



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la Web

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Calva Lapo, Andrés Paul

DIRECTOR: Ortiz León, Carlos, Ph.D.

LOJA -ECUADOR

2019



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2019

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Carlos Ortiz León

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la Web”, realizado por Andrés Paul Calva Lapo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, febrero 2019

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Calva Lapo Andrés Paul, declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la Web, de la Titulación de Comunicación Social, siendo el doctor. Carlos Ortiz León director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor: Calva Lapo Andrés Paul

Cédula: 0706476348

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada primeramente a Dios por haberme concebido la vida y permitirme este momento importante de mi formación profesional. A mi querida madre Ruth Lapo, por ser el pilar más importante en mi vida, gracias a su amor y hacer de mi un ser humano bueno y con humildad, por siempre apoyarme a pesar de las circunstancias que han trascendido en nuestras vidas, gracias a todo esto juntos hemos podido lograr este sueño.

También a mi padre y abuelos, pues sin su ayuda moral no hubiera sido posible alcanzar una de mis principales metas. A mis maestros y compañeros quienes me enseñaron y apoyaron para ser una persona de bien y preparado para los diferentes retos que pone la vida.

Paul

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y fortaleza para seguir adelante y no desmayar durante mi carrera universitaria. A mi querida madre, mi luz, mi amiga, mi fuente de inspiración y por darme fuerzas para vencer los diferentes obstáculos que se cruzaban en el camino, por ser esa mujer luchadora, ejemplar por enseñarme a no rendirme ante nada, gracias mi pelucona de cariño como te llamo por ser esa madre incondicional, por tu dedicación, por tanto, cariño y por tus valiosos consejos.

Al Ph.D. Carlos Ortiz, mi director de tesis, que con su ayuda y su gran personalidad ha difundido un gran conocimiento, gracias por convertirse en un amigo, por dedicar tiempo y por la paciencia para finalizar este proyecto.

Paul

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	I
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I	5
1. PROBLEMÁTICA	5
1.1. Justificación.....	6
1.2. Objetivos de la Investigación.....	8
1.2.1. Objetivo General.....	8
1.2.2. Objetivos Específicos.....	8
1.3. Metodología de Investigación.....	8
1.3.1. Metodología cualitativa.	8
1.3.1.1. Análisis de contenido.....	11
1.3.1.2. Entrevista a profundidad	17
1.3.1.3. Focus group	18
CAPITULO II	20
2. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO	20
2.1. El lenguaje y su importancia.....	21

2.2. Tipos de lenguaje (sonoro, escrito, comunicacional, visual)	22
CAPITULO III	24
3. GÉNERO	24
3.1. Proceso de socialización.....	25
3.1.1. Socialización diferencial por género.	26
3.2. Construcción social del género.....	28
3.3. Estereotipos y roles de género.....	29
3.3.1. ¿Qué son los estereotipos de género?	29
CAPITULO IV	32
4. USO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	32
4.1. El rol socializador de los medios de comunicación	33
4.2. El rol de la mujer en los medios de comunicación	34
4.3. El enfoque intercultural de las mujeres en los medios de comunicación	36
4.4. Violencia de género en los medios	37
4.5. Contenidos de producción nacional.....	38
4.5.1. Participación en los medios: formación y práctica profesional.	39
CAPITULO IV	41
5. LEGISLACION DE GÉNERO	41
5.1. El papel de la mujer en la Constitución del Ecuador	42
5.2. Principio constitucional de igualdad y no discriminación.....	44
5.3. Igualdad formal o de jure e igualdad sustantiva o real	45
5.4. Agenda nacional de las mujeres y la igualdad de género.....	46
5.5. Ley Orgánica de Comunicación	47
CAPITULO VI.....	49
6. ENCHUFE.TV	49
6.1. Historia de Enchufe.tv	50
CAPITULO VII.....	52

7. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	52
7.1. Nivel de posicionamiento de los videos de Enchufe.tv en Youtube.....	53
7.2. Análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan	63
7.3. Análisis de contenido con respecto a estereotipos de género en los sketches de EnchufeTV	65
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES	110
BIBLIOGRAFÍA.....	111
ANEXOS.....	114
Tabla de análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de suscriptores de youtubers en Ecuador.....	7
Tabla 2. Modelo de ficha para análisis de los videos de Enchufe Tv	9
Tabla 3. Tabla de selección de sketches con mayor visualización	10
Tabla 4. Tabla para el análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan....	11
Tabla 5. Actitudes y rasgos de personalidad para mujeres	12
Tabla 6. Actitudes y rasgos de personalidad para hombres.....	14
Tabla 7. Ficha técnica análisis de contenido para determinar estereotipos de género en los sketches de Enchufe.tv.	17
Tabla 8. Sketch 1: Viendo como farmacéutica.....	54
Tabla 9. Sketch 2: Viendo como novia celosa	55
Tabla 10. Sketch 3: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica.....	56
Tabla 11. Sketch 4: 25 Viñetas de un Adolescente	57
Tabla 12. Sketch 5: Expectativa VS. Realidad: Sexo	58
Tabla 13. Sketch 6: Primeras veces VS. Ahora	59
Tabla 14. Sketch 7: Taller de Dios.....	60
Tabla 15. Sketch 8: Andrés, el que te visita cada mes	61
Tabla 16. Sketch 9: Reunión de amigos.....	62
Tabla 17. Tabla de selección de sketches con mayor visualización	63

Tabla 18. Personaje: Farmacéutica.....	66
Tabla 19. Personaje: Mamá del adolescente	67
Tabla 20. Personaje: Adolescente.....	68
Tabla 21. Personaje: Estudiante.....	68
Tabla 22. Personaje: Adulto mayor	69
Tabla 23. Personaje: Hippie.....	69
Tabla 24. Personaje: Chichico	69
Tabla 25. Personaje: Hombre atractivo	70
Tabla 26. Personaje: Novia.....	71
Tabla 27. Personaje: Novio.....	72
Tabla 28. Personaje: Doña Paty	72
Tabla 29. Personaje: Hermano del novio	73
Tabla 30. Personaje: Ramón	73
Tabla 31. Personaje: Chica.....	75
Tabla 32. Personaje: Pilar.....	76
Tabla 33. Personaje: Hermano menor	76
Tabla 34. Personaje: Hermano mayor.....	77
Tabla 35. Personaje: Papá de la chica	77
Tabla 36. Personaje: Guardia	78
Tabla 37. Personaje: Raúl	78
Tabla 38. Personaje: Abuelo.....	79
Tabla 39. Personaje: César	79
Tabla 40. Personaje: Adolescente.....	81
Tabla 41. Personaje: Mamá del adolescente	82
Tabla 42. Personaje: Papá del adolescente.....	82
Tabla 43. Personaje: Lorena.....	83
Tabla 44. Personaje: Profesora	83
Tabla 45. Personaje: Mujer de vestido rojo	84
Tabla 46. Personaje: Compañera	84
Tabla 47. Personaje: Compañero.....	84
Tabla 48. Personaje: Farmacéutica.....	85
Tabla 49. Personaje: Chico “Expectativa”	86
Tabla 50. Personaje: Chica “Expectativa”	87
Tabla 51. Personaje: Chico “Realidad”	87
Tabla 52. Personaje: Chica “Realidad”	88
Tabla 53. Personaje: Enfermera.....	88

Tabla 54. Personaje: Doctor	89
Tabla 55. Personaje: Niño	90
Tabla 56. Personaje: Papá del niño.....	90
Tabla 57. Personaje: Hombre de 30 años.....	91
Tabla 58. Personaje: Chica.....	91
Tabla 59. Personaje: Mamá del hombre de 30 años	91
Tabla 60. Personaje: Compañero de oficina	92
Tabla 61. Personaje: Niño con uniforme de escuela	92
Tabla 62. Personaje: Lía.....	93
Tabla 63. Personaje: Prime del hombre de 30 años.....	93
Tabla 64. Personaje: Adolescente.....	93
Tabla 65. Personaje: Adolescente (mujer)	94
Tabla 66. Personaje: Narrador	95
Tabla 67. Personaje: Voz 1.....	96
Tabla 68. Personaje: Dios.....	96
Tabla 69. Personaje: Ángel.....	97
Tabla 70. Personaje: Jugador.....	97
Tabla 71. Personaje: Chica protagonista	99
Tabla 72. Personaje: Andrés	99
Tabla 73. Personaje: Vecina.....	100
Tabla 74. Personaje: Chico.....	100
Tabla 75. Personaje: Hermana de la protagonista.....	101
Tabla 76. Personaje: Cristina.....	102
Tabla 77. Personaje: Luis	103
Tabla 78. Personaje: Gabriel	103
Tabla 79. Personaje: Elena.....	104
Tabla 80. Personaje: Esteban	104
Tabla 81. Personaje: Paco.....	105
Tabla 82. Personaje: Hermana de Esteban	105

RESUMEN

El presente trabajo de investigación localiza y selecciona los videos con mayores visualizaciones de la serie ecuatoriana Enchufe.tv, transmitida en YouTube, desde el año 2015 hasta 2018, se seleccionaron un total de nueve videos, tres por cada año de estudio.

Se fundamenta con la metodología cualitativa, basada en una entrevista a profundidad, fichas para el análisis de actitudes y rasgos de personalidad, grupos focales y análisis de contenido de los videos de la representación y el tratamiento de género; a fin de determinar si existe o no estereotipos de género.

Se identificaron varias opiniones heterogéneas sobre la serie y se concluye que utilizan un lenguaje humorístico y vulgar para mostrar realidades de la sociedad ecuatoriana y la existencia de estereotipos de género tanto para ambos sexos. Es necesario estudiar el enfoque de género, el lenguaje no sexista, conocer las diversidades sexo-genéricos y buscar la forma como con una orientación de derechos y no violencia contra las mujeres o discriminación a las diferentes poblaciones se construyen estos contenidos.

PALABRAS CLAVES: estereotipos, lenguaje audiovisual, Enchufe.tv, humor, tratamiento de género.

ABSTRACT

This research work locates and selects the videos with the greatest visualizations of the Ecuadorian series Enchufe.tv, broadcast on YouTube, from 2015 to the present date, a total of nine videos were selected, three for each year of study.

Subsequently, it is based on quantitative methodology, same as through in-depth interviews, files for the analysis of attitudes and personality traits and focus groups; analyzes the content of the videos, the representation and treatment of gender and determines whether or not there are gender stereotypes.

Several heterogeneous opinions about the series were identified, which allows us to conclude that they use a humorous and vulgar language to show the realities of Ecuadorian society and the existence of gender stereotypes for both sexes. It is necessary to study the gender approach, the non-sexist language, to know the sex-generic diversities and to look for the way with a focus on rights and nonviolence against women or discrimination to the different populations these contents are constructed.

KEYWORDS: stereotypes, audiovisual language, Enchufe.tv, humor, gender treatment.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación “Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la WEB” pretende identificar las características y comportamiento que se asignan a los personajes (hombres - mujeres) en los diferentes sketches que componen la muestra de análisis.

En el primer capítulo de la presente tesis se aborda la problemática, justificación y objetivos del tema en general; así mismo se plantean los diferentes métodos e instrumentos de investigación que harán posible la realización del trabajo, dar respuesta a las hipótesis planteadas y contrastar los resultados.

El segundo capítulo presenta la parte teórica, iniciando desde el concepto e importancia del lenguaje, los tipos de lenguaje existentes, hasta llegar al lenguaje audiovisual, que es el más representativo en esta tesis.

El tercer capítulo expone la socialización, al ser el hombre un ser eminentemente social, este capítulo estudio los procesos de dicha socialización, la construcción social por género y desglosa el origen y concepto de los estereotipos y roles de género.

En el cuarto capítulo se continúa con la revisión conceptual y teórica sobre el uso de la imagen de la mujer en los medios de comunicación, el rol socializador que presentan dichos medios, si se evidencia en ellos la existencia de violencia de género, todo ello contrastado con las leyes y normativas que rigen al Estado ecuatoriano, y finalmente los contenidos de producción nacional y la formación y práctica profesional de quienes manejan estos contenidos y están al frente de informar, entretener y educar a la sociedad en general.

El quinto capítulo denominado “Legislación de género” analiza la normativa legal ecuatoriana, desde la Constitución de la República del Ecuador hasta la Ley Orgánica de Comunicación, el rol que interpreta la mujer en los medios de comunicación visto desde estas normativas, los principios constitucionales de igualdad y no discriminación que poseen los ecuatorianos y en especial la igualdad de género.

Se plantea varios problemas al momento de realizar la investigación entre ellos si los medios de comunicación y las producciones audiovisuales del país usan e imponen estereotipos de género y con ello plantea una barrera de diferenciación entre ambos sexos y si existen estereotipos de género.

