

UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

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

**Autor.-**

Eliana Estefanía Romero Aguilar

DOCENTE INVESTIGADOR

José Miguel Campi

CO-INVESTIGADOR

Naomi Núñez

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social, con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

Guayaquil, Enero del 2013

## INDICE

	<b>Página</b>
Abstract	3
1. Introducción	4
1.1 Antecedentes	5
1.1.2 RTS El primer canal de la Tv Ecuatoriana	7
1.2 Planteamiento del Problema	10
1.2.1 Activismo GLBT y Medios	11
1.3 Justificación	12
2. Marco Teórico	15
3. Diseño Metodológico	34
4. Resultados	46
5. Bibliografía	67
6. Anexos	69

## **ABSTRACT**

Este estudio explora las principales representaciones de género a través de la televisión ecuatoriana a partir de su producción nacional, sustentado bajo un enfoque cuantitativo, El diseño metodológico se basa en el análisis de contenido de cinco programas de no ficción del canal nacional RTS durante el periodo de un mes, con esto se obtuvieron indicadores importantes de cómo son mostrados los diferentes géneros, etnias, edades y niveles socioeconómicos en la programación de este canal.

Esta investigación no pretende juzgar si las producciones nacionales ecuatorianas son buenas o malas, sino que brinda una evaluación en la que se ve reflejada la exposición de las representaciones y a partir de eso pretende ayudar a sentar bases para el análisis de la televisión en el Ecuador.

## 1. INTRODUCCION

La investigación a continuación surge con el objetivo de analizar todos aquellos personajes que de alguna forma representan a la sociedad a través de los roles que desempeñan en los distintos programas de televisión, que representaciones muestra la televisión ecuatoriana y si realmente estas son reales o es una distorsión en la percepción social, precisamente por la relación que existe entre realidad social y representaciones mediáticas.

Para una comprensión más extensa se ha realizado una investigación con enfoque cuantitativo que nos permita analizar datos estadísticos. Abordaremos también temas necesarios para la comprensión de este estudio desde la perspectiva de la comunicación y los medios.

Es importante considerar estudiar estas representaciones en la televisión, en primera instancia porque conocemos que es un medio de comunicación masivo y que fabrica tendencias, adicionalmente es un aporte al campo de la comunicación pues nos permite tener datos importantes para posteriores análisis en comunidades minoritarias que la sociedad en general aun desconoce e incluso si hablamos de igualdad de derechos y libertad de expresión, tema coyuntural con el gobierno actual que pretende sentar bases en esta área, este tipo de estudio es de suma importancia.

## **1.1 Antecedentes**

Dentro de las diferentes investigaciones, realizadas por estudiantes egresados en proceso de titulación, se ha considerado el estudio de los géneros en el análisis de consumo y de los contenidos en los medios de comunicación

Hasta el 2011 se han desarrollado proyectos de los cuales podemos mencionar cómo las representaciones discursivas de violencia sexual en los encuadres de noticias de periódicos, los transexuales en Ecuador y sus subjetividades en tránsito, construcciones de femineidad a partir del proceso de consumo y compra de muñecas, representaciones de masculinidad en series de televisión producidas en Ecuador y en Estados Unidos y lecturas televisivas sobre masculinidad que obtienen mujeres de clase baja y clase alta.

Fuera del país existe una tradición de investigación y análisis de representaciones de género, puesto que se ha logrado entender que ya que los medios trabajan con representaciones de la realidad, las imágenes que ellos proveen contribuyen a la construcción de nuestros conceptos y percepciones de ciertos grupos de personas.

Tanto en Latinoamérica como en Ecuador no se ha desarrollado este tipo de proyectos con la misma fuerza que en Europa o EEUU, específicamente Hollywood, lo que nos motiva a cuestionarnos el por qué la falta de emprendimiento en este tipo de estudios

Existen programas de estudios como “Estudios de Género y de la Cultura” de la FLACSO – Ecuador que tienen el objetivo de “contribuir al fortalecimiento de espacios de producción, reflexión y transmisión de conocimientos que favorezcan al discernimiento de las cambiantes relaciones entre hombres y mujeres en las sociedades latinoamericanas y al diseño de intervenciones públicas orientadas a la equidad de género”. (Flacso Ecuador, 2012)

Así mismo existe Fundamedios un programa de monitoreo en el contenido de medios de comunicación, que pretende “promover y proteger los derechos y libertades de expresión, prensa, acceso a la información y asociación. Así como el periodismo independiente”. (Fundamedios, 2011)

Estos brindan datos de manera informativa con la intención de que la comunidad interesada en estos estudios tenga algún tipo de información respaldada, sin embargo no existe un estudio que conjugue estas dos grandes ramas de género y medios de comunicación que nos permita obtener estadísticas precisas sobre cómo se están representando los distintos géneros en los medios en el Ecuador.

No es sorpresa entonces que uno de los pocos países que tiene algún tipo de reporte veedor concentrado netamente en representaciones de género sea Estados Unidos. Desde el 2005, la organización estadounidense GLAAD (Gay and Lesbian Alliance Against Defamation)

publica el Network Report Index (NRI) que evalúa, como resultado de una investigación cuantitativa, el nivel de inclusión de la comunidad LGBTQ en los medios. GLAAD afirma que “[Este reporte] busca servir de herramienta para incrementar las representaciones inclusivas, justas y precisas de los LGBT en los medios” (NRI,2010 p.3,).

Si consideramos este tipo de reporte nos damos cuenta que sus resultados se ven determinados solo por el numero de apariciones y personajes LGBTQ por un tiempo específico y no se consideran percepciones o construcciones de la audiencia sobre estas personas, con esto buscamos evidenciar la necesidad de realizar un reporte que incorpore criterios y aproximaciones de corte cualitativo a demás de las estadísticas.

### **1.1.1 RTS el primer Canal de la Tv ecuatoriana**

RTS nace el 12 de diciembre de 1960 en el Ecuador como canal Telecuatro siendo el primer emisor de señal de televisión en el país, contando desde sus inicios con programas de producción nacional

El 19 de septiembre del 2005, TELESISTEMA se convirtió en RTS y su slogan actual es “El primer canal del Ecuador” (RTS, 2012)

### **1.1.2 RTS y el rating**

Aunque no estamos considerando el tema rating para esta investigación, creo que es importante mencionar este aspecto pues de alguna forma nos da una pauta de lo que muestra el canal y quienes lo consumen.

Para efectos de proporcionar datos las variables son sexo, edad y NSE. Aunque nuestro estudio se basa en el análisis de géneros, tomaremos en cuenta divisiones de sexo (Hombre – mujer) pues es como lo segmenta la empresa que mide el rating en el Ecuador (IBOPE media)

En cuanto a la composición de audiencia de los últimos 5 años:

Composición de Audiencia %						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hombres	48.87	49.05	44.99	43.01	42.71	42.82
Mujeres	51.13	50.95	55.01	56.99	57.29	57.18
Niños	16.54	14.44	13.16	12.37	12.84	13.66
Adolescentes	11.16	12.48	12.93	11.16	11.20	10.17
18-24 años	13.22	14.77	13.98	13.54	14.19	11.62
25-39 años	26.72	25.70	26.34	26.22	24.12	25.27
40+ años	32.36	32.60	33.58	36.70	37.66	39.29
NSE Alto	5.63	6.08	5.33	6.80	5.29	6.83
NSE Medio	27.43	25.24	27.66	28.54	27.54	32.42
NSE Bajo	66.93	68.68	67.00	64.66	67.17	60.75

Cortesía Ibope media, 2012

Podemos observar que la composición de su audiencia durante los últimos 5 años el canal RTS tiene un mayor porcentaje de mujeres, superando todos estos años a los hombres y en cuanto a edad son el público de 40 años a más los que prefieren su programación así como el sector de la población de nivel socioeconómico bajo.

Adicionalmente dentro de su parrilla de programación durante los últimos 5 años tenemos los 10 programas más consumidos por:



## Mujeres

Mujeres	
Programas	Ptos. de Rating
COMBATE INTERNACIONAL	12.46
COMBATE	9.2
FUTBOL(AMI): ECUADOR-MEXICO	8.67
NOCHES DEL OSCAR I (S)	7.87
SALA UNO	7.03
PREVIA LA TRI IV	6.37
BEIJING 2008: MARCHA OLIMPICA	6.22
SALA CUATRO	6.04
SALA TRES	5.76
EL INOLVIDABLE (S-D)	5.67

Cortesía Ibope media, 2012

## Hombres

Hombres	
Programas	Ptos de Rating
FUTBOL(AMI): ECUADOR-MEXICO	11.43
LIGA DE CAMPEONES UEFA (S-D)	10.12
COMBATE INTERNACIONAL	9.49
SALA UNO	8.29
FUTBOL(AMI): ECUADOR-IRLANDA	8.24
PREVIA LA TRI IV	8.21
EURO 2008: ESPAÑA-ITALIA (S-D)	7.80
EURO 2008: ALEMANIA-ESPAÑA (SD)	7.64
SALA CUATRO	7.04
FUTBOL(ELIM): ECUADOR-CHILE	6.88

Cortesía Ibope media, 2012

Si comparamos estas dos tablas la tendencia de las mujeres es consumir programas de entretenimiento y el de los hombres los programas de corte deportivo. (IBOPE, 2012)

## **1.2 Planteamiento del problema**

Las producciones nacionales ecuatorianas se ven sesgadas por un marco de heteronormatividad, lo que no permite un análisis a profundidad sobre aquellas imágenes, identidades y subjetividades que se distancian de este modelo. Es por esto que se dificulta el análisis de hombres, mujeres y otros con masculinidades, femineidades e identificaciones de género distintas

No existe un dato exacto sobre la cantidad y calidad de las representaciones de mujeres y comunidad LGBTQ en canales de televisión ecuatorianos. En el país no contamos con informes que nos proporcionen datos del tipo de consumo televisivo que tienen los distintos géneros

La única aproximación a un registro de los contenidos, en los medios ecuatorianos, en el área pertinente a representaciones de masculinidad y femineidad heteronormativa, LGBT y queer, es la experiencia de los premios 'Arcoíris', que pretende criticar las "malas" representaciones de género en los medios; sin embargo estos datos no cuentan con un respaldo rigurosamente académico lo que no permite contar con este tipo de información a la hora de realizar un profundo estudio concentrado en contenidos

Estos premios determinan lo "bueno" y lo "malo" de una representación mediante votaciones electrónicas abiertas a toda la comunidad en general, por lo tanto este tipo de información se hace válida en un

análisis solo de consumo, la cual se podría utilizar en futuras versiones de este producto cuando se necesite este tipo de enfoques.

### **1.2.1 Activismo GLBT y medios**

Existen distintas comunidades minoritarias que buscan mediante marchas y plantones, respeto, inclusión y equidad por parte de los medios de comunicación, el estado y la sociedad en general.

Recientemente la alianza GLBT en el Ecuador emitió un comunicado de prensa solicitando al presidente Rafael Correa se disculpe por los comentarios emitidos en una de sus cadenas sabatinas al referirse peyorativamente a un editorialista del diario El Comercio con términos homofóbicos que suponen un insulto a esta comunidad. Esto nos da un indicio de que si bien aun son comunidades pequeñas no distan de buscar igualdad y respeto, lo hacen de forma pública y cada vez más abierta (Diario El Universo, 2012).

En el ámbito legislativo también hay un fuerte movimiento por conseguir garantizar el derecho de igualdad y la no discriminación de las mujeres y hombres, y de las personas de diversa condición sexo-genérica, se busca implementar una ley compuesta de 61 artículos, veinte de ellos disponen la expedición de normativas, políticas públicas y servicios públicos que garanticen el derecho de igualdad. (Diario El Universo, 2010)

Bajo este esquema entendemos que lo que precede a este estudio busca esa igualdad en las representaciones que muestran los medios de comunicación y dentro del mismo es de vital importancia entender que esta sociedad evoluciona y exige igualdad en todas sus condiciones.

### **1.3 Justificación**

Un proyecto de este tipo nos ofrece, como asistentes investigadores y alumnos recién egresados, la oportunidad de trabajar en una investigación real que no solo nos permite poner en práctica aquellos conocimientos aprendidos durante nuestros años como alumnos de la Universidad Casa Grande; sino que también nos involucra con aquellos objetivos de responsabilidad social y vinculación con la comunidad, que han sido parte integral de la UCG desde nuestros inicios como Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

La Universidad Casa Grande propone como misión formar personas éticas y socialmente responsables, proactivas, innovadoras, reflexivas con capacidad investigativa y comprometidas con su profesión para el desarrollo de la sociedad desde las disciplinas humanas y sociales; que generen nuevos emprendimientos y conocimientos, propiciando un contexto incluyente, intercultural, diverso y de equidad de género. Para hacer realidad su misión, la Universidad Casa Grande prioriza:

- Formar seres humanos integrales, que se caractericen por su eficiencia profesional y su

creatividad en el ámbito de las ciencias humanas y sociales.

