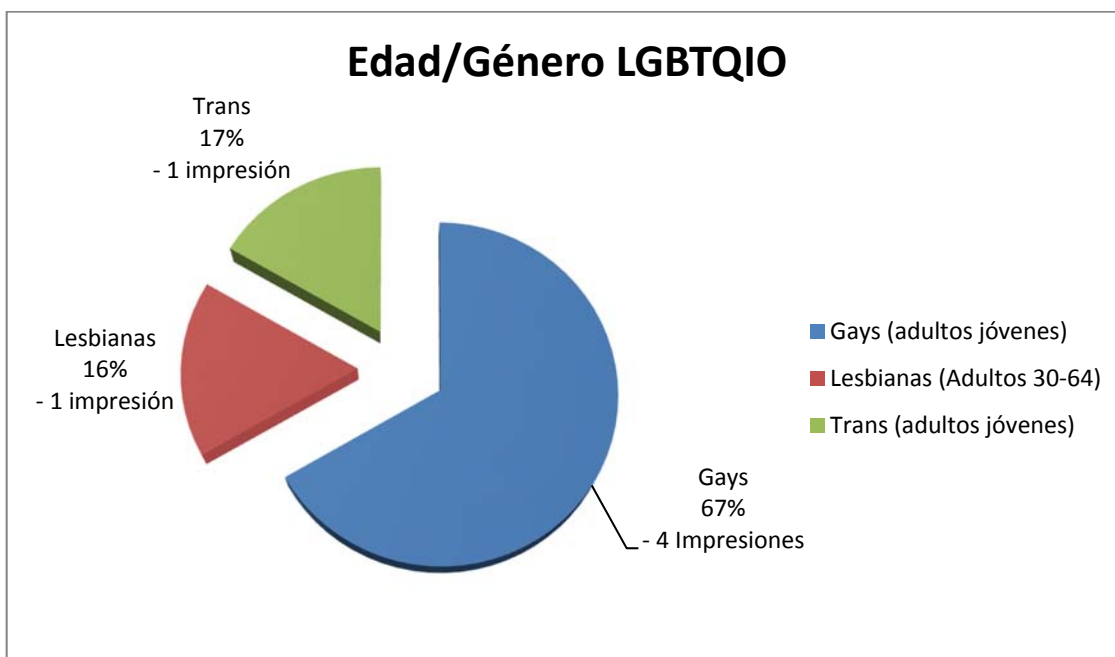


Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

Desde una mirada general, la muestra señala que los adultos jóvenes predominan con un 57% dentro de la familia de Ecuavisa, de manera que estos son los que más se exponen y conforman su personal por una leve mayoría. Seguidamente con un 42% de presencia en la muestra, los adultos de 30 a 64 años de edad, mantienen un significativo estadístico. Que podría tomarse en cuenta como las personas que tienen gran trayectoria en el canal.

Las personas mayores tuvieron muy poca acogida como resultante, se podía considerar que la 3ra edad no es muy representada por tema de interés en los jóvenes, por ende el canal no integra estas representaciones.

(Gráfico 3 – Representaciones de Edad por Género LGBTQIO)



Resultados basados en un universo de 816 impresiones, con un tiempo total en horas de 101:54:28 reproducidos por Ecuavisa en programas de producción nacional, durante el tiempo de exploración (13 de Agosto - 13 de Septiembre).

Si bien podemos ver dentro de un margen de 816 impresiones, estas representaciones de género son una evidente minoría a la hora de proyectarse, con 4 impresiones de hombres gay en adultos jóvenes, 1 impresión del género Lésbico en adultos de 30 a 64 años de edad y una sola impresión transgénero que también forma parte de jóvenes adultos en un breve periodo de participación a lo largo del seguimiento televisivo.

En todo caso se evidencia un nivel de invisibilidad muy alto con las minorías de género, la cual estas afectan indirectamente con el imaginario social.

c. NIVEL DE EXPOSICIÓN POR GÉNERO.

(Tabla 5 – Nivel de Exposición por Género /Ver en Anexos NIVELES DE EXPOSICIÓN)

PARTICIPACIÓN DE EDAD					
	NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4	NIVEL 5
Hombres Heterosexuales:	199	117	54	3	0
Mujeres Heterosexuales:	23	274	133	7	0
Lesbianas:	1	0	0	0	0
Gays:	4	0	0	0	0
Trans:	0	1	0	0	0
Total:	227	392	187	10	0

El nivel de exposición del género con hombres heterosexuales de nivel 1 con un 199 impresiones con la mayoría, siguiendo el nivel 2 con 117 impresiones, en el nivel 3 con 54 impresiones y en el nivel 4 con 3 impresiones, la cual, nos indica que el rol del hombre en la televisión en su mayoría se proyecta con poca exposición corporal desde una mirada general de la producción nacional en Ecuavisa.

En las mujeres heterosexuales se puede presenciar que, el nivel 2 de exposición predomina con un 247 impresiones y consecuente en el nivel 3 con un 133 número de impresiones, siguiendo de mayor a menor el nivel 1 con 23 impresiones y el ultimo nivel 4 con 7 impresiones. Evidenciando que dentro de un sistema binario en la cual en su mayoría se representa en la televisión nacional, este, señala que el rol del hombre en general se muestra con poca exposición corporal mientras que en la mujer se muestra una exposición mayor, a la hora de proyectarse. Pero esta no es muy explotada, ya que, esta se mantiene en un grado de no sobre-exposición corporal.

En el género LGBTQIO su evidente invisibilidad se proyecta en el nivel 1 de exposición con una sola impresión de mujeres lesbianas, 4 impresiones del género gay en el nivel 1 también y para finalizar una sola impresión del género trans en el nivel 2. De esta manera esta minoría de género mientras que en los demás géneros existe una total ausencia de personas o personajes que los representen públicamente.

Podría decirse que el canal guarda un cierto nivel de seriedad en cuanto al tratar de usar la atracción sexual mediante la exposición de los cuerpos. Ya que se evidencio que aunque el rango de jóvenes adultos es la mayoría esta se mantiene en niveles de poca exposición como lo es el nivel 1 y nivel 2, mientras que en el nivel 3 aguarda una pequeña pero considerable cifra.

d. POSICIÓN DE CÁMARA POR GÉNERO

d.1. Planos

(Tabla 6 – Posición de Cámara por Género - Planos)

PLANOS POR GÉNERO				
PLANOS UTILIZADOS:	PPP	PP	PM	PG
Hombres Heterosexuales:	123	3035	7465	7940
Mujeres Heterosexuales:	63	7233	10062	12139
Lesbianas:	0	0	6	0
Homosexuales:	2	128	81	156
Trans:	0	0	1	0
TOTAL	188	10396	17615	20235

En los hombres heterosexuales el plano más empleado fueron los planos generales en su mayoría, y con las mujeres heterosexuales de la misma manera. Seguido de los planos medios y primeros planos que son mayormente empleados en las mujeres del mismo género y considerablemente menos en los hombres heterosexuales. Aunque en los hombres heterosexuales existe una mayoría de primerísimos primer planos con el doble en comparación con las mujeres del mismo género.

En cuanto al género LGBTQIO se muestra una considerable mayoría de planos generales en las impresiones de hombres gay, seguido de primeros planos, una significativa cantidad de planos medios en comparación a los anteriores. Mientras que en el género lésbico se muestra como una minoría en el tiempo de exposición y eventualmente con una impresión que consta de 6 planos medios. Y en el género trans tuvo una impresión que consta de un plano medio.

En total técnicamente en general la dirección de cámara esta compuesta principalmente de planos generales y medios en su mayoría a la hora de proyectarse, sin importar el género la dirección de cámara se mantiene de esa

forma según las circunstancias dependiendo del tipo de programa esta varia. La cual se detallara más adelante en los análisis cuantitativos de cada programa.

d.2. Ángulos

(Tabla 7 – Posición de Cámara por Género - Ángulos)

ÁNGULOS POR GÉNERO			
ÁNGULOS UTILIZADOS:	Picado	Frontal	Contrapicado
Hombres Heterosexuales:	1648	18519	52
Mujeres Heterosexuales:	5159	29541	25
Lesbianas:	0	6	0
Homosexuales:	0	403	0
Trans:	0	1	0
TOTAL	6893	48470	77

Como en los manejos de planos la dirección técnica empleada nos muestra que en su mayoría los planos generales y medios van acorde con la estructura individual de cada programa, ya sean: tipo magazine (en vivo), noticiero, informativo o ficción. El ángulo de cámara que predomina con esto es el frontal, acorde a un patrón básico de fotografía a la hora de grabar. La cual más adelante se adentrara en detalle el manejo de planos y ángulos por programa.

Y siguiendo de esa manera el ángulo en picado se muestra con un porcentaje considerable a la hora de proyectarse, con los planos generales de entrada y salida, a la hora de comenzar el programa, ir a comerciales, volver y terminar el programa.