Se plantea una metodología mixta, con el uso de fichas técnicas que permiten medir y seleccionar los nueve sketches con mayores visualizaciones, fichas de análisis de contenido para constatar la presencia de estereotipos mediante diversas actitudes expuestas, luego de recabar esta información se la contrasta con una entrevista a profundidad a experto en el tema y focus group a estudiantes universitarios para conocer su opinión.

CAPITULO I

1. PROBLEMÁTICA

1.1. Justificación

Según un estudio realizado por el Consejo Nacional de las Mujeres (CONAMU), actualmente denominado Consejo Nacional para la igualdad de género, entre marzo y julio de 2008, el tratamiento que se dio a temas relacionados a la mujer, se caracterizó por el uso de estereotipos de género, discursos sexistas, argumentos moralistas y religiosos, antes que argumentos científicos, jurídicos y sociales.

Ejemplos de ello se evidencian en distintos medios de comunicación, en especial sensacionalistas como: Diario Extra¹, que en varias ocasiones muestra imágenes de mujeres víctimas de violencia o “sexys”, donde se la presenta como objeto, más que como sujeto.

La presente investigación denominada: “Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la Web” se desarrolla para identificar y concienciar el tratamiento de género que los medios de comunicación dan a la imagen de la mujer.

Mediante un estudio realizado por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) se explica que las razones por las cuales se da este fenómeno pueden ser variadas, y se formulan preguntas como:

- ¿Las productoras se limitan a realizar productos comunicacionales, sin pensar en cómo se va a mostrar a la mujer?
- ¿Siempre dan un producto sin ir más lejos, es decir, no analizan la forma en que la audiencia puede entender el mensaje?

A esto se suma la necesidad de analizar estos productos audiovisuales, desde una perspectiva crítica hacia el rol que cumple la mujer, para ello se plantea algunas otras preguntas: ¿qué tipo de estereotipos se construyen?, ¿cómo se construyen los estereotipos? y ¿de qué forma los sketches a analizarse producen estereotipos de género?

La importancia de la presente tesis surge por un lado para dar respuesta a las interrogantes antes planteadas y para determinar el correcto o incorrecto manejo de mensajes implícitos en las producciones que se realizan en el país y se difunden a la sociedad ecuatoriana, mediante un caso de estudio en específico.

¹ Diario Extra: Periódico ecuatoriano, fundado el 21 de octubre de 1974. Es el diario más vendido a nivel nacional. Su casa editorial es Gráficos Nacionales, S.A. (GRANASA)

Para considerar el entorno digital, la plataforma YouTube se conoce como un sitio web dedicado a compartir vídeos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenido como videoblogs y YouTube Gaming.

En el Ecuador el número de visitantes diarios de YouTube es considerable, ya sea para consumir o generar contenidos. En los últimos años varios youtubers ecuatorianos han logrado un número importante de suscriptores a sus canales entre los que destacan:

Tabla 1. Número de suscriptores de youtubers en Ecuador

Canal	Número de suscriptores
Enchufe tv	15.242.332
Vanesa Calero	71.404
Diego Villacis	164.987
VaneVlog	7.519
Richard Salazar Barona	127.953

Fuente: YouTube.

Elaboración: Paúl Calva Lapo - 23 de octubre de 2017

De estos antecedentes nace la propuesta de la presente investigación que basa su estudio uno de los canales ecuatorianos con mayores suscripciones, Enchufe.tv, es un proyecto de la productora ecuatoriana Touché Films², que utiliza su canal de YouTube como plataforma de la serie de “sketches cómicos, donde diversas situaciones y personajes cotidianos son vistos del lado más divertido de la realidad humana” (Touché Films, 2017).

Enchufe.tv inicia su producción un 13 de noviembre de 2011, con su primer sketch titulado “El Peor Casting”, que hasta el 14 de octubre de 2017 contaba con un total de 4 890 004 reproducciones, basado en su temática de generar expectativa de lo que será el canal de comedia. El 8 de noviembre de 2012, lanzan uno de los sketches más vistos en la trayectoria de Enchufe.tv “Compra Condonos” con 39 312 251 reproducciones y 18 863 comentarios.

Enchufe.tv es uno de los más populares de Ecuador y entre su grupo de seguidores se considera a usuarios de varios países de Latinoamérica. Su éxito fue rotundo en internet

² Productora ecuatoriana de producto audiovisual de entretenimiento.

debido a la calidad de la producción (que lo diferencia de otros canales) al incursionar en un formato diferente, logrando internacionalmente premios y reconocimientos, desde noviembre de 2013 cuando obtuvieron su primer galardón, han sido constantes los premios que han recibido a lo largo de estos años. El último premio internacional que recibieron hasta la fecha, fue el reconocimiento Play de Diamante en el 2016, otorgado por [YouTube](#) por superar los diez millones de suscriptores.

Es indudable que varios de los sketches de Enchufe.tv, muestran la idiosincrasia del ecuatoriano, en muchas historias que ellos cuentan nos identificamos, de ahí la importancia de analizar el uso y tratamiento de género en sus sketches, con el objetivo de determinar la existencia de estereotipos de imagen o detectar casos donde la imagen de la mujer se vea denigrada.

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. Objetivo General

Analizar las actitudes y rasgos de personalidad de cada género en la serie WEB ecuatoriana Enchufe.tv y determinar si existen estereotipos de género.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar las formas las actitudes y rasgos de personalidad femeninos y masculinos que se transmiten a través de la serie Web Enchufe.tv.
- Definir el nivel de participación masculina y femenina en los diferentes sketches de Enchufe.tv.

Hipótesis

- La serie Web Enchufe.tv define rasgos de personalidad muy marcados en los personajes, dependiendo del género al que representa.
- La serie Web Enchufe.tv marca sustancialmente los estereotipos, a través de la utilización del humor como principal recurso narrativo.
- No existe discriminación a la mujer en la serie Web Enchufe.tv.

1.3. Metodología de Investigación

La presente investigación se verificará por medio de diferentes métodos y técnicas de investigación.

1.3.1. Metodología cualitativa.

Mediante este método de investigación se obtendrá respuestas a los objetivos planteados, teorías estudiadas y resultados de la investigación “para este método...no existe una

realidad única y cada observador cree la realidad formado parte del proceso de investigación” (Wimmer, 1996, p. 145).

Sampieri (2014) determina que las investigaciones cualitativas se basan en una lógica y proceso inductivo, con el objetivo de “... explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas” (p. 8).

En esta metodología interviene también el análisis de contenido, en este caso de cada uno de los sketches seleccionados, para determinar las actitudes y rasgos de personalidad de los personajes que intervienen e ir estableciendo si existe o no estereotipos de género.

En el siguiente proyecto se elaboraron dos fichas; la primera se utilizó para determinar la muestra de investigación, que se conformó con los 3 videos más vistos por año, delimitando la fecha desde el 3 de mayo de 2015 al 3 de mayo de 2018; se analizó un total de 9 videos, con mayor número de visualizaciones en el periodo establecido.

Tabla 2. Modelo de ficha para análisis de los videos de Enchufe Tv

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Sinopsis:						
Link:						
Captura						

Fuente: Granda (2015)

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

- **Nombre:** Título con el que se identifica el Sketch en la plataforma YouTube.
- **Fecha:** Fecha en la que se publicó el video a la plataforma YouTube.
- **Visitas:** Es el número de reproducciones alcanzadas por el Sketch desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos.
- **Me Gusta:** Número total de en las que se pinchó en el icono manito arriba (Me Gusta este Video) desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos.

- **No Me Gusta:** Número total de veces en las que se pinchó en el icono de manito abajo (No Me Gusta este Video) desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos. Es un indicador que refleja la no aceptación del video.
- **Comentarios:** El número total de comentarios e interacciones que ha generado.
- **Comentario con mayor cantidad de like:** Se realiza un Screenshot (Pantallazo) al comentario que género mayor cantidad de aceptación del público mediante su número de Me gusta.

Captura de Pantalla: Se tomó un Screenshot (pantallazo) de la parte detallada de la información del video, donde se aprecia el nombre del video, nombre del canal el número de visitas, cantidad de comentarios, me gusta, no me gusta, número de suscriptores del canal, información del video, número de comentarios, fecha de publicación del video.

La muestra quedo conformada de la siguiente forma:

Tabla 3. Tabla de selección de sketches con mayor visualización

Fecha	Nombre del sketch
27 de marzo de 2016	Viendo como farmacéutica
31 de agosto de 2015	Viendo Como Novia Celosa
7 de junio de 2015	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica
31 de julio de 2016	25 Viñetas de un Adolescente
16 de abril de 2017	Expectativa VS. Realidad: Sexo
3 de julio de 2016	Primeras veces VS. Ahora
28 de mayo de 2017	Taller de Dios
6 de agosto de 2017	Andrés, el que te visita cada mes
23 de julio de 2017	Reunión de amigos

Fuente: EnchufeTV

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

El objetivo principal de esta tabla de análisis es conocer y reconocer el género (masculino o femenino) de cada personaje que participa en el sketch, así mismo su interpretación dentro del mismo (personaje principal y secundario). Está compuesta por: nombre del sketch, personajes (se va numerando según el orden cronológico en que aparecen en el video), masculino o femenino, nombre del personaje (si es que señalan un nombre, sino se procede a dar alguna característica o sobrenombre que permita reconocerlo) y finalmente la interpretación de roles.

Tabla 4. Tabla para el análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan

Nombre del sketch:				
Viendo como farmacéutica				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1				
Personaje 2				
Personaje 3				
Total				

Fuente: EnchufeTV

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Por lo antes mencionado, dentro de la presente investigación y gracias a este método se plantean varios puntos:

- Se analizará el uso del género dentro de la muestra seleccionada para la investigación.
- Se elaborará una ficha técnica para el análisis de los sketches.
- Se realizará un análisis de los resultados y de contenido para determinar el tratamiento del género y de la imagen de la mujer en los sketches de Enchufe.tv.

1.3.1.1. Análisis de contenido.

Piñuel (2002) plantea una descripción sobre análisis de contenido, de allí su importancia para la presente tesis:

El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la emergencia de aquel sentido latente, que procede de las prácticas sociales y cognitivas que instrumentalmente recurren a la comunicación para facilitar la interacción que subyace a los actos comunicativos concretos y subtiende la superficie material del texto. (p. 4)

Una vez recolectada la muestra de los 9 videos con mayores visualizaciones, se procede a analizar su contenido, y determinar cuáles hablan sobre la representación y el tratamiento de género, con base a cuatro indicadores, detallados en Escala de Likert a continuación.

Para realizar este análisis tomamos como referencia la investigación denominada “Análisis de los estereotipos de género actuales”, de Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014) en la que se detallan 258 características estereotípicas que permiten identificar la actitud y rasgos

de personalidad de cada personaje en el sketch. A continuación, se detalla la tabla con los adjetivos seleccionados para hombres y mujeres, en donde se determinan 51 actitudes y 55 rasgos de personalidad para el sexo femenino, y 48 actitudes y 45 rasgos de personalidad para el sexo masculino; para medirlos se utilizará una escala de Likert de mayor a menor, que comprende:

- Alto: 3
- Medio: 2
- Bajo: 1
- Nulo: 0

Tabla 5. Actitudes y rasgos de personalidad para mujeres

Adjetivos para determinar actitudes y rasgo de personalidad de los personajes femeninos.

Actitudes	Rasgo de personalidad
Conciliadoras	Con alta habilidad verbal
Egoístas	Rebeldes
Impulsivas	Fuertes emocionalmente
Distantes	Severas
Maltratadoras	Trabajadoras
Prácticas	Actúan con franqueza
Cordiales	Histéricas
Orientadas a la familia	Con carácter
Emocionales	Insensibles
Preocupadas por el bienestar de los demás	Calculadoras
Cuidadoras	Groseras
Sufridas	Habladoras
Imprudentes	Frustradas
Destinadas al cuidado de los /las hijos/as	De personalidad fuerte
Misteriosas	Miedosas
Nerviosas	Sentimentales
Individualistas	Solitarias
Frágil	Frustradas

Torpes	Inseguras
Imprevisibles	Sinceras
Afectivas	Volubles
Cálidas	Groseras
Encantadoras	Celosas
Cuidadoras	Amigables
Imprudentes	Hogareñas
Atractivas	Moralistas
Individualistas	Coléricas
Simpáticas	Inseguras
Sociables	Temperamental
Manipuladora	Volubles
Despreocupadas	Curiosas
Afectivas	Depresivas
Nerviosas	Solitarias
Educadas	Pesimistas
Emocional	Débiles
Destinadas al placer sexual	Frustradas
Furiosas	Paranoicas
Sexualmente activas	Inseguras
Sinceras	Confidentes
Expresivas	Obsesivas
Complacientes	Agresivas
Minuciosas	Violentas
Tranquilas	Narcisista
Exigentes	Delicadas
Practicas	Románticas
Complicadas	Volubles
Peligrosas	Coléricas

Amenazantes	Miedosas
Preocupadas por el bienestar de los demás	Temperamentales
Vulnerables	Impulsivas
Coquetas	Ingenuas
	Confiadas
	Infieles
	Atractivas
	Autónomas

Fuente: Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014)

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Para la clasificación de hombres se toma en cuenta la Tabla 13 de Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014), considerando la media y desviación típica en cada versión de la escala de las características estereotípicas asignadas a los hombres.