- Trabajar en red con diversos países y culturas, con la tecnología necesaria para el máximo aprovechamiento de las posibilidades humanas, pero considerando el perfil de cada persona, de modo que se consolide como una fuente de propuesta de aprendizaje desde América Latina.
- Contar con pedagogías innovadoras para aprender a aprender: aprender a crear, aprender haciendo, aprender a reflexionar durante y después de la acción, y por lo tanto, aprender a ver el mundo desde una óptica que permita generar y asimilar cambios en sus diferentes áreas de desempeño.
- Desarrollar su tarea en un marco de rigor académico, que enfatice la importancia de la investigación y la educación continua; de exposición e interacción creativa con el estado del arte en las ciencias humanas y sociales; pluralista y ético; de respeto a la persona humana y a su diversidad cultural; que fomente la equidad y el desarrollo humano sostenible (Universidad Casa Grande, 2012)

Por ser un Reporte de Evaluación de Representaciones de Género, los beneficios de este proyecto no se limitan a aquellos aprendizajes que

podamos tener durante este proceso. El producto final tiene el potencial para incidir en los contenidos de los canales, de incrementar la visibilidad de sectores vulnerables de la población del país y de ser veedor de la calidad de las representaciones de género. Gamson explica la importancia de la visibilidad cultural al decir que esta:

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

Además del importante impacto que puede tener un proyecto de esta naturaleza para los LGBT y para mujeres y hombres dentro del marco heteronormativo; éste reporte, también, contribuirá a posicionar a la UCG como miembro de la Sociedad Civil en capacidad de fomentar miradas críticas a la labor de los medios y como ente generador de contenidos que sirvan de materia prima y referencia para futuras investigaciones nacionales e internacionales; ya sean estas de tipo académico o ligadas a organizaciones como el Kaleidoscope Diversity

Trust (Reino Unido), GLAAD (EEUU), Stonewall (Reino Unido), y AllOut (EEUU) entre otros.

Considero que los resultados que se obtengan de este estudio serán de gran aporte para la industria televisiva y publicitaria, brindando información importante a la hora que tomar decisiones, sobre todo en cómo manejar ciertos sectores de la sociedad que aun no son tomados en cuenta de manera formal, para saber cómo dirigirse a comunidades que no han sido exploradas, a demás de conocer percepciones y sentar bases para continuar con este tipo de proyectos de alta calidad

## **2. Marco teórico**

### **2.1 Género:**

Entendemos por género al “conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas, económicas asignadas a las personas en forma diferenciada” (Depósito de documentos de la FAO - Food and agriculture organization of the united nations, 1996)

Con esto queremos referirnos a las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres por razones sociales y culturales. Estas diferencias se manifiestan por los roles (reproductivo, productivo y de gestión comunitaria), que cada uno desempeña en la sociedad, las responsabilidades, necesidades, y prioridades

Es importante distinguir que existen interacciones entre los roles de mujeres y hombres. Los aspectos de género cambian y son diferentes de un lugar a otro, de un grupo étnico a otro y en el tiempo.

## **2.2 Distinción de sexo y género**

Es necesario e importante dejar clara la diferencia entre estos dos términos para el desarrollo de este estudio ya que muchos de nosotros, enmarcados en un sistema binario de género, podemos confundirnos, entonces comprendemos que sexo es:

La condición biológica con la que se nace, es decir, nacemos hombre o mujer dependiendo de nuestra anatomía. Por el contrario, el género es un producto cultural, ya que se define por comportamientos atribuibles a hombres y mujeres que están socialmente contruidos y que carecen de una base biológica (Suárez, 2001, p. 4)

Ampliando un poco más el concepto de género tomamos como referencia a Judith Butler que explica que el “el género no es el resultado causal del sexo ni tampoco es tan aparentemente fijo como el sexo. La distinción sexo/género indica una discontinuidad radical entre cuerpos sexuados y géneros culturalmente contruidos”. (Butler, 1990, p. 18)

Definimos entonces que el condicionante sexo refiere a las capacidades reproductoras “El macho engendra o fecunda y la hembra concibe,



gesta, pare y amamanta”. (Depósito de documentos de la FAO - Food and agriculture organization of the united nations, 1996)

En pocas palabras el sexo es atribuible a la condición física por la que estamos constituidos o por el órgano sexual con el que nacemos y el género es la construcción que hacemos sobre nosotros mismos enmarcado por la cultura y nuestras propias vivencias.

### **2.3 Orientación sexual**

La orientación sexual hace referencia a la preferencia que tenemos nosotros mismos hacia otro ser humano, en esta inclinación influyen una serie de factores como el deseo, las emociones y sentimientos. De este modo marcamos el tipo de orientación sexual que tenemos.

Se considera orientaciones sexuales al conjunto de aspectos psíquicos y afectivos que determinan una atracción sexual, erótica y romántica hacia uno u otro sexo (o ambos) hace referencia al objeto de los deseos eróticos o amorosos de un individuo; esta puede cambiar a lo largo de la vida de un mismo sujeto, como una expresión más del conjunto de su sexualidad, está relacionada específicamente con el comportamiento sexual frente al sexo de su pareja, que puede corresponder a su propio sexo, dando lugar a la

homosexualidad, al otro sexo que sería la heterosexualidad, como indistintamente a cualquiera de los dos sexos, lo que correspondería a la bisexualidad.

(Forero, 2010, p. 17)

La orientación sexual también se define por nuestras vivencias y nos damos cuenta de que está inicialmente en la pubertad cuando empezamos a experimentar las relaciones afectivas, es entonces cuando definimos por qué sentimos amor y atracción física.

### **2.3.1 Cissexualidad**

Para entender este término es necesario conocer su epistemología y es la composición de la palabra "cis" que significa "en el mismo lado de." Y se refiere a la persona que vive y se identifica como el sexo se le asignó al nacer. Si es alguien que se le asignó un sexo al nacer, pero se identifica y vive como un miembro del otro sexo, se llama "transexual"

La autora Julia Serrano explica que:

Una persona cissexual supone a la forma en que ella experimenta la relación entre su sexo físico y su sexo subconsciente (es decir, el hecho de que no se sienta mal con el sexo físico en que nació, ni se sienta a sí misma como perteneciente al otro sexo, ni tampoco

que desearía poder vivir en otro sexo) se aplica a todas las demás personas (Serano, 2007, p. 165)

### **2.3.2 Transexualidad y Transgénero**

Dentro de la diferenciación bajo este contexto Transexual es la persona que encuentra una disconformidad entre su sexo psicológico y los demás caracteres sexuales. El transexual sabe que su cuerpo pertenece a un género y su cerebro a otro.

En algunos casos esta persona transexual busca cambiar su sexo mediante una intervención quirúrgica y así transformarse al género con el que se identifica. Serrano afirma que “las personas transexuales tienen un sexo subconsciente que no está en concordancia con su sexo físico, fingen constantemente el ser miembro de un género al cual no pertenecen”. (Serano, 2007, p. 116)

Manejaremos el concepto de transgénero para abarcar varios tipos distintos de conductas que tienen en común tomar elementos de otro género.

El término Trans puede aplicarse en dos sentidos. Se llama “mujeres Trans” a quienes “adquieren” la apariencia femenina a través de una transformación desde un fenotipo y un sexo biológico masculino hacia un aspecto femenino; y se denominan “hombres Tras” a quienes “adquieren” la apariencia masculina

mediante una transformación desde un sexo biológico y un fenotipo femenino hacia un aspecto masculino (Terrasa, Mackintosh, & Piñero, 2011)

Las personas Trans también pueden tener cualquier orientación sexual, pueden estar casados o no, pueden llevar una vida en pareja o no y tienen la posibilidad de elección como cualquier otra persona.

### **2.3.3 Definiciones LGBTQIO y heterosexualidad**

Dentro de todo el texto en este estudio encontraremos estas siglas que regularmente son utilizadas para segmentar al grupo de personas de diferentes sexualidades, inicialmente se consideraban nada más LGB (Lesbianas, Gays y Bisexuales) pero diferentes grupos con otras preferencias no se sentían representados, de este modo se han ido aumentando las siglas de manera que puedan incluirse al grupo de transgénero a Queers, intersexuales y omnisexuales. Es importante tener conocimiento de términos como Drag Queen, Drag King, travesti y Cross dresser puesto que también forman parte de estudio dentro de las personas Trans

**Lesbiana:** “Mujer que elige tener parejas afectivas y sexuales del mismo sexo.”

**Gay:** “Hombre que elige tener parejas afectivas y sexuales del mismo sexo”

**Bisexual:** “Hombres y mujeres que tienen relaciones sexuales y afectivas con personas del mismo y del sexo opuesto”

**Transexual:** “Persona que nace y es por naturaleza de un determinado sexo (hombre o mujer) pero en su psiquis, personalidad, identidad se siente del sexo opuesto. Las personas transexuales toman conciencia de su condición desde muy pequeños, desde los 5 años aproximadamente, cuando está formada la identidad de género y todos los estereotipos sobre raza, género, clase, etnia, etc”.

**Intersexual:** “Anteriormente llamados hermafroditas, son individuos que nacen con características genéticas propias de hombres y mujeres, presentan discrepancia entre su sexo cromosómico (XY / XX), gónadas (testículos / ovarios) y genitales (pene / vagina). Puede poseer, por ejemplo, una abertura vaginal la cual puede estar parcialmente fusionada, un órgano eréctil (pene o clítoris) más o menos desarrollado y ovarios o testículos, los cuales suelen ser internos”

**Omnisexual:** “Es la persona de orientación sexual humana, caracterizada por la atracción estética, romántica o sexual por otras personas independientemente del sexo y género de las mismas. Pueden sentirse atraídos por varones, mujeres y también por aquellas personas que no se sienten identificadas con la dicotomía varón/mujer o con la de masculino/femenino, incluyendo así, por ejemplo, a intersexuales o transexuales.

Los omnisexuales afirman que para ellos el sexo y el género son conceptos vacíos de significado o que no tienen importancia”.

**Heterosexual** “Persona que tienden a elegir parejas sexuales y afectivas del sexo opuesto”. (Platero & Fernández, 2010, p. 3)

**Travesti:** “Uso permanente de ropa del sexo opuesto por parte de una persona que no desea modificar quirúrgicamente sus genitales”

**Drag Queen:** “Performance hiperbólica de la femineidad, con fines tanto artísticos como críticos”.

**Drag King:** “Performance de la masculinidad, con el frecuente objetivo explícito de mostrar su carácter construido, no natural”.

**Cross Dresser:** “personas que visten ropas del sexo opuesto, por lo general de modo ocasional, con independencia de su orientación sexual”. (Cabral & Leimgruber, 2012)

## **2.4 La heteronormatividad y el sistema binario de género**

Es importante comprender al tipo de sistemas que culturalmente estamos inmersos, para esto debemos entender que es la heteronormatividad a lo que Judith Butler plantea como un discurso que restringe al género y que insiste en el sistema binario hombre/mujer “como la forma exclusiva de entender el campo del género... que naturaliza el caso hegemónico y reduce la posibilidad de pensar en su alteración” (Butler, *Deshacer el género*, 2006, pág. 70)

De este modo entendemos que la heteronormatividad es el régimen que impone la heterosexualidad como necesaria para el funcionamiento de la sociedad y cómo el único modelo válido de relación sexo-afectiva.

El sistema binario es el sistema sexo-género y que hace referencia a la forma de relacionarse entre hombres y mujeres en una sociedad, además condiciones sociales en desigualdad para hombres y mujeres en cuanto a asignación de roles y funciones haciendo que “nuestras actuales sociedades occidentales estén sujetas por un sistema sexo-género que sostenga una relación desigual de poder entre mujeres y hombres” (García, 2008)

#### **2.4.1 Feminidad**

La feminidad refiere a lo femenino, a las características que culturalmente hemos adquirido de todo lo que representa ser parte de este género, es una conceptualización de valores y conductas, así pues este orden no responde necesariamente al cuerpo biológico de la mujer, sino a normas y al modelo que cada cultura propone como ideal de feminidad. (Tubert S, 2000, pág. 5)

Existen características para cada cultura y sociedad o etnia que suponen la construcción de lo femenino, es así como se reitera nuevamente que es una construcción cultural.