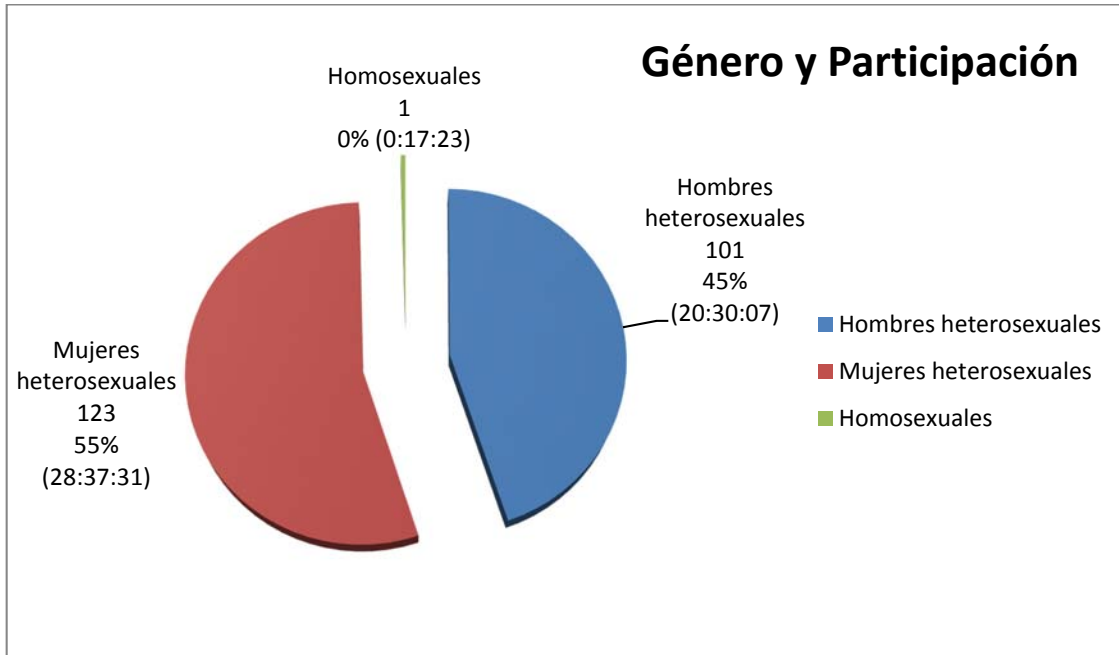
Y el ángulo contrapicado se muestra como un ángulo que pocas veces el director emplea, pero está vigente a la hora de grabar.

6.2.4. Cuantificación. POR PROGRAMAS SELECCIONADOS

En contacto: Magazine / variedades

e.1. Representaciones de Género y Participación.

(Gráfico 4 – Representaciones de Género y Participación)



Como programa magazine también llamado de variedades consta con una mayoría de 123 impresiones ocupando un 55% del total en mujeres heterosexuales con un tiempo de participación de 28:37:31 horas y con un 45% de hombres con 20:30:07 horas siendo de esta manera el género heterosexual como el que predomina en comparación con la única impresión de hombres gays con un tiempo de participación de 0:17:23 avistado a lo largo del seguimiento.

Evidenciando de esta manera que las mujeres heterosexuales son las más expuestas por una leve diferencia con los hombres del mismo género. Estadísticamente se muestra que las representaciones LGBTQIO son prácticamente casi invisibles por el sistema binario de género en que el programa se sostiene.

Este como un programa de variedades toca todo tipo de temas entre ellos, temas sociales, prensa rosa, noticias, concursos, humor, etc. Entre tantos tópicos

sociales de interés acorde a su audiencia. Este se mantiene totalmente en un margen heteronormativo, la cual este programa se da desde las 8:30 am hasta las 11:00 am, ocupando la mayoría del horario en la mañana (ver anexos). Es pertinente que exista una mayor diversidad de género, así mismo de etnia en un programa donde los roles de sus personajes no varían tanto y solo utilizan la diversidad de género como elementos satíricos y humorísticos que aparecen casualmente al momento de entretener, ridiculizando el género “anormal” por así decirlo. Si bien la performatividad de género nos dice que todos sostienen un rol personal oculto, este no debería ser tomado como un chiste si no al contrario, como un ejemplo de vida.

e.2. Nivel de exposición por Género

(Tabla 8 – Nivel de Exposición por Género y Etnia /Ver en Anexos NIVELES DE EXPOSICIÓN)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Hombres heterosexuales	11 (1:15:42)	73 (16:55:30)	18 (2:36:18)	0	0
Mujeres heterosexuales	5 (0:31:49)	86 (23:16:21)	32 (4:49:21)	0	0
Homosexuales	1 (0:17:23)				

Recordando que los niveles de exposición sirven para evidenciar si existe alguna clase de sobre-exposición sexual, partiendo del nivel más expuesto podemos encontrar en los resultados que el nivel 2 de Exposición es el que más se proyecta en el programa, con una cantidad de 73 impresiones de hombres heterosexuales con un tiempo aproximado de casi 17 horas y mujeres del mismo género con una mayoría de 86 impresiones en un tiempo de 23 horas con 16 minutos, mientras que solo hubo una impresión del género gay con un tiempo de participación de 17 minutos.

Con un mayor índice de exposición en el nivel 3 se evidencia 18 impresiones de hombres heterosexuales en un tiempo aproximado de 3 horas, y mujeres

heterosexuales de 32 impresiones en un tiempo superior de casi 5 horas. Mientras que en el nivel 1 las cantidades menores concluyen que los hombres tienen una mayoría en el nivel de menor exposición corporal con 11 impresiones en 1 hora con 15 minutos y mujeres heterosexuales con 5 impresiones en un tiempo de 0:31 minutos y en el mismo un hombre homosexual con un tiempo de participación de 0:17 minutos.

En todo el período de investigación la etnia que predominó fue la mestiza con un 100% en el programa En contacto. Ninguna otra representación de etnicidad.

Como un programa matutino sus personajes no visten atuendos muy llamativos, más bien casuales, por eso en su mayoría el nivel 2 es que el que predomina.

e.3. Edad

(Tabla 9 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Hombres heterosexuales)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	10 (0:58:19)	66 (16:10:13)	18 (2:36:18)	0	0
Adultos de 30 a 64 años	0	7 (0:45:17)	0	0	0

La edad que predomina es en hombres heterosexuales adultos jóvenes con 66 impresiones en un margen de tiempo de 16:10:13 horas, la cual se mantiene en nivel 2 de exposición, la sigue en el mismo rango de edad con 18 impresiones de nivel 3 de exposición en un tiempo aproximado de 2 horas con 36 minutos.

En cuanto a adultos de 30 a 64 años se registró 7 impresiones de nivel 2 de exposición en un tiempo de 0:45 minutos.

(Tabla 10 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Mujeres heterosexuales)

Mujeres						
Heterosexuales		Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	1 (0:03:04)	60 (17:55:35)	31 (4:48:06)	0	0	
Adultos de 30 a 64 años	4 (0:28:45)	26 (5:20:46)	1 (0:01:15)	0	0	

En cuanto a mujeres heterosexuales el mayor número se registró con 60 impresiones en un período de 18 horas aproximadamente en un nivel 2 de exposición. Y continuando de mayor a menor en el mismo rango de edad 31 impresiones con 5 horas aproximadamente en un nivel 3 de exposición. Mientras que en el rango de adultos de 30 a 64 años en el nivel 2 de exposición se registró 26 impresiones cerca de 18 horas de participación, 4 impresiones en el nivel 1 y una impresión en el nivel 3.

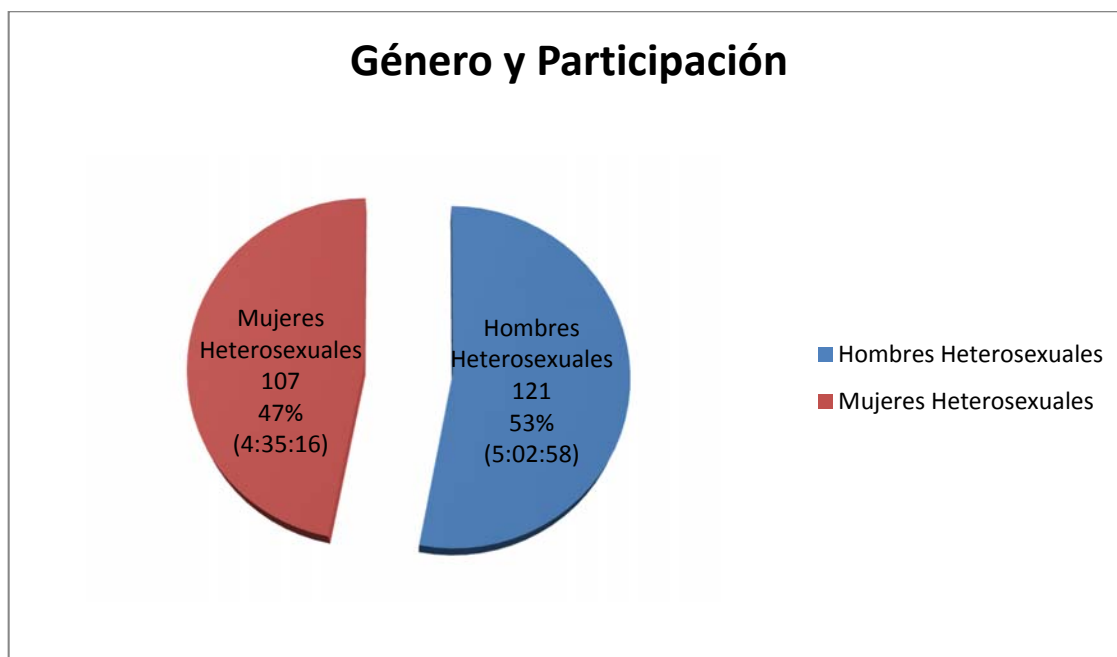
Hombres gays		Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes	1 (0:17:23)	0	0	0	0	

Y para finalizar en hombres gay se registró en adultos jóvenes 1 impresión con un estimado de 17 minutos con 23 segundos en el nivel 1 de exposición.