Tabla 6. Actitudes y rasgos de personalidad para hombres

Adjetivos para determinar actitudes y rasgo de personalidad de los personajes masculino.	
Actitudes	Rasgos de Personalidad
Incompletos	Solitarios
Defectuosos	Imprevisibles
Pasivos	Perezosos
Inexpresivos	Viciosos
Promiscuos	Sucios
Pasivos	Ingenuos
Emocionales	Firmes
Expresivos	Atractivos
Nerviosos	Con alta habilidad verbal
Mal educados	Románticos
Eficientes	Impulsivos
Impulsivos	Sumisos
Realistas	Amables

Desagradables	Inquietos
Egoístas	Dóciles
Fuertes físicamente	Agresivos
Coquetos	Narcisista
Elegantes	Volubles
Conquistadores	Con alta habilidad verbal
Ingenuos	Sociables
Conflictivos	Calculadores
Perezosos	Agresivos
Destinados al placer sexual	Conflictivos
Orientados a la familia	De personalidad fuerte
Sexualmente activos	Decididos
Aduladores	Sinceros
Mentirosos	Rebeldes
Imprevisibles	Amigables
Cultos	Curiosos
Misteriosos	Groseros
Educados	Fanfarrones
Exigentes	Chismoso
Sufridos	Miedosos
Delicados	Dependientes
Investivos (de inventar)	Confiados
Instructivos	Sociables
Poderosos	Coléricos
Serviciales	Frustrados
Impertinentes	Optimistas
Egocéntricos	Idealistas
Sociables	Soñadores
Sensatos	Autoritarios

Desagradables	Sentimental
Imprudentes	Volubles
Peligrosos	Atractivos
Falsos	
Mentirosos	
Conflictivos	

Fuente: Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014)

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tal como se observa en las tablas números 5 y 6, los adjetivos sirven para identificar la actitud y rasgo de personalidad que representa cada personaje en los sketches. Se agrupan los adjetivos de acuerdo a su relación.

Para el análisis cualitativo del contenido implícito en los sketches más vistos de Enchufe.tv, durante los tres últimos años, se plantea una tabla descriptiva, que permita recopilar datos de los personajes femeninos que participan, su descripción y valor frente al rol de la imagen femenina; para finalmente determinar específicamente referentes a la construcción de género.

Una mirada crítica de fondo y forma en su manera de representación de los personajes de los sketches, su interpretación, lenguaje y expresiones para identificar el significado que dan a sus acciones y representaciones varias.

Se analiza cada uno de los personajes para determinar la existencia de estereotipos de género en cada sketch, de acuerdo a las actitudes expuestas, en cuya tabla utilizaríamos para medir la escala de Likert según: 3: Alto, 2: Medio, 1: Bajo: 1 y 0: Nulo.

Contiene como cabecera: nombre y duración del sketch, descripción de personajes principales. Y dentro de cada tabla consta de: título del sketch, nombre del personaje, actitudes expuestas (con respecto a las 258 antes mencionadas, seleccionamos e identificamos la actitud de acuerdo al personaje) y finalmente la valoramos si se expone de manera alta, media, baja o nula en el video.

Tabla 7. Ficha técnica análisis de contenido para determinar estereotipos de género en los sketches de Enchufe.tv.

Sketch 1:

Duración:

Personajes:

Título del sketch								
Nombre del personaje:								
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Total								

Fuente: EnchufeTv

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Además, se utilizará las siguientes herramientas de investigación que permitirán contrastar los resultados obtenidos en el análisis cualitativo.

1.3.1.2. Entrevista a profundidad

Se realiza una entrevista a una docente investigadora experta en el tema, que permite obtener una mirada crítica y valorativa de la importancia de la representación de género en los contenidos audiovisuales, producciones propias de Ecuador y en general de los medios de comunicación del país.

La entrevista se realiza a Nelly Valbuena directora de la Fundación La Esquina Colombia y Mujeres Contando, quien maneja temáticas de enfoque de género y es especialista en Derechos Humanos, investiga temas de violencia de género, específicamente violencia contra mujeres, niñas, niños y adolescentes, trabaja aproximadamente 15 años en la construcción de medios de comunicación con enfoque de género, uno de ellos es Mujeres contando; a quien se aplica preguntas abiertas dedicadas a conocer la realidad de los audiovisuales de Enchufe Tv y si existe estereotipos de género en los mismos.

1.3.1.3. Focus group

Las sesiones en profundidad o grupos de enfoque consisten en reuniones de grupos de entre tres a diez personas, cuyos participantes conversan a profundidad de uno o varios temas según lo requieran, existe un interés por parte del investigador en saber cómo los individuos reunidos esquematizan una situación o cuál es su perspectiva de un problema o una situación definida (Sampieri, 2014).

Escobar y Bonilla-Jiménez (2017) sobre los focus grupo manifiestan: “El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos” (p. 52).

El universo de estudio son dos grupos de estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, con edades comprendidas entre 18 a 23 años, del primer y cuarto ciclo de estudio respectivamente. El primer grupo correspondiente al primer ciclo quienes observaron dos videos: “Andrés el que te visita cada mes” y “Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica” y el segundo grupo, estudiantes de cuarto ciclo visualizaron los sketches “Expectativa VS. Realidad: Sexo” y “Reunión de amigos”.

El diseño del cuestionario para delimitar los temas que se analizarían en los grupos focales se realizó de la siguiente manera:

Cuestionario de preguntas para Grupo de discusión

Tema: Análisis de género en los sketches de Enchufe.tv, serie ecuatoriana que se transmite en la Web

Rango de edad: 18 - 23

Número de participantes: hombres: 3 mujeres: 3

1. ¿Qué opinión tienen acerca de los contenidos de Enchufe.tv?
2. ¿Creen que existen roles o actitudes muy marcadas en los personajes que se representan?
3. ¿En los sketches mostrados, creen que se muestran estereotipos, en los hombres y mujeres?
4. ¿Se evidencia desigualdad de género en los sketches mostrados?
5. ¿Crees que se denigra la imagen femenina en los sketches de Enchufe.tv?
6. ¿Te identificas con las historias y los personajes marcados?
7. ¿El lenguaje verbal que se utiliza crees que es adecuado?

CAPITULO II

2. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

2.1. El lenguaje y su importancia

“El hombre no existe con anterioridad al lenguaje, ni como especie ni como individuo”

Roland Barthes (1972)

El lenguaje es interpretado como un sistema compuesto por unidades de signos lingüísticos, el uso del lenguaje da lugar a formas concretas de conducta, lo que permite su interpretación, o tipo de comportamiento. Existen varios conceptos para describir el término lenguaje, definiciones que muestran creencias o visiones individuales, ligadas a la mayoría de conceptos por diferentes autores.

Cuando el hombre descubre el lenguaje se completa el ciclo. Todo lo que el hombre siente y piensa es incorporado al mundo de las palabras. Todo es comunicación lograda. Los hombres intercambian fácilmente ideas, descubrimientos, informaciones y, de ese intercambio de la comunicación, nacen nuevos conocimientos. La comunicación desde el origen, la primitiva forma en que el homínido mantenía su contacto inteligente, con sus compañeros de manada, es el motor que lanza al hombre a las máximas conquistas de todo tipo. (Acosta, 1973, p.23)

El lenguaje hablado está considerado como la unión de pensamientos y conocimientos, entre el autor y receptor, permitiendo dar una información imprescindible entre los individuos (Pavio y Begg, 1981). Es un sistema de comunicación biológico especializado en la transmisión de información por medio de signos lingüísticos, que según Sapir (como se citó en Paredes, Alpízar y Martín, 2017) es caracterizado por ser un método exclusivamente humano y no involuntario de comunicar ideas, emociones y deseos; por medio de un sistema de símbolos producidos de manera liberada, por ello una de las formas de comunicarse es mediante el lenguaje de las diferentes culturas de la sociedad.

El lenguaje es un conjunto de signos que permite una comunicación flexible, considerándolo como la construcción del pensamiento. Vygotsky (1987) señala en su teoría que las palabras dan forma a ese sistema de signos llamado lenguaje, el que permite la codificación y decodificación de significados y que, además se utiliza como una herramienta de reconstrucción del pensamiento.

Para Garza (1997) el lenguaje es la facultad del hombre de reproducir y recrear la realidad que percibe por medio de un sistema de signos, percibiendo la realidad de distinta manera, esto clasifica al signo como arbitrario, es decir se asocia una palabra y su significado.

Pese a los diferentes conceptos descritos sobre el lenguaje, este permite entender la importancia de ayudar a construir nuestro propio concepto del mundo y de la realidad; mientras tanto los medios de comunicación, nos proporcionan una imagen mental de lo que vivimos, generando ideas y pensamientos nuevos.

El ser humano se ve inmerso en un mundo donde las redes de la comunicación y de la tecnología exigen la revisión y reestructuración de su comunicación interpersonal. Es por ello que los medios de comunicación como mediadores para transmitir el lenguaje, son considerados indispensables y creadores del conocimiento social, por la forma de representar la realidad de los ciudadanos y la opinión pública de una sociedad democrática.

El proceso de comunicación implica adentrarse en el lenguaje, por las formas comunicativas de significantes y significados, durante este proceso interviene un emisor y receptor, quienes intercambian información, realizando mediante este intercambio la retroalimentación, pensada como uno de los elementos fundamentales para la enseñanza y la reflexión.

En la presente investigación se inicia desde la idea que el hombre ha desarrollado una forma de conocer y concebir el mundo a través del lenguaje, convirtiéndolo en parte de él y concluyendo que solo existe la comunicación cuando el que habla y el que escucha comparten ciertos conocimientos y pensamientos (Stubbs, 1987).

2.2. Tipos de lenguaje (sonoro, escrito, comunicacional, visual)

Villamarín (1997) señala que las primeras formas de comunicación se desarrollan inclusive antes que el hombre apareciera en la tierra, al inicio tuvieron una comunicación similar a la de los animales a través de: ruidos, expresiones faciales y movimientos corporales.

Los predominados son los primeros en utilizar signos y señales, también mediante la comunicación táctil transmitían sentimientos como ira, piedad y amor, pero como aún no desarrollaban el lenguaje oral, no podían recordar los acontecimientos salvo vagas ideas (Villamarín, 1997).

Después, el lenguaje evoluciona en dos líneas: oral, como una necesidad de comunicación entre los primeros seres vivos para mejorar su forma de vida, y actividades, entre ellas la caza, pesca y agricultura. Y el escrito que fortalece la comunicación y permite el envío de mensajes a largas distancias (Villamarín, 1997).

Entre los tipos de lenguaje que se estudiarán a continuación se destacan: oral, escrito, comunicacional y visual.

- **Lenguaje oral**

Conforme el ser humano evolucionaba, las formas de comunicación se desarrollaban con él, pues demandaba de mejores formas para interrelacionarse, nacen entonces los gestos, gritos, sonidos guturales; que después se perfeccionaron con la imitación de los sonidos del viento, el gorjeo de los pájaros, el murmullo del agua, el mecer de las olas, etc. (Villamarín, 1997).

El lenguaje oral permite la comunicación entre dos personas convirtiéndose en instrumento útil de socialización, sirve para satisfacer necesidades básicas, expresar sentimientos y emociones, regular el comportamiento de los demás, entre otros.

Dicho lenguaje es un instrumento de codificación del pensamiento, lo organiza y contribuye a la reflexión y a la conceptualización.

- **Lenguaje escrito**

Para Yule (2007) en la actualidad todavía existen varias lenguas en el mundo que emplean solo el lenguaje oral, pues carecen de escritura. Sin embargo, la idea del lenguaje escrito nace desde los primeros intentos de representar la información visualmente, mediante las pinturas de las cavernas, desarrolladas aproximadamente hace 20 mil años.

Este se desarrolla porque surge la necesidad que las ideas, pensamientos y experiencias se perennicen en el tiempo. El hombre prehistórico es quien empieza a perfeccionar los primeros trazos y líneas, con ello establece una serie de signos y símbolos (Villamarín, 1997).

- **Lenguaje visual**

Se relaciona con la manera de como interpretamos lo que percibimos a través de los ojos, también conocido como la lectura y escritura de imágenes.