#### **2.4.2 Masculinidad**

Al hablar de masculinidad entendemos también un tipo de identidad que refiere a todo aquello que se considere masculino en cuanto a la forma de pensar, hablar y hacer, la masculinidad como noción de “hombría” enmarcado como un proceso, una meta social a ser alcanzada, hace referencia a la virilidad. “Quienes utilizan, aunque muchas veces cuestionándolo, el concepto de “roles”, enfatizan en la importancia del papel de las mujeres en la negociación de lo que se considera como propio de “lo masculino” (Andrade X., 2001)

Elizabeth Beinter señala:

- a. No hay masculinidad única y hegemónica. No existen modelos masculinos universales, sino una diversidad heterogénea de identidades masculinas y maneras de ser hombre.
- b. La visión dominante de la identidad masculina no constituye una esencia, sino una ideología de poder



y aprensión a las mujeres que tiende a justificar la dominación masculina.

c. La identidad masculina se aprende y, por tanto, también se puede cambiar. (Suárez, 2001, p. 10)

Entendiendo estas afirmaciones queda claro que la masculinidad también es una construcción social y cultural, algo que se aprende por lo tanto no es estático y puede variar según el contexto en el que se desarrolle, principalmente porque son valores y conductas adquiridas.

## **2.5 Teoría Queer**

Poco se conoce acerca de esta teoría, María Luisa Quintero y Carlos Fonseca, responsables del texto “La Teoría Queer: La de-construcción de las sexualidades periférica” de la revista sociológica mexicana, nos hablan de la teoría afirmando que “es la elaboración teórica de la disidencia sexual y la de-construcción de las identidades estigmatizadas, que a través de la resignificación del insulto consigue reafirmar que la opción sexual distinta es un derecho humano” (Fonseca & Quintero, 2009, p. 43)

La Teoría Queer es una hipótesis sobre el género que dice que la orientación sexual y la identidad sexual o de género de las personas son el resultado de una construcción social y es por esto que no existen papeles sexuales biológicamente inscritos en la naturaleza humana, sino formas socialmente variables de desempeñar uno o varios papeles sexuales.

En significación con esta teoría nos dice rechaza la categorización de las personas en cuanto a su orientación sexual, o su sexualidad y sostiene que todas estas categorías ocultan grandes variaciones culturales, esta teoría rechaza el concepto de distinguir lo “heterosexual” (straight) como lo socialmente aceptado y lo anormal o raro (queer), esta teoría afirma que todas las identidades tienen anomalías.

No utilizan un solo patrón de segmentación y de algún modo podría aplicarse a las personas que alguna vez en su vida han sentido que no están dentro de encasillamientos o se han sentido fuera de lugar ante las restricciones heterosexuales y los estereotipos de género, es decir que si a una mujer le gusta mucho el fútbol y a un hombre las labores domésticas, pueden ser calificados como queers. Los teóricos queers insisten en la auto designación de la identidad (Federación LGBT Argentina, 2012)

## **2.6 Performatividad de género**

Al hablar de performatividad nos referimos a la actuación como tal, nuestro comportamiento respecto al género, conducta que responde a lo que las normas sociales aprueban y califican como normal.

Según apunta Butler, el sujeto dentro de la performatividad de género no tiene potestad de hacer el “performance” que más le satisface si no que se ve forzado a desempeñar el género en función de

una normativa genérica la cual puede aprobarlo o excluirlo, ya que si el sistema es binario, lo demás se convierte en minorías y se los cataloga como desviados, y por ende son discriminados (Alfaro, 2011)

## **2.7 Estereotipos y Roles**

Carlos Suarez en su texto Estereotipos de la mujer en la comunicación define estereotipo como “al conjunto de ideas que una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos. Los estereotipos sociales son generalizaciones sobre personas e instituciones que se derivan de su pertenencia en determinados grupos o categorías sociales. Pertenecen al imaginario colectivo y se nos presentan como la pura realidad objetiva e incuestionable ya que están vinculados a la estructura social y obviamente trascienden así a la sociedad.

Así mismo funcionan los roles en una sociedad, La identidad de género permite la internalización de roles. El sistema de roles está determinado por las reglas de la comunicación y de la estructura social. Hablamos también de roles estereotipados, así podemos hablar de características particulares que se asignan para cada género como:”

<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
Eficaces	Tiernas
Valientes	Débiles
Activos	Solicitas
Razonables	Intuitivas
Juiciosos	Temerosas
Inteligentes	Sumisas
Tenaces	Coquetas
Seguros	Afectivas

(Suárez, 2001, p. 6)

### **2.7.1 El rol del humor y el género**

El rol de género tiene impacto sobre las actitudes hacia el amor y los estilos de humor de las personas independientemente de su sexo.

En un estudio de la Revista latinoamericana de ciencia psicológica “Psiencia” revela que “no es el sexo lo que diferencia a las personas en los estilos de humor y actitudes hacia el amor, sino el rol de género. Culturalmente la mujer tiende a socializarse con mayor probabilidad como femenina y el varón como masculino, por lo tanto, es importante aclarar que al explorar diferencias entre varones y mujeres no deberían atribuirse solamente al sexo sino que debería considerarse principalmente al género” (Camacho, et al., 2012)

El sentido del humor es inseparable a las personas y a las relaciones grupales. Se dice que detrás del humor suelen esconderse muchas verdades, del mismo modo, detrás de la parodia podemos intentar

descubrir si se reproducen los estereotipos de género que tradicionalmente se han analizado en los medios de comunicación.

### **2.7.2 Relación entre género y etnia**

“Solo conociendo a profundidad los modelos genéricos que una etnia ha desarrollado (identidad étnica y relaciones intergenéricas) a través de las estructuras de trabajo, poder, derechos y obligaciones, Así como el régimen de género, etnia y generación (lo que nos permite reconocer el alcance fuerza y jerarquía que tiene el género en una cultura dada), podremos identificar los elementos que perduran y los que cambian en una sociedad.” (Alberti, 1999, pp. 108-125)

Las desigualdades intergenéricas e interétnicas provocan a sus miembros a buscar cambios en este sentido, los llevan a buscar estrategias identitarias para protegerse, así como cuestionar estas estructuras sociales que limitan su posibilidad de SER.

Si bien es cierto inicialmente la etnia es quien determina los lineamientos en nuestros modelos genéricos, en la actualidad la identidad de género es lo que modifica los lineamientos de la etnia.

### **2.7.3 Género y poder**

“Las relaciones desiguales en el ejercicio y la aplicación del poder, limitan un desarrollo equitativo. Esto se evidencia en posiciones de desventaja de las mujeres en relación a los hombres, materializadas por

la subordinación, la falta de acceso a los recursos, a la educación, así como vulnerabilidad ante la pobreza y la violencia.” (Depósito de documentos de la FAO - Food and agriculture organization of the united nations, 1996)

Durante mucho tiempo la relación con el género femenino se ha visto subyugado bajo la sombra de lo que la sociedad impone, siendo la masculinidad sinónimo de poder. Aun en las culturas occidentales se observa con claridad los atropellos que por la condición de ser mujer se sufren.

Este enfoque nos invita claramente a replantearnos estas desigualdades pues hoy la mujer tiene el “poder” para buscar equidad.

## **2.8 MEDIOS**

Los medios de comunicación son capaces de fabricar tendencias, y junto con otras variables como la educación, religión y estado crear campos de acción donde los miembros de una sociedad convergen.

Según Mauro Wolf “Los medios, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir. El presupuesto fundamental de la agenda es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por estos medios”. (Wolf, El marco de la empresas de medios, 1992, p. 216)

### **2.8.1 Representaciones y medios de comunicación**

Para poder generar un contenido que haga relación con nuestros ejes centrales es necesario analizar los géneros en los medios de comunicación y con esto explicar que:

“Los medios de comunicación son simultáneamente reproductores y creadores de los modelos femeninos y masculinos, es decir de lo que social y culturalmente es considerado adecuado del ser mujer y del ser hombre”. (Alexanian, 2009)

Cada uno de nosotros construimos nuestra propia identidad de género así interiorizamos nuestras necesidades parara satisfacer las expectativas de esa identidad. Las representaciones estereotipadas nos afectan en el momento que limitan y encasillan las pautas de feminidad y masculinidad.

Para efectos de nuestra investigación uno de los medios de comunicación masivos que utilizamos es la televisión, pieza fundamental en la comunicación de masas.

De este modo evaluamos que “más que una televisión que se autocalifica por los temas, argumentos y contenidos de los que habla, está prevaleciendo una televisión que se define como un ensamblaje de géneros, que, en base a los tipos de programas, vence, resiste o cede a la competencia.” (Wolf, Géneros y Televisión, 1984, p. 196)

### **2.8.2 Visibilidad e invisibilidad en los medios**

Dentro de los medios podemos analizar situaciones de mayor visibilidad e invisibilidad, que es lo que enfatiza en mostrar y construir la televisión y bajo que orden pretende mostrar en menor escala algún elemento. según el sociólogo Armando Mattelart “En el nivel social y cultural la comunicación se hace cargo del consenso (el orden moral), cuya función consiste en regular la competición y permitir así a los individuos compartir experiencias en marcos de alta competencia, invisibilizando a quienes desde discursos y narrativas cuestionen este nivel de “necesario enfrentamiento” de los individuos”. (Mattelart, 1997, p. 25)

### **2.8.3 Género televisivo**

Es muy común escuchar que la Televisión es un medio de comunicación que pretende informar, formar y entretener y esto no dista de la realidad pero con mayor énfasis en la parte de entretener, es claro ver que la programación con contenido educativo se ve relegado a horarios con bajo consumo.

Existen varios formatos de programas con cierta tendencia, siendo el formato magazine uno de los más representativos. “Actúa a modo de estructura contenedora y puede albergar todo tipo de contenidos: entrevistas, tertulias, secciones de información, reportajes, humor, etc.” (Centro regional de innovación y formación "las Acacias", 2008, p. 8)



Para el análisis de contenido del canal RTS los programas cumplen estos formatos:

### **Informativos**

- **Noticieros:** programa informativo por excelencia, ocupa la franja más importante y aunque son caros de producir, llevan el peso de la credibilidad e imagen de un canal.

### **Entretenimiento**

- **Magazines:** engloba géneros diversos y sirve como formato contenedor
- **Concursos:** de azar, de méritos, etc.
- **Reality-shows:** género muy popular en los últimos años. Hay distintas variedades y suele incluir algún tipo de concurso: de famosos, de convivencia, de méritos, etc.

### 3 Diseño metodológico

#### 3.1 Objetivos generales de investigación

Explorar las principales representaciones de género y sus características demográficas, que se traducen 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). en el canal RTS

#### 3.2 Objetivos específicos

Objetivos de investigación	Categorías y Subcategorías
<ul style="list-style-type: none"><li>○ ¿Cuáles son las representaciones de género que encontramos representadas en los programas de producción nacional?</li></ul>	Principales representaciones de Género
<ul style="list-style-type: none"><li>○ ¿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?</li><li>○ ¿Cuáles son las minorías étnicas que están menos representadas o son invisibilizadas dentro de los programas de producción nacional de RTS?</li><li>○ ¿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 de RTS?</li><li>○ ¿Cuáles son las minorías étnicas que están más representadas dentro de los programas de producción nacional?</li><li>○ ¿Cuál es el nivel socio económico más visibilizado a partir de los</li></ul>	Representaciones según demografía

<p>personajes o personas principales que participan en los programas de producción nacional</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cuáles son las minorías de género que están menos representadas o son invisibilizadas dentro de los programas de producción nacional del RTS?</li> <li>○ ¿Qué género es el menos representado o invisibilizado dentro de los programas de producción nacional de RTS?</li> <li>○ ¿Cuáles son las minorías de género que están más representadas dentro de los programas de producción nacional?</li> <li>○ ¿Cuál es la raza que predomina en las representaciones de género dentro de los programas de producción nacional?</li> <li>○ ¿Cuál es el rango de edad que predomina en las representaciones de género dentro de los programas de producción nacional?</li> <li>○ ¿Qué género predomina dentro de los personajes o personas principales que participan en los programas de producción nacional?</li> </ul>	<p>Representaciones de género en cifras</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a cada género?</li> <li>○ ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a raza?</li> <li>○ ¿Cuánto tiempo de participación en el programa se le otorga a edad?</li> </ul>	<p>Tiempos de participación</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cómo se expone el cuerpo de los personajes principales que se presentan dentro de los programas de producción nacional según su característica de género?</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Niveles de exposición</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cuáles son los planos más utilizados para mostrar a las personas/personajes principales que participan en los programas de producción nacional según su género?</li> <li>○ ¿Cuáles son los ángulos de cámara más utilizados para mostrar a las personas/personajes principales que participan en los programas de producción nacional según su género?</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Ángulos y planos más representativos según el género</p>

### 3.3 Operativización de las variables

Los objetivos previamente planteados deberán ser comprendidos bajo los siguientes conceptos:

**Sexo:** “Características físicas, biológicas, anatómicas y fisiológicas de los seres humanos, que los definen como macho y hembra”

**Género:** “Conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas, económicas asignadas a las personas en forma diferenciada”

**Tiempo al aire:** “Es el tiempo de exposición de una persona frente a las cámaras de televisión”.

**Etnia:** “Comunidad humana definida por afinidades raciales, lingüísticas, culturales”

(Real Academia Española, 2012)

### **3.4 Enfoque metodológico**

Según Hernández, Fernández y Batista las investigaciones con enfoque cuantitativo “nos ofrecen la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de éstos.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, p. 19)

También es idóneo ese tipo de enfoque para nuestro estudio pues “Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, p. 5)

En función de estas características esta investigación tiene un enfoque cuantitativo pues, tenemos variables exactas, obtenemos datos estadísticos y lo que buscamos descubrir es principalmente como están siendo mostradas las diferentes representaciones y que características tienen sus principales elementos.