Televistazo: Noticiero

e.1. Representaciones de Género y Participación.

(Gráfico 4 – Representaciones de Género y Participación)



El único género masculino y femenino heterosexual que se registró en el seguimiento del noticiero fue el único presente, la cual se registró la mayoría con 121 impresiones de hombres heterosexuales en un tiempo estimado de 5 horas y mujeres heterosexuales con 107 impresiones en un estimado de 4 horas y media. La cual considerando que las cifras están muy similares se puede considerar que Televistazo se mantiene en un margen dentro de un sistema binario de género.

e.2. Nivel de exposición por Género y Etnia.

(Tabla 8 – Nivel de Exposición por Género /Ver en Anexos NIVELES DE EXPOSICIÓN)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Hombres heterosexuales	128 (5:00:21)	3 (0:02:37)	1 (0:00:52)	0	0
Mujeres heterosexuales	7 (0:10:29)	69 (3:13:15)	31 (1:11:32)	0	0

Los niveles de exposición que se pueden apreciar en las celdas indican que hubo 128 impresiones de hombres heterosexuales en un tiempo de 5 horas en el nivel 1 de exposición, seguido de 3 impresiones en un lapso de 2 minutos en el nivel 2 y una impresión de nivel 3. Mientras que en mujeres heterosexuales se puede ver que hubo 69 impresiones de nivel 2 de exposición en un lapso de 3 horas con 13 minutos y 31 impresiones de nivel 3 con un periodo de 1 hora con 11 minutos. Y el mínimo con 7 impresiones de nivel 1 en un estimado de tiempo de 10 minutos con 29 segundos.

La cual podemos concluir que existe una cantidad equilibrada de roles masculinos y femeninos en el noticiero la cual se sostiene en un margen heteronormativo.

Y la etnia que predomina es la mestiza con un 100% de impresiones a lo largo del seguimiento.

Como este es un programa noticiero este se proyecta con la mayor seriedad posible, la vestimenta siempre acorde a lo que representa el periodismo social, los roles masculinos se caracterizan con atuendos de saco y corbata y las mujeres con blusa formal y en ocasiones en saco.

e.3. Edad

(Tabla 9 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Hombres heterosexuales)

Hombres						
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	30 (1:33:47)	3 (0:02:37)	0	0	0	
Adultos de 30 a 64 años	88 (3:26:34)	0	0	0	0	

Se registro acorde a la edad hombres heterosexuales adultos jóvenes de nivel 1 mayormente con 30 impresiones en un lapso de 1 hora y media aproximadamente y 3 impresiones de nivel 2 de exposición con 2 minutos y 37 segundos.

Como se había dicho en su mayoría los hombres son mostrados con atuendos formales (saco y corbata) la cual este predomina en el nivel 1 de exposición con 3 horas y medias de participación ya que esta corresponde a los presentadores de noticias que siempre aguardan detrás del podio al anunciar.

Mientras que en adultos jóvenes también lidera el nivel 1 a la hora estar en la noticia con 30 impresiones en un tiempo de 1 hora y media. Y en nivel 2 una cifra muy baja de 3 impresiones que se muestran en casos como noticias en el campo o en terrenos hostiles.

(Tabla 10 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Mujeres heterosexuales)

Mujeres					
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	6 (0:08:08)	26 (1:33:06)	30 (1:09:10)	0	0
Adultos de 30 a 64 años	1 (0:02:21)	43 (1:40:09)	1 (0:02:22)	0	0

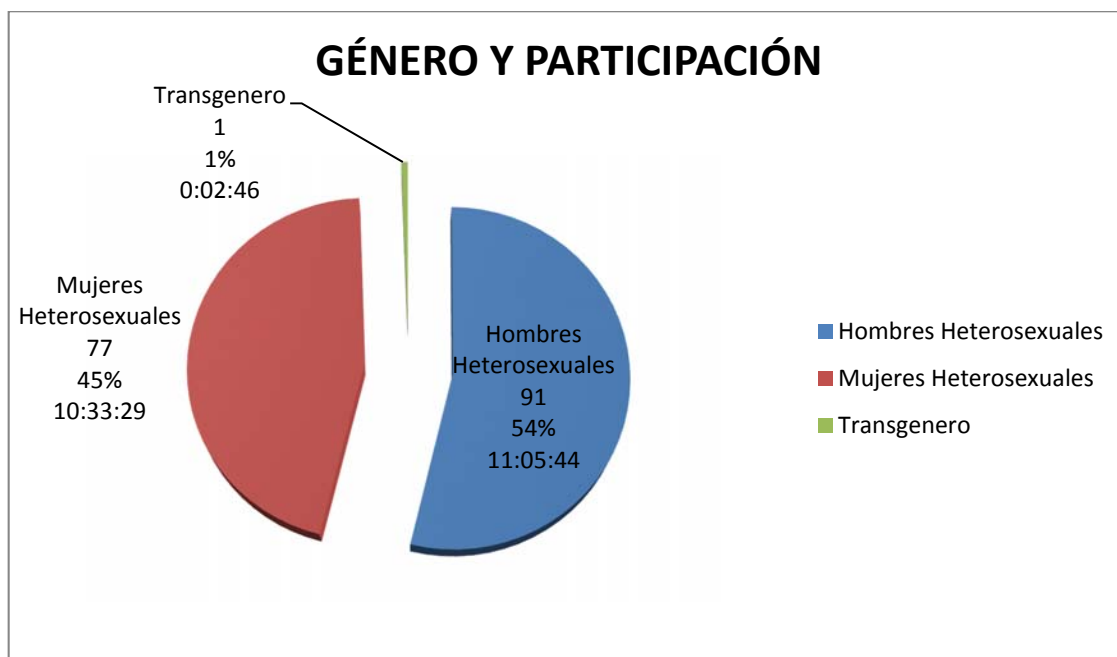
En cuanto a la variable edad en mujeres heterosexuales de 19 a 29 años se registró con mayor cantidad 230 impresiones de nivel 3 de exposición con 1 hora con 10 minutos, seguido con 26 impresiones de nivel 2 en un período de participación de 1 hora y 30 minutos aproximadamente y 6 avistamientos de nivel 1 en el margen de adultos jóvenes con 8 minutos de duración en el aire. Mientras que en adultos de 30 a 64 años se registró 43 impresiones de nivel 2 de exposición en un lapso de 1 hora con 40 minutos, seguido de 1 impresión de nivel 3 con 2 minutos y 22 segundos de participación y de igual manera el nivel 1 con una sola impresión en un lapso de 2 minutos y 20 segundos.

En las mujeres del noticiero en el rango de edad de adultos de 30 a 64 años de edad el nivel 2 predomina, la cual este queda claro que son representaciones de las conductoras del noticiero. Mientras que en el rango de edad adultos jóvenes el nivel 3 lidera con 30 impresiones, ya que la vestimenta a la hora de anunciar el segmento farándula, es con vestidos llamativos que se proyectan al diario. Seguido del nivel 2 en el mismo rango que representa a las periodistas en el campo.

COMBO AMARILLO: Ficción Comedia

e.1. Representaciones de Género y Participación.

(Gráfico 4 – Representaciones de Género y Participación)



Los géneros que se han evidenciado son el heterosexual en hombres con el 54% en un lapso de 11 horas aproximadamente y mujeres del mismo género con un 45% de impresiones a lo largo del seguimiento, la cual son la inminente mayoría en comparación con el género Trans que tuvo 1 impresión con un tiempo de participación de 2 minutos con 46 segundos; dando a entender una absoluta invisibilidad de género LGBTQIO, señalando también que este programa solo se mantiene en su mayoría dentro de los márgenes heteronormativos que solo se constituye por los dos roles de género que se consideran “normales” como los son el rol masculino y el rol femenino.

Si bien podemos apreciar existe un cierto equilibrio en cuanto al número de mujeres y hombres heterosexuales aunque estos tienen una mayoría de un nivel de 10% más.

e.2. Nivel de exposición por Género

(Tabla 8 – Nivel de Exposición por Género /Ver en Anexos Niveles de exposición)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Hombres heterosexuales	17 (1:53:40)	37 (4:06:01)	34 (4:37:41)	3 (0:28:22)	0
Mujeres heterosexuales	2 (0:10:53)	23 (3:12:22)	47 (6:42:37)	5 (0:27:37)	0
Transgénero	0	1 (0:02:46)	0	0	0

A lo largo del seguimiento se ha encontrado hombres heterosexuales de nivel 2 en su mayoría con 37 impresiones con un tiempo de participación de 4 horas, seguido del nivel 3 con 34 impresiones pero significativamente con más tiempo de exposición con 4 horas y 37 minutos, nivel 1 con 17 impresiones con un tiempo de 1 hora y 53 minutos y para finalizar en el mismo rango de género el nivel 4 con el mínimo de impresiones 3 en un lapso de 28 minutos.