En la actualidad también se hace referencia al lenguaje audiovisual que evoluciona gracias a la intervención de la tecnología, y convergen varios elementos, entre ellos se destaca:

1. La escritura en pantallas electrónicas, teletexto y videotexto.
2. Lo escrito-icónico, como las representaciones tipográficas, topográficas y logotipos.
3. La escritura transformada en imagen gracias a las infografías.
4. Los sonidos y su conversión en escritura.
5. Lo audiovisual o audio-escrito-visual, los videos interactivos, gracias a la multimedia, es decir reunión de formato escrito, audio, imágenes y videos (Cebrián, 1999).

CAPITULO III

3. GÉNERO

3.1. Proceso de socialización

La socialización es la toma de conciencia de la estructura social en la que un individuo nace, junto a las instituciones representativas con capacidad para transmitir e imponer los elementos culturales apropiados. Se entiende como un proceso de control que produce en el niño determinadas disposiciones morales, intelectuales y afectivas.

La socialización es un proceso dinámico y permanente en la educación de lo individual a lo social, este posicionamiento es crucial si se pretende determinar los parámetros, mediante la práctica de los agentes, que repercuten en los resultados socializadores (Rodríguez, 2010). Durante del proceso de socialización las personas aprenden a interrelacionar los valores y comportamientos dentro de la sociedad, así mismo aprendiendo diferentes culturas adaptándonos a nuevas normas y valores establecidos.

El proceso de socialización es el aprendizaje de la persona durante el transcurso de su vida, los elementos socioculturales los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, adaptándose así al entorno social que debe vivir. (Rocher, 1990.p.60)

Dentro del proceso de socialización existe los responsables de transmitir normas, valores y modelos de comportamiento que son llamados agentes de socialización, que pueden actuar en base a una serie de normas y conductas en torno a las cuales se da un consenso de toda la sociedad.

Los agentes sociales dentro del proceso de socialización son aquellos que representan mayor fuerza como la familia, escuela y los medios de comunicación. La familia considerado agente principal para la persona, su importancia es durante la niñez y por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad, iniciando en los primeros años de vida y se remite al núcleo familiar dependiendo de la capacidad de aprendizaje del niño que varía a lo largo de su desarrollo psicoevolutivo.

Cuando se refiere a la familia no solo se hace mención a la madre y al padre, si no todo el círculo familiar hermanos, hermanas y otros familiares que le ayudan a socializar con elementos básicos de la cultura y desarrollar las bases de su personalidad.

Como segundo agente tenemos la escuela con el ingreso del niño a la institución, esta se convierte en un agente socializador frente a la familia, el cual obliga al cambio de interacción social, este tipo de agente no solo está encargado por el profesorado sino también por medio de textos, charlas y juegos, dentro de la escuela se viven diferentes espacios culturales, que le permite al niño el aprendizaje de nuevos valores y normas social.

En la sociedad actual los medios de comunicación presentan una parte muy importante como agente de socialización, pues manejan un gran poder en la mente, creencias y valores de las personas. Influyen en la opinión pública e incluso en las acciones y decisiones del individuo.

La sociedad varía en relación a la cantidad y el acceso a los medios de comunicación que poseen sus integrantes. Hoy en día en la mayoría de las sociedades occidentales existe una amplia variedad de medios que tienen incidencia en el proceso de socialización, si bien en algunos países existen restricciones legales en relación a qué tipos de contenidos se ofrecen a los niños a través de los medios (Arnett, 1995).

Por último, los agentes de socialización se encargan de transmitir modelos y pautas de comportamiento, muy diversos que actúan en función de una serie de normas y de conductas alrededor de las que suele producirse (Villarreal, 1990).

3.1.1. Socialización diferencial por género.

Como se determinó anteriormente el proceso de socialización está conformando por medio de agentes como: la familia, la escuela y medios de comunicación. En la actualidad se los considera a los agentes de socialización más eficaces para vincular las identidades de género.

Durante el crecimiento de las personas se va construyendo diferentes personalidades por medio de los agentes de socialización. Walker y Barton (1984) según la teoría de la socialización las personas tienen un proceso de iniciación a la vida social y cultural, a partir de la influencia de los agentes se logran identidades de género que conllevan estilos cognitivos, actitudinales morales y normas estereotípicas de la conducta asignada a cada género.

Considerando al proceso de socialización como el aprendizaje y comportamiento que existe entre niños y niñas, por extensión entre las mujeres y hombres, la socialización ayuda a aprender a pensar, sentir, valorar, comportarse y actuar como hombres o como mujeres, de acuerdo a normas, creencias y valores de cada cultura, que no para siempre serán las mismas; con el pasar el tiempo las culturas van modificando a nuevos cambios sociales.

La cultura de masas ayuda a la construcción de las identidades de género, este proceso de adquisición de la identidad de género se realiza, entre otros factores, a través de la socialización diferencial, proceso que no solamente se construye en la infancia. La socialización por género es diferenciar papeles de niños y niñas por razón del sexo de

nacimiento, inscribiendo a niños en un mundo masculino y niñas en un mundo femenino, las expectativas que se espera de unos y otras es diferente en función del sexo.

Entonces cuando se habla de socialización diferencial por género, se refiere a las nuevas actitudes que tradicionalmente se van obteniendo en el aprendizaje de la vida, en el que se saben comportar como hombre o mujer según los valores, normas y creencias en las que viven. Se determinarán como mujeres y hombres no solo por nacer así, si no por la forma que adquirieron aprendizaje por medio de los agentes de socialización.

La familia es el primer agente de socialización durante los primeros años de vida donde se suele seleccionar de modo directo o indirecto a otros agentes, estos procesos se refieren a los comportamientos y actividades que realizan las familias de los niños, niñas y adolescentes.

El segundo agente de socialización se encuentra en la escuela, el cual no solo se espera la enseñanza del profesor, si no de ayuda de actividades recreativas, la socialización escolar, como hecho sociológico y como categoría analítica tiene sus inicios durante las primeras décadas del siglo XX, cuando Emilio Durkheim, precursor de la sociología de la educación, definió la educación como espacio de socialización del niño. Según Durkheim (1990) la educación consiste en la socialización metódica de la joven generación, el formar el ser social en cada uno de los individuos.

Otro de los estereotipos marcados por el género son los juegos y juguetes existentes para niños y niñas. Según Díaz (como se citó en Beltrán, 2015)

La actividad lúdica en la niñez es un proceso psicológico que contribuye en la construcción de la identidad de género y la incorporación de roles, valores, actitudes, comportamientos y aspiraciones acordes con lo que la sociedad reconoce como válido para hombres y mujeres. (p. 8)

En cuanto a los medios de comunicación, García (2000) afirma que estos específicamente la televisión, vistos como agentes de socialización y adquisición por parte del individuo de un conocimiento sobre las normas y valores básicos para la convivencia dentro del grupo de pertenencia.

Los medios son los encargados de mostrar diferentes modelos que conllevan a la aceptación o negación social, por medio de la información recibida y la visión de diferentes imágenes interiorizadas por cada persona y valoradas según nuestras ideas y valores. Es importante señalar que el niño como uno de los principales públicos, es una persona que

aún no tiene claro el sentido del bien y el mal, es por ello que los medios son considerados como influyentes sobre la educación y valores.

El poder de los medios de comunicación ejerce una capacidad de influencia grande, que permite una visión concreta e interesada de la realidad, los medios de comunicación también poseen un papel importante en los procesos de socialización de los modelos de atracción.

3.2. Construcción social del género

La construcción social de género se relaciona con otras condiciones como son: su cultura, su etnia, su clase social, su edad y la historia de su comunidad o su familia. Toda persona sea mujer u hombre nace dentro de un grupo social, el mismo que determina su sexo. Dichas condiciones y atributos son diferenciados para ambos sexos: masculino y femenino, así como el valor que se asigna en una determinada sociedad. La construcción de género se interrelaciona con otras condiciones que existen en la vida de cada persona se entiende como parte del proceso cultural, social e histórico, conocido como proceso de socialización.

El proceso de formación de identidades determina las oportunidades y limitaciones que tendrá cada individuo, según su género, para desarrollarse plenamente con acceso y control de los recursos, capacidad para la toma de decisiones, pero también determina las posibilidades de desarrollo sostenible para el colectivo en el cual se desarrolla. Esta construcción social de género conduce a la creación de las desigualdades sociales de género.

La construcción de géneros desde el poder y la subordinación, determina la subordinación de uno de ellos, el femenino, frente al dominio y poder del otro género, el masculino.

La teoría de género cuestiona principios y esquemas clásicos de pensamiento que se consideran "normales". Los roles estereotipados constituyen formas según la agrupación de las personas, generalizando de manera desfavorable a la mujer, bajo esta forma diferenciada se ordena y coloca a hombres y mujeres, por el hecho de las diferencias entre sexos constituidas por la sociedad con desigualdades que se construyen socialmente y varían según las culturas y los tiempos históricos (Farban, 2013).

La construcción cultural se divide en dos esferas: la pública, es del dominio masculino y abarca lo laboral, lo político, lo económico, la segunda es la privada, corresponde al mundo femenino, caracterizado por lo doméstico y atención hacia familia, los afectos principales y el orden social incentiva una serie de conductas o modelos a seguir para distinguir lo femenino de lo masculino, estableciendo órdenes acerca de cómo debe ser la conducta de las

personas, su comportamiento tanto en lo individual como en lo colectivo, de tal manera que tanto a mujeres, como a hombres se les asigna socialmente roles, tareas o papeles a desempeñar que se convierten en modelos a seguir.

Se toma como referencia la investigación de El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación denominado: *Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación*, y se obtiene conceptos de autores sobre la construcción social del género, “El papel a desempeñar por mujeres y hombres en la sociedad es diferente, como también lo son los espacios asignados, las responsabilidades, las oportunidades y las tareas desempeñadas” (García, 2009: 18). “El producto del trabajo de construcción diacrítica, a un tiempo teórico y práctico, que es necesario para producirlo como ‘cuerpo socialmente diferenciado’ del sexo opuesto” (Bourdieu, 2000, p. 38). Así mismo, la “idea masculina de que ser hombre implica, por naturaleza, algo mejor que ser mujer” (UNESCO, 1998, p.24).

Los estereotipos de género que se refieren a “creencias generales acerca del sexo, asociadas a roles y características psicológicas y conductas que describen a hombres y mujeres” (Velandia y Rozo, 2009, p.20). Durante las diferentes evoluciones o cambios que se han dado dentro de la sociedad, no se ha obtenido un gran cambio en los estereotipos de género, se sigue dando prioridad al sexo masculino más no al femenino en los diferentes segmentos dentro de los medios de comunicación.

3.3. Estereotipos y roles de género

3.3.1. ¿Qué son los estereotipos de género?

Se entiende por estereotipo o imagen cultural sobre la idea u opinión de un grupo en particular o los roles que integrantes deben cumplir atribuyendo al sexo femenino y masculino con base en sus características físicas, sociales y culturales. Así mismo constituyen ideas construidas socialmente sobre los comportamientos y los sentimientos que deben tener las personas en relación a su sexo y que son transmitidas de generación en generación (Bonder, 1993).

Laird y Thompson (1992) señalan que para ellos los estereotipos son “generalizaciones preconcebidas sobre los atributos o características de la gente en los diferentes grupos sociales”.

Por lo tanto, los estereotipos forman la base de la construcción de género, generando una interacción que ayuda con la representación de la realidad, como acciones de pensamientos y el comportamiento de las personas. Los estereotipos son aquellos que permiten identificar

una conducta por parte de las personas dependiendo del grupo social sea raza, sexo o religión.

Los estereotipos de género crean modelos rígidos en los que tienen que encajar para ser socialmente aceptado, estableciendo un sistema de desigualdad de relaciones entre ambos sexos.

Los diferentes estereotipos de género son transmitidos a través del proceso de socialización, desde que nace el individuo. Al nacer cada persona es encuadrada en un determinado cuerpo. García (como se citó en Rodríguez, 2016) se refiere a la existencia de una predisposición de actuar de una manera u otra forma, según la naturaleza sexual en la que nació, dependiendo de la cultura social en la que se desarrolle dicha personalidad.

Dentro de la construcción social de género, son los agentes de la socialización quienes se encargan de formar un estereotipo de género dentro de la sociedad, ellos irán reforzando por medio de grupos iguales. En la actualidad los medios de comunicación son un agente importante de socialización para niños y niñas que van obteniendo roles tradicionales de sexo, los cuales inconscientemente van acogándose a estos estereotipos.