### **3.5 Tipo de estudio**

Al vincularse en este estudio, variables como sexo, género, etnia, se busca enfatizar como se están constituyendo las representaciones de los distintos géneros en los diversos programas de televisión de este modo la investigación es de tipo:

**Descriptiva.**- porque debemos recurrir la descripción de las características de los distintos elementos dentro de nuestras unidades de análisis y Según Danhke (1989) “este tipo de estudios pueden ayudarnos a definir características y perfiles de personas, empresas, etc., que se consideren en un estudio. Los estudios descriptivos miden, evalúan, o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno estudiado” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, p. 117)

### **3.6 UNIDADES DE ANALISIS PARA LA MUESTRA CUANTITATIVA:**

Conteo de impresiones de la programación durante 1 mes (13 de Agosto al 13 de Septiembre 2012) de los siguientes programas

#### **RTS**

##### **La noticia Estelar (noticiero)**

Programa de noticias transmitido a las 22h00 presentan todo lo que sucede en el ámbito político, económico y cultural del Ecuador y el mundo.

### **Combate (no ficción)**

Programa concurso – reality en el que dos equipos se enfrentan en concursos que prueban sus capacidades físicas e intelectuales, también exponen todo lo que sucede entre los concursantes tras cámaras.

### **Vamos con todo (magazine)**

Vamos con Todo es un espacio donde se muestran las intimidades y polémicas de los personajes de pantalla. Sus conductores amplían la información investigada por los reporteros poniéndole el toque serio, pícaro y jocoso, cuando amerita.

### **Club de la mañana (magazine)**

El Club de la mañana es una revista matinal en el que se exponen noticias de farándula y demás temas de sexualidad, turismo, belleza, moda, cocina, creencias populares, etc. Se transmite de lunes a viernes de 9h40 a 11h00

### **Enlace Ciudadano (Cadena sabatina del presidente Rafael Correa)**

El enlace ciudadano es un programa que se transmite en todos los canales de televisión nacional, tiene una duración de 3 horas en el que

el Presidente de la república, Rafael Correa, expone sus actividades cotidianas y temas de interés nacional.

### **3.7 MUESTRA Y CRITERIOS DE SELECCIÓN**

Para la delimitación de la muestra se realizó una exploración de toda la programación del canal RTS. Se analizó la parrilla de programación en primera instancia de una semana. Esto ayudó a descartar la posibilidad de tomar como criterio de selección los programas de prime time, pues la mayoría de esos programas resultaron ser de producción extranjera.

Por otro lado no se consideró el rating como criterio principal para la selección, puesto que no es una investigación de consumo de medios. El criterio principal se centró en lo que se refiere a la producción nacional, y así poder determinar, no solo cuáles son las principales representaciones de género traducidas por los medios, sino además cuáles son las que los ecuatorianos particularmente producimos desde nuestro propio contexto.

Es así como luego de la primera exploración se determinó que lo más adecuado para esta investigación era tomar como criterio de selección los programas el género televisivo. A partir de la división de programas de ficción y no ficción encontramos que dentro de cada una, los subgéneros más repetidos en la programación de producción nacional son:



**Ficción:** serie y mini-serie

**No ficción:** tenemos dentro de los informativos a los noticieros. Y dentro de los programas de no ficción de entretenimiento a magazines, reality shows, y programas concurso

**Es así como se determinó que los criterios de selección serían:**

- 1 noticiero de la noche de lunes a sábado incluyendo segmentos de deportes y farándula
- 1 magazine
- 1 ficción
- 1 no ficción que corresponda a los subgéneros de reality, concurso, informativo por fuera del noticiero
- La cadena sabatina del Presidente Rafael Correa que se transmite en todos los canales

### **3.8 Técnicas de investigación**

#### **Análisis de Contenido**

Utilizaremos esta técnica de investigación para este estudio ya que es la más idónea pues reúne las características con el que un reporte como este debe contar. Definiremos análisis de contenido como “el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos

(mensajes, textos o discursos) que provienen de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida” (Piñuel, 2002, p. 2) de este modo analizando se puede desvelar otro texto en forma de una nueva “interpretación” tomando en cuenta los datos del análisis, permitirán un nuevo conocimiento.

### **3.9 Herramientas Utilizadas**

Para realizar el conteo de todas las variables dentro de este estudio diseñamos una ficha con su respectivo instructivo, también utilizamos una silueta en la que debíamos bosquejar el nivel que cubría la ropa para determinar la exposición del cuerpo, encontramos algunas problemáticas para la elección de determinadas variables puesto que no basamos en representaciones, única y exclusivamente lo que se mostraba en pantalla.

Para tener las mismas definiciones acordamos los siguientes

lineamientos:

- En la parte que se contabilizan los invitados masculinos y femeninos habrá que considerar a los entrevistados como invitados y contabilizarlos.
- Contabilizar los planos y ángulos, y no solo marcarlos
- Estudio y set son lo mismo, y se agrega a la lista de espacios en donde se encuentran los lugares donde aparece el personaje.

Escenario se entenderá como: “es el espacio destinado para la representación de acotaciones de obras artes escénicas (música, danza, canción, etc) o utilizado para otros eventos (conferencias, mitines). Es el espacio escénico para los actores o intérpretes y el punto focal para el público. El escenario puede consistir en una plataforma (a menudo elevada) o en varias. En algunos casos, pueden ser temporales o ajustables, pero en los teatros y en otros edificios de este tipo, el escenario suele ser un elemento estable y permanente.” Se podrá marcar varias opciones al mismo tiempo, es decir set y escenario (set el estudio y el escenario donde bailan los grupos de baile) o set y cocina (set el estudio y la cocina el espacio dentro del set en donde se lleva a cabo el segmento de cocina)

- Se considerará como raza blanca a: personas de raza blanca pura  
ej: personas europeas y mestizo a: cualquier persona latina, sin importar que sean rubios ojos azules.
- Llenar los comentarios, especialmente para justificar el asunto de nivel socio económico y etnicidad y en general para acotar cualquier diferencia.
- Cómo registrar los minutos que aparece cada presentador? se colocará el minuto y segundo, no el microsegundo en el siguiente formato 02:50 (dos minutos y cincuenta segundos). Si alguien aparece por más de 60 minutos, se seguirá contabilizando en minutos, es decir no se colocará 01:50:60 (una hora, cincuenta minutos y sesenta segundos) sino 120:60 (ciento veinte minutos y 60 segundos)

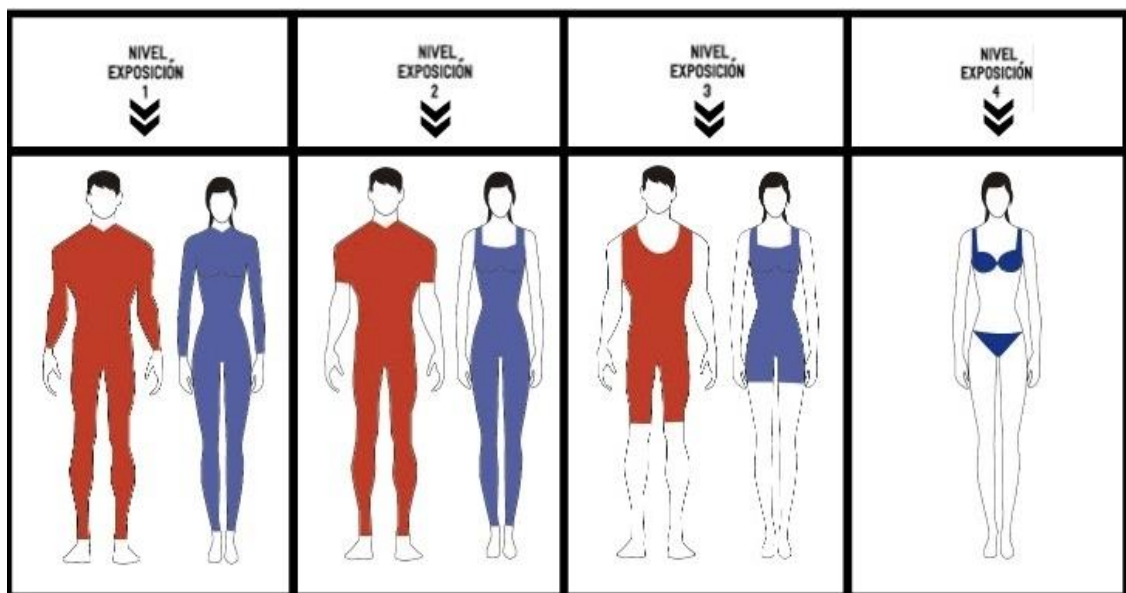
- Diferencia entre voluptuoso y atlético. Mujeres voluptuosas y hombres atléticos.
- Dentro de las fichas del programa donde se contabilizan invitados/entrevistados debería además colocarse reporteros, concursantes.
- Cuando es voz en off dentro de las fichas solo se marcará si es Hombre Cissexual o Mujer Cissexual, y preferencia sexual Heterosexual ya que los demás detalles de su aspecto físico no los podemos determinar sin poder ver a la persona. Por lo tanto no se marcará raza, nivel socio económico, edad, etc.
- Las alteraciones en los presentadores deberán ser colocados dentro de las observaciones como una alteración
- Los accesorios deberán llenarse según la siguiente clasificación:  
MASCULINO: (corbata, corbata, gemelos, maletín)  
FEMENINO: (aretes, collares, pulseras, cartera, accesorios en el pelo, broches)  
NEUTRO: (gafas, rosario, piercings en cualquier lugar que no sea la oreja, gorra, reloj, mochila, lentes, monóculo)  
QUEER: (mezcla de masculino, femenino y neutro) ejemplo: un hombre que se presenta con corbata, aretes, anillos y lentes.
- Para las siluetas se colocarán números que corresponden a los siguientes niveles y descripciones:  
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, estar en toalla, bikini, etc

5: el personaje se presenta desnudo



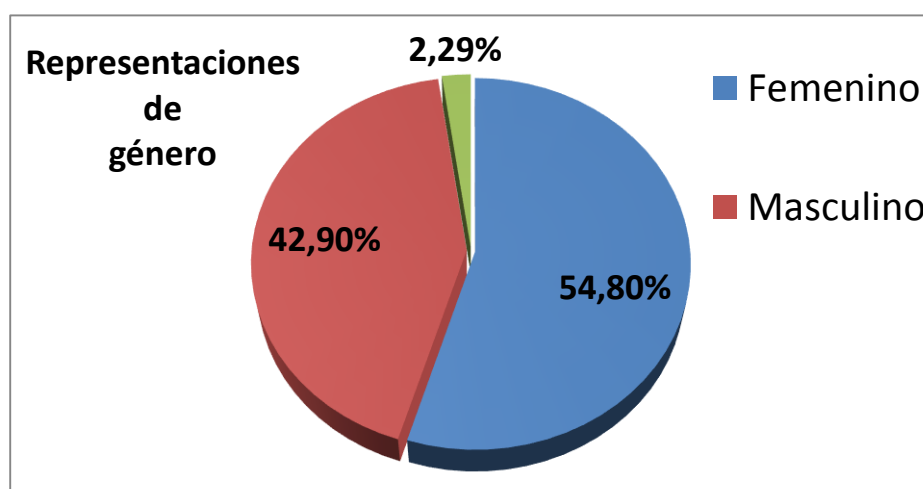
### 3.10. Etapas y técnicas de investigación

<b>Etapas</b>	<b>Unidad de Análisis</b>	<b>Técnica</b>	<b>Herramienta</b>
Etapa 1 Investigación de campo cuantitativo	Programas escogidos del canal RTS	Análisis de contenido	Fichas y siluetas
Etapa 2 Recopilación de datos	-	-	Tabla de datos de Excel
Etapa 3 Sistematización de resultados cuantitativos	-	-	Matrices con variables
Etapa 4 Análisis de resultados	-	-	Cuadros estadísticos

## Resultados

### 4.1 Principales representaciones de Género

Basándonos en la performatividad de género las representaciones de género que encontramos reflejadas en los programas analizados son el género femenino, masculino y transgénero de la siguiente manera:



Como podemos visualizar, las representaciones en las producciones nacionales del canal RTS se manejan dentro de una heteronormatividad hegemónica, con un 54,80% vemos representado al género femenino casi a la par con las representaciones masculinas que tienen un 42,90% de presencia, a diferencia de las representaciones de transgénero que se ven completamente invisibilizadas con tan solo un 2,29% de participación.