En las mujeres Heterosexuales comenzando por el nivel 3 de exposición corporal estas tienen 47 impresiones en un estimado de 6 horas con 42 minutos, seguido del nivel 2 con 23 impresiones en un tiempo de 3 horas con 12 minutos. 5 impresiones de nivel 4 en un estimado de casi 30 minutos y el mínimo nivel 1 con 2 impresiones que suman 10 minutos en total.

Y en la minoría de género expuesto se evidencio la única impresión de transgénero en un nivel 2 de exposición con el tiempo ya dicho de 2 minutos con 46 segundos.

Como un programa de ficción / comedia es evidente que este utiliza el valor físico en sus personajes, la cual podemos ver que en los niveles de exposición lidera el nivel 2 y 3, mediante unas vestimentas llamativas, casuales y exageradas pocas

veces pero previamente consideradas para enganchar la atención de la audiencia. Sobre todo en las mujeres que predominan en el nivel 3 con 47 impresiones.

e.3. Edad

Transgénero	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos	0	1	0	0	0
Jóvenes		(0:02:46)			

En el rango de edad adultos jóvenes se registró una impresión de nivel 2 de exposición con 2 minutos con 46 segundo ya dicho previamente.

(Tabla 9 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Hombres heterosexuales)

Hombres

Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	11 (0:01:19)	18 (1:58:37)	33 (4:36:40)	3 (0:28:22)	0
Adultos de 30 a 64 años	6 (0:34:40)	19 (2:07:24)	1 (0:01:01)	0	0

En la variable edad encontramos que en el género heterosexual existen en adultos Jóvenes una mayoría por 33 impresiones de nivel 3 con 4 horas y media de tiempo de participación, seguido del nivel 2 con 18 impresiones en un estimado de casi 2 horas, 11 impresiones de nivel 1 en un tiempo de 1 minuto aproximadamente.

Mientras que en adultos de 30 a 64 se han encontrado en su mayoría de nivel 2 con 19 impresiones de hombres heterosexuales en un tiempo estimado de 2 horas

aproximadamente. Seguido de 6 impresiones de nivel 1 en un tiempo de casi 35 minutos y una impresión de nivel 3 de un minuto.

Los personajes de este programa en su mayoría son adultos jóvenes, la cual nos hace considerar su nivel 3 de exposición está completamente ligado a su edad según su género. Mientras que en el rango de edad de adultos de 30 a 64 años va de la mano con menos exposición.

(Tabla 10 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Mujeres heterosexuales)

Mujeres					
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	6 (0:08:08)	26 (1:33:06)	30 (1:09:10)	5 (0:27:37)	0
Adultos de 30 a 64 años	2 (0:10:53)	20 (2:49:35)	1 (0:07:31)	0	0

En mujeres heterosexuales dentro de la categoría adultos jóvenes podemos evidenciar en el gráfico que la mayoría se muestran en el nivel 3 de exposición con 30 impresiones en un tiempo de participación de 1 hora con 9 minutos, seguido del nivel 2 con 26 impresiones con 1 hora con 33 minutos de participación. Y en mujeres del rango de edad de 30 a 64 años de edad se registró en el nivel 2 de exposición 20 impresiones con 2 horas y 49 minutos de participación en su mayoría, luego 2 impresiones en el nivel 1 y una impresión en el nivel 3 con 7 minutos aproximadamente.

La gráfica nos muestra que existe una relevancia en el nivel de exposición acorde con el rango de edad. Se puede ver una mayoría de impresiones en el rango de edad Adultos Jóvenes en cuanto al nivel 3 de exposición por preferencia de edad, mientras que en el otro rango de 30 a 64 se mantiene en el nivel 2 sin exponer tanto los cuerpos.

e.4. Etnia

(Tabla 11 – Etnia por Participación, Género y Nivel de Exposición)

Hombres		Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
heterosexuales						
Mestiza	17 (1:53:40)	37 (4:06:01)	34 (4:37:41)	3 (0:28:22)	0	
Mulata	1 (0:03:00)	1 (0:04:00)	0	0	0	
Asiático	1 (0:11:00)	0	0	0	0	

En Etnia se puede apreciar una evidente mayoría de la etnia mestiza en todos los niveles de exposición, señalando de mayor a menor el nivel 2 con 37 impresiones con 4 horas aproximadamente, siguiendo el nivel 3 con 34 impresiones en 4 horas y 37 minutos de participación, el nivel 1 con 17 impresiones en un tiempo de casi 2 horas de participación aproximadamente y el nivel 4 con un mínimo de 3 impresiones con 28 minutos de participación. En la etnia mulata se presencio 1 impresión de nivel 1 con 3 minutos de exposición y similarmente en el nivel 2 con 4 minutos de participación y en la etnia asiática se registro 1 impresión con 11 minutos de participación.

Mujeres					
heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Mestiza	1 (0:03:59)	7 (0:48:31)	46 (6:35:06)	5 (0:27:37)	0
Mulata	1 (0:06:54)	16 (2:15:50)	1 (0:07:31)	0	0

En mujeres heterosexuales de etnia mestiza se evidencio una gran mayoría en el nivel 3 de exposición con 46 impresiones con 6 horas y medias aproximadamente de participación, en la misma categoría seguido se encontró una significantes cantidades en el nivel 4 con 5 impresiones con 27 minutos de participación, nivel 2 con 7 impresiones en un lapso de 48 minutos con 31 segundos, y el nivel 1 con una sola impresión que duró 3 minutos con 59 aproximadamente.

En la etnia mulata se muestra una considerable cantidad de 16 impresiones con 2 horas con 15 minutos de participación en el nivel 2 de exposición, y en el resto un mínimo de una impresión en el nivel 3 con 7 minutos y una impresión con 6 minutos.

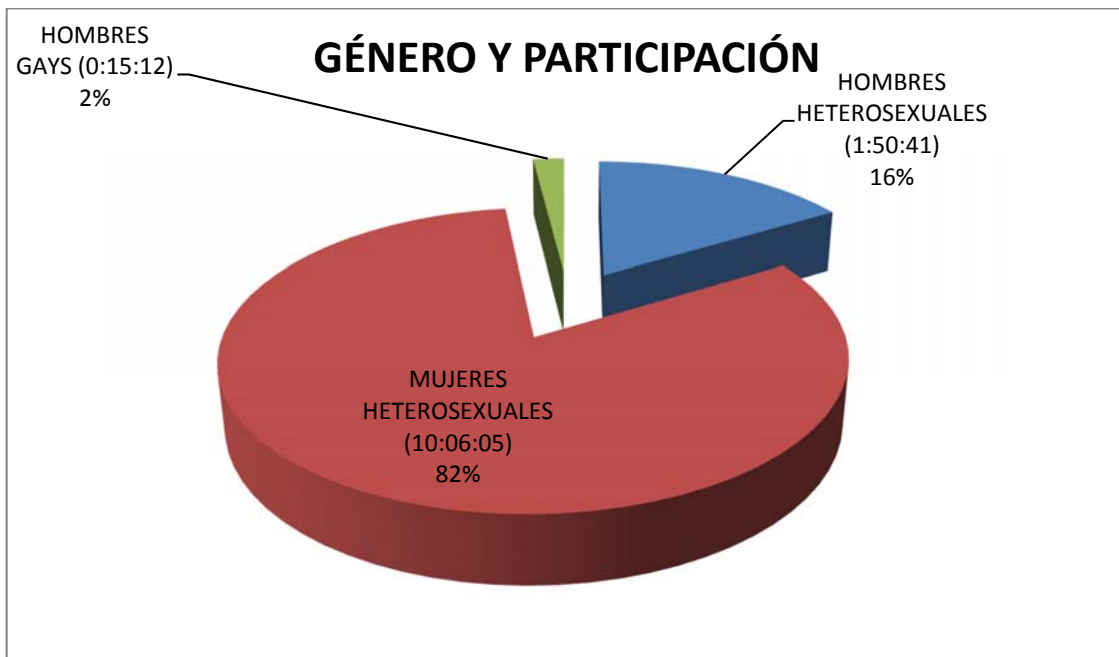
Transgénero	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Mestiza	0	1 (0:02:46)	0	0	0

Y el género Trans de etnia mestiza nivel 2 de exposición con un tiempo de 2 minutos con 46 de participación.

ASÍ SOMOS: magazine / variedad

e.1. Representaciones de Género, etnia y Participación.

(Gráfico 4 – Representaciones de Género y Participación)



Empezando por el género heterosexual que en su mayoría se ve representado podemos apreciar que los hombres que desempeñan su rol son muy pocos con 25 impresiones con 1 hora con 50 minutos de participación, en comparación a las mujeres que desempeñan su rol de género con 125 impresiones en un lapso de 10 horas con 6 minutos como la cifra predominante y hombres gays con 3 impresiones con 15 minutos de participación en el programa. Y de las cuales el 100% de la muestra es de etnia mestiza, las demás se vieron totalmente invisibles.