Un estereotipo habla:

...del mundo antes de que lo miremos; imaginamos la mayor parte de las cosas antes de experimentarlas; y, al menos que la educación nos dé conciencia de ello, esos conceptos anticipados gobiernan profundamente todo el resto de la percepción. Señalan ciertos objetos como familiares o extraños, acentuando la diferencia, de manera que lo familiar se ve como muy familiar, y lo que es un poco extraño como fuertemente exótico. Son originadas por leves signos que pueden variar de un índice verdadero a una vaga analogía. Una vez que aparecen, inundan la visión reciente con imágenes viejas y proyectan sobre el mundo lo que resucita la memoria.

Dentro de las características de los estereotipos de género está el ser “dominantes socialmente cuando se pronuncian a través de los sectores sociales y culturas, por otro lado, son socialmente persistentes en cuanto se articulan a lo largo del tiempo” (Cook y Cusak, 2009, p.25).

Freixas (2001) señala características que son impuestas por la cultura del género femenino como: la belleza, la maternidad, el mandato de cuidadora y responsable del bienestar ajeno. Por otra parte, la masculinidad prepara a los hombres para enfrentar la vida con fortaleza, conocimiento, poder, engrimiento y señalando el rechazo a sus sentimientos.

En esta misma línea Bonino (2000) señala la masculinidad carece de todas aquellas características que la cultura atribuye a las mujeres, construyendo un poder medido por el éxito, la competitividad, el estatus, la propiedad de la razón y la admiración que se logra de los demás.

Dentro de los estereotipos que ofrece la sociedad está el de la mujer ideal por medio de los anuncios comerciales y la percepción de la sociedad, muestran a una mujer feliz, espontánea, inteligente, respetable, deseable e influyente, físicamente una mujer delgada con un cuerpo perfecto. Desde tiempos atrás se viene dando este tipo de imagen dentro del sexo femenino, aumentando la insatisfacción de muchas mujeres y teniendo como afectación su baja autoestima y el abuso y violencia machista.

La mujer considerada como "adorno" o estereotipada por su cuerpo o belleza física, es despojada de cualquier índice de inteligencia o personalidad, cuyo único fin es "adornar el cuadro", con poses y sonrisa en los medios de comunicación. Esta imagen dada de la mujer logra en muchos casos acrecentar el machismo en la sociedad, presentando a la mujer como un adorno, además de identificarla como un ser humano débil, dependiente e indefenso.

La triunfadora profesional es más frecuente en el mundo actual, considerada la mujer independiente que comparte con el sexo masculino una relación de equivalencia, respetada en su trabajo y admirada por sus compañeros y demostrando continuamente que ella es tan valiosa como un hombre para cualquier trabajo.

Paralelamente, se evidencia que existen estereotipos relacionados con las capacidades intelectuales de la mujer, las cuales se tildan de ser menores que las de los hombres, lo que sustenta el negarle a la mujer posiciones en sectores educativos o profesionales.

Dentro de algunos medios la mujer sigue siendo identificada por su cuerpo, su belleza y destacan aquellas que posean estas cualidades, aunque carezcan de formación y de inteligencia. Por otro lado, el hombre va adaptándose a los nuevos cambios sociales que la mujer va generando, más consecuente con las tareas de la casa y con el nuevo rol de la mujer trabajadora.

En esta labor los medios de comunicación juegan un papel primordial, aquellos portadores de la opinión pública, tanto la prensa, radio y la televisión en lugar de emitir un mensaje social de progreso, en ocasiones se dedican a promulgar mensajes con estereotipos de género, que retrasan a la sociedad. Mujeres y hombres, independientemente de sus

diferencias biológicas, tienen derecho a acceder con justicia e igualdad a los bienes y servicios de la sociedad.

CAPITULO IV

4. USO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4.1. El rol socializador de los medios de comunicación

Los medios de comunicación juegan un rol importante dentro de la sociedad, esto pese a que comunicar significa transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos en común con la sociedad, pues ha adquirido un papel determinante como agente importante de la socialización.

Estos agentes de socialización son aquellos que influyen en los pensamientos que tiene cada persona sobre los roles sociales, así mismo a un público infantil quienes recién están en una fase de socialización.

En su contribución al proceso de socialización los medios de comunicación corren el riesgo de simplificar la imagen de la mujer o del hombre en consecuencia de los estereotipos, es importante reconocer que la sociedad ha experimentado importantes avances en igualdad de género a lo largo de las últimas décadas, sin embargo, los medios de comunicación podrían estar transmitiendo una imagen y modelos de género que no corresponde con los que existe en la actualidad.

Los medios de comunicación ofrecen un gran número de estereotipos por la necesidad de obtener una audiencia masiva. Un claro ejemplo, es la televisión aquella que obliga a los responsables de las cadenas a utilizar personajes reconocibles para lograr un rating agradable.

Los medios de comunicación como lo señala Salazar (2002) constituyen una invaluable herramienta de las sociedades para servir como contrapeso, como control social, como cronistas y, eventualmente, como aliados de los representantes del poder público en el ejercicio cotidiano del mismo; sobre todo aliados, cuando el interés de la comunidad está en juego y deben conjuntar esfuerzos. Pero deben ser implacables con el gobierno cuando este, por acción u omisión, representa un riesgo para los ciudadanos.

4.2. El rol de la mujer en los medios de comunicación

“Los medios de comunicación pueden perpetuar la subordinación de las mujeres o bien, jugar un rol primordial en la promoción de los derechos de la mujer”.

Instraw, 2005

Hombre y mujeres han adquirido con el tiempo formas de relacionarnos, de pensar, de escuchar, de actuar, de divertirnos, de trabajar, etc. formas generales de vivir, que por diversas circunstancias han hecho que los hombres y las mujeres tengan una experiencia histórica muy distinta (de los Ríos y Martínez, 1997).

Desde el inicio se vio la necesidad de escribir publicaciones con diferentes políticas desarrolladas en lo público y otras domésticas desarrolladas en lo privado, que narren los acontecimientos y formas de actuar y pensar antes mencionadas; el surgimiento de estas revistas y luego de los demás medios de comunicación se han centrado como objetivo principal en afianzar determinados valores sociales y promover o cambiar otros, cambiar algunos y fomentar nuevos, relacionándolos al comportamiento de los individuos de acuerdo al momento histórico en el que viven.

Desde sus inicios los medios de comunicación han influido en el pensamiento y comportamiento del individuo, actúan como elemento uniformador de la opinión pública, influyendo al final en la conducta colectiva de la sociedad (de los Ríos y Martínez, 1997).

Los medios de comunicación dibujan y señalan roles sociales de la mujer encuadrándolas en un contexto de desigualdad frente al sexo opuesto, que en la actualidad necesita superarse, uno de los factores que ayude a superar dicha desigualdad es la adecuada intervención educativa.

El rol de la mujer en los medios de comunicación se ha expuesto a innumerables críticas, hay quienes consideran el manejo de la imagen como negativo, pero otros que piensan que existe una representación positiva de la imagen de las mujeres.

Una de estas investigaciones es la realizada por Gaye Tuchman en los años 70, estudia sobre la producción del discurso mediático y asegura que la aniquilación simbólica de la mujer en los medios de comunicación degrada el desarrollo social, mostrando imágenes negativas de la mujer, que daña la representación del colectivo femenino en las actuales sociedades llamadas democráticas (Rovetto, 2010).

La representación de las mujeres es desproporcionadamente inferior a su rol en el ámbito laboral y cultural, la labor de la mujer no es objeto central en las noticias, se supone que:

las características de la representación femenina en la información actual pueden determinar la posición social, las expectativas y las valoraciones en torno a las mujeres y, a su vez, repercutir en la propia percepción de sí mismas que los medios contribuyen a formar. (Rovetto, 2010, p. 45)

En uno de los principales instrumentos donde se evidencia a la mujer como protagonista es en la publicidad, es aquí donde existen posibilidades de encontrar estereotipos que perpetúan la discriminación de género. En la mayoría de estos anuncios las mujeres aparecen delgadas o sexualizadas, son la imagen que vende o atrae la atención del usuario.

La publicidad es capaz de conformar modelos colectivos de valores y comportamientos, ofrece no solo productos al usuario sino también modelos de actitudes, imágenes, formas de vida; que demuestran las necesidades y deseos de las personas. Los medios de comunicación tradicionales y digitales exponen la imagen de la mujer, esta sigue siendo estereotipada, pues poco o nada tiene que ver con su realidad social (de los Ríos y Martínez, 1997).

Entre algunos de los estereotipos utilizados tanto en la televisión como en medios impresos, Sánchez- Aranda, Berganza y Grandio (2002) numeran: la utilización del cuerpo femenino perfecto, la imagen de la mujer como valor estético y/o sexual, la imagen de la “superwoman”.

En la actualidad la imagen de la mujer como ama de casa, ha disminuido, pero no desaparece por completo, se visualiza a la mujer ocupada en otras tareas, mismas que se pueden representar como nuevos estereotipos, en los que se evidencia a la mujer como: trabajadora incansable, madre soltera, joven que comparte casa con su pareja, e incluso en ocasiones desempeñando profesiones o tareas que eran destinadas solo a los hombres (Espín, Marín, y Rodríguez, 2004).

La Organización de las Naciones Unidas– ONU observa el incremento que ha tenido la participación de la mujer en cargos de adopción de decisiones de alto nivel en las organizaciones de los medios de comunicación y que cada vez aumenta el número de mujeres que se inscriben en carreras de periodista, corresponsal y locutora de radio y televisión (UN, 2000).

La investigación sobre género y comunicación se ha visto desarrollada a partir de dos líneas determinadas; por un lado, la imagen de la mujer en las industrias culturales y por otro el papel de participación en los procesos de decisión y producción de los medios de comunicación (García y Martínez, 2008).

4.3. El enfoque intercultural de las mujeres en los medios de comunicación

A partir de la Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, se acordaron desde el año 2000 varias medidas destinadas a promover el acceso equitativo de las mujeres a los medios de comunicación, eliminar contenidos sexistas, estereotipados y discriminatorios e impulsar investigaciones en este campo.

Es altamente remarcable que a lo largo de todas las informaciones y noticias sobre agresiones contra mujeres ..., jamás se ha hallado la más mínima mención a alguna aptitud, habilidad o pericia física en el momento de esquivar o huir de una agresión referida a una mujer concreta. Lo que es especialmente remarcable si se tiene en cuenta que, además, a través de las mismas noticias, se tiene constancia de que numerosas mujeres han escapado hábilmente de ellas. También se sabe de iniciativas emprendidas por mujeres para enfrentarse a la violencia sexual ... [pero] la prensa en general sólo ha encontrado digna de mención la rapidez de reflejos [y otras habilidades] cuando la[s] poseía un hombre. Lledó (como se citó en Bengoechea, 2000, p. 9-10)

El lenguaje utilizado para hablar de las mujeres en los medios de comunicación es excluyente, condescendiente y refuerza una imagen que no se corresponde con los cambios habidos en el siglo XXI (Rovetto, 2010).

Para contextualizar, la prensa y otros textos sociales continúan siendo uno de los más claros refuerzos a la hora de condicionar actitudes sexistas de menos valoración de las mujeres, clasificándolas como incapaces, los modelos de agenda femenina no se relacionan con la realidad, sino que la distorsionan. El imaginario social se visualiza agredido por modelos de mujeres pasivas y poco eficaces que pueden crear subliminalmente pautas culturales de interpretación de la realidad femenina (Bengoechea y Calero Vaquera, 2003).

Existen también factores que se han ocultado como el caso de las mujeres trabajadoras inmigrantes, pues la mayoría de los medios de comunicación venden solo la imagen masculina, como la única que experimenta este factor. Esta cuestión pertenece a la denominada realidad social en donde existe lo que se nombra, y lo que no se nombra aparentemente no existe.

“La invisibilidad de la migración femenina tiene sus raíces en el modelo familiar patriarcal que considera a la mujer como dependiente del hombre, principal soporte económico y poseedor de la autoridad de la unidad doméstica” (Oso, 1998, p. 23). Las causas que se determinan para dicha migración son sociales.

García y Núñez (2008) señalan que “los medios de comunicación difunden representaciones configurándose como un punto básico en la construcción de identidades” (p. 41).

Al referirse a la invisibilidad de la mujer también se habla de la desvalorización que hace la sociedad a las actividades que realiza la mujer en el ámbito privado, en el cuidado y educación de los hijos, en la atención al hogar, entre otras. Es decir, este trabajo es invisible de acuerdo a las actividades que no se valoran monetariamente, lo que afecta especialmente a mujeres de otras culturas cuya presencia en los medios y conciencia colectiva es escasa. Por ello es necesario que las diferencias culturales, religiosas, ideológicas o de género se entiendan como una riqueza y no como una amenaza (García, 2015).

4.4. Violencia de género en los medios

Los medios de comunicación juegan un importante papel en la vida del individuo, son quienes lo informan, educan y entretienen, a través de lo que cuentan se conocen realidades, por eso la idea que tenga el ser humano de su realidad depende en gran medida de lo que las noticias, reportajes, documentales o contenidos de entretenimiento le cuenten.