## 4.2 Representaciones según demografía

### Caracterización socio-demográfica de las representaciones

Caracterización socio-demográfica	Representaciones en programas	Censo Ecuatoriano 2010	
		En miles	Porcentajes de grupo
<b>Sexo</b>			
Hombre	45% (HC)	7'177.683	49,56 %
Mujer	55% (MC)	7'305.816	50,44 %
<b>Edad</b>			
Adultos jóvenes (20 a 29 años)	67%	2,492,690	29%
Adultos (30 a 64 años)	32%	5,101,942	60%
Adultos mayores (65 a más años)	1%	940,905	11%
<b>NSE</b>			
Alto	0,65%	*	1,9 %
Medio alto	20,92 %		11,2 %
Medio	76,69 %		22,8 %
Medio bajo	1,74 %		49,3%
<b>Etnia</b>			
Blanco	0%	882,383	6.09 %
Mestizo	97,06 %	10,417,299	71.93 %
Indígena	0,22 %	1,018,176	7.03 %
Afrodescendiente	2,61%	1,041,559	7.19 %
OTROS	0,11 %	53,354	0.37 %

\*En el censo nacional el NSE es segmentado por hogar, la muestra fue 9.744 viviendas

En esta tabla mostramos una división socio demográfica de las 918 impresiones analizadas considerando también datos del último censo poblacional, año 2010, para mostrar y comparar lo que exponen las producciones nacionales del canal RTS.

Encontramos una división de sexo que muestra una participación equitativa tanto de mujeres con un 55% y hombres con un 45%. En cuanto al nivel socio-economico hay una clara invisibilización del nivel medio bajo pues una gran parte de la población es perteneciente a este nivel con un 49,3% sin embargo se ve representado solo en un 1,74 %. Demográficamente el segundo NSE más destacado pertenece al nivel medio con un 22,8% el cual cuenta con la mayor participación en los programas analizados siendo un 76,69% las representaciones pertenecientes a este NSE.

La etnia que predomina en las representaciones en los programas de producción nacional de este canal es la mestiza con un 97,06% y en comparación con los datos del censo es una cifra acorde a lo que refleja la realidad y su representatividad.

Por último podemos observar que según el censo poblacional en el Ecuador existe un 7,03% de población indígena y 7,19% de población afro-descendiente, con esto concluimos que una de las etnias que tienen una minoría poblacional es la indígena y con el 0,22% de las representaciones nos da una clara invisibilización. En cuanto a los afro-



descendientes también es una etnia que no posee mucha población sin embargo cuenta con un poco más de participación al verse representada en 2,61% dentro los programas analizados en la señal de RTS

### 4.3 Representaciones de género en cifras

#### Diferencias de género en la caracterización socio-demográfica de las representaciones

Características Socio-Demográficas	Género de las representaciones		
	Masculino	Femenino	Transgénero
<b>Edad</b>			
Adultos jóvenes (20 a 29 años)	56%	77%	
Adultos (30 a 64 años)	43%	21%	100%
Adultos mayores (65 a más años)	1%	2%	
<b>NSE</b>			
Alto	1%	0,2%	
Medio alto	9%	31%	5%
Medio	89%	67%	95%
Medio bajo	1%	1,8%	
<b>Etnia</b>			
Mestizo	93,9%	99,4%	100%
Indígena	0,5%	0%	
Afro-descendiente	5,6%	0,4%	
OTROS	0%	0,2%	

En esta tabla analizamos según la división de género de que manera están representados demográficamente. Según la edad, los adultos jóvenes cuentan con mayor participación en el género masculino con un 56% y el femenino con 77% sin embargo el total de las representaciones de las personas transgénero se encuentran en el rango de adultos de 30 a 64 años.

Las representaciones de género más destacadas según el nivel socio-económico corresponden al nivel medio contando con el 89% de las representaciones masculinas, el 67% de las femeninas y un 95% en las representaciones transgénero.

En cuanto a la raza observamos que el 93% de las representaciones masculinas, el 99,4% de las femeninas y el 100% de las personas transgénero son de raza mestiza, marcando una participación casi absoluta de esta raza dentro de los programas analizados.

#### **4.4 Niveles de exposición**

Recordemos los distintos niveles de exposición que determinamos en este estudio para efectos de tener una mejor lectura de estos gráficos:

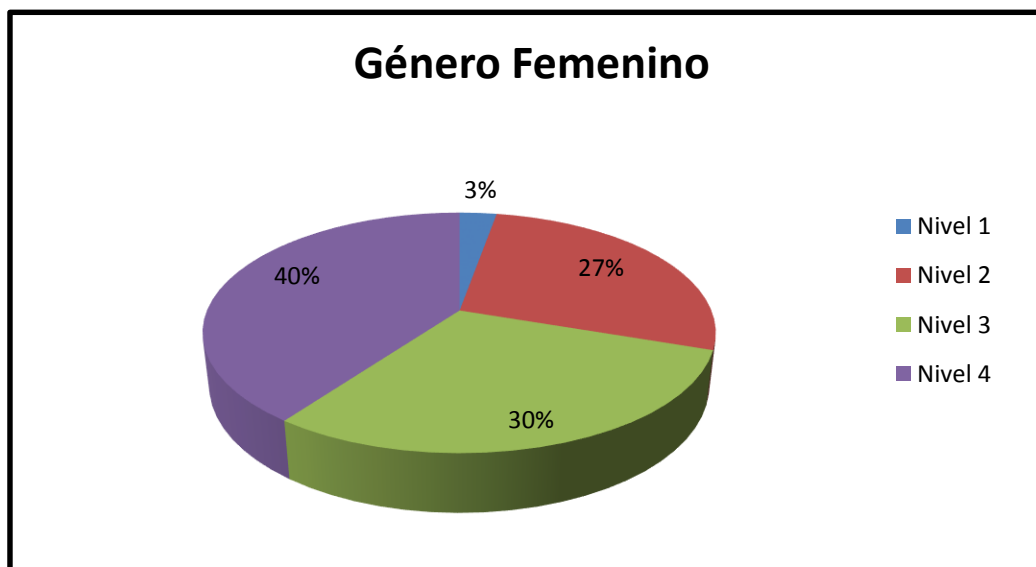
Nivel 1: El personaje presenta un nivel mínimo de exposición del cuerpo, camisa manga larga, saco, pantalón, ropa NO pegada al cuerpo y sin escotes.

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

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

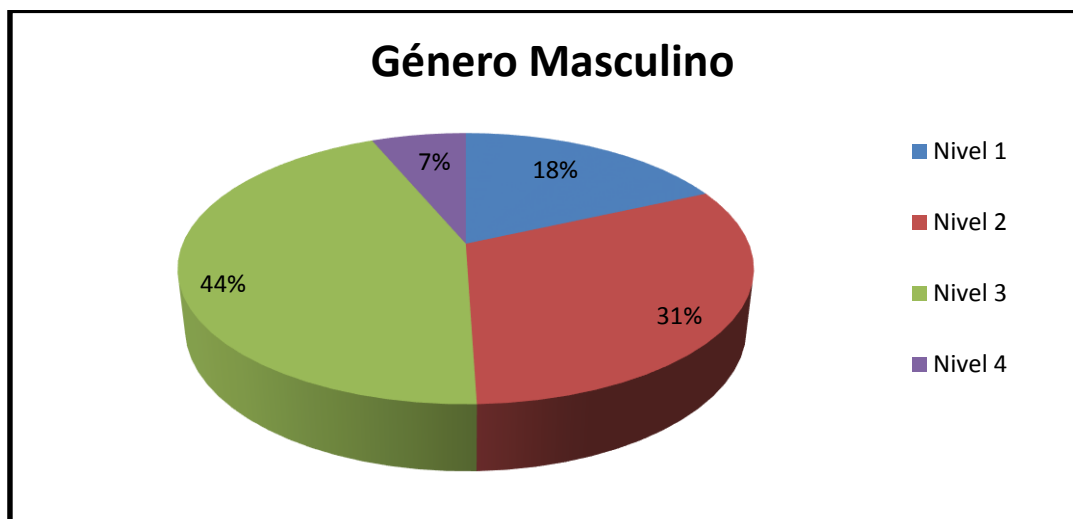
Nivel 4: El personaje se presenta en ropa interior, short cachetero, estar en toalla, bikini, etc

Nivel 5: El personaje se presenta desnudo

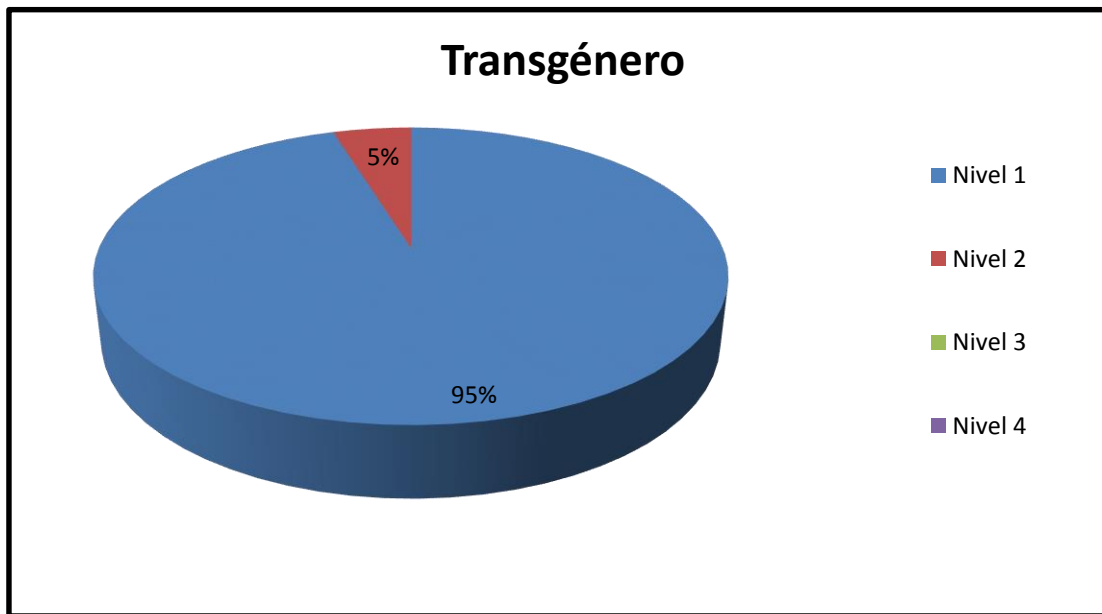


El 40% de las representaciones del género femenino están expuestas en el nivel 4, lo que quiere decir que hay un gran porcentaje que nos indica que este género está siendo altamente expuesto con poca ropa, situación que es claramente visible no sólo en las producciones nacionales, este género es muchas veces utilizado como objeto sexual

exponiendo grandes porcentajes del cuerpo y captando así la atención del televidente