Como un programa de mujeres hecho para mujeres la cifra vista en el gráfico es natural, aunque siempre incluyen un personaje o varios personajes masculinos en cada programa para no excluir totalmente el género masculino.

e.2. Nivel de exposición por Género

(Tabla 8 – Nivel de Exposición por Género /Ver en Anexos NIVELES DE EXPOSICIÓN)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Hombres heterosexuales	21 (1:41:33)	3 (4:06:01)	1 (0:00:57)	0	0
Mujeres heterosexuales	3 (0:13:43)	97 (6:56:00)	23 (2:50:18)	2 (0:06:04)	0
Hombres Gays	3 (0:15:12)	0	0	0	0

En los niveles de exposición se puede observar en la tabla que, en los hombres heterosexuales la mayoría con 21 impresiones en el nivel 1 de menor exhibición con 1 hora y 41 minutos. Seguida de 3 impresiones del nivel 2 con 4 minutos aproximadamente y una impresión de nivel 3 con 57 segundos.

En cuanto a mujeres heterosexuales como la cifra predominante con 125 impresiones estas se dividen de mayor a menor empezando con el nivel 2 de exposición con 97 impresiones con casi 7 horas de participación, continuando con el nivel 3 con casi 3 horas de participación, el nivel 1 con 3 impresiones con 13 minutos y 2 impresiones de nivel 4 con 6 minutos de exposición.

Y para finalizar Hombres gays con 3 impresiones de nivel 1 con 15 minutos de participación aproximadamente.

e.3. Edad

(Tabla 9 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Hombres heterosexuales)

Hombres					
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	11 (0:45:44)	3 (0:08:11)	1 (0:00:57)	0	0
Adultos de 30 a 64 años	10 (0:55:49)	0	0	0	0

Tomando en cuenta la edad según el género podemos apreciar que en Así Somos que los hombres heterosexuales de nivel 1 son la mayoría entre las dos categorías con 11 impresiones con un tiempo de 45 minutos con 44 segundos, seguido del nivel 2 con 8 minutos de participación y el nivel 3 con una sola impresión con 57 segundos. Mientras que en la categoría adultos de 30 a 64 podemos ver que solo hubo 10 impresiones de nivel 1 con 55 minutos con 49

(Tabla 10 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Mujeres heterosexuales)

Mujeres					
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	0	34 (2:36:59)	15 (2:01:10)	2 (0:06:04)	0
Adultos de 30 a 64 años	3 (0:09:49)	63 (4:19:01)	8 (0:49:08)	0	0

En cuanto a mujeres del mismo género se evidenció que en la categoría de adultos jóvenes la mayoría se proyectó en el nivel 2 de exposición con 34 impresiones con un tiempo de 2 horas con 36 minutos, siguiendo el nivel 3 con 15 impresiones con 2 horas de participación. Y en el nivel 4 con 2 impresiones con 6 minutos de tiempo de exposición.

Mientras que en adultos de 30 a 64 se concentra la mayor cifra que es 63 impresiones de nivel 2 con 4 horas y 19 minutos de participación al aire. Seguido de 8 impresiones de nivel 3 con 49 minutos al aire y 3 impresiones de nivel 1 con 9 minutos.

Hombres					
Homosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Adultos Jóvenes (19 – 29 años)	3 (0:15:12)				

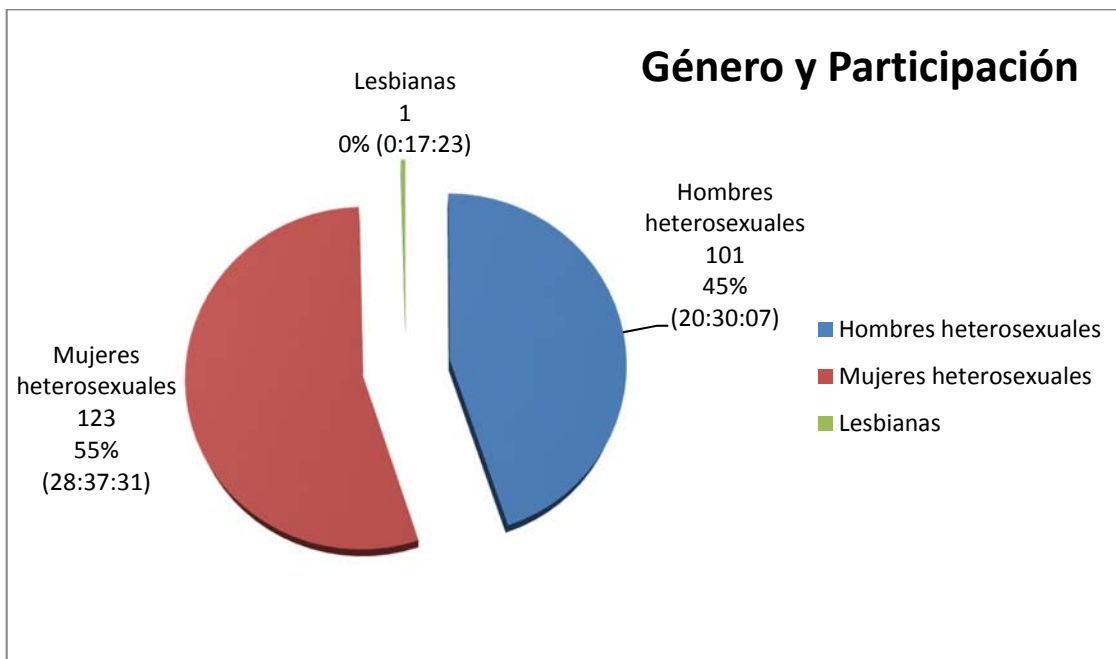
Y para finalizar hombres gays adultos jóvenes tuvieron solo 3 impresiones en un plazo de 15 minutos con 12 segundos.

Si bien es un programa de mujeres para mujeres este también tiene un personaje gay que también dicta su opinión sobre los tópicos a tratar en el programa de opinión, aunque este no es parte integral del personal, es invitado cada cierto tiempo a formar parte de la mesa de opinión.

SABATINA: gubernamental / Informativo

e.1. Representaciones de Género y Participación.

(Gráfico 4 – Representaciones de Género y Participación)



El género heterosexual predomina entre las cuales las mujeres fueron mayoría por un leve diferencial de 123 impresiones con un tiempo estimado de 28 horas con 37 minutos en comparación con los hombres heterosexuales con 101 impresiones y un tiempo de 20 horas con 30 minutos de participación.

e.2. Nivel de exposición por Género

(Tabla 8 – Nivel de Exposición por Género /Ver en Anexos NIVELES DE EXPOSICIÓN)

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
Hombres heterosexuales	33 (8:13:30)	1 (0:04:05)	0	0	0
Mujeres heterosexuales	6 (0:24:01)	0	0	0	0
Lesbianas	1 (0:15:40)				

Canalizando los niveles de exposición podemos apreciar en la tabla 8 que el género heterosexual predomina con hombres con 33 impresiones de nivel 1 con 8 horas con 13 minutos en el nivel 1 de exposición y 1 impresión en el nivel 2 con 4 minutos de participación. Mujeres heterosexuales con 6 impresiones de nivel 1 con 24 minutos al aire y en el género lésbico hubo solo una impresión con 15 minutos con 40 de participación.

e.3. Edad

(Tabla 9 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Hombres heterosexuales)

Hombres Heterosexuales		Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Adultos 30 – 64 años	27 (8:00:28)	1 (0:04:05)	0	0	
Adultos Mayores	6 (0:13:02)	0	0	0	

La edad que predomina en los hombres de género heterosexual es de adultos de 30 a 64 años de edad en el nivel 1 con 27 impresiones en un tiempo de participación de 8 horas, seguido del nivel 2 con una impresión de 4 minutos. Y en la categoría de adultos mayores se registró 6 impresiones con 13 minutos de participación.

(Tabla 10 – Edad por Participación, Género y Nivel de Exposición /Mujeres heterosexuales)

Mujeres				
Heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Adultos de 30 a 64 años	6 (0:24:01)	63 (4:09:40)	8 (0:27:37)	0

En mujeres del mismo género se registro en su mayoría 63 impresiones de nivel 2 de exposición con 4 horas aproximadamente de participación, 8 impresiones de nivel 3 con 27 minutos al aire y 6 impresiones de nivel 1 con 24 minutos. De manera que se muestran como la mayoría en comparación con los hombres heterosexuales.

Mujeres				
Lesbianas	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Adultos de 30 a 64 años	1 (0:15:40)	0	0	0

Y en mujeres lesbianas se registro una sola impresión con 15 minutos de participación de nivel 1 de exposición en un margen de edad de 30 a 64 años.

(Tabla 11 – Etnia por Participación, Género y Nivel de Exposición)

Hombres				
heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Mestiza	27 (7:38:48)	1 (0:04:05)	0	0
Indígena	6 (0:34:42)	0	0	0

En la variable etnia se registró en hombres heterosexuales mestizos con 27 impresiones de nivel 1 de exposición con 7 horas con 38 minutos y en nivel 2 con solo 1 impresión con 4 minutos aproximadamente.

Mientras que en la etnia indígena se registró 6 impresiones con 34 minutos con 42 segundos.

Mujeres				
heterosexuales	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Mestiza	5 (0:23:40)	0	0	0
Indígena	1 0:00:21	0	0	0

Y en mujeres heterosexuales de etnia mestiza se evidencio menormente con 5 impresiones de nivel 1 con 23 horas y 40 minutos y de etnia indígena se registró 1 impresión con 21 segundos.