Siempre se habla de la igualdad entre hombres y mujeres y de prevenir o erradicar la violencia de género, se apela en la manera como los medios de comunicación, reflejan y construyen el relato sobre el papel social y los derechos de las mujeres, de las relaciones entre ambos sexos o de los crímenes en contra de la mujer (El Mundo, 2015).

En la actualidad el hecho de si la información sobre la violencia contra la mujer en general o sobre casos específicos de violencia, sigue siendo objeto de debate social, por ello la necesidad de informar y sensibilizar a periodistas responsables de los medios, que sepan aplicar en ese ámbito cuestiones básicas de los códigos deontológicos profesionales y se rijan a lo que dispone la ley.

Publicaciones que desvalorizan el trabajo de la mujer y la denominen como: objeto sexual, ama de casa, etc.) evidencian que la representación del sexo masculino y femenino no es igualitaria, por ello Abril (2007) señala que "Hiperrepresentación del género masculino en informaciones sobre política, economía y deportes frente a una sobrerrepresentación del género femenino como víctimas de la violencia de los hombres, de las guerras y de todo tipo de catástrofes" (p. 25).

Hay quienes luchan por erradicar la violencia de género, algunos de ellos señalan en la Agenda Regional de Género varias iniciativas y desafíos:

- Transformar los patrones culturales patriarcales, discriminatorios y violentos y la cultura del privilegio.

- Leyes, políticas, medidas preventivas, penales, de protección y atención para lograr la erradicación de todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas, feminicidios, trata y tráfico, ciberacoso.
- Acciones en diferentes ámbitos (laboral, político, educativo, salud, medios de comunicación y TIC's, en caso de desastres naturales, etc.).
- Diversidad de mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas mayores, indígenas, afrodescendientes, rurales, LGBTI y mujeres con discapacidad. (CEPAL, 2016)

En Ecuador ya está en marcha la Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las Mujeres, que establece políticas integrales, mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación, medidas para la prevención, atención, protección y reparación integral de las víctimas, la reeducación de la persona agresora, con el fin de garantizar a los sujetos de protección de esta Ley, una vida libre de violencia, que asegure el ejercicio pleno de sus derechos.

Dicha ley sobre la violencia de género contra las mujeres señala en su literal e):

Cualquier acción o conducta basada en su género que cause o no muerte, daño y/o sufrimiento físico, sexual, psicológico o patrimonial a las mujeres, tanto en el ámbito público como privado, que tiene su origen en las relaciones asimétricas de poder, con base en los roles de género. (Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las mujeres)

También se defiende este principio en la Ley Orgánica de Comunicación artículo 80, que promueve la producción y difusión de contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza, fomentar la igualdad de género y la interculturalidad, promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales, y ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

4.5. Contenidos de producción nacional

La necesidad de producción nacional en los medios de comunicación es evidente ya que se requiere disminuir la cantidad de contenido de otros países presente en los medios de comunicación del Ecuador y generar uno propio, que fomente la cultura, respeto a nuestros valores y nuestra sociedad.

Sobre esto la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 97 manifiesta:

Espacio para la producción audiovisual nacional. - Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al

menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.

La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual.

Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta. La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Según el artículo 60 de esta ley los contenidos deberán clasificarse en informativos, de opinión, culturales, entretenimiento, deportivos y publicitarios. Sin embargo, no se evidencia que se cumplan estos artículos, dejando de lado las funciones principales de los medios: educar, formar y entretener. Se requiere un equilibrio en la producción y emisión de contenidos, ya que en la actualidad se visualizan mayor número de programas de ficción y entretenimiento, en relación a los de cultura y educación (Suing, 2013).

El mismo caso se presenta para la publicidad, pues se prohíbe la extranjera y se obliga a cubrir al menos el 80% de la nómina con sello de ecuatorianos o residentes. Se pide que las campañas internacionales adecuen su contenido a la realidad y tecnología local.

Para la radio se deberá transmitir al menos el 50% de música producida o ejecutada en Ecuador, con pagos de derecho de autor, lo que incentiva el desarrollo del talento local, motiva a mejorar la calidad y valor de sus producciones y en vez de pagar, cobrará por escuchar su música en las radios.

Estos derechos y reglamentos deberán cumplirse de acuerdo a la creación del Sistema de Comunicación Social según el artículo 45, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y la Superintendencia de Información y Comunicación.

4.5.1. Participación en los medios: formación y práctica profesional.

“Debemos realizar un acto de violencia: obligar a que el mundo tome en consideración cuestiones de las que ha sido inconsciente y rechazar o evitar que esta inconsciencia del mundo haga de él algo distante e incomunicado para nosotros. El intento de comunicar

contravendrá su propósito. En este proceso de conversión forzada reproduciremos la esperanza de la comunicación más remota”.

Zigmunt Bauman.

Hay quienes cuestionan el papel de las escuelas en el mejoramiento de la calidad del periodismo y la comunicación, existe la tendencia de calificar al mal periodismo como “poco profesional” y al que reúne las características adecuadas y es objetivo como “profesional”, lo que obliga a profesionalizar la rama (Hernández, 2004).

El primer intento de formar a periodistas en las aulas, en Ecuador yace desde la década de los 40, encargadas estuvieron la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil. En 1943 se realiza el primer curso de periodismo, en 1945 se crea la escuela de Comunicación Social y para 1985 dicha escuela pasa a formar parte de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador (Punín, 2012).

Hoy en día existe amplia oferta académica en cuanto a la formación de comunicadores y periodistas, debido a la numerosa demanda del mercado, siendo los títulos más frecuentes en el país: Periodismo/ Comunicación Social, Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional y Comunicación Audiovisual/ productor audiovisual (Punín, 2012).

Como se manifiesta en la Revista Textos y contextos (2009) “En la formación profesional de los comunicadores sociales del país, predominan la parcelación y el carácter instrumental de los conocimientos y de los contenidos, por exigencias del mercado laboral, sin considerar las necesidades y demandas sociales”.

Yace una gran exigencia por formar profesionales, que en el aula adquieran no solo conocimientos teóricos, sino que sean vinculados con la práctica y se relacionen con la realidad que presenta la sociedad.

Sobre el oficio del comunicador Martín-Barbero (2005) señala que “el ejercicio del comunicador debe comportar más inquietudes e interrogantes que respuestas” (p.115). Es una profesión que requiere constante actualización, también se considera importante la información e innovaciones tecnológicas, el comunicador debe poseer diferentes saberes y destrezas y que el tipo de reflexión teórica e investigativa pueden articularse al “hacer comunicación”.

“Los saberes que necesita el comunicador son, tanto los de su especializado oficio como los generales y públicos del intelectual” (Martín-Barbero, 2005).

CAPITULO IV

5. LEGISLACION DE GÉNERO

5.1. El papel de la mujer en la Constitución del Ecuador

En Ecuador la Constitución de la República 2008 y otras leyes que detallaremos en este apartado protegen a las mujeres, inclusive existe un marco legal que protege de la violencia de género, al observar que esta ha llegado a niveles preocupantes.

La Constitución protege el valor y papel de la mujer en algunos de sus artículos, que se citan a continuación:

Art. 11 – numeral 2: “Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

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. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad”.

Art. 35: “Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad”.

También la Constitución protege a la mujer embarazada, frente al ámbito laboral y social:

Art. 43: “El Estado garantizará a las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia los derechos a:

1. No ser discriminadas por su embarazo en los ámbitos educativo, social y laboral.
2. La gratuidad de los servicios de salud materna.
3. La protección prioritaria y cuidado de su salud integral y de su vida durante el embarazo, parto y posparto.

4. Disponer de las facilidades necesarias para su recuperación después del embarazo y durante el periodo de lactancia”.

Art. 66 – numerales 3 y 4: “El derecho a la integridad personal, que incluye:

a) La integridad física, psíquica, moral y sexual.

b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual.

c) La prohibición de la tortura, la desaparición forzada y los tratos y penas crueles, inhumanos o degradantes.

d) La prohibición del uso de material genético y la experimentación científica que atenten contra los derechos humanos.

4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación”.

El Estado garantizará a la mujer en el ámbito laboral, dotándola de los mismos derechos frente al género opuesto:

Art. 331: “El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.

Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo”.

Art. 332: El Estado garantizará el respeto a los derechos reproductivos de las personas trabajadoras, lo que incluye la eliminación de riesgos laborales que afecten la salud reproductiva, el acceso y estabilidad en el empleo sin limitaciones por embarazo o número de hijas e hijos, derechos de maternidad, lactancia, y el derecho a licencia por paternidad.

Se prohíbe el despido de la mujer trabajadora asociado a su condición de gestación y maternidad, así como la discriminación vinculada con los roles reproductivos.

En cuanto a las leyes que rigen el país existe la Ley de la Violencia contra la Mujer y la Familia, que en su primer artículo determina sus finalidades:

Art. 1: “Fines de la ley. - la presente Ley tiene por objeto proteger la integridad física, psíquica y libertad sexual de la mujer y los miembros de su familia, mediante la prevención y sanción de la violencia intrafamiliar y los demás atentados contra sus derechos y los de su familia. Sus normas deben orientar las políticas del Estado y la comunidad sobre la materia”.

5.2. Principio constitucional de igualdad y no discriminación

Igualdad y discriminación son conceptos que se encuentran combinados entre sí, es un derecho reconocido tanto en la legislación nacional como a nivel internacional. “El desarrollo del derecho a la igualdad, y su correspondiente reflexión, ha transitado del reconocimiento de la igualdad ante la ley hasta la necesidad de acciones que logren una igualdad en los hechos” (Defensoría del Pueblo, 2012, p.7).

La igualdad es uno de los principales pilares en donde se constituye la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 1 detalla: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros”. Estos derechos y libertades no distinguen raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier índole. Tampoco hace distinción alguna por la condición social, política, jurídica o internacional del país.

En cuanto a las obligaciones del Estado para cuidar y promulgar este derecho a la igualdad, el Comité de Derechos Humanos manifiesta que

“el término “discriminación”, tal como se emplea en el Pacto, debe entenderse referido a toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que se basen en determinados motivos, como la raza, el color, el sexo, el idioma, la religión, la opinión política o de otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento o cualquier otra condición social, y que tengan por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de todas las personas”.

Algunas formas generales de discriminación que afectan el ejercicio de los derechos humanos pueden ser: edad, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica. Pero existen otros factores bastante evidentes y de mayor influencia como el machismo y sexismo, frente a ello y para combatirlo se habla de una igualdad de género, incluso se ha planteado una Convención para la Eliminación de la Discriminación en contra de la mujer; dicha convención en su artículo 1 explica el concepto de discriminación como:

“toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente directamente a la eliminación de los prejuicios, las costumbres y todas las demás prácticas que perpetúan la noción de inferioridad o superioridad de uno u otro sexo y las funciones estereotipadas del hombre y la mujer”.

Incorporar este principio de igualdad y no discriminación con respecto al género y de acuerdo a las políticas públicas, determina factores positivos para el desarrollo social, como:

Incremento del crecimiento económico, disminución de la pobreza, incremento de los índices de bienestar en general, mejores índices de gobernabilidad y democratización, se amplían los de desarrollo social y mejora la distribución de ingresos (García, 2008).

5.3. Igualdad formal o de jure e igualdad sustantiva o real

La igualdad sustantiva de hombres y mujeres no se logrará sólo con la promulgación de leyes o la adopción de principios que sean a primera vista indiferentes al género.

Ante esto el documento de La igualdad de derechos del hombre y la mujer al disfrute de los derechos económicos, sociales y culturales señala en su artículo 3, la diferencia entre igualdad formal o de jure e igualdad sustantiva o real:

La igualdad de jure (o formal) y de facto (o sustantiva) son conceptos diferentes pero conectados entre sí. La igualdad formal presupone que se logra la igualdad si las normas jurídicas o de otra naturaleza tratan a hombres y mujeres de una manera neutra. Por su parte, la igualdad sustantiva se ocupa de los efectos de las normas jurídicas y otras y de la práctica y trata de conseguir no que mantengan, sino que alivien la situación desfavorable de suyo que sufren ciertos grupos.

Lo que se pretende es que los individuos de distinto sexo disfruten en pie de igualdad de los derechos que como seres humanos y miembros de un estado les corresponde.

La igualdad sustantiva es la igualdad de hecho o material que se opone a la igualdad de derecho o formal, dicha igualdad no se logrará solo con la promulgación de leyes, sino que los Estados deben tener en cuenta que las leyes, principios y la práctica cumplidos adecuadamente pueden dejar de lado la desigualdad existente entre personas de distinto sexo o incluso perpetuarla. También comprende la igualdad de oportunidades, de acceso a nuevas oportunidades y de resultados.

Según García (2008) el principio de igualdad “exige considerar, valorar y favorecer en forma equivalente las diferencias en necesidades, intereses, comportamientos y aspiraciones de mujeres y hombres respecto a los mismos e iguales derechos” (p. 33).

5.4. Agenda nacional de las mujeres y la igualdad de género

El documento de la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género correspondiente al período 2014-2017 fue constituida con la activa participación de varias mujeres y personal integrantes de la comunidad LGBTI del país, en varios encuentros de diálogo político, encuentros zonales y nacionales y talleres con grupos específicos de mujeres.

Entre los temas que abordan están: producción, empleo y trabajo, economía del cuidado, salud, erradicación de la violencia, educación, recreación, saberes y tecnología de la información y comunicación - TIC participación política y paridad, ambiente y recursos naturales.

Esta agenda pretende abrir un nuevo círculo histórico para la construcción de la igualdad desde una perspectiva integral, que refuerce la imagen de la mujer como integrante importante y no menos valorada de la sociedad, el lograr la igualdad es el principal objetivo.

La idea de la agenda nacional se une a los objetivos, políticas para la igualdad de Género del Plan Nacional del Buen Vivir y lineamientos de las políticas, estos se detallan de manera general a continuación:

- Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder social.
- Objetivo 2: Auspiciar la igual, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
- Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Objetivo 6: Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.
- Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.
- Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
- Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
- Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.
- Objetivo 11: Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.
- Objetivo 12: Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Y constituida en 9 ejes principales: Reproducción y sostenibilidad de la vida, una vida libre de violencia, educación y conocimiento, salud, deporte y recreación, cultura, comunicación y arte, producción y empleo, ambiente y poder y toma de decisiones.

5.5. Ley Orgánica de Comunicación

La ley Orgánica de Comunicación del 2013 interviene y asegura el rol de la mujer en el ámbito laboral dentro de los medios de comunicación.

Art. 43: “Composición laboral de los medios de carácter nacional. - Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.”

Para asegurar la integridad la mujer y posiciona su valor y papel en la sociedad, detalla:

Art. 61. “Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social 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, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga 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, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación”.

Art. 62. “Prohibición. - Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga 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”, así mismo se prohíbe “la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio”.

Y con respecto a la igualdad de género, en su artículo 80 numeral 4, como objetivo de los medios de comunicación social públicos señala: “Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad”

Art. 94. Protección de derechos en publicidad y propaganda. - La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales.

Se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas.

Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos.

La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud.

La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento.

El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley.

CAPITULO VI

6. ENCHUFE.TV

6.1. Historia de Enchufe.tv

Serie ecuatoriana dedicada a realizar sketches, bajo la producción de Touché Films, dichos sketches se caracterizan porque a través de los géneros: comedia, humor absurdo, humor negro y sátira; realizan una crítica constructiva a la sociedad y cuentan el lado más divertido de la vida cotidiana.

Sus inicios fueron en 2011 cuando un grupo de cineastas se reunieron y mientras conversaban, cuestionaron la producción audiovisual del país y decidieron emprender sus propias piezas audiovisuales. Llevaron el proyecto a la Web, gracias al desarrollo y evolución digital y también debido a que esta presenta menos filtros y restricciones en comparación a los medios de comunicación tradicionales.

Sus primeras producciones se lanzaron el 13 de noviembre de 2011 en su canal oficial en YouTube, denominado: Enchufe.tv. El primer sketch fue “El peor casting” que hasta la actualidad (julio de 2018) presenta un total de 5 353 576 visualizaciones, 57 000 me gusta, 3 700 no me gusta y 3 715 comentarios.

Entre los actores de su elenco principal están: Jorge Ulloa, Daniel Páez, Leonardo Robalino, Orlando Herrera, Nataly Valencia, Erika Russo, Raúl Santana y Wilson Tituaña. Su popularidad comenzó a evidenciarse en julio del 2012, pues en ese momento contaban ya con 71 000 suscriptores, en este mismo año lanzan un nuevo segmento denominado “microYAPA”, videos cortos de máximo 40 segundos. Para el año 2013 eran considerados los youtubers ecuatorianos con mayor popularidad en Internet, tenían más de 78 millones de reproducciones.

El canal ecuatoriano en la actualidad es una de los más populares en el mundo y más visto en la región, se caracteriza por ser exitoso, profesional y divertido, en una de sus anécdotas Nataly Valencia, escritora detrás de Enchefe.tv señala:

Si su objetivo es que Spielberg los llame para trabajar con él, vayan a otro lado: los gringos no los van a llamar’. Esa era una de las cosas que más nos decía uno de mis profesores de actuación cuando entré a la escuela de cine. Y me quedó sonando mucho tiempo (El Espectador, 2016, párr.2).

Andrés Núñez, encargado de mercadeo comenta cómo lograron hacer historias entendibles a simple vista para todos y que puedan ser visualizadas en otros países y para ello presenta como ejemplo el sketch “Supercampeones” que en síntesis evidencia a las mujeres guapas y el futbol, deporte representativo a nivel mundial, entonces los productores consideran que ahí está toda la identificación posible (El Telégrafo, 2016).

Diario El Telégrafo expone una infografía para conocer a los protagonistas de este canal y algunas estadísticas:



Ilustración 1. Sobre Enchufe.tv

Fuente: El Telégrafo (2016)

Elaboración: Paúl Calva Lapo

CAPITULO VII

7. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN


7.1. Nivel de posicionamiento de los videos de Enchufe.tv en Youtube

La presente investigación basa su trabajo en el análisis de nueve videos de la serie Enchufe.tv, seleccionados por la mayor cantidad de visualizaciones, tres videos por año desde el 2015 al 2018, se pretende observar y determinar si existen estereotipos de género en los sketches antes mencionados y el tipo de lenguaje que emplean.

A continuación, se presenta la ficha de análisis que determina el número de visualizaciones por sketch, fecha, número de me gusta, no me gusta, comentarios, también una sinopsis, link y captura de pantalla.

3 de mayo del 2015 al 3 de mayo de 2016

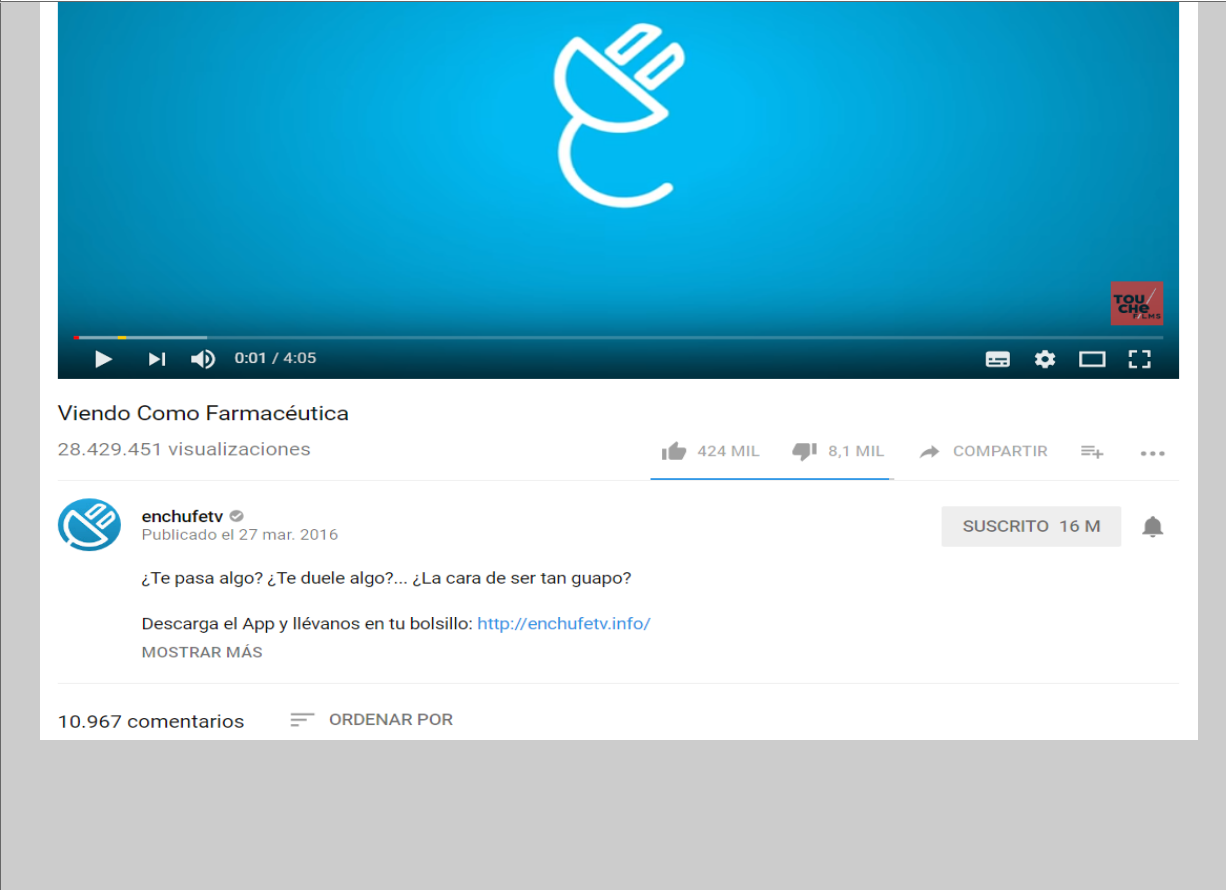
Tabla 8. Sketch 1: Viendo como farmacéutica

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Viendo como farmacéutica	27 de marzo de 2016	28 429 451	424 mil	8,1 mil	10 967	

Sinopsis: Una joven farmacéutica en su rutina diaria en el trabajo atenderá a varios clientes, entre ellos: madres ingenuas y desesperadas, adolescentes, personas que sufren de pérdida de memoria, etc. Con cada uno enfrentará un diálogo diferente que le hará cuestionar el porqué de su trabajo y si le pagan lo suficiente.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=boVmqMPXomQ&t=1s>

Captura



Viendo Como Farmacéutica

28.429.451 visualizaciones

424 MIL 8,1 MIL COMPARTIR

enchufetv
Publicado el 27 mar. 2016

SUSCRITO 16 M

¿Te pasa algo? ¿Te duele algo?... ¿La cara de ser tan guapo?

Descarga el App y llévanos en tu bolsillo: <http://enchufetv.info/>

MOSTRAR MÁS

10.967 comentarios ORDENAR POR

Fuente: EnchufeTV

Elaborado por: Paúl Calva Lapo


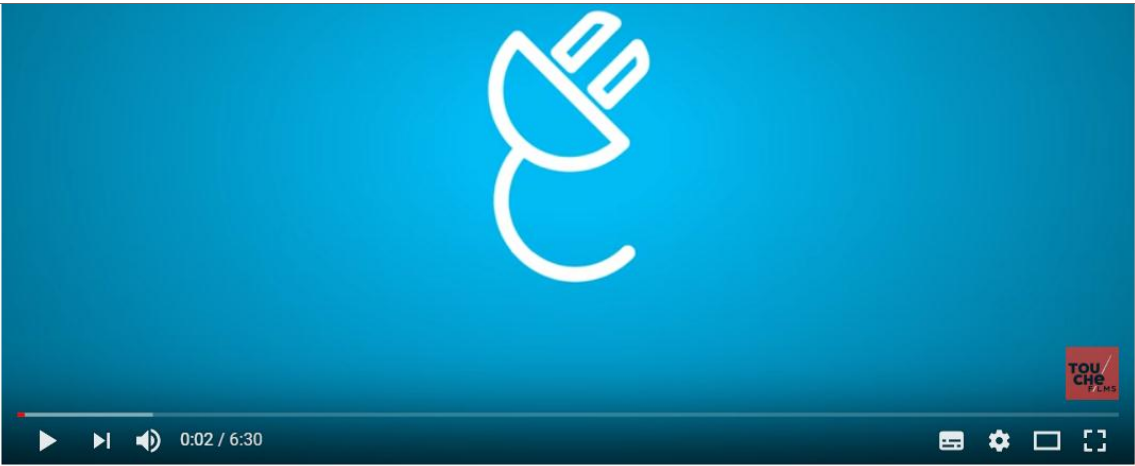


Tabla 9. Sketch 2: Viendo como novia celosa

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Viendo Como Novia Celosa	31 de agosto de 2015	27 303 697	321 mil	7,2 mil	4 901	 <p>Unicornio Hace 1 año hicieron yaoi enfrente del cuco >:v 2,2 mil RESPONDER</p>
<p>Sinopsis: Un día en los zapatos de una joven novia que sufre de celos, hasta el punto de inventar escenas y momentos para culpar a su novio de infidelidad, finalmente en el desenlace de la historia cuando todo parecía arreglarse descubre a su novio con otro chico.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=Sfbsa66MPUk&t=1s</p>						
<p>Captura</p>						
 <p>Viendo Como Novia Celosa 27.303.697 visualizaciones 321 MIL 7,2 MIL COMPARTIR</p> <p>enchufetv Publicado el 31 ago. 2015 SUSCRITO 16 M</p> <p>Es de inseguras revisar seguido el celular del novio. Es de pendejas no hacerlo de vez en cuando. Descarga el App y llévanos en tu bolsillo: http://enchufetv.info/ MOSTRAR MÁS</p> <p>4.901 comentarios ORDENAR POR</p>						

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 10. Sketch 3: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica	7 de junio de 2015	25 950 320	295 mil	9,7 mil	7 115	
<p>Sinopsis: Es la historia de una chica que al parecer tiene racha de mala suerte, que coincide con la relación con su amiga rica. Experimenta en un solo día: el quedarse sin vestido nuevo, que sus hermanos presten mayor atención a su amiga, incluso que su papá y el chico que le gusta prefiera a Pilar.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=xqGZU4o36a0&t=2s</p>						
Captura						
						
<p>Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica</p> <p>25.950.320 visualizaciones 👍 295 MIL 🗨️ 9,7 MIL ➦ COMPARTIR ☰ ...</p> <hr/> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 60%;">  <p>enchufetv ✓ Publicado el 7 jun. 2015</p> <p>¡twittea! https://twitter.com/enchufetv ¡likea! https://www.facebook.com/enchufetv</p> <p>MOSTRAR MÁS</p> </div> <div style="width: 35%; text-align: right;"> <p>SUSCRITO 16 M </p> </div> </div> <hr/> <p>7.115 comentarios ≡ ORDENAR POR</p>						

Fuente: EnchufeTv
Elaborado por: Paúl Calva Lapo

4 de mayo del 2016 al 3 de mayo de 2017


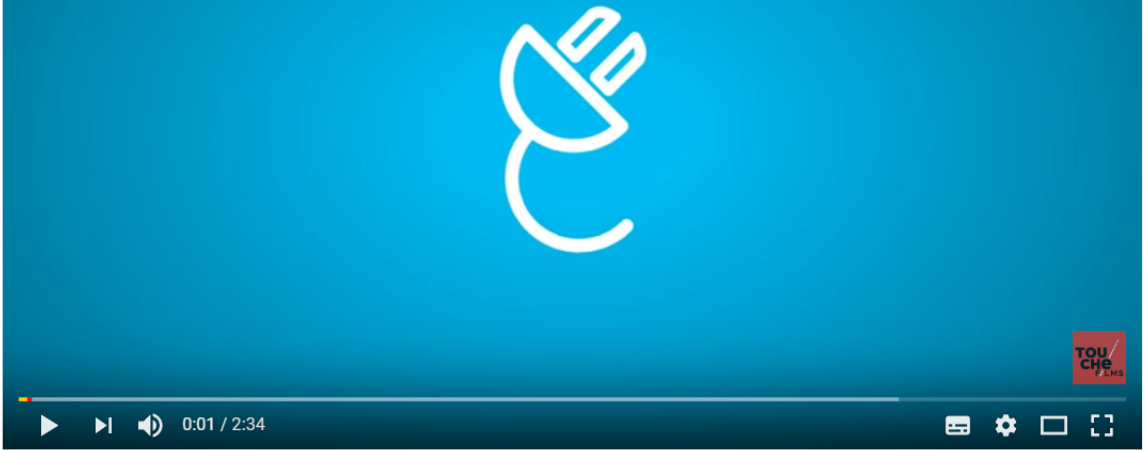

Tabla 11. Sketch 4: 25 Viñetas de un Adolescente

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
25 Viñetas de un Adolescente	31 de julio de 2016	38 415 737	1 200 000	34 mil	31 800	
<p>Sinopsis: Este chico experimenta las etapas por las que tiene que pasar un adolescente, sus cambios tanto físicos como hormonales, las vergüenzas que atraviesa en el colegio y sus primeras relaciones amorosas. En cuanto a estas recibe los consejos de sus padres, pero al no obedecer se convierte en padre a los 18 años de edad.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=XreWrWGsQpg</p>						
<p>Captura</p>						

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo


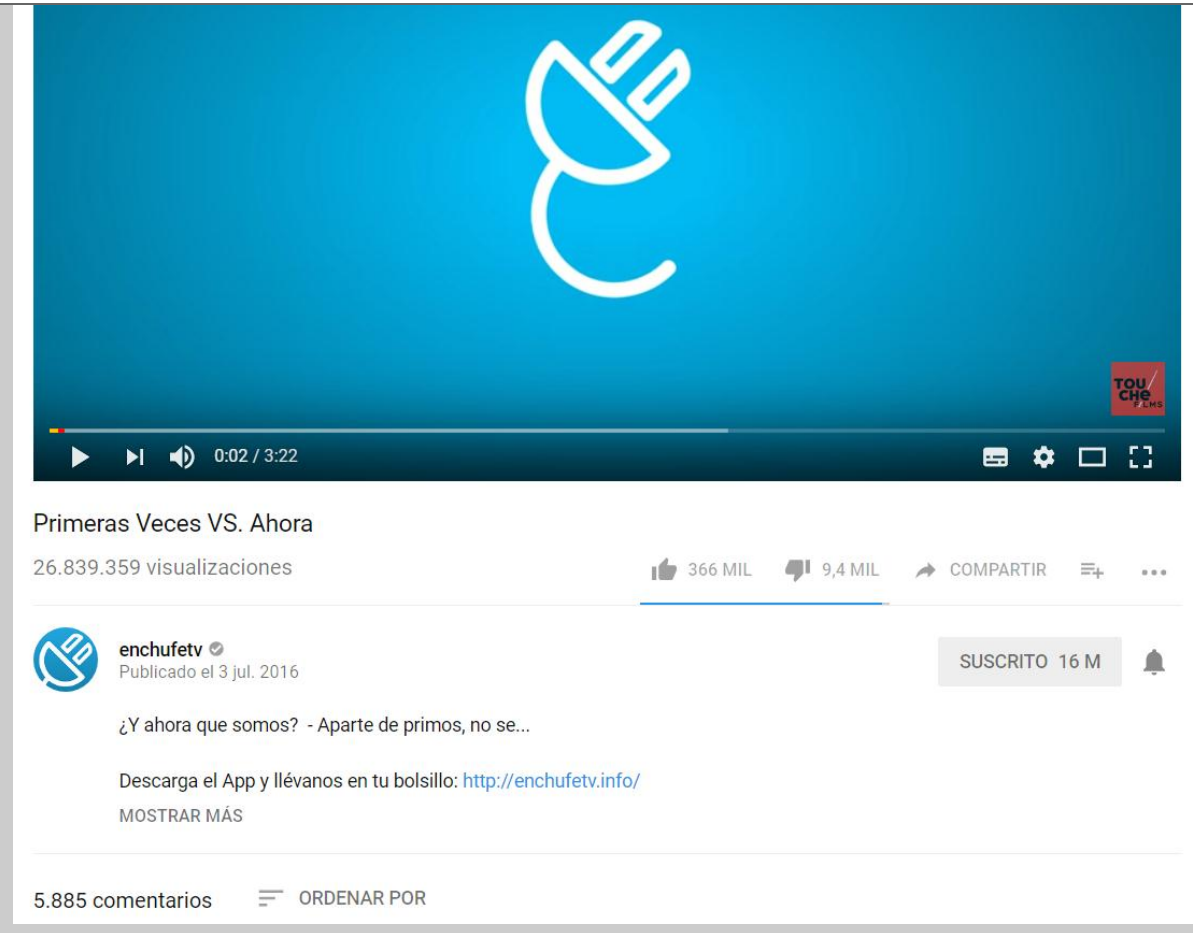
Tabla 12. Sketch 5: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Expectativa VS. Realidad: Sexo	16 de abril de 2017	37 236 759	313 mil	26 mil	16 771	
<p>Sinopsis: El video representa la realidad que vive una pareja durante sus relaciones íntimas, la expectativa que tienen ante la realidad que les toca vivir.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=yI9Ynn6JjvM</p>						
Captura						
						
<p>Expectativa VS. Realidad: Sexo</p> <p>37.236.759 visualizaciones 👍 313 MIL 👎 26 MIL ➦ COMPARTIR ⋮</p> <p> enchufetv ✓ Publicado el 16 abr. 2017 SUSCRITO 16 M 🔔</p> <p>ADVERTENCIA: Los usuarios que reporten este video serán reclutados como donadores de arena sin derecho a reclamo.</p> <p>MOSTRAR MÁS</p> <p>16.771 comentarios ☰ ORDENAR POR</p>						

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 13. Sketch 6: Primeras veces VS. Ahora

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Primeras veces VS. Ahora	3 de julio de 2016	26 839 359	366 mil	9,4 mil	5 885	
<p>Síntesis: Este video muestra varias etapas de la vida, entre ellas: andar en bicicleta, la menstruación, fumar, una declaración de amor, besar y terminar una relación; cómo se experimentaron la primera vez y como han cambiado en la actualidad.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=M34NqLsXbHg</p>						
<p>Captura</p>						
						

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

4 de mayo del 2017 al 3 de mayo de 2018

Tabla 14. Sketch 7: Taller de Dios

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Taller de Dios	28 de mayo de 2017	17 601 842	379 mil	12 mil	10 985	
<p>Sinopsis: Una historia basada en la creación del hombre, de acuerdo al origen bíblico; que hace una crítica a la realidad de los grupos sociales: políticos, artistas, hippies, youtubers, también se nombra al actual presidente de los Estados Unidos; Donald Trump, reinas de belleza, metaleros, rockeros y gamers. Conscientes de los enfrentamientos entre humanos Dios envía a Jesús, su hijo, a quien los hombres finalmente lo matan.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=ZWDdb9X4Lmg&t=1s</p>						
Captura						
						
<p>Taller de Dios</p> <p>17.601.842 visualizaciones 👍 379 MIL 💬 12 MIL ➦ COMPARTIR ≡ ⋮</p> <hr/> <p>  enchufetv <small>Publicado el 28 may. 2017</small> SUSCRITO 16 M 🔔 </p> <p>Clic aquí para conocernos y salir en un sketch: http://enchufetv.info</p> <p>MOSTRAR MÁS</p> <hr/> <p>10.985 comentarios ☰ ORDENAR POR</p>						

Fuente: EnchufeTv




Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 15. Sketch 8: Andrés, el que te visita cada mes

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Andrés, el que te visita cada mes	6 de agosto de 2017	13 302 745	380 mil	5,2 mil	8 266	
<p>Sinopsis: Cuenta la vida de una adolescente desde su primera menstruación y todo lo que este proceso fisiológico conlleva: fuertes cólicos, cambios de humor, entre otros; hasta darse cuenta que es un proceso necesario.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=Cf6YYI9Ck2U</p>						
Captura						
						

Fuente: EnchufeTv
 Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 16. Sketch 9: Reunión de amigos

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Reunión de amigos	23 de julio de 2017	12 752 086	304 mil	6,4 mil	5 695	
<p>Sinopsis: Una casual reunión de amigos que se inicia compartiendo la decisión íntima de una pareja, después surge una discusión y se viven momentos de: celos, ira, homofobia, engaño, etc.</p>						
<p>Link: https://www.youtube.com/watch?v=WYkqAPfoCZ8</p>						
Captura						
						
<p>Reunión de Amigos</p> <p>12.752.086 visualizaciones 👍 304 MIL 👎 6,4 MIL ➔ COMPARTIR</p> <p> enchufetv Publicado el 23 jul. 2017 SUSCRITO 16 M</p> <p>Las palabras hieren, pero las armas más.</p> <p>Clic aquí para conocernos y salir en un sketch: MOSTRAR MÁS</p> <p>5.695 comentarios ☰ ORDENAR POR</p>						

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Finalmente se muestra en la tabla 8 en resumen el nombre de los nueve sketches analizados con su respectiva fecha.

Tabla 17. Tabla de selección de sketches con mayor visualización

Fecha	Nombre del sketch
27 de marzo de 2016	Viendo como farmacéutica
31 de agosto de 2015	Viendo Como Novia Celosa
7 de junio de 2015	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica
31 de julio de 2016	25 Viñetas de un Adolescente
16 de abril de 2017	Expectativa VS. Realidad: Sexo
3 de julio de 2016	Primeras veces VS. Ahora
28 de mayo de 2017	Taller de Dios
6 de agosto de 2017	Andrés, el que te visita cada mes
23 de julio de 2017	Reunión de amigos

Fuente: EnchufeTv

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

7.2. Análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan