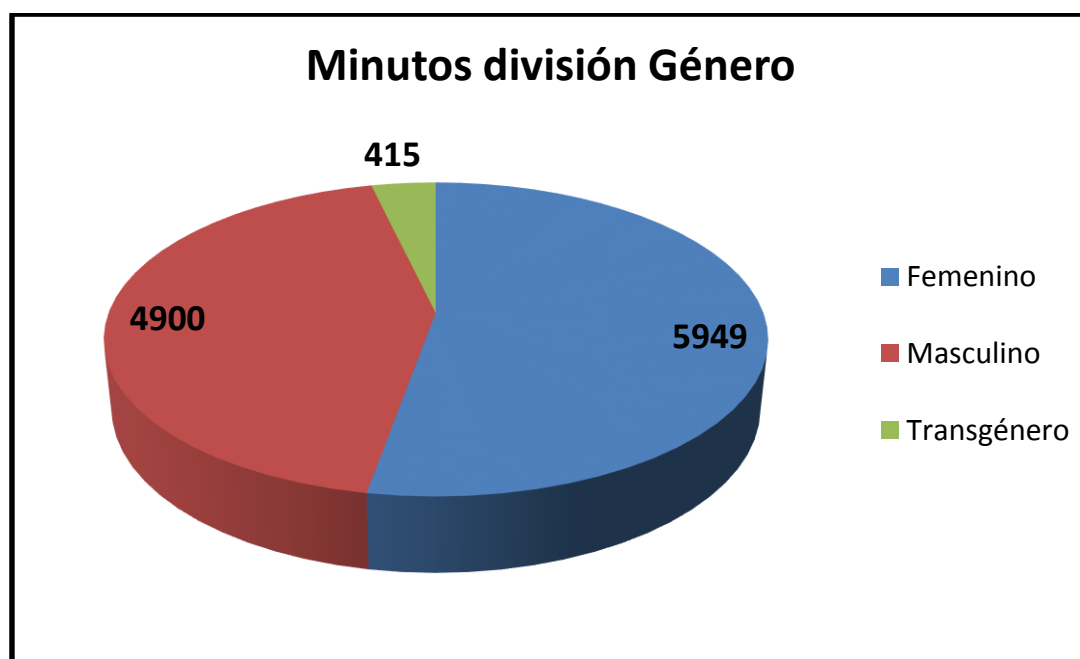
En el género masculino un 44% se encuentra en el nivel de exposición 3, quizás es menor exposición en comparación con el género femenino sin embargo en este nivel aun se sigue mostrando gran parte del cuerpo o ropa ceñida lo que permite apreciar distintas partes prominentes en la contextura de los cuerpos atléticos y voluptuosos. Podemos destacar que este canal en sus producciones también es parte de esa tendencia sexista al mostrar los cuerpos con poca ropa.



En las representaciones de personas transgénero tenemos un 95% perteneciente al nivel 1 y el 5% restante al nivel 2, lo que nos dice que hay poca o nula exposición del cuerpo en estas representaciones. Analizamos producciones concebidas dentro del marco de la heteronormatividad pues el gran porcentaje de personas analizadas representan al género femenino y masculino como ya analizamos con niveles de exposición bastante descubierto, sin embargo a este grupo de personas Transgenero las exponen muy recatadas, se pretende continuar con la elaboración de encasillamientos respondiendo a lo que socialmente si es aceptado y tratando de no generar controversia tratando de no exponer lo que aun genera tabúes.

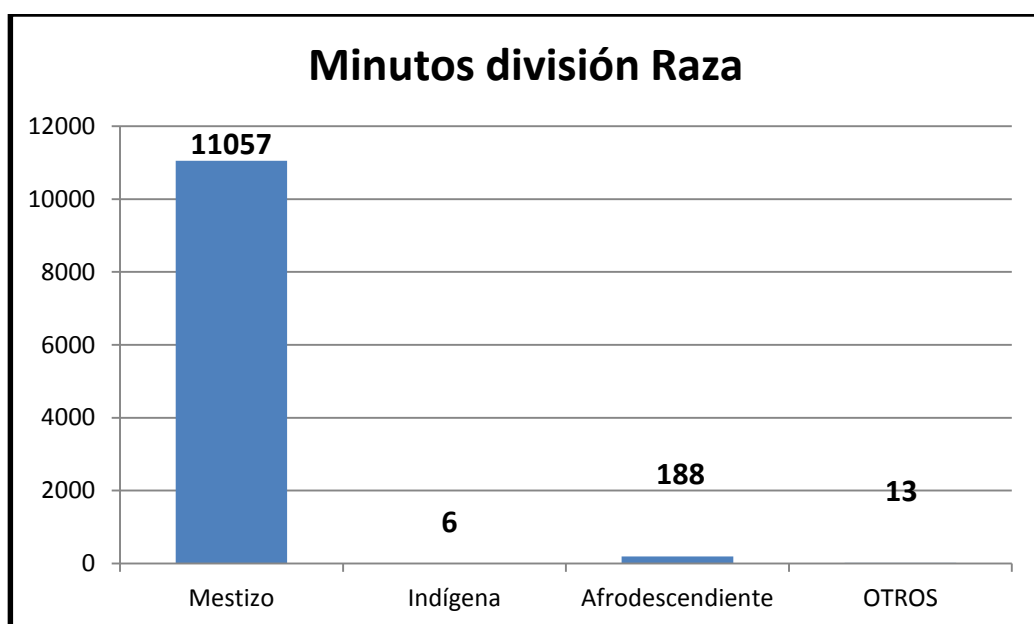
#### 4.5 Tiempos de participación

Dentro del tiempo de participación con el que cuenta cada género observamos que el femenino cuenta con la mayor cantidad de minutos, podemos asociar este tiempo con el nivel de exposición, y lo que quieren representar las distintas producciones nacionales del género femenino en el Ecuador.

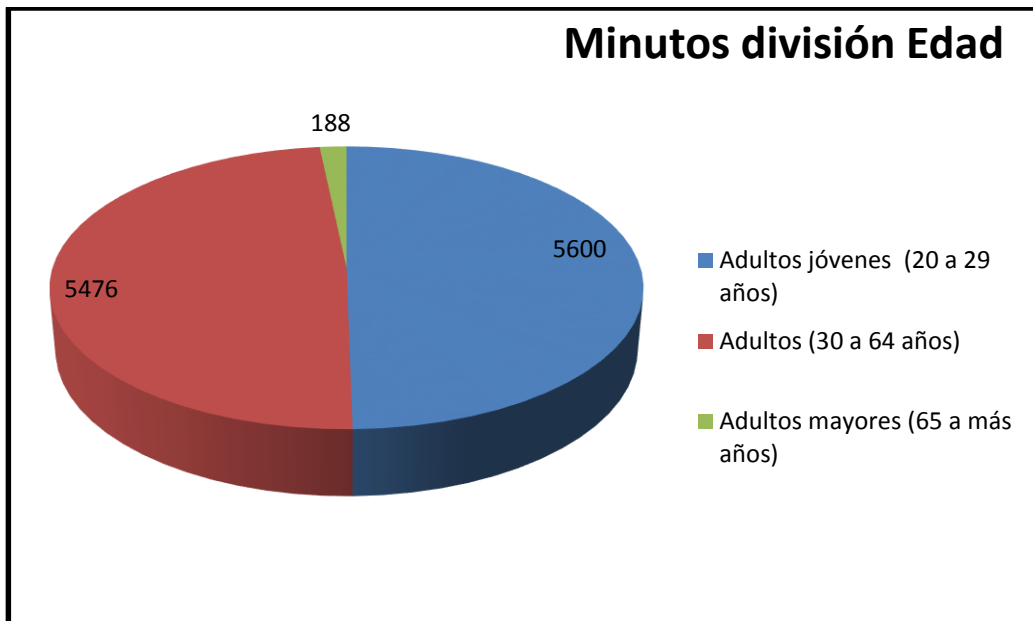


En los cuadros y tablas anteriores también podemos darnos cuenta que este género cuenta con cifras significativas en la participación y ahora lo corroboramos con el tiempo en que participan.

De un total de 11264 minutos recopilados de las distintas producciones analizadas La raza que mayor participación tiene es la mestiza contando con 11057 minutos, como ya vimos anteriormente el 97,06% de representaciones son mestizos, consecuentemente tienen una gran participación.



Logra darnos un índice de representación acorde con la realidad nacional pues la raza predominante también es la mestiza.