6. CONCLUSIONES

Recordando los objetivos por los que se direcciono este proyecto, principalmente uno de esos fue saber que géneros encontramos representados en la producción nacional de Ecuavisa, si bien ahora respondemos esa cuestión, es claro y evidente que la comunidad LGBTQIO queda claramente invisible dentro de las representaciones mostradas por el canal a lo largo del seguimiento. Con una cifra de 816 impresiones en general las personas heterosexuales ocupan el 99% de la muestra. Y ese 1% que sobra son por representaciones de hombres gay, lesbiana y transgénero, que se evidenciaron a lo largo del seguimiento. Dejando claro que la diversidad en la televisión nacional es totalmente dominada por un sistema binario de género en el que solo cuenta principalmente el rol masculino y femenino. Y dentro de la categoría heterosexual existe una leve diferencia de 372 hombres y 438 mujeres que consta con una mayoría de impresiones y con mayor tiempo de participación en general con 101 horas con 3 minutos mientras que representando la comunidad LGBTQIO se demostró un tiempo en conjunto de 0:51 minutos de participación .

Existen muy pocas representaciones que hagan visible a la comunidad LGBTQIO, como una minoría estas tienen poco reconocimiento social claramente proyectado en el canal, la cual esta no hace aporte a la diversidad de género que existe socialmente de manera que limita el imaginario social de nuestro país a través del medio televisivo.

En cuanto a la etnia mestiza se demostró como la que más predomina con 418 mujeres y una mujer lesbiana y 363 hombres sumándole 4 impresiones de hombres gays y un trans- genero, la etnia mulata con un total de 20 impresiones que la mayoría es de mujeres mulatas, e indígena con 8 impresiones pero en su mayoría hombres. Podemos recalcar que son etnias con que mantienen una cifra considerable de población incluyendo la afro descendiente, la cual se registró 0 impresiones de esta.

Podemos concluir que en un país donde existe tanta diversidad cultural, esto no se ve representado en el canal Ecuavisa de manera equitativa.

Continuando con la variable Edad se puede ver Adultos Jóvenes es la que predomina entre hombres y mujeres heterosexuales con un 68% de la muestra con 69 horas de participación incluyendo 4 impresiones de hombres gay y 1 trans-género en la misma categoría. Seguida de adultos de 30 a 64 hombres y mujeres heterosexuales con un 32% de la muestra con 32 horas con 40 minutos, incluyendo una impresión en la categoría de mujeres lesbianas. La cual estas cifras nos dicen que dentro de lo que es producción nacional los adultos jóvenes heterosexuales es lo que sostiene el canal Ecuavisa como sus principales representaciones actualmente.

Tomando en cuenta los niveles de exposición por género con 199 impresiones de hombres heterosexuales de nivel 1 tuvieron mayor participación, seguido de 117 impresiones de nivel dos y 54 impresiones como una cifra considerable en el nivel 3 de la misma categoría, tomando en cuenta que los hombres en Televistazo vestían formalmente y en los programas magazine como En Contacto se vestían semi-formal o casual. Mientras que en mujeres heterosexuales la mayor cifra se

evidencia en el nivel 2 con 274 impresiones y seguido con 133 impresiones de nivel 3 y una considerable cifra en el nivel 1. Se podría decir que las mujeres dentro de un sistema binario de género acorde a su rol es aceptable que su vestimenta se mantenga entre los niveles 2 semi-formal y de nivel 3 usando la belleza de la presentadora en temas de farándula o prensa rosa. En cuanto a hombres gays y mujeres lesbianas se evidencio dentro los niveles 1 y 2. Con esto podemos concluir como los roles son definidos acorde a las características que forman los roles de género correspondientemente dentro de un margen heteronormativo.

En cuanto a los planos que predominan según el género podemos deducir que el manejo técnico de cámara está definido mayormente por Planos generales mayormente con excepción de la única mujer lesbiana con 6 planos medios. Pero fuera de esta los planos generales predominan en todos los géneros la cual podemos decir que sirven para mostrar la escenografía y el conjunto que coordina el programa, seguido de esto los planos medios que permiten dar dinamismo a la hora de dirigirse a la audiencia, se demostró una considerable mayoría de estos planos en las mujeres heterosexuales. Y close- ups de primeros planos que se utilizaban principalmente en los programas que se desarrollaban en vivo como los son: los shows magazine y de concurso, para captar expresiones momentáneas. Podemos concluir que el juego de planos son básicos, fáciles de apreciar y no se preocupan por la complejidad a la hora de tratar la imagen, y dichos planos que se evidenciaron son empleados en todos los programas de igual manera, ya sea, shows magazine (la mayoría), noticiero, ficción o informativos y se emplean a la hora que una persona argumenta algo a la audiencia o se expresa en vivo.

Y esto también va de la mano con el empleo de ángulos ya que acorde al tipo de programa, la cual este se desarrolla en vivo en su mayoría, los ángulos más empleados son el frontal (mayormente) sobre una escenografía, donde se aplica el juego de planos previamente dicho. Y los ángulos en picada que solamente se empleaban a la hora de introducir el show o de despedirlo por momentos, con excepción del show de ficción “El Combo Amarillo” ya que este usaba este ángulo

acorde a la situación del momento. Ver cifras en la (Tabla 7 – Posición de Cámara por Género - Ángulos)

7. RECOMENDACIONES

- Es recomendable usar este estudio como base para cualquier enfoque cualitativo, en investigaciones futuras donde se quiera profundizar en este tema de género y televisión según la programación nacional.
- La hoja piloto que se uso al principio de la investigación presento muchas dificultades a la hora de filtrar tanta información a la hora de ser cuantificadas, la cual se recomienda usar la hoja 2 (Excel) ya que esta permite filtrar datos más puntuales y directos masivamente, ya que este contiene las variables y las filtra directamente permitiendo así tener mejores resultados.
- También se tuvo que descartar la variable de nivel socioeconómico ya que desde la percepción del investigador esta resulto ser muy subjetiva al marcarla en una ficha cuantitativa. Entonces para evitar confusiones se recomienda que esta sea tomada más desde un enfoque cualitativo.
- Mediante estas cifras que nos muestran estadísticamente el nivel de exclusión que este tiene, es recomendable profundizar en un nivel cualitativo, profundizar individualmente a los personajes que estos representan en la realidad. De esta manera también considerar las minorías representadas y como estas influyen en la sociedad.

7.1. Recomendaciones al canal de estudio (ECUAVISA).

Acciones que permitan la inclusión y visualización de representaciones de géneros, etnias y edades, que se hayan concluido en la investigación como invisibilizados.

- Se recomienda direccionar contenidos televisivos que promuevan la diversidad de género, que no sean solo heteronormativos, sino más bien contenidos que permitan nuevos roles de género, para que genere una sociedad más abierta y tolerante en el imaginario colectivo.
- Se podría decir lo mismo de la etnia, ya que esta es muy poco evidenciada a lo largo del seguimiento, y por tanto en un país de gran diversidad cultural esto no debería ser tomado a la ligera.
- Se recomienda mostrar personas o personajes de etnia y género que puedan posicionarse en el imaginario social, no tanto por el lado satírico y burlesco, más bien personajes que puedan concientizar a las personas de la diversidad que existe más bien no denigrarlas.

8. Bibliografía

GLAAD. (2010). Network Report Index. (USA).

La Teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periférica - Carlos Fonseca Hernández, María Luisa Quintero Soto

Judith Butler. Variaciones sobre sexo y género. Beauvoir, Wittig, Foucault.

Judith Butler- Actos performativos y constitución del género)Barcelona, (2001)

Richardson, Niall (2007) 'As Kamp as Bree: The Politics of Camp Reconsidered by Desperate Housewives', Feminist Media Studies 6(2) Moseley, Rachel and Jacinda Read. 2002.

Stuart Hall –El trabajo de la representación- 1997)

Scott, Joannes. (1996). El Género, una categoría útil para el análisis histórico. México: Editorial género y sociedad.

Colaizzi, Giulia: "Cine e Imaginario Sociosexual" en Selva M. y Solà A. (compiladoras) "Diez años de la Muestra Internacional de Filmes de Mujeres de Barcelona", Paidós, Barcelona 2002.

EL cuerpo en la imagen contemporánea los medios de comunicación como constructores de imaginarios sociales, Diana Elisa González Calderón* (revista lindes, 2010)

Pieron, André (1951). Vocabulaire de la psychologie. En psicología y género. Barcelona: Editorial Pearson Educación.

Gordon, Allport (1997). "La naturaleza del prejuicio". Buenos Aires: Editorial Universitaria.

(Carlos Fonseca Hernández y María Luisa Quintero Soto – Teoría Queer – 2009)

Roiz, Miguel (2002). La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas. Barcelona: Editorial Paidós.

Arroyo, Miguel (1998). El Humor y los estudios de género. Revista de Ciencias Sociales La Ventana, número 7. México.

Juan Carlos Arteaga; La heteronormatividad y la nada; 2009.

Bonino, Luis (2000): *Varones, género y salud mental: Deconstruyendo la "normalidad" masculina*. En M. Segarra y A. Carabí (Eds) (2000): *Nuevas Masculinidades*. Barcelona: Icaria.

Rev Cubana Med Gen Integr v.14 n.5 Ciudad de La Habana sep.-oct. 1998

Rafael M. Mérida Jiménez, *Houston- Barcelona, 2000-2001, Sexualidades transgresoras*.

Entre el mandato y el deseo: el proceso de adquisición de la identidad sexual y de género. Sevilla: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Moya, Isabel (2010). *Sin Contraseña Discurso Mediático y Tránsito*. Madrid: AMECO, Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación.

Lagarde, Marcela (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid: Horas y Horas.

Lamas, Marta (2000). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Lamas, Marta. (1987). *La Antropología Feminista y Categoría Género*. México: Ediciones de la Universidad Autónoma de México.

Gordon, Allport (1997). *"La naturaleza del prejuicio"*. Buenos Aires: Editorial Universitaria.

Fonseca, Carlos; María Quintero (2012). *México lindo y queer-ido: reflexiones sobre la legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo y la adopción en la Ciudad de México*. Revista Semestral de comunicación Interpretos, año 5, #6. Universidad Nacional Autónoma del Estado de México. México.

Foucault, Michel (2006). *Historia de la Sexualidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Foucault, Michel (1980). *Le Vrai Sexe. Arcadie*, 27. Noviembre 1980. En M.

Bonino, Luis (2000): *Varones, género y salud mental: Deconstruyendo la "normalidad" masculina*. En M. Segarra y A. Carabí (Eds) (2000): *Nuevas Masculinidades*. Barcelona: Icaria.

Arroyo, Miguel (1998). *El Humor y los estudios de género*. Revista de Ciencias Sociales La Ventana, número 7. México.

Hall, Stuart (1981). *La cultura, los medios de comunicación y el "efecto ideológico"*. México: CURRAN, James y otros (Comp.)

Hernández, Roberto; Carlos Fernández; Pilar Baptista (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Editorial Mc Graw – Hill Interamericana.

Lamas, Marta (2000). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Lamas, Marta. (1987). *La Antropología Feminista y Categoría Género*. México: Ediciones de la Universidad Autónoma de México.

Mattelart, Armand, Michelé Mattelart (1997). *Historias de las teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Rodríguez, Tomás, (2006). *Gestión de Comunicación interna. La Habana: Tesis en opción a grado científico de Máster en Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Roiz, Miguel (2002). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Paidós.

Seidler, Victor (1995). *Los Hombres Heterosexuales y su vida emocional*. México D.F.: Consejo Feminista, Debate Editorial.

Suárez, Carlos (2010). *Estereotipos de la mujer en la comunicación*. Lima: Universidad de San Martín

Vasallo, Norma (2008). *Género, definiciones conceptuales*. La Habana: V Diplomado Internacional, Género y Comunicación.

9. Anexos

9.1. Herramienta de investigación.

HOJA 1

HOJA 1							
Nombre de la persona que registra							
Hora de registro							
Fecha de registro							
Nombre del Programa			Canal de Transmisión	Horario de transmisión			
Capítulo #:	Temporada #:	Duración Total en Minutos	Número de Presentadores en el capítulo	Número total de presentadores en el programa			
Fecha de Transmisión del Capítulo			Invitados y/o entrevistados				
			H.T.	H.C.	M.T.	M.C.	TOTALES:

HOJA 2

Tabla de Análisis de Producción Nacional

Perf. De género:		Comentarios:		Tabla de Análisis de Producción Nacional																
HM	M	A	F	HF	Planes	Angulo	P.C.	Lugar	Ocupación/rol	Nivel	Tipo de Cuerpo	Color de ojos	Tipo de Pelo y Peinado	Make-up	Accesorios	Participación	Sexo	Edad	Raza o etnia	Orientación Sexual
					Primerísimo					Bajo						En-off				
					Primer Plano					Medio Bajo						Presencial				
					Plano Medio					Medio						# de apariciones sin hablar				
					Plano General					M. Tipico						# de apariciones en las que habla				
					Detalle					Medio Alto						Tiempo en Minutos				
					Genital					Alto						Total de apariciones				
					Picado					Delgado						M.C				
					Frontal					Atlético						M.T.				
					Contrapicado					Voluptuoso						H.C.				
					Nadir					Sobrepeso						H.T.				
					Objetiva					Obeso						Niñ@s				
					Subjetiva					Azul						Adolescentes				
					Sala					Verde						Adultos jóvenes				
					Comedor					Café						Adultos 30-64				
					Cocina					Negro						Adultos Mayores				
					Baño					Gris						Bl.				
					Cuarto					Calvo						Ad.				
					Patio					Rapado						As.				
					Oficina					Lacio						Ind.				
					Carro					Ondulado						Mest.				
					Escuela					Rizado						Mul.				
					Hospital					Crespo						Hetero				
					Calle					Suelto						L				
					Escenario					Recogido						G				
										Corto						B.				
										Largo						Travesti				
										Natural						Drag Queen				
										Diario						Drag King				
										Dramático						Cross Dresser				
										Sin Accesorios						Queer				
										Gafas						Intersexual				
										Lentes						Omnisexual				
					Jean					Gorra										
					Camisa					Reloj										
					Camiseta					Anillos										
					Pantalón					Pulsera										
					Saco					Collar										
					Corbata					Aretes										
					Medias					Piercings										
					Vestido					Sombrero										
					Boxer					Cartera										
					Sostén					Broches										
					Calzón															

HOJA 2

Instructivo de Matriz y Tabla de Análisis de Producción Nacional

Matriz (Hoja 1)

Llenar con la mayor especificidad posible los datos que se enlistan a continuación.

1. Nombre de la persona que registra
2. Hora de registro
3. Fecha de registro
4. Nombre del programa
5. Canal de transmisión
6. Horario de transmisión
7. Capítulo #
8. Temporada #
9. Duración total en min.
10. Número de presentadores en el capítulo
11. Número total de presentadores en el programa
12. Fecha de transmisión del capítulo
13. Invitados y/o entrevistados

Tabla de Análisis de Producción Nacional (Hoja 2)

Participación

En-off y presencial se marcan con una cruz, la primera de las opciones solo en caso de tratarse de un noticiero en el que no veamos al reportero; pero si podemos escuchar su narración y comentarios sobre un acontecimiento particular. La segunda en el resto de los programas que analicemos como paso previo a continuar llenando la ficha.

El número de apariciones sin hablar y en las que se habla debe ser llenado con el número total de las apariciones que un personaje o persona realiza frente a cámaras, diferenciando entre aquellos momentos en los que tiene una participación activa (habla) o pasiva (no habla).

En la subcategoría de totales se escribe en minutos el total de tiempo al aire que ha tenido ese personaje durante ese capítulo, episodio o edición y se suman las apariciones habladas y no habladas para completar el total de apariciones.

Sexo

M.C. Mujer Cissexual

M.T. Mujer Transexual

H.C. Hombre Cissexual

H.T. Hombre Transexual

En esta categoría marcamos con una cruz aquella categoría que defina a la persona o personaje. Debido a que vivimos dentro de una sociedad heteronormativa, marcamos Hombre o Mujer Cissexual como opción default a menos que ese personaje o personalidad de pantalla deje en claro que es transexual pre-operatorio o post-operatorio.

Edad

Niñ@s: 0-12 años

Adolescentes: 13-19 años

Adultos jóvenes: 20-29 años

Adultos: 30-64 años

Adultos Mayores: 65 en adelante

Estos casilleros se marcan con una cruz y/o número, en el caso de que la edad del personaje o personalidad se conozca.

Raza o Etnia

Bl: Blanco

Ad: Afrodescendiente

As: Asiático

Ind: Indígena

Mest: Mestizo

Mul: Mulato

Se marca con una cruz la opción de raza o etnia a la que pertenezca la persona o personaje y en la sección de comentarios se especifica cualquier dato adicional que sea pertinente a esta categoría. Como por ejemplo su nacionalidad, o mayor detalle sobre su etnia. Ejemplo: En el caso de ser indígena a que tribu pertenece.

Sexualidad

Hetero: Heterosexual

L: Lesbiana

G: Gay

B: Bisexual

Travesti, persona que se viste como alguien del otro sexo todo el tiempo, es decir vive su vida como alguien del otro sexo; pero que no se ha sometido a ninguna cirugía.

Drag Queen, Hombre que se viste de mujer solo para realizar show o performance.

Drag King, Mujer que se viste de hombre para realizar show o performance.

Cross Dresser, persona que en la intimidad utiliza artículos de vestir o accesorios asociados con el sexo distinto al suyo con fines eróticos.

Queer, persona que no se identifica ni como masculina ni femenina y que ha construido una identidad de género que transgrede con el concepto del sistema binario de género, SBG (SBG: sistema en el que solo existen dos componentes de género, el masculino y el femenino).

Intersexual

Omnisexual: Personas que entablan una relación romántica y/o sexual con un ente no-humano. Ejemplo: Vampiro, monstruo, extraterrestre, fantasma, demonio, dios, ángel, etc.

Debido a que vivimos en una sociedad construida dentro de un marco heteronormativo, la opción default en esta categoría es la de *heterosexual* a menos que el personaje o personalidad de

pantalla haya dejado en claro lo contrario. En esta categoría debemos tener presente que puede marcarse con una cruz más de una casilla (de ser necesario). Una persona heterosexual puede al mismo tiempo ser omnisexual. Una Drag King puede ser lesbiana, bisexual o heterosexual y por lo tanto debemos marcar todas aquellas casillas que le correspondan a este personaje.

Nivel socioeconómico

Bajo

Medio bajo

Medio

Medio típico

Medio Alto

Alto

Se debe marcar con una cruz aquella casilla que nosotros *percibamos* como correcta. Es decir esta categoría está sujeta a nuestras subjetividades, una vez marcada debemos incluir en comentarios que fue lo que nos hizo escoger esta casilla específica.

Tipo de cuerpo

Se marca con una cruz según corresponda y en la sección de comentarios se añade cualquier información pertinente al tipo de cuerpo. Si la persona es extremadamente alta o pequeña, si tiene algún tatuaje, si su cuerpo presenta rasgos distintivos como deformaciones, antenas, cuernos, etc.

Color de ojos

Se marca con una cruz la opción correcta.

Tipo de pelo y peinado

En esta categoría se debe pintar las casillas con el color del pelo del personaje, es importante pintar más de una casilla con el afán de dar una descripción específica del tipo de peinado, pelo y su extensión. En el caso de tener canas las casillas deben pintarse con gris.

Make-up

Natural: En televisión tanto hombres como mujeres deben maquillarse por las luces, es decir que ésta es la opción default de esta categoría.

De diario: Si el maquillaje es un poco más obvio que el natural, es decir si no pasa inadvertido.

Dramático: Si el personaje o personalidad tiene maquillaje para la noche, con colores más fuertes al de diario y al natural.

En esta categoría se debe marcar con una cruz la opción correcta y especificar en la sección de comentarios cualquier detalle adicional, como: si el personaje o personalidad de pantalla está maquillado de forma dramática porque tiene la cara pintada de algún color, se trata de un payaso, mimo, etc.

Accesorios

En esta categoría se pinta el casillero con el color del accesorio que se utilice y se especifica el número de accesorios que este utilizando. Hay tres casilleros en blanco para incluir cualquier otro accesorio que esta persona pueda tener.

Planos

Primerísimo Primer Plano: Detalla minuciosamente el rostro o partes específicas del cuerpo humano.

Primer Plano: Aplicado generalmente en la figura humana. Detalla los rostros y hombros.

Plano Medio: Distancia adecuada para mostrar la realidad de 2 sujetos, la cámara sólo enfoca de la cintura para arriba.

Plano General: Muestra un escenario o multitud. El o los personajes puede estar presente como no.

Plano detalle: Se centra en mostrar minuciosamente cosas u objetos.

Se debe incluir el número de cada uno de estos planos que se utilicen para mostrar al personaje o personalidad de pantalla.

Ángulo

Cenital: La óptica de la cámara se encuentra perpendicularmente respecto al suelo y la imagen obtenida mostrando una visión de arriba hacia abajo.

Picado: Es cuando la cámara capta desde arriba a la persona en una posición vertical.

Frontal: Aquí la cámara tiene una posición de frente a frente con el personaje, quedando la imagen estática en esa posición.

Contrapicado: Cuando la posición de la cámara se encuentra a la altura del piso, enfocando a la persona en una vista desde abajo hacia arriba.

Nadir: Es un plano ubicado muy por debajo de la vista, mirando hacia arriba.

Se debe incluir el número de cada uno de estos ángulos de cámara que se utilicen para mostrar al personaje o personalidad de pantalla.

Posición de cámara

Objetiva: La posición de la cámara graba desde un punto externo, donde se reproduce un punto de vista del público.

Subjetiva: Juego de cámara en el cual, el espectador ve a través de los ojos de uno de los personajes de la película.

Se marca con una cruz dependiendo de cuál de estas posiciones se utilice con este personaje o personalidad de pantalla, en el caso de marcarse las dos opciones es específica porque en la sección de comentarios.

Lugar

Se marcan con una cruz los lugares en los que aparezca el personaje y hay casillas vacías para añadir otros lugares en los que el personaje o personalidad de pantalla aparezca. Se puede y debe marcar más de una locación o lugar en los casos que aplique.

Vestimenta

Se debe pintar las opciones escogidas con el color de la “prenda” que el personaje o personalidad de pantalla este utilizando. Se han dejado casilleros para añadir otros ítems que el sujeto de análisis utilice. Se adjunta además un powerpoint con siluetas de hombre y de mujer en las que se debe sombrear con un marcador aquellas áreas del cuerpo que estén cubiertas por ropa. En el caso de que un personaje cambie de ropa en un mismo programa se debe utilizar más de una de estas siluetas para ilustrar el nivel de exposición de su cuerpo con mayor precisión.

Performance de género

HM (Hipermasculino): Masculinidad exagerada

M (Masculino): Masculinidad tradicional

A (Andrógono): Se empieza a difuminar la barrera entre ambos géneros, dificultando determinar si ese personaje es más femenino que masculino o viceversa.

F (Femenino): Femeidad tradicional

HF (Hiperfemenino): Femeidad exagerada

Esta categoría, al igual que la de nivel socioeconómico es de carácter subjetivo, por lo tanto se llena, según nuestras percepciones. Se debe marcar con una cruz aquel casillero que creamos define o describe mejor la actitud del personaje.

Ocupación/Rol

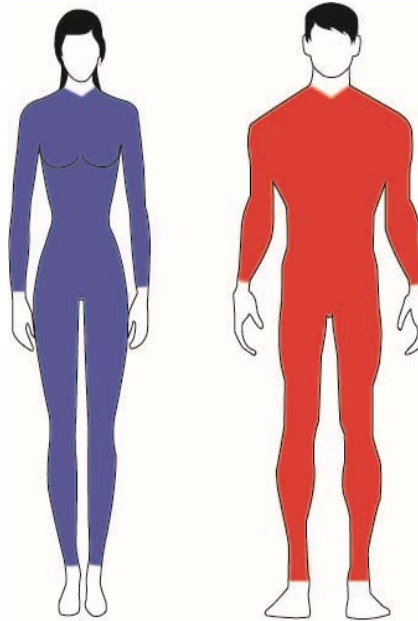
Se debe escribir aquellos roles o papeles que el personaje o personalidad desempeñe durante el programa. Ejemplos:

Comentarios

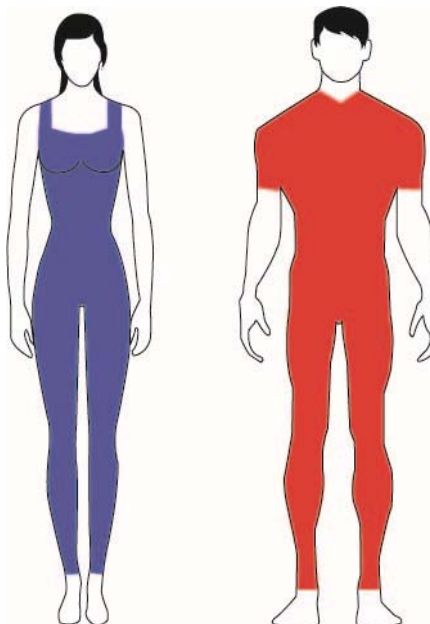
Está destinado a cualquier información adicional que contribuya a complementar aquello que fue marcado en las categorías anteriores

NIVELES DE EXPOSICIÓN:

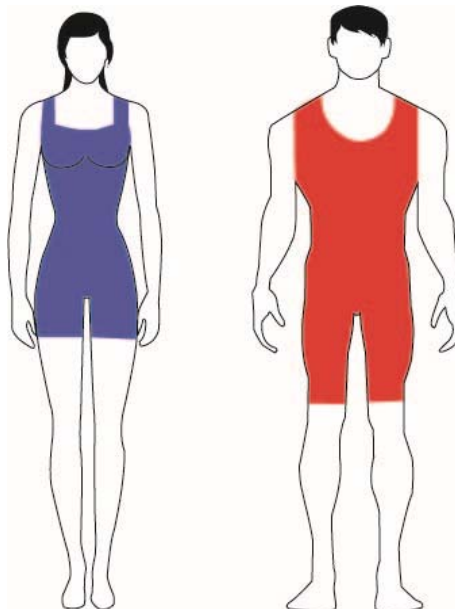
Nivel de Exposición 1:



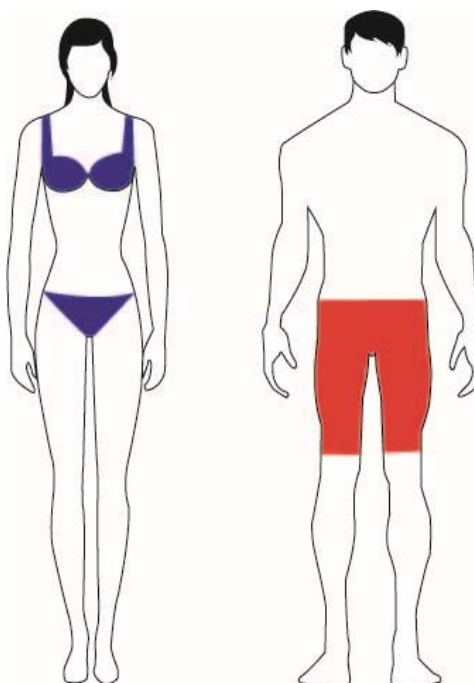
Nivel de Exposición 2:



Nivel de Exposición 3:



Nivel de Exposición 4:



Nivel de exposición 5:

