



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

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE REPRESENTACIONES SOCIO- DEMOGRÁFICAS DE LOS SPOTS GUBERNAMENTALES NACIONALES

Elaborado por:

NATHALIE ELIZABETH MÁRMOL AGUILAR

GRADO

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

**Licenciado en Comunicación Social, con mención en Redacción y Creatividad
Estratégica**

Guayaquil – Ecuador

Diciembre, 2015



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

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE REPRESENTACIONES SOCIO- DEMOGRÁFICAS DE LOS SPOTS GUBERNAMENTALES NACIONALES

Elaborado por:

NATHALIE ELIZABETH MÁRMOL AGUILAR

GRADO

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

**Licenciado en Comunicación Social, con mención en Redacción y Creatividad
Estratégica**

**DOCENTE INVESTIGADOR
María Mercedes Zerega Garaycoa**

TUTOR ASIGNADO A ESTUDIANTE CON NECESIDAD ESPECIAL

**Adriana Nieto Cano
José Miguel Cabrera**

**Guayaquil, Ecuador
Diciembre, 2015**

INDICE

1. ABSTRACT	4
2. INTRODUCCIÓN	5
3. ANTECEDENTES	7
4. GLOSARIO CONCEPTUAL	10
4.1. Diversidad.....	10
4.2. Diversidad Cultural.....	10
4.3. Diversidad Funcional.....	10
4.4. Representación Social.....	11
4.5. Representación Mediática.....	11
4.6. Estereotipo.....	12
4.7. Discriminación.....	12
5. METODOLOGÍA	14
5.1. Pregunta general de investigación.....	14
5.2. Preguntas específicas de investigación.....	14
5.3. Tipo de estudio.....	14
5.4. Unidad de análisis.....	15
5.5. Muestra de la unidad de análisis.....	15
5.6. Técnica de investigación.....	22
5.7. Representaciones demográficas.....	22
5.7.1. Aclaración.....	22
5.7.2. Procesos.....	23
5.8. Instructivos operativos de las categorías a analizar para la construcción de subcategorías.....	23
5.8.1. La categoría discapacidad.....	23
5.8.2. La categoría raza.....	23
5.8.3. La categoría edad.....	24
5.8.4. La categoría de género.....	25
5.8.5. La categoría cultura-etnia.....	25
6. RESULTADOS	29
6.1. Representaciones de discapacidad.....	29
6.2. Representación de tipologías raciales.....	30
6.3. Representación de edades.....	32
6.4. Representación de género.....	33
6.5. Representación de culturas-etnias.....	34
7. CONCLUSIONES	35
7.1. Representaciones de discapacidad.....	35
7.2. Representaciones de tipologías raciales.....	35
7.3. Representaciones de edades.....	35
7.4. Representaciones de género.....	35
7.5. Representaciones de culturas-etnias.....	36
7.6. Comparación con estadística del INEC.....	36
7.6.1. Representación de discapacidad.....	36

7.6.2. Representación de tipologías raciales.....	36
7.6.3. Representación de género.....	36
7.6.4. Representación de edad.....	36
7.7. Recomendaciones.....	37
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
9. ANEXOS	41

ABSTRACT

El gobierno actual del presidente Rafael Correa y de la revolución ciudadana ha promovido, desde la Constitución del 2008 y la Ley de Comunicación el empoderamiento de derechos, visibilización y no discriminación de grupos específicos y minorías sociales. Esto debería evidenciarse en sus productos de comunicación. Este estudio – de carácter descriptivo y cuantitativo - tuvo como objetivo la realización de un análisis de contenido de una muestra no probabilística y de conveniencia de spots gubernamentales de distintas temáticas realizados por los Ministerios y Subsecretarías del Ecuador. Su objeto de estudio fueron las representaciones socio-demográficas evidenciadas en las personas que aparecen en los videos y su posterior comparación con su presencia estadística en el ámbito nacional. El estudio revela que si bien hay representaciones de actores sociales que muestran satisfactoriamente correspondencias, como las de las mujeres, los mestizos e indígenas, existen otras poco visibilizadas como los niños, los discapacitados y las etnias o culturas correspondientes a las zonas de la Costa y la Amazonía del Ecuador.

INTRODUCCIÓN

El gobierno de Rafael Correa le ha dado especial interés a la comunicación. Desde el sector público se han creado muchos productos audiovisuales que informan sobre sus programas. En ellos podemos ver diversidad: distintos grupos étnicos, edades, géneros y discapacidades. Esto se ajusta a un discurso de inclusión que se ha sostenido desde el principio. Sin embargo, aunque se muestren, las representaciones de las minorías son insuficientes: muchos de estos personajes aparecen en segundos planos, sin diálogos y perdidos en grandes grupos de personas. Este estudio se propone detectar la forma en que se tratan los temas de las minorías, y en qué medida, a través de la representación de la diversidad presente y cómo se la hace.

Esta tesis es un análisis de las representaciones demográficas en los spots del gobierno ecuatoriano. El propósito del estudio es describir las tendencias de las representaciones de los ecuatorianos en las campañas de los distintos sectores del gobierno nacional. Por lo que se determinó cuáles son los diferentes tipos de personas que protagonizan cada uno de los spots, según su edad, raza, etnia, género, sexo y discapacidad. Se analizará la existencia de algún tipo de discriminación o preferencia racial, sexual, cultural, etc. evidentes en dichos videos.

El enfoque de este estudio es cuantitativo, ya que “el análisis se basa en cantidades numéricas, como porcentajes y estadísticas” (Hernández, Fernández y Batista, 2007, pág. 5), resultado del proceso de conteo de las tendencias de las representaciones en los spots escogidos. Además es de tipo descriptivo, ya que se buscó especificar las características de las personas que aparecen en los spots; con el fin de ejecutar el estudio. Es decir, se seleccionaron ciertas variables y se recolectó información.

La investigación se basa en el muestreo por conveniencia o muestra no probabilística, ya que la unidad de análisis “no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación” (Hernández, Fernández y Batista, 2007, pág. 176).

La unidad de análisis del estudio son los spots de las campañas sociales de organismos de gobierno de la Revolución Ciudadana, que hayan sido los últimos publicados en la plataforma Youtube. El objetivo de dicha elección es evidenciar con mayor exactitud datos discriminatorios en las representaciones demográficas de los ecuatorianos. Para esto fue

necesario conocer con mayor precisión los distintos tipos de raza, género, discapacidad, raza, cultura, edades.

Las técnicas que se van a utilizar es una ficha de análisis de contenido, debido a que se inicia el estudio con la recopilación de contenidos. Es decir de los spots publicado por los Ministerios y Secretarías del Ecuador. Luego se analizó cada uno de ellos de manera sistemática y cuantitativa. Dividiendo entre categorías y definiéndolas muy claramente, para la obtención de un resultado objetivo.

Lo que se pretende demostrar en esta investigación es la manera o forma, en que son representados los ecuatorianos. Al igual que determinar algún tipo de discriminación debido al estereotipo que le dan al ecuatoriano. Se considera de gran importancia conocer las representaciones demográficas que se les asignan a los ecuatorianos. Por ello, se realizó una profunda revisión de contenido, analizando todas las categorías.

Se considera de gran importancia conocer las representaciones demográficas que se les otorgan a los personajes representados a través de dichos contenidos. Ya que constantemente, suelen ser exagerados, llegando a la ofensa; lo que puede ser entendido como discriminación social. Por ello, se realizó una revisión de contenido, analizando todas las categorías.

ANTECEDENTES

Durante la campaña presidencial ecuatoriana de 2006, los medios de comunicación hablaban del vínculo del entonces candidato Rafael Correa con los pueblos indígenas. En 1987, Correa vivió cerca de un año en el pueblo andino de Zumbahua, provincia del Cotopaxi, una localidad pobre donde llegó para catequizar a sus habitantes, pero también para dar clases de matemáticas, capacitaciones a maestros indígenas y crear una red de microempresas rurales (Scardamaglia). Aquel vínculo con los pueblos indígenas le daban veracidad a su discurso inclusivo en el que enfatizaba la importancia de la inclusión de los grupos vulnerables en la esfera social, como los pueblos indígenas, las personas con discapacidad, las mujeres o los ancianos.

Ganadas las elecciones, Correa se posesionó el 15 de enero de 2007. Ese mismo año impulsó una reforma al Código del Trabajo que exigía que las empresas con un mínimo de 25 empleados, tuvieran al menos un discapacitado en su personal. Para el siguiente año, debía ser el 1%.

Correa también impulsó la Constitución de 2008, que contiene varios artículos en los que el Ecuador se reconoce como un Estado diverso y que protege a sus minorías. Desde el primer artículo se establece que en el país habitan distintas nacionalidades y culturas: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico”. El texto reconoce que el país está conformado por personas de diferentes orígenes, formas de vida, creencias y más, y que las políticas públicas deben apuntar a la inclusión. El artículo 3 establece que es deber primordial del Estado "fortalecer la unidad en la diversidad". Es decir, el gobierno ecuatoriano tiene la voluntad política de incluir a los grupos vulnerables.

En su artículo 11, la Constitución dice:

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por

objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos.

Cinco años después de la Constitución de 2008, el movimiento oficialista, PAIS, promovió la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), aprobada por la Asamblea Nacional en junio de 2013. La LOC también incluía artículos dirigidos a lograr una representación amplia de la población ecuatoriana en los medios de comunicación. Un artículo de la LOC establece el principio de interculturalidad y plurinacionalidad:

Art. 14.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

De esta forma, la Ley de Comunicación hace énfasis en una intención inclusiva que se puede observar también en otros apartados como el artículo 61, que define al “contenido discriminatorio” como todo aquel que:

Connote distinción, exclusión, o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad física o diferencia física y otras que tengan por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

La LOC aplica para todos los contenidos que circulen en los medios de comunicación, tanto a la programación, como a las noticias y los comerciales, incluyendo los spots gubernamentales y los mensajes del Estado. La LOC aunque sanciona la discriminación, protege a los grupos vulnerables y promueve la comunicación intercultural. En el art. 36, detalla que los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias “tienen derecho a

producir y difundir en su propia lengua contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes”. Para eso, la Ley ha fijado una cuota de un mínimo del 5% de su programación diaria para este tipo de contenidos. Es decir que persigue la representación de la diversidad, desde un punto de vista étnico.

Según el censo de población y vivienda de 2010, en el país, el 71.9% de la población es mestiza; el 6.1%, blanca; 7%, indígena; 7.4%, montubia; 7.2%, afrodescendiente, y el 0.4% se autocalificó como de otra raza. Para lograr estos datos, los encuestadores plantearon esta pregunta: “¿Cómo se identifica usted según sus costumbres y su cultura?”

Pero para entender la diversidad social en el Ecuador en toda su dimensión, es necesario comprender que existen varios ejes de clasificación, además de la etnia: sexo, orientación sexual, identidad de género, edad, cultura, clase socioeconómica o capacidades especiales.

GLOSARIO CONCEPTUAL

Para entender los alcances de este estudio, es necesario comprender los siguientes conceptos: diversidad, representación social, representación mediática, estereotipo y discriminación.

Diversidad

Existen varios tipos de diversidad:

Diversidad Cultural

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, las Ciencias y la Cultura (Unesco) define a la diversidad cultural como patrimonio de la humanidad. Según ese organismo, la diversidad cultural es necesaria para lograr el desarrollo de las poblaciones, que incluye el crecimiento económico, pero también otros aspectos como la existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria (Unesco, 2001). La Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural indica que esta es análoga a la naturaleza:

Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras". (Art. 1 de la Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural)

Diversidad Funcional.

Otro tipo de diversidad tiene que ver con las capacidades especiales. Agustina Palacios y Javier Romañach (2006) proponen "el uso del nuevo término 'diversidad funcional', como sustituto de los peyorativos 'discapacidad', 'minusvalía', 'invalidez', etc. tradicionalmente utilizados para designar al colectivo y evitar términos despectivos que aludan a la discriminación.

(...)La experiencia demuestra que esa discriminación no es percibida por la sociedad, incluyendo a miembros de dicho colectivo, debido a ello, se intenta realzar su

existencia, mencionándola precediendo al término diversidad funcional, ya que es realmente la discriminación, y no la diversidad funcional la que delimita la pertenencia al colectivo. (Palacios y Romañach, 2006, p. 110)

Representación social

La representación social es la expresión de la forma en que se percibe a un individuo o grupo social. “La representación no existe en tanto que realidad objetiva, sino en tanto que construcción del sistema cognitivo de los individuos que pertenecen a grupos sociales determinados” (Calonge, 2006, p. 76) ; es decir que su formación se realiza a través del conocimiento de los grupos sociales. En pocas palabras, está basada en el imaginario social, lo que proyecta una visión general de la realidad de sobre un grupo humano: La representación social se expresa a través del lenguaje y su lógica, considerando los contenidos y no las formas del pensamiento”. (Mora, citando a Jodelet, 2002).

La representación social tiene dos grandes procesos formadores que son: la objetivación y el anclaje (Moscovici, 1961). La objetivación se refiere al pensamiento concreto y eficaz que usa el hombre para su comunicación; mientras que el anclaje es subjetivo que designa “la significación de los contenidos de la representación”, por medio de ideas que ya son conocidas o familiares.

A través de la objetivación y el anclaje es posible establecer cómo se han ido formando los grupos sociales.

Representación mediática

Se refiere al proceso de selección de temas y de personajes, de guías de opinión. Es lo dicho y no lo dicho, la realidad expresada u ocultada, aquellos personajes que no son tomados en cuenta (Calonge, 2006).

Estereotipo

Un estereotipo es la visión de una imagen o retrato, cuyos rasgos y características determinan su identidad en la sociedad. Son representadas por medio de etnias, pueblos y

culturas. es decir que el estereotipo surge de las percepciones o prejuicios que se tiene hacia otra cultura, lo que puede causar el racismo e incluso discriminación (Calonge, 2006).

“La ignorancia y los estereotipos negativos impiden la comunicación intercultural” (Gordillo, sf., p. 3). siempre habrá disensiones entre etnias y culturas; por el hecho de las provocaciones o falta de aceptación a otros grupos sociales. Se habla de ignorancia también porque lamentablemente los individuos desconocen otras culturas que no sean las de ellos, por ello crean estereotipos negativos.

Discriminación

La discriminación se produce cuando se le da un trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos o por cualquier tipo de diferencia. Los grupos sociales que más tienden a ser víctimas de la discriminación han sido las minorías, y los actos de exclusión han sido, a lo largo de la historia, habituales en las relaciones sociales. En la naturaleza, los animales con enfermedades o debilidades son excluidos y maltratados por sus pares, y de alguna forma, la discriminación entre los seres humanos es un acto que responde más a nuestros instintos que a nuestra condición de seres civilizados.

No fue hasta la aparición de movimientos activistas promenorías (como el feminismo en el siglo XIX) que la discriminación empezó a ser condenada. Hasta entonces, era común y no era mal vista.

Parafraseando a Palacios y Romañach (2006), la discriminación tiende a ser causada por valores, juicios, prejuicios e incluso cargas emocionales presentes en un discurso cotidiano, donde se nombra a grupos sociales o individuos con términos en apariencia solo descriptivos. A pesar de que ésta acarrea una diferenciación un tanto despectiva, a base de estereotipos culturales creados y transmitidos socialmente; la discriminación induce a percibir ciertas desigualdades como resultado de la naturaleza y no precisamente como construcción cultural. Al contrario de la discriminación, la inclusión tiene como principal objetivo la aceptación de todo lo marginado. Según Gutiérrez (2005, p. 30), “la estigmatización del otro es susceptible de multiplicarse varias veces sobre una misma persona o grupo de personas, dando lugar a situaciones de muy alta vulnerabilidad”.

Las prácticas discriminatorias pueden originarse en prejuicios establecidos por la sociedad, a través de tradiciones, miedos que se heredan o de manipulaciones ideológicas, que se transmiten a través de esquemas de organización de la vida social. Es decir que esas ideologías o esquemas no son más que una visión subjetiva de un individuo o grupo social hacia otro. Por ello, se establece que estos esquemas "son hegemónicos en el entorno formativo de grupos e individuos" (Gutiérrez, 2005, p. 26).

A su vez, el juicio del otro individuo (el discriminador, el de la mirada hegemónica) tiende a multiplicarse continuamente sobre la misma persona o un grupo de personas, generando sucesos excluyentes. En algunos ensayos académicos que han estudiado el caso, se cree que la discriminación es producto de los prejuicios, y que a través de ella se restringen accesos, se niegan empleos... en fin, se generan disparidades sociales.

METODOLOGÍA

Pregunta general de investigación

¿Qué tendencias existen en las representaciones demográficas que se presentan en los spots audiovisuales de campañas del gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador entre el 2011 y 2014?

Preguntas específicas de investigación

1. ¿Qué tendencias existen en la presencia de personas con discapacidad y qué tipo de discapacidades se presentan en los spots audiovisuales de las campañas de gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador?
2. ¿Qué tipologías raciales se presentan en los spots audiovisuales de las campañas de gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador?
3. ¿Qué grupos de edad se presentan en los spots audiovisuales de las campañas de gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador?
4. ¿Qué representaciones de sexo existen en los spots audiovisuales de las campañas de gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador?
5. ¿Qué diversidad étnica o cultural se presenta en los spots audiovisuales de las campañas de gobierno de la revolución ciudadana en Ecuador?

Tipo de Estudio

Este estudio es de tipo exploratorio-descriptivo (Hernández, Fernández y Baptista, 2007), ya que no se han encontrado estudios de estas características en relación a los spots ecuatorianos y busca describir las representaciones que existen en relación a cómo se presenta la diversidad étnica, racial, sexual, etárea y de discapacidad. Como estudio exploratorio, no puede ser definitivo ni generalizable, pero sí una base que permita reflexiones y estudios posteriores.

Es un estudio de enfoque cuantitativo, ya que busca identificar las tendencias que existen en dichas representaciones y los pesos que tienen en los spots.

Unidad de análisis

La unidad de análisis fueron spots o campañas sociales de organismos del gobierno nacional o ecuatoriano producidos en 2014.

Este estudio se centra en spots de organismos del gobierno nacional, porque como productos comunicacionales producidos por el Estado, son los más llamados a representar la diversidad de la población, respaldados en:

1. La Constitución del 2008 que promueve los derechos de grupos minoritarios, comunidades y pueblos.
2. La Ley de Comunicación que presenta una definición y unas normas de la comunicación que promueven la inclusión y evitar la discriminación de grupos y minorías sociales.

A diferencia de los spots publicitarios, que no tienen esta demanda y están dirigidos a grupos objetivos específicos.

Muestra de la unidad de análisis

Se utiliza una muestra no probabilística (Hernández, Fernández y Baptista, 2007) , porque no se parte de un universo de spots emitidos en los que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Incluso es necesario aclarar que no es posible acceder al número de dicho universo. Es un estudio en el que intervienen opiniones y criterios del investigador. No se busca la representatividad de la muestra, por lo que no pretende una generalización. Este tipo de estudio se aplica cuando no hay un marco disponible para propósitos de muestreo.

Este estudio principalmente utilizó un muestreo por conveniencia (Hernández, Fernández y Baptista, 2007) que selecciona unidades de análisis que cumplen los requisitos, pero sin seleccionarlas al azar. Se utilizan estudios exploratorios. El muestreo por conveniencia trata de la elección por métodos no aleatorios de una muestra con características parecidas a la del público objetivo.

Las unidades de análisis fueron seleccionadas a partir de los siguientes criterios:

1. Que sea una pieza audiovisual
2. Que ingrese dentro de la categoría de producto publicitario como spot o campaña
3. Que sea la última pieza comunicativa publicada. Se definieron los años entre 2011 y 2014 porque en una revisión previa exploratoria, existían canales del Estado que a) o declaraban ese como último año de publicación de fechas en su canal ó b) debían descartarse spots más actuales porque no pertenecían a la categoría. Cabe destacar que los spots publicados en los canales no siempre corresponden a spots emitidos en televisión abierta.
4. Que esté publicada en el canal del organismo del Estado: Ministerios y Subsecretarías y/o página web oficiales. Para definir los existentes, se investigó en descripciones del Estado el listado de la totalidad de Ministerios y Subsecretarías existentes en Ecuador.
5. Que esté publicada en la red social you-tube.
6. Que tenga el mayor número de visualizaciones en ese año.
7. Que tenga una duración mínima 30 segundos

Los pasos que se realizaron para búsqueda de la información o la muestra fueron los siguientes:

1. Se realizó una búsqueda en el canal oficial, para ésta se colocaba el nombre del Ministerio o Subsecretaría y lapalabra “Ecuador”.
2. En el canal, se usaba como filtro de búsqueda la palabra spot o campaña
3. En el listado aparecido, se revisaba la fecha publicación y se revisaba el último spot publicado y se revisaba el contenido para ver si éste correspondía a la categoría. Si no correspondía, se continuaba revisando los demás spots que surgían en listado de búsqueda.
4. Una vez seleccionado, se procedía al registro de los datos del video.

Figura 1.

Muestra escogida

Organismo	Nombre de la pieza	Fecha de publicación	Visualizaciones de la pieza	Fecha de acceso	Lugar de publicación	Dirección
Ministerios coordinadores						
Ministerio Coordinador de Desarrollo Social						
Ministerio coordinador de sectores estratégicos	Sectores estratégicos #2	19 de septiembre de 2013	348	7 de enero 2015	Canal oficial de you tube del Ministerio	https://www.youtube.com/watch?v=uGGFR31c0do
Ministerio Coordinador de seguridad	Campaña de seguridad integral del Ecuador	20 de noviembre del 2012	697	7 de enero 2015	Canal oficial de you tube del Ministerio	https://www.youtube.com/watch?v=SAlwcaBHXq8
Ministerio Coordinador de Política Económica	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano	Yosoyhechoenecuadorl	3 de mayo 2013	1160	7 de enero de 2015	Página web oficial del Ministerio	https://www.youtube.com/watch?v=2gTgFc249Ds#t=67
Ministerio de inclusión económica y social	Da Dignidad - ¡Convierte tu buena intención en una buena acción!	12 de Dic. Del 2014	941	8 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=uMzPG6rA3e8
Ministerio de desarrollo urbano y vivienda	MIDUVI MANIFIESTO	4 de enero del 2013	1287	9 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=9LolO3zMpw4

Ministerio de salud	Donación de órganos	11 de jul. Del 2012	197	9 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=Y5HAILEVxI8
Ministerio de deporte	Spot – V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles	12 de mayo del 2014	69	10 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=_MphSKt4H8U
Ministerio de electricidad y energía renovable	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de Recursos naturales no renovables	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de telecomunicaciones y sociedad de la información	MINTEL televisión digital terrestre – Spot	24 de Junio del 2014	1922	11 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=_2yZZFHuJJE
Ministerio del ambiente	Spot – Restauración Forestal	26 de Noviembre del 2014	13485	11 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=hZ7VHPT9DWc
Ministerio de finanzas	El pasado no volverá	28 de noviembre 2014	155	24 de febrero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=PyILZppRUI8
Ministerio del interior	Spot: UPC Unidad de Policía Comunitaria.	17 de Julio del 2012	2126	11 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=79eOueU0uLk
Ministerio de defensa	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de justicia derechos humanos y cultos	Por un Ecuador Sin Violencia de género	16 de Noviembre del 2014	185	11 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=4At-4zTr_n8

Ministerio de relaciones exteriores y movilidad humana	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de industrias y productividad	ES TIEMPO DE CRECER	19 de octubre del 2011	196	12 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=AB2YTmJ7rMo
Ministerio de Agricultura, ganadería, Acuacultura y Pesca	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de Relaciones Laborales	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Ministerio de Transporte y obras públicas	Parale el carro Spot Ecuador	3 de septiembre del 2012	1553	13 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=iSX4bcNCqpY
Ministerio de Turismo	Lo tenemos todo, Ecuador potencia turística	28 de Octubre del 2013	2301	13 de enero del 2015	Página web oficial del Ministerio	https://www.youtube.com/watch?v=MHsvw-6GOY8
Ministerio de comercio exterior	Ministerio de comercio exterior – Acercamos Ecuador al Mundo	23 de Octubre del 2014	22737	13 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=a8xQ2_nhj3g
Ministerio de Educación	SPOT FUSIÓN	27 de Octubre del 2014	14931	13 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=60JPI8435sQ
Ministerio de cultura y patrimonio	Ministerio de cultura y patrimonio	10 de junio del 2013	954	13 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=1FL12Scm8FQ
Secretarías						
Secretaria nacional de administración pública	¡La Revolución de la nueva Patria! #ElPasadoNoVolverá – Empleo	3 de Noviembre del 2014	18309	13 de enero del 2015	Canal oficial de la secretaria en youtube	https://www.youtube.com/watch?v=osJjamvYMIE

Secretaría Nacional de planificación y desarrollo	Spot Resultados del Plan Nacional para el Buen Vivir	22 de mayo del 2013	766	14 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=rLgZeqZvj1o
Secretaría Nacional de comunicación	SPOT Narcotráfico – Secretaría Nacional de Comunicación	15 de julio del 2013	389	14 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=3d0k0qa0lw
Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos	Spot sobre uso adecuado de calefones.mov	23 de Diciembre del 2012	471	14 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=KIUopimHue4
Secretaría de inteligencia	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Secretaría del agua	CAMPAÑA MEGAPROYECTOS	10 de junio del 2013	565	14 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=hunYUx0Vwz4#t=19
Secretaría Nacional de Gestión Política	Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes – SPOT	4 de Diciembre del 2013	1439	15 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=szKADuF7Uuw
Secretaría Nacional de la Presidencia	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Secretaría Nacional jurídica de la Presidencia	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Secretaría del buen vivir	Avance ama la vida Buen Vivir “lo mejor	23 de Diciembre del 2013	97	15 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=t-04pkV00Uc
Servicio de Rentas Internas	Spot FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	08 Noviembre del 2013	2014	16 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=l8nPSsetVUmo

Directorio del Banco Central del Ecuador	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Corporación financiera Nacional	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Banco del Estado	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					
Banco nacional de fomento	En el BNF, trabajamos por ti...	21 de septiembre del 2012	586	16 de enero del 2015	Canal oficial de youtube	https://www.youtube.com/watch?v=7hs4kaShA6U
Petroecuador	Spot Petroecuador 1	8 de marzo del 2012	60	16 de enero del 2015	Página web oficial	https://www.youtube.com/watch?v=ZGzqYmoRuEc
Instituto Ecuatoriano de seguridad social	No posee un spot publicado que cumpla con las condiciones					

Técnica de investigación

El estudio utilizó como metodología el análisis de contenido, que se enfoca al estudio de los contenidos de la comunicación, con el fin de que se llegue a un conocimiento concreto del tema, en este caso el contenido son las imágenes de personas que aparecen en los spots y el tema son las representaciones.

Representaciones demográficas

Desde el punto vista técnico, se entiende por representación “hacer presente algo con figuras, imágenes o palabras; o referir, sustituir a alguien ejecutar una obra en público. Es la idea o imagen que sustituye a la realidad” (Definición de, s.f, s.p). En este caso las imágenes de las personas, sustituyen a las personas. ¿Qué entendemos por representaciones demográficas? Por representaciones vamos a entender la imagen de las personas o personajes que aparecen en los spots de distintas formas:

1. Personas reales (en planos enteros o parciales)
2. Dibujos o animaciones

Por características demográficas vamos a entender las categorías:

1. Discapacidad
2. Raza
3. Edad
4. Género
5. Etnia

Aclaración: Una de las limitaciones del estudio de las representaciones demográficas utilizando la técnica de análisis de contenido, es que para marcar presencia o ausencia de ciertos grupos hay que basarse en criterios del investigador y en lo que “se muestra” en el video a través de la imagen o el audio. Esto es importante aclararlo, ya que existen características de ciertos grupos que si no se hacen evidentes a partir de los recursos visuales, auditivos o narraciones no se pueden visibilizar, por ejemplo, las vestimentas o lenguas en el caso de ciertas etnias o grupos culturales o ciertas discapacidades como las dificultades auditivas o de lenguaje que pueden no ser “evidentes” si no se las muestra explícitamente en una historia.

Procesos:

La construcción de categorías tomó como referencia:

1. Criterios y definiciones técnicas de organismos en relación a ésta
2. Observaciones de los videos de la unidad de análisis

La definición de categorías y subcategorías implicó su pilotaje en varios videos de la muestra para conocer sus posibles operativizaciones, así como las problemáticas relacionadas a éstas que atañen a estudios de análisis de contenido.

Instructivos operativos de las categorías a analizar para la construcción de subcategorías:

1. La **categoría discapacidad** considerará las siguientes subcategorías:

- 1.1 **discapacidad física:** personas que tengan una dificultad motora por deficiencia o falta de algún miembro del cuerpo o varios. En la imagen puede evidenciarse en el uso de muletas y/o silla de ruedas o prótesis.
- 1.2 **Discapacidad sensorial auditiva-de lenguaje:** personas que tengan una discapacidad en el sentido del oído. En la imagen puede evidenciarse con el uso de un aparato (audífono o similar) y/o uso de lenguaje de señas.
- 1.3 **Discapacidad sensorial- visual o ceguera grave:** personas que tengan una discapacidad en el sentido de la vista. En la imagen puede evidenciarse con el uso de gafas, o bastón o algún animal o persona que cumpla el papel de guía o finalmente que realice lectura braille.
- 1.4 **Discapacidad mental o psíquica:** personas que tienen limitaciones en el funcionamiento intelectual. En la imagen puede evidenciarse en personas con rasgos de síndrome de Down o en comportamientos específicos en el caso de retardo mental si el personaje actúa

2. La **categoría raza** considerará las siguientes subcategorías: (revisar tipos raciales propuestos por el Censo del INEC y colocar las fuentes)

Como categorías raciales se analizaron las siguientes:

- Indígenas, pueblos o nacionalidades
- Negros, mulatos y afroecuatorianos
- Mestizos

- Blancos
- No determinados

Se consideraron estas razas-etnias, ya que son aquellas que mide el INEC en el Censo nacional. Se agruparon aquellas que fuesen similares en el caso de los indígenas y mulatos, ya que en relación a esta categoría su criterio de operativización es principalmente el color de piel. Sin embargo, vale la pena reiterar la aclaración que la noción de raza y etnia es problemática y reducirla al color del piel podría resultar conflictivo desde criterios antropológicos, biológicos y sociológicos que discuten esta categoría. Sin embargo, es como puede registrársela en los análisis de contenido.

Algunas especificaciones:

2.1 **Indígena:** Población originaria del territorio que habita. Aunque no existe una sola tipología, en la imagen pueden evidenciarse con un color de piel oscuro, ojos rasgados, pómulos anchos.

2.2 **Negro-mulato (afroamericano):** Son los descendientes de los africanos. En la imagen puede evidenciarse con un color de piel oscura. También pueden evidenciarse en labios y narices anchas como rasgos complementarios.

2.3 **Mestizo:** Son aquellos seres humanos que tienen antecesores pertenecientes a distintas etnias o culturas o son producto de mezclas raciales. En la imagen se evidencian por no corresponder a rasgos blancos, negros o indígenas.

2.4 **Blanco:** Es aquel grupo biocultural que conforma a todos los habitantes originarios de Europa, incluyendo a sus descendientes fuera de ella. En la imagen se evidencian con un color de piel claro.

3. La **categoría edad** considerará las siguientes subcategorías:

Se utilizó como referencia una fuente del área de psicología <http://www.psicoargentinos.com.ar/ciclo.html> y otras definiciones como las de la OMS, sin embargo, vale destacar que esta categoría es también problemática porque desde las teorías y las políticas públicas las edades definidas como “niño”, “adolescente” o “joven” pueden variar.

3.1 **Infancia:** se entenderá como imagen de infancia a los personajes desde el nacimiento hasta los 12 años.

- 3.2 **Adolescencia:** se entenderá como imagen de adolescente a los personajes desde los 13 hasta los 20 años.
- 3.3 **Juventud:** se entenderá como imagen de juventud a los personajes desde los 21 años hasta los 40 años.
- 3.4 **Adultez:** Se entenderá como imagen de adulto a los personajes entre 40 y 64 años.
- 3.5 **Vejez o tercera edad:** se entenderá como imagen de tercera edad a los personajes mayores de 65 años.

4. La **categoría de género** considerará las siguientes subcategorías:

Si bien la categoría de género es más amplia, ya que es de carácter cultural y social y amplía las concepciones de masculino y femenino al incluir los grupos o minorías sexuales, observar ese tipo de precisiones en una imagen o spot de tan poca duración, iba a ser complejo. Por lo tanto, se entenderá esta categoría de la forma más simple como vinculada a lo biológico-corporal:

- 4.1 Hombres: personajes con cuerpo masculino.
- 4.2 Mujeres: personajes con cuerpo femenino.
- 4.3 Otro género: en caso de que surjan cuerpos que no son hombres ni mujeres (transexuales, etc.)

5. La **categoría cultura- etnia** considerará las siguientes subcategorías: Según la propuesta de tipos de pueblos y nacionalidades del Codenpe (Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador) se han considerado las siguientes tipologías visibilizadas específicamente por la vestimenta “típica” y/o otras expresiones complementarias, asumiendo que eso puede invisibilizar características de hibridez y que podemos estar recogiendo básicamente un estereotipo:

- 5.1 Pueblos y nacionalidades de la Costa: En esa categoría se ubicarán los montubios. En la imagen se los identificará a personajes que tengan vestimentas campesinas como sombreros, camisas, pañuelos, faldas o vestidos anchos, entre otros.
- 5.2 Pueblos y nacionalidades de la Sierra: En esta categoría se ubicarán a los indígenas. Se los identificará como personajes con anaco, poncho, sombrero pequeño, ropa tejida, entre otros.

- 5.3 Pueblos y nacionalidades de la Amazonía: En esta categoría se ubicarán a los indígenas que se los identificará con personajes semidesnudos, con taparrabo, decoraciones y penachos.
- 5.4 Culturas afro: En esta categoría se ubicarán a los personajes de piel oscura vestidos con camisa, sombrero, faldas anchas, turbantes, entre otros.
- 5.5 Culturas juveniles: En esta categoría se ubicarán a personajes jóvenes con vestimentas relacionadas a consumos musicales: rockeros, punkeros, hip hoperos, raperos, emos, etc.
- 5.6 Occidentales: En esta categoría se ubicaron a las personas que no pertenecen a los grupos sociales anteriormente definidos y que, en su mayoría, representan modos de vida “occidentales”- urbanos.
- 5.7 No identificado: no existe una vestimenta o expresión cultural o étnica particular.

La ficha tuvo un pilotaje con algunos spots y finalmente quedó como sigue, considerando las siguientes categorías y subcategorías:

Ficha de análisis de contenido

Investigadora

SPOT

	Categorías		Subcategorías	Cantidad
1	Discapacidad	1.1	Física	
		1.2	Sensorial-auditiva de lenguaje	
		1.3	Discapacidad sensorial- visual o ceguera grave:	
		1.4	Discapacidad mental o psíquica:	
		1.5	Otra - no identificada	
2	Tipologías raciales	1.1	Indigenas	
		1.2	Negro-Mulato	
		1.3	Mestizo	
		1.4	Blanco	
3	Edad	1.1	Infancia	
		1.2	Adolescencia	
		1.3	Juventud	
		1.4	Adultez	
		1.5	Vejez o Tercera Edad	
4	Género	1.1	Mujeres	

		1.2	Hombres	
		1.3	Otro género	
		1.4	No determinado (no se sabe)	
5	Cultura/Etnia	1.1	Pueblos y Nacionalidades de la Costa	
		1.2	Pueblos y Nacionalidades de la Sierra	
		1.3	Pueblos y Nacionalidades de la amazonía	
		1.4	Culturas afro	
		1.5	Culturas Juveniles	
		1.6	Etnia no identificada	
		1.7	Occidental	

Los resultados de cada spot fueron procesados en una base de datos de excell, que permitió calcular los porcentajes que se analizaron teniendo como referencia los porcentajes de esos grupo a nivel nacionales publicados por organismos del estado. Existió una sola investigadora pero contó con la ayuda de un tutor para la contabilidad.

RESULTADOS

Los resultados se organizaron en función de las categorías.

Representaciones de discapacidad

Esta categoría analiza las representaciones de discapacidad en los contenidos de los spots de las instituciones públicas ecuatorianas. Esto significa registrar a las personas que aparecen en los videos con alguna discapacidad. Se entiende que esto implica una problemática para la técnica, porque existen discapacidades que son menos evidentes que otras, y algunas necesitan de ciertos elementos para manifestarse: un bastón, un perro o lentes oscuros se suelen usar para revelar ceguera, por ejemplo; incluso cuando se trata de un personaje principal del spot, se necesita mostrar pero están relacionadas a la naturaleza de la técnica.

¿Qué representaciones mayoritarias existen? ¿Y minoritarias? En términos generales, existe una presencia de personas con discapacidad; en total, 8, que en este caso corresponde al 2,7% de los personajes que aparecen en los spots (296). Se evidencia una mayor presencia de la discapacidad física, que además es más sencilla de registrar, por la presencia de objetos como muletas, sillas de ruedas o la ausencia de un miembro; las demás discapacidades casi no están presentes o colocadas entre los personajes principales. Esto se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 1

<i>Presencia de discapacidad</i>		
Discapacidad	Cantidad	%
Sin discapacidad	288	
Física	5	1.7
Sensorial-auditiva de lenguaje	0	0.0
Discapacidad sensorial- visual o ceguera grave	1	0.3
Discapacidad mental o psíquica:	1	0.3
Otra - no identificada	1	0.3
Total Discapacidad	8	2.7
Total	296	100.0

Elaboración propia

Fuente: Ficha de análisis de contenido aplicada a 28 spots de instituciones públicas del Ecuador.

Nota: Se registran las discapacidades que se vuelven evidentes en las imágenes o en la narrativa. Se asume que es problemático el registro de discapacidades auditivas, visuales o mentales en algunos casos, a menos que se trate de personajes principales.

Ocho personas con discapacidad representadas en los spots equivalen al 2,7% de la gente que aparece en total, un porcentaje mucho menor al que presenta el INEC, que sostiene que el 12% de la población ecuatoriana tiene algún tipo de discapacidad. Sin embargo, vale decir que son siete los spots que muestran a personas con discapacidad, es decir que, al ser un total de 28 spots analizados, el 25% de ellos muestran algún tipo de discapacidad.

Sin embargo, la mayoría de las personas con discapacidad que se muestran no hablan, aparecen como accesorios: por ejemplo, algunas personas en sillas de ruedas que se ven al fondo en planos generales, siempre como parte de un grupo de personas. Uno de los spots, el del Ministerio Coordinador de Desarrollo Estratégico —titulado “Sectores estratégicos #2”—, tiene como personaje principal a un no vidente, que menciona los logros del mencionado ministerio. Sin embargo, su aparición es instrumental, pues su ceguera es usada para decir: “La gente me pregunta cómo siendo ciego puedo ver la obra de la Revolución Ciudadana. Yo respondo: ‘escuchando a la gente’. Pero hay quienes teniendo ojo, se niegan a verla”.

Representación de tipologías raciales

Esta categoría analiza las representaciones de tipologías raciales en los contenidos de los spots de las instituciones públicas ecuatorianas. Esto significa registrar las distintas razas de las personas que aparecen en los videos. Se entiende que esto implica una problemática para la técnica, ya que si bien determinar una tipología racial se basa en rasgos físicos que están a la vista, en ocasiones pueden surgir otros rasgos que se mezclen o que generen dudas al respecto. Por ejemplo, cuando en los videos aparecían personas con rasgos indígenas, pero con ropas propias de la ciudad, se complicó llegar a un dato preciso. Cuando se presentaron estos casos, se optó por colocarlos en la clasificación “No determinado”.

¿Qué representaciones mayoritarias existen? ¿Y minoritarias? El total de 296 individuos fue dividido en cuatro subcategorías: indígenas (41 personas-14%), negros-mulatos (28-10%), mestizos (201-68%), blancos (13-4%) y no determinados (13-4%). Se evidencia

una mayor presencia de personas mestizas. En este caso, se encuentra como minoría a los blancos. Esto se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 2

Representación de tipologías raciales

Razas	Cantidad	%
Indígena	41	13.9
Negro-Mulato	28	9.5
Mestizo	201	67.9
Blanco	13	4.4
No determinado	13	4.4
Total	296	100.0

Elaboración propia

Fuente: Ficha de análisis de contenido aplicada a 28 spots de instituciones públicas del Ecuador.

Nota: Se registran las tipologías raciales que se vuelven evidentes en las imágenes o en la narrativa. Se optó por definir las tipologías raciales y no los grupos étnicos, porque esto último es algo que está determinado no solo por aspectos físicos de las personas, sino también por factores aspectos culturales intangibles que no necesariamente tienen que ser evidenciados en los spots.

Las cifras que se aprecian en la Tabla 2 son muy similares a las que aparecen en el censo de población y vivienda realizado por el INEC en 2010: La raza mestiza, que ocupa el 71% de la población del Ecuador, está presente en el 67,9% de las personas que participaron en los spots oficiales. Los afrodescendientes (7,2% de la población ecuatoriana) constituyen el 9,5% de los actores de los spots, listados en la Tabla 2 como “Negros-Mulatos”. Donde sí hay diferencias marcadas es en las cifras de Blancos e Indígenas. Los primeros, que constituyen el 10,5% de la población, en los spots se ven reducidos a menos de la mitad de ese porcentaje: 4.4%; mientras que el porcentaje de la raza indígena aumenta significativamente en los spots, casi al doble: la población indígena, 7% de los habitantes del país, en los videos de las instituciones gubernamentales representan el 13,5%

Representación de edades

Esta categoría analiza las representaciones de edades en los contenidos de los spots de las instituciones públicas ecuatorianas. Esto significa registrar los diferentes rangos de edad de las personas que aparecen en los videos. Para poder establecer una comparación con la distribución de población por edades que presenta el INEC —que clasifica a los habitantes del país por edad en grupos que determinados por un intervalo de cinco años (0-5 años, 5-10, 10-15, etc.)— en este estudio se comprenden los siguientes rangos de edad: infancia (0-10 años), adolescencia (10-15), juventud (15-20), adultez (20-65) y tercera edad o vejez (65 o más).

¿Qué representaciones mayoritarias existen? ¿Y minoritarias? En términos generales, existe un predominio de las etapas comprendidas como juventud (33.1%) y adultez (40.5%), es decir, la población económicamente activa (PEA), entre las dos, ocupan las tres cuartas partes del total de personas que aparecen en los spots. En menor medida se puede ver a niños (12.2%), adolescentes (7.8%) y ancianos o adultos mayores (6.4%). Esto se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 3

<i>Representación de edades</i>		
Edades	Cantidad	%
Infancia	36	12.2
Adolescencia	23	7.8
Juventud	98	33.1
Adultez	120	40.5
Vejez o tercera edad	19	6.4
Total	296	100.0

Elaboración propia

Fuente: Ficha de análisis de contenido aplicada a 28 spots de instituciones públicas del Ecuador.

Nota: Se registran las edades según el aspecto de las personas que aparecen en los videos. Se asume que es problemático el registro exacto de las edades de quienes participan en los spots a través de su apariencia, sin embargo, este estudio se fija en lo que expresa un discurso visual, y tratándose del rango de edades, el aspecto físico es determinante.

Según datos del Censo de Población y Vivienda 2010, la distribución de las edades en Ecuador es la siguiente: infancia (20,64%), adolescencia (10,63%), juventud (9,8%), adultez (52,44%) y tercera edad (6,5%). Es decir que la presencia de infantes en los spots se reduce casi a la mitad. En los demás rangos no se presentan mayores variaciones, salvo por la categoría ‘juventud’ (15-20 años), que en los spots públicos se triplica en relación a los datos del INEC.

Representación de género

Esta categoría analiza las representaciones de género en los contenidos de los spots de las instituciones públicas ecuatorianas, con el fin de determinar qué cantidad de hombres y mujeres aparecen, pero también si existe la representación de otras categorías de género.

¿Qué representaciones mayoritarias existen? ¿Y minoritarias? En los spots aparecieron 139 mujeres (47%), 152 hombres (51%), y cinco personas (1.7%) cuyo género no pudo ser determinado. Sin embargo, nunca se sugiere la presencia de ningún género por fuera de la heteronormatividad. Una minoría sexual como los trans, no tienen espacio: en la tabla se puede apreciar que en la subcategoría *Otro género*, el resultado es cero. Esto se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 4

Representación de género

Género	Cantidad	%
Mujeres	139	47
Hombres	152	51.4
Otro género	0	0
No determinado	5	1.7
Total	296	100.0

Elaboración propia

Fuente: Ficha de análisis de contenido aplicada a 28 spots de instituciones públicas del Ecuador.

Nota: Se registran los géneros que se vuelven evidentes en las imágenes o en la narrativa. Se asume que en los spots no se muestra otro género que no sea femenino o masculino/hombres o mujeres, quienes se presentaron como personajes principales. Incluso esto podría aplicar a la categoría trans, porque podría ser que alguien con otro género asumido, pueda no ser evidente. Se optó por crear la subcategoría *No determinado* debido a la presencia de bebés, escenas

oscuras, planos generales con tomas lejanas, entre otros factores, que no permitieron identificar fácilmente su género.

Representación de culturas/etnias

Esta categoría analiza las representaciones de culturas étnicas en los contenidos de los spots de las instituciones públicas ecuatorianas. Esto significa registrar los distintos tipos de culturas o etnias de las personas que aparecen en los videos y la cantidad de .estas.

¿Qué representaciones mayoritarias existen? ¿Y minoritarias? Predomina la etnia occidental (mestizos): 218 personas (73,6% de la muestra). Otras etnias con un importante porcentaje de representación son los pueblos y nacionalidades de la sierra (13%) y las culturas afro (8%). La presencia de otras culturas es mínima: los pueblos y nacionalidades de la Costa, de la la Amazonía y de las culturas juveniles aparecen en porcentajes mucho menores, ninguno superior al 2%. Esto se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 5

Representación de culturas/etnias

Cultura/etnia	Cantidad	%
Pueblos y nacionalidades de la Costa	6	2
Pueblos y nacionalidades de la Sierra	41	13.9
Pueblos y nacionalidades de la Amazonía	2	0.7
Culturas afro	24	8.1
Culturas juveniles	3	1
Etnia no identificada	2	0.7
Occidental (sin etnia)	218	73.6
Total	296	100.0

Elaboración propia

Fuente: Ficha de análisis de contenido aplicada a 28 spots de instituciones públicas del Ecuador.

Nota: Se registran las etnias y las culturas según los siguientes criterios: la ropa que visten, el idioma que hablan, los acentos al pronunciar, la jerga, los rasgos físicos e incluso los escenarios en los que aparecen. Se entiende que esto implica una problema para la técnica, pues distintos criterios pueden presentarse en cada persona, lo que vuelve a las variables infinitas.

CONCLUSIONES

Representaciones de discapacidad: Las ocho personas con discapacidad que aparecen en los spots representan un 2.7% de las 296 personas en total. De estos ocho individuos, cinco (63%) son personas que aparecen en sillas de ruedas, pero que no tienen un papel protagónico en los spots. Solo un spot muestra a una persona con discapacidad (ceguera) en un papel protagonista. En ese sentido, las sillas de ruedas aparecen como un elemento que ayuda a representar fácilmente la discapacidad, pero a estas personas no se les confiere voz en los spots. Pese a que hay una representación de la discapacidad, desde la comunicación estatal pareciera que esta estuviera relacionada más con la movilidad que con otra cosa, y a las personas con discapacidades se les otorga muy poca voz.

Representaciones de tipologías raciales: Las tipologías raciales registradas en los spots son: indígenas, quienes representan un 14%; negros-mulatos, 10%; mestizos, 68%; blancos, 4% y no determinados, el 4%; de 296 personas en total. Los no determinados son las razas que no se logró identificar a simple vista se evidencia una minoría en la raza blanca; lo que es correcto, ya que en Ecuador y en Latinoamérica somos todos mestizos y no blancos.

Representaciones de edades: Se registró los rangos de edad de las personas que aparecen en los spots, comparando con la clasificación por edades por parte del INEC: infancia (0-10 años), adolescencia (10-15 años), juventud (15-20 años), adultez (20-65 años) y tercera edad (65 o más años). La juventud obtuvo un 33% mientras que la adultez un 41%: quienes ocupan las tres cuartas partes del total de personas que aparecen en los spots. Se demostró menor presencia en los niños con un 12%, adolescentes 12% y tercera edad 6%. Lo que se hace notoria una leve exclusión a los ancianos.

Representaciones de género: En los spots de las instituciones públicas del gobierno aparecieron 139 mujeres que representa al 47%; así mismo se hicieron presente 152 hombres, es decir al 51%. También hubo un género no determinado, al que no se pudo identificar a simple vista, de ellos hubieron cinco personas, que representa al 2% del total de personas demostrando así la exclusión de cualquier otro género que hubiese podido ser visible desde el punto de vista de la dimensión corporal.

Representaciones de culturas/etnias: Se registraron 7 tipos de culturas étnicas, entre ellos estuvieron: pueblos y nacionalidades de la Costa, Sierra, Amazonía, cultura afro, culturas juveniles, etnia no identificada y occidental (sin etnia). Las personas a las que se les asignó a su etnia correspondiente, fueron reconocidas por su jerga, vestimenta, rasgos físicos, etc. Se evidencia una invisibilización de etnias específicas correspondientes a las regiones de costa y amazonía y de culturas juveniles que aportan otra dimensión cultural.

Comparación con estadística del INEC:

Representación de discapacidad: Si bien se evidencia que existe una presencia de la discapacidad en los spots, si tomamos en cuenta el número total de personas presentadas en estos (296), el número de personas discapacitadas registradas corresponde al 2,7%, mientras que el INEC declara que el 12% de las personas en Ecuador tienen algún tipo de discapacidad. Si bien se registra entonces una presencia en la comunicación audiovisual pública, ésta refleja una representación menor a la que existe realmente. Por otro lado, el Conadis declara que el tipo de discapacidades que más se producen son la física (50%) y la mental (30%). Los resultados indican que si bien la física es visibilizada, la mental casi no se muestra.

Representación de tipologías raciales: Se evidencia la representación de distintos tipos de razas en los spots, entre ellos están: indígenas (14%), negros-mulatos (10%), mestizos (68%), blancos (4%) y raza no determinada (4%). mientras que el INEC detalla la existencia del 14.40% de indígenas, 7.20% de negros-mulatos, 71.99% de mestizos y 6.10% de blancos. Lo que refleja una aproximación cercana a las tipologías raciales que existen realmente.

Representación de género: Los spots muestran una relación entre hombres y mujeres del 51% y 47% respectivamente. Según el INEC, el 50% de los habitantes del Ecuador son mujeres, mientras que el 49% son hombres. En esta categoría no se registra mayor diferencia con la realidad.

Representación de edad: La edad adulta es la de mayor presencia en los spots: 40% de las personas que aparecen pertenecen a este rango, cuando según el Censo de Población y Vivienda de 2010, el 52% de los habitantes del país se encuentran en esa etapa. En cuando a la vejez, la representación es exacta: en los spots el 6.5% de los personajes son adultos mayores, mientras que según los datos del INEC, el porcentaje es de 6.4%. La niñez representada es el

20% de las personas (12%, según el Censo), y la adolescencia (7%, según el censo) corresponde al 10% de las personas representadas en los spots. Donde se registra una variación marcada es en la juventud (comprendida entre los 15-20 años, etapa final y posterior de los estudios secundarios): mientras en Ecuador el 33% de la población se encuentra en ese rango de edad, en los spots el porcentaje de personas en esa etapa es del 9%, algo menos de la tercera parte.

Recomendaciones

Es necesario tomar en cuenta una correcta representación de las minorías. Si bien los porcentajes de tipologías raciales mostradas en los spots se corresponden con la realidad, no ocurre lo mismo con otras categorías, como la discapacidad. Los spots deberían contar historias donde las minorías sean tan importantes como las mayorías. (Muchas veces los discapacitados son casi parte de la escenografía: aparecen en planos generales sin hablar, y solo por accesorios como las sillas de ruedas se entiende que son discapacitados). En el caso de las etnias, se evidencia una preponderancia de aquellas que pertenecen a la región Sierra, sin mostrar las otras. Al escuchar la expresión “pueblos y nacionalidades”, limitamos demasiado nuestro entendimiento a los pueblos y nacionalidades indígenas, y desconocemos otras culturas y etnias que existen en el país. Si bien es difícil el registro de la dimensión de género y se reconoce que en los spots analizados se registra paridad de género, parecería ser que los grupos GLBTI no son visibilizados en los spots, aunque son parte de los movimientos sociales más activos de nuestra sociedad.

La exclusión de las minorías en los relatos —ya sean oficiales o no— en muchas ocasiones no es percibida por la sociedad, a veces incluso no es percibida siquiera por los grupos excluidos. Estamos acostumbrados a que los relatos audiovisuales no nos muestren esa realidad.

Los spots dan preferencia a los grupos que han librado luchas sociales: mujeres (con el movimiento feminista), indígenas (con organizaciones y movimientos indigenista de los noventa) y negros (con organizaciones y movimientos la Unesco acaba de declarar el decenio afro). Es decir, dan prioridad a darle su debida presencia a grupos que, si bien históricamente fueron excluidos, ahora son mediáticos. En los spots no hay un intento muy profundo de mostrar como protagonistas a las minorías invisibilizadas como las personas con discapacidad y los grupos GLBTI.

Y ese acto de no reconocer mantiene la ignorancia y los estereotipos negativos que, al fin y al cabo, impiden la comunicación intercultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Calonge Cole, S. (2006). *La representación mediática: teoría y método*. Psic. da Ed., São Paulo, pp. 75-102. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>

Constitución de la República del Ecuador, (2008). Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural, (2001). Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Gordillo Álvarez, I. (2010). *El cine como herramienta educativa en la comunicación intercultural*. Ponencia del Congreso Internacional Europa - América Latina ATEI, Sevilla, 13 y 14 de mayo de 2010. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30255>

Gutiérrez, Roberto, (2005). *Cultura política y discriminación*. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. México. Recuperado de: <http://repositorio.dpe.gob.ec/bitstream/39000/653/1/CONAPRED-003-Cultura%20pol%C3%ADtica%20y%20discriminaci%C3%B3n.pdf>

Hernández, Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hill.

INEC (2010), Censo de población y vivienda. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/que-es-el-censo-de-poblacion-y-vivienda-2/>

Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, (2013). Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

Mora, Martín, (2002). *Las teorías de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Universidad de Guadalajara. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>

Moscocovici, S., (1961). *Princeps: La psychanalyse, son image et son public*. Recuperado de http://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1961_num_2_4_5992

Palacios Agustina; Romañach, Javier, (2006). *El modelo de la diversidad: La bioética y los Derechos Humanos como herramientas para alcanzar la plena dignidad en la diversidad funcional*. Asís Roig, Rafael de Editorial: Diversitas. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10016/9899>

ANEXOS

Ficha de análisis de contenido				
Investigadora				
SPOT				
	Categorías		Subcategorías	Cantidad
1	Discapacidad	1.1	Física	
		1.2	Sensorial-auditiva de lenguaje	
		1.3	Discapacidad sensorial- visual o ceguera grave:	
		1.4	Discapacidad mental o psíquica:	
		1.5	Otra - no identificada	
2	Tipologías raciales	1.1	Indígenas	
		1.2	Negro-Mulato	
		1.3	Mestizo	
		1.4	Blanco	
3	Edad	1.1	Infancia	
		1.2	Adolescencia	
		1.3	Juventud	
		1.4	Adultez	
		1.5	Vejez o Tercera Edad	

4	Género	1.1	Mujeres	
		1.2	Hombres	
		1.3	Otro género	
		1.4	No determinado (no se sabe)	
5	Cultura/Etnia	1.1	Pueblos y Nacionalidades de la Costa	
		1.2	Pueblos y Nacionalidades de la Sierra	
		1.3	Pueblos y Nacionalidades de la Amazonía	
		1.4	Culturas afro	
		1.5	Culturas Juveniles	
		1.6	Etnia no identificada	
		1.7	Occidental	

Ficha de análisis de contenido

Investigadora

Tema:

	Categorías		Subcategorías	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	S28	Total	%	
1	Discapacidad	1.1	Física	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	5	17.9
		1.2	Sensorial-auditiva de lenguaje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0	
		1.3	Discapacidad sensorial- visual o ceguera grave:	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3.6	
		1.4	Discapacidad mental o psíquica:	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3.6	
		1.5	Otra - no identificada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3.6	

2	Tipologías raciales	1.1	Indigenas	2	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0	5	7	7	0	0	0	1	7	0	1	3	41	13.9	
		1.2	Negro-Mulato	1	1	1	0	3	0	2	0	1	0	0	1	0	2	3	4	4	0	4	0	0	0	1	0	0	0	0	28	9.5	
		1.3	Mestizo	3	8	5	5	13	2	3	1	2	3	7	7	10	2	18	11	16	7	12	14	4	2	1	8	20	3	7	7	201	67.9
		1.4	Blanco	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	13	4.4
		1.5	No determinado	2	0	1	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	13	4.4	
3	Edad	1.1	Infancia	2	0	0	0	11	0	0	2	0	1	0	0	0	4	3	1	2	3	0	0	0	0	0	5	0	1	1	36	12.2	
		1.2	Adolescencia	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	17	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	23	7.8	
		1.3	Juventud	0	0	11	0	1	0	5	0	2	0	1	8	3	2	16	0	0	6	5	16	0	1	1	10	7	2	1	0	98	33.1
		1.4	Adulthood	5	10	0	4	4	2	0	3	0	2	6	0	7	0	9	12	2	7	11	8	4	1	0	0	11	1	5	6	120	40.5
		1.5	Vejez o Tercera Edad	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	0	3	1	0	0	0	0	0	5	0	1	2	19	6.4
																															296	100.0	
4	Género	1.1	Mujeres	6	1	7	3	11	0	2	2	1	2	0	6	7	1	13	5	13	9	10	12	1	1	1	5	12	1	2	5	139	47.0
		1.2	Hombres	2	9	4	2	5	2	5	3	2	1	7	2	4	1	18	10	6	9	10	12	3	1	0	5	16	2	6	5	152	51.4
		1.3	Otro género	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
		1.4	No determinado	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5	15.2