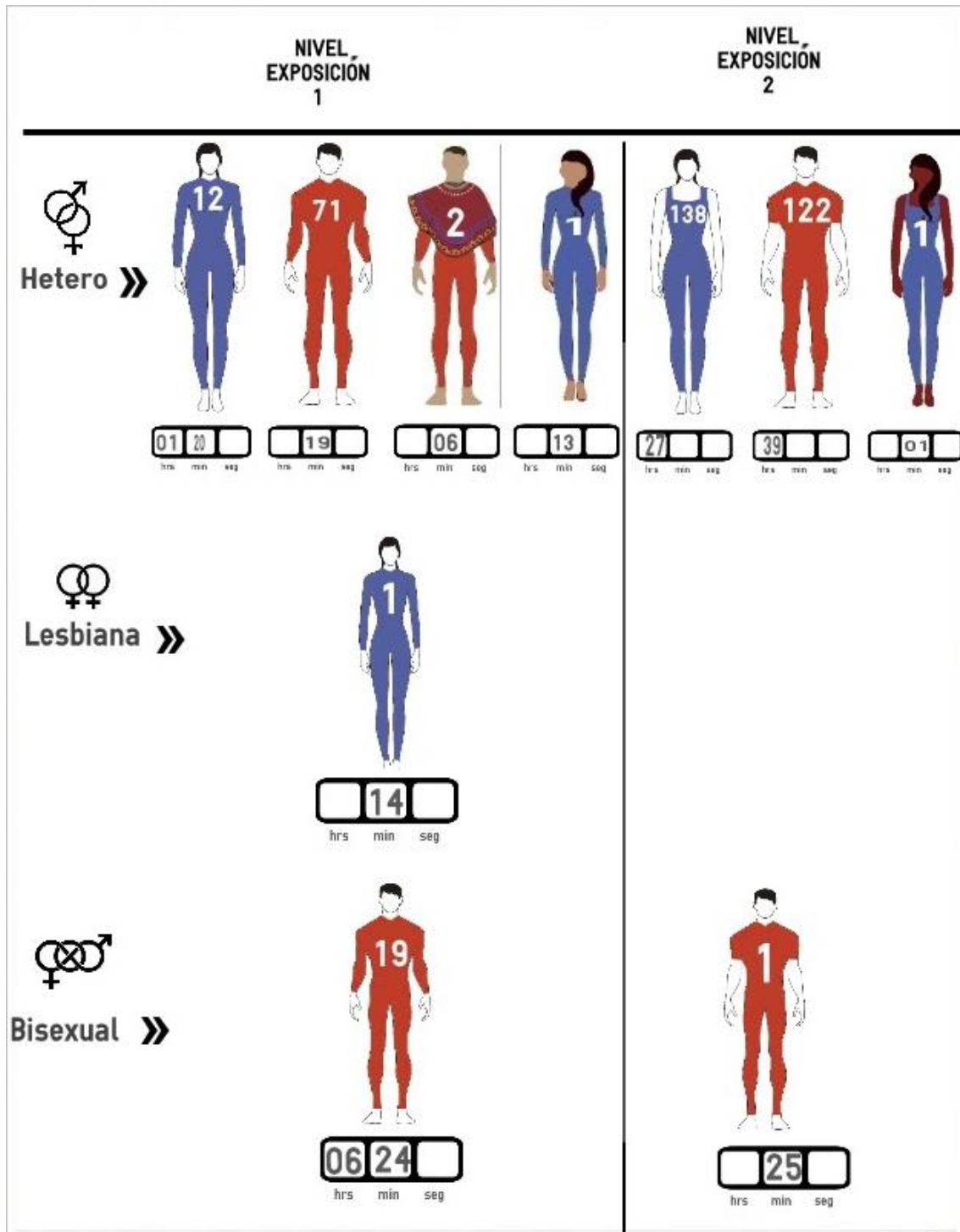


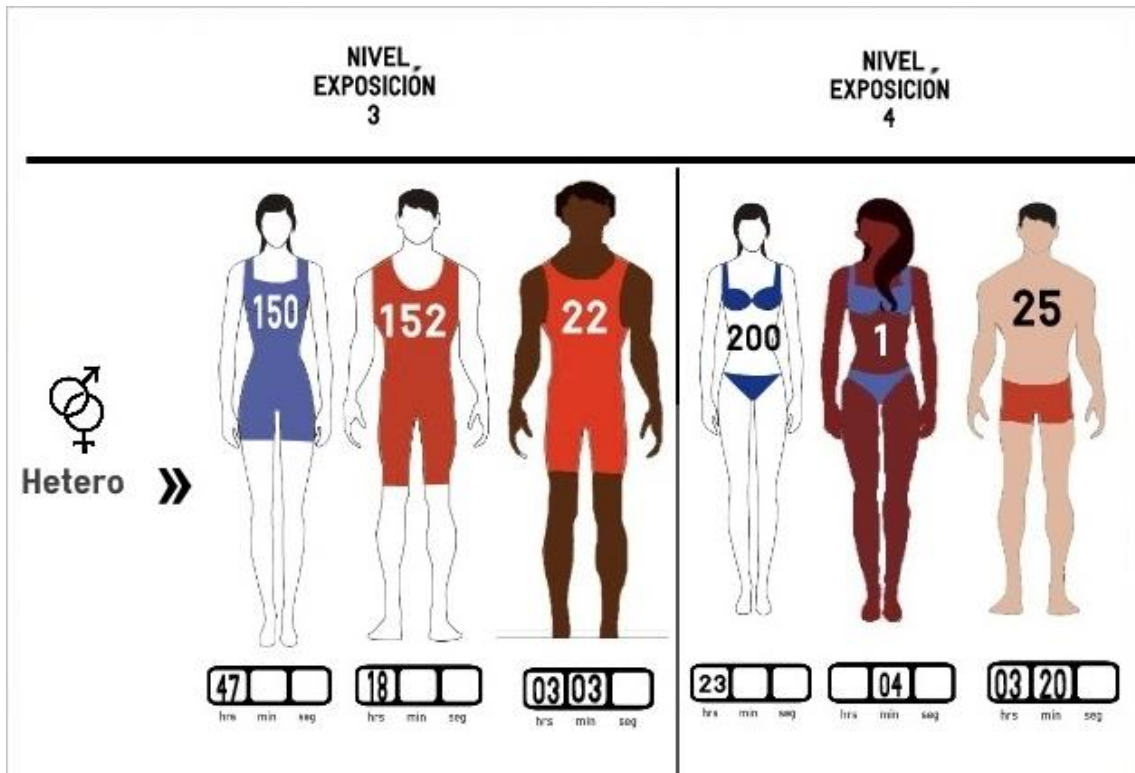
La mayor participación en minutos se encuentra compartida entre los adultos jóvenes y los adultos de 30 a 64 años, dejando una mínima participación para los adultos mayores (65 años en adelante).

Según el censo nacional el 69% de los ecuatorianos con adultos entre 30 y 64 años, acorde a esto deberían contar con una mayor participación para encontrar relación con los datos, sin embargo es una cifra compartida. Las razones por las que las producciones nacionales les dan una gran cantidad de participación a adultos jóvenes también puede deberse al contenido que hay en ellas y que requiere de este tipo de perfiles para su planificado desarrollo.



#### 4.5.1 Niveles de exposición y tiempo de participación según la etnia y género

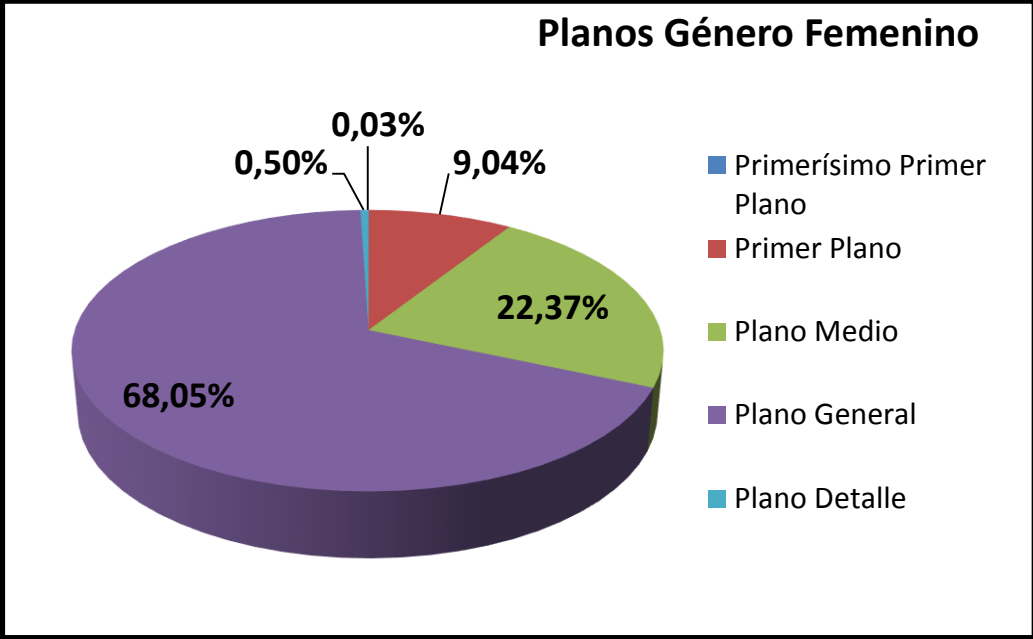




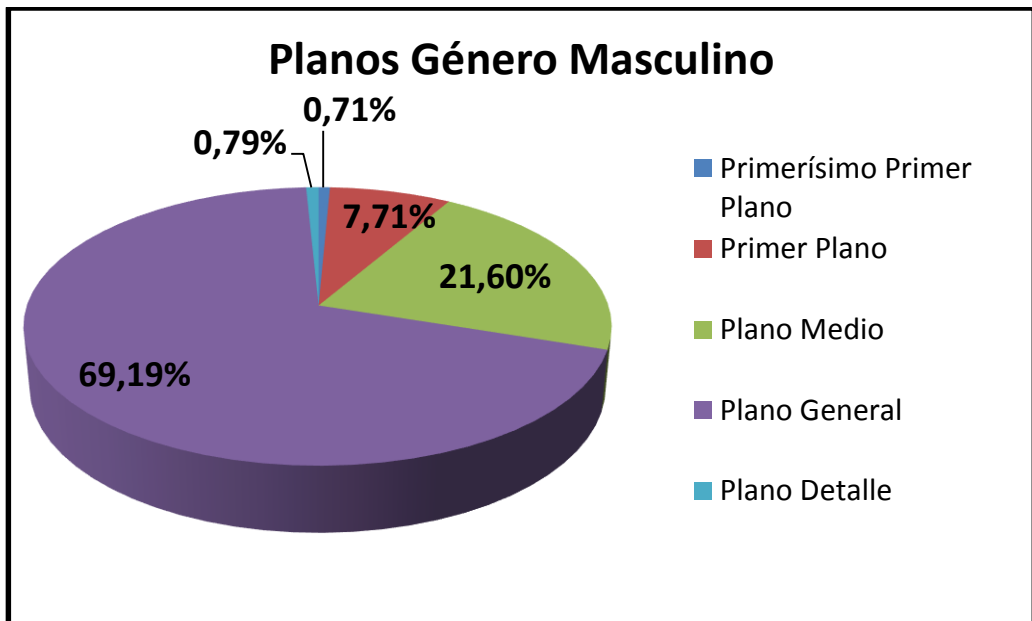
#### 4.6 Planos y Ángulos más representativos según el género

##### 4.6.1 Planos

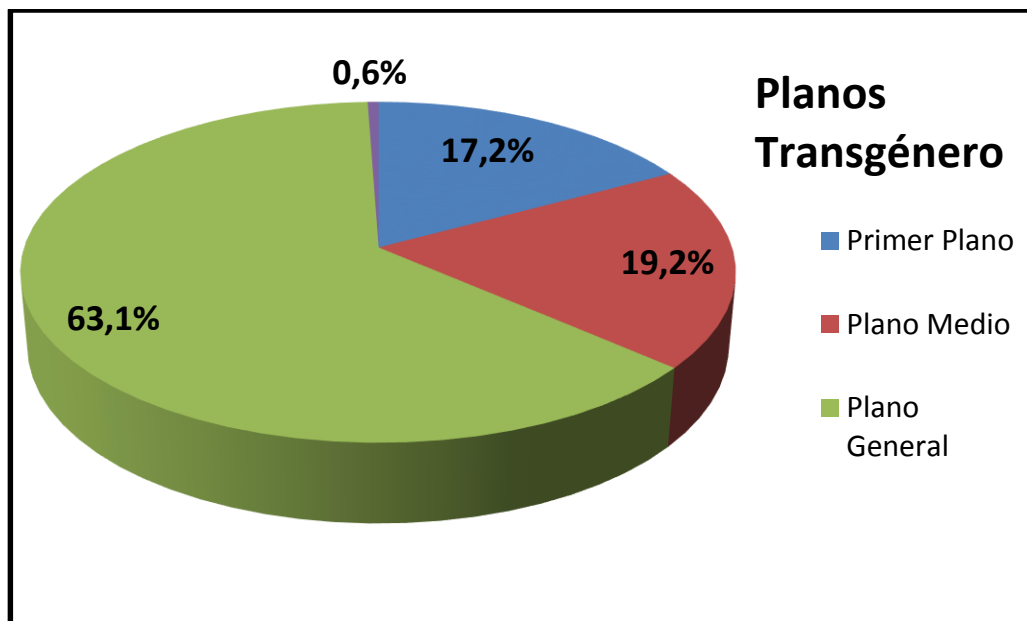
El 68% de los planos que muestran a las representaciones femeninas son generales, compartidas con un 22,37% de planos medios y un 9,04% de primeros planos. Es posible analizar que bajo este manejo de planos para este tipo de producciones la mayor relevancia está en mostrar el cuerpo entero.



Y si comparamos con los porcentajes de los planos para las representaciones de género masculino observamos que también cuentan con un gran porcentaje de exposición en planos generales con el 69,19% pero tienen menos planos medios 21,60% y primeros planos 7,71% hay menos exposición detallada. Con esto podemos deducir que si hay una mayor exposición detalla en el género femenino, se fomenta y se aprecia más la belleza y características femeninas.

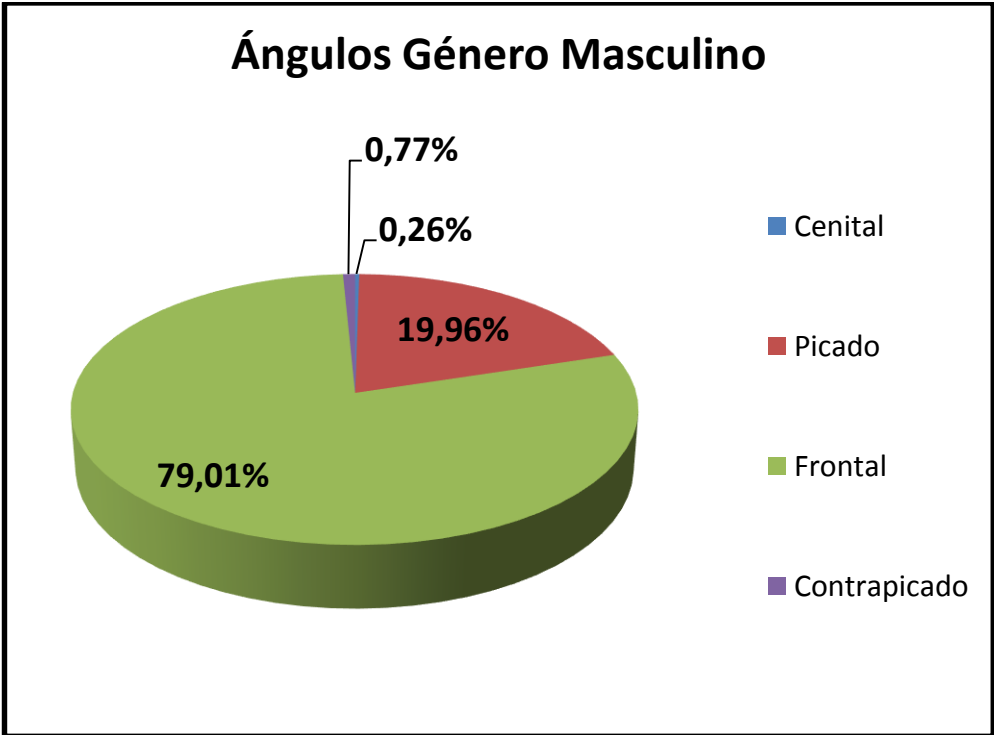
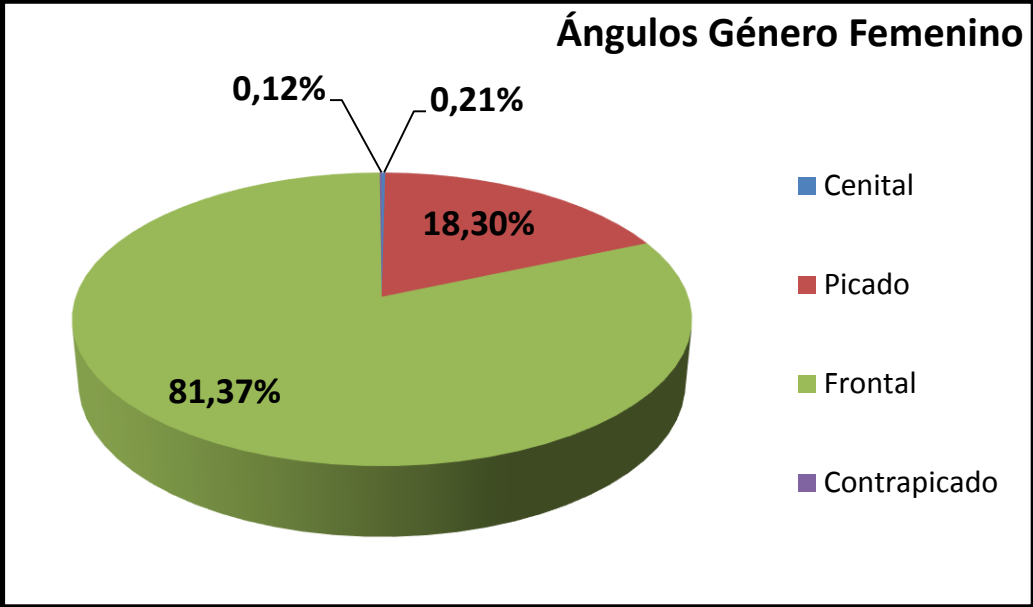


Finalmente en la exposición según los planos las representaciones de personas transgénero tienen un 63,1% de planos generales y de manera casi equitativa comparten un 19,2 % en planos medios y un 17,2% en primeros planos, es decir que tal vez no hay una diferenciación en cómo se muestra a los personajes y personalidades en televisión para este género y esto es relevante porque nos dice que la lectura que tienen estas producciones es de no exponer de manera detallada lo que ellos representan.

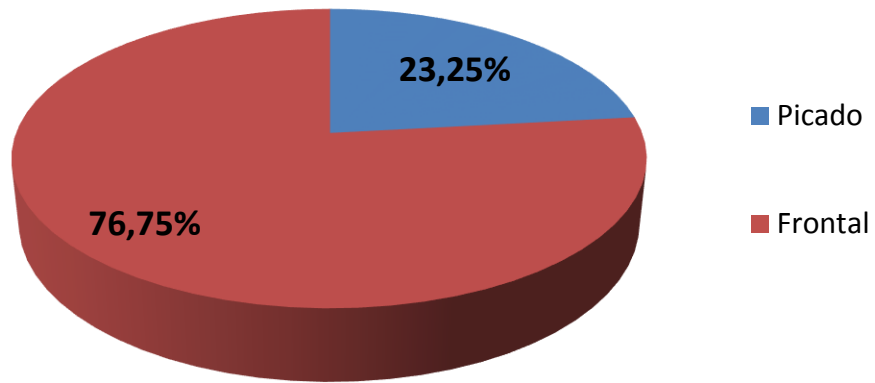


#### 4.6.2 Ángulos

El ángulo más utilizado para mostrar a las diferentes representaciones de género es el frontal y el picado, la dirección de cámaras de este canal se caracteriza mucho por utilizar este tipo de ángulos pues están presentes en todas las producciones nacionales analizadas, así también encontramos que el menos utilizado es el cenital con porcentajes inferiores al 1% tanto en el género femenino como masculino y nulo en el transgénero.



## Ángulos Transgénero



#### 4. Discusión

Se concibe a la televisión como un medio de comunicación masiva por excelencia y podemos determinar que de alguna forma continúa siendo altamente influyente, existen personas en el mundo que conciben la idea de todo lo que ocurre alrededor según lo que puedan ver a través de sus televisores, las historias que conocen a través de este medio suponen muchas veces, y para muchas personas, la concepción de valores y conductas, de ahí la importancia de considerar el contenido y representaciones que se transmiten en los distintos programas de Televisión.

Dentro de este estudio podemos observar claramente la invisibilización de ciertas etnias tales como la indígena y la mulata y las representaciones de niveles socioeconómicos como el bajo, la presencia del género femenino es obligado a cumplir con roles estereotipados o a la mujer como objeto sexual, así como también observamos el dominio por parte de los adultos jóvenes mientras que los niños ni si quiera cuentan con un espacio, a pesar que dentro del censo tienen un número de población considerable. Esto nos lleva a un cuestionamiento ¿están siendo bien representados los distintos sectores de la sociedad? estas producciones nacionales consideran la realidad de un Ecuador pluricultural y multiétnico a la hora de concebir sus espacios?

Los programas de producción nacional analizados presentan propuestas de entretenimiento enfocados en la farándula mostrándose poco útiles para la sociedad y para esto es fácil darnos cuenta cuando exponen roles y



estereotipos asignados bajo una marcada división de género en el que suponen también a la mujer como un objeto sexual teniendo niveles de exposición corporal elevados durante periodos mucho más considerables que el de los hombres.

Además es importante remarcar en el contexto de todo lo que engloba al género que todas estas producciones nacionales analizadas se mantienen bajo un sistema binario cayendo en la dicotomía de la concepción única hombre-mujer, es decir se producen en un concepto de heteronormatividad absoluta.

En los programas que se analizaron si bien es cierto existe una próxima equidad en las representaciones masculinas y femeninas, sin embargo las impresiones de representaciones transgénero son casi nulas, de este modo no es un número significativo que pueda marcar una diferencia, por lo tanto su análisis correspondería más bien bajo una mirada cuantitativa en el que se podrían analizar desde otro enfoque más profundo de que es lo que están comunicando estos personajes ya que representan un sector importante de la sociedad, pero que como nos podemos dar cuenta no son claramente expuestos.

Al considerar la variable género podemos observar claramente dos modelos estereotipados que se ajustan a los roles sexuales tradicionales y dejan expuesto de alguna forma una conducta para el hombre y otra para la mujer, entonces la performatividad del género queda representada bajo una mujer que expone su cuerpo y relegada a temas superficiales que implican poco o nada de contenido

Si bien es cierto este estudio tiene un enfoque cuantitativo, pero es imposible no hacer un análisis de lo que finalmente nos dicen esos números ligados a otros parámetros que invitan a profundizar, buscando algo más allá de lo que dicen los resultados en gráficos. Es por esto que considero que este proyecto debe verse necesariamente acompañado de una mirada mucho más profunda, analizando el lado cualitativo de los casos más relevantes que suponen una mejor exploración y nos lleva a conclusiones más acertadas y analíticas.

Este trabajo presentado se realizó mediante un monitoreo para recopilar información a través del análisis de datos, la herramienta utilizada fue una ficha que puede ser mejorada para posteriores estudios pues contiene información relevante que puede servir si le damos otro enfoque a la investigación. A pesar de las limitaciones considero que este tipo de estudio sirve como un inicio que invita a dar los siguientes pasos en posteriores proyectos o estudios de género, este proyecto nos da claramente una idea de cuál es el contenido y el tipo de representaciones al que está expuesto el espectador que consume estos programas que promueven los estereotipos de género.

## Bibliografía

- Alberti, P. (1999). La identidad de género y etnia. Un modelo de análisis. *Revista de Nueva Antropología*, 108-125.
- Alexanian, A. (2009). *INDERA consultoría de género*. From Géneros y medios de comunicación: [http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2009/06/femdissabte\\_amanda-alexanian\\_version-final.pdf](http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2009/06/femdissabte_amanda-alexanian_version-final.pdf)
- Alfaro, A. (2011). *Judith Butler: Construcción sexual y performatividad del género*. From Colectivos Sociedad: <http://suite101.net/article/judith-butler-construccion-sexual-y-performatividad-del-genero-a36297>
- Andrade X., H. G. (2001). Masculinidades en Ecuador. *FLACSO Ecuador*, <http://www.flacso.org.ec/docs/samasculinidades.pdf>.
- Butler, J. (1990). *El género en disputa*. New York.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.
- Cabral, M., & Leimgruber, J. (2012). *Un glosario en construcción*. Obtenido de [www.transexualia.org](http://www.transexualia.org)
- Camacho, J. M., Regalado, P., Carrea, G., Grosso, C., Geleazzi, F., Gunther, G., . . . Ramos, J. (2012). Actitudes hacia el amor y estilos de humor en mujeres y varones: ¿Nos diferencia el sexo o el género? *Psiencia (Revista Latinoamericana de ciencia psicológica)*, 25.
- Centro regional de innovación y formación "las Acacias". (2008). La Televisión: estructura, géneros y programación.
- Depósito de documentos de la FAO (Food and agriculture organization of the united nations). (1996). *Vocabulario referido a género*. From <http://www.fao.org/docrep/x0220s/x0220s01.ht>
- Diario El Universo. (2010 йил 21-noviembre). Propuesta para reivindicar a GLBT y mujeres, en Asamblea.
- Diario El Universo. (2012 йил 3-agosto). Alianza GLBT pide a Rafael que se disculpe por agravios. pp. <http://www.eluniverso.com/2012/08/03/1/1355/alianza-glbtpide-rafael-disculpe-agravios.html>.
- Federación LGBT Argentina. (2012). *Periodico Queer*. From Teoría Queer: ([http://www.queer.org.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62&Itemid=57](http://www.queer.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=57))
- Flacso Ecuador. (2012). *Estudios de género y de la cultura*. From [http://www.flacsoandes.org/generoycultura/?page\\_id=6](http://www.flacsoandes.org/generoycultura/?page_id=6)
- Fonseca, C., & Quintero, M. (2009). *Revista Sociológica*. From La Teoría Queer: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/6903.pdf>
- Forero, T. M. (2010). Orientaciones sexuales diversas en sociedades indígenas: una revisión conceptual y del estado del arte sobre un tema poco conocido del género amazónico . 17. Colombia.

- Fundamedios*. (2011). From <http://www.fundamedios.org/quienes-somos/organizacion.html>
- García, T. A. (2008). *El sistema sexo-género en los movimientos feministas*. From <http://amnis.revues.org/537>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*, . Mc Graw Hill.
- IBOPE. (Noviembre de 2012). IBOPE media. Guayaquil, Ecuador.
- Mattelart, A. (1997). *Historias de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Piñuel, J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid.
- Platero, R., & Fernández, C. (2010). *Conceptos clave sobre homosexualidad y lesbianismo*. From [http://www.ucm.es/info/rqtr/Conceptos\\_Clave\\_sobre\\_LGBT.pdf](http://www.ucm.es/info/rqtr/Conceptos_Clave_sobre_LGBT.pdf)
- Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la Lengua Española*. From <http://www.rae.es/rae.html>
- RTS. (2012). From <http://www.rts.com.ec/index.php/acerca-de/historia>
- Serano, J. (2007). *La Chica del látigo. Una mujer transexual opina acerca del sexismo y el chivo expiatorio de la feminidad*. California: Editorial Seal Press.
- Suárez, C. (2001). Estereotipos de la mujer en la comunicación. 4.
- Terrasa, S., Mackintosh, R., & Piñero, A. (Julio/Septiembre de 2011). *Documento de la Federación Argentina de Medicina Familiar y General* . Obtenido de La atención de pacientes lesbianas, gays y bisexuales y transgénero: <http://www.foroaps.org/files/lesbi%20y%20gay.pdf>
- Tubert, S. (2000). *Construcción cultural de la feminidad*. From [http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwebs.uvigo.es%2Fpmayobre%2F06%2Farch%2Fprofesorado%2Ftubert%2Ffeminidad.doc&ei=VjebUOqZGlb69QSV7ICYDg&usg=AFQjCNHpkDFYJ6Fp\\_OZD1aOCbLfzPVvj-A&sig2=a2Ko6hXR0PxB](http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwebs.uvigo.es%2Fpmayobre%2F06%2Farch%2Fprofesorado%2Ftubert%2Ffeminidad.doc&ei=VjebUOqZGlb69QSV7ICYDg&usg=AFQjCNHpkDFYJ6Fp_OZD1aOCbLfzPVvj-A&sig2=a2Ko6hXR0PxB)
- Universidad Casa Grande*. (2012). From <http://www.casagrande.edu.ec/casagrande/mision-vision-y-valores/>
- Wolf, M. (1984). *Géneros y Televisión*.
- Wolf, M. (1992). *El marco de la empresas de medios*.

# **Anexos**

## INDICE Anexos

	<b>Página</b>
Fotos programas analizados	1
Instructivo para llenar ficha	5
Ficha	13
Silueta hombre	15
Silueta Mujer	16
Matrices Socio demográficas	17
Matrices Nivel de Exposición	21
Matrices ángulos	23
Libro de Tabulaciones	24

\*Se adjuntan Cd's con grabaciones de programas analizados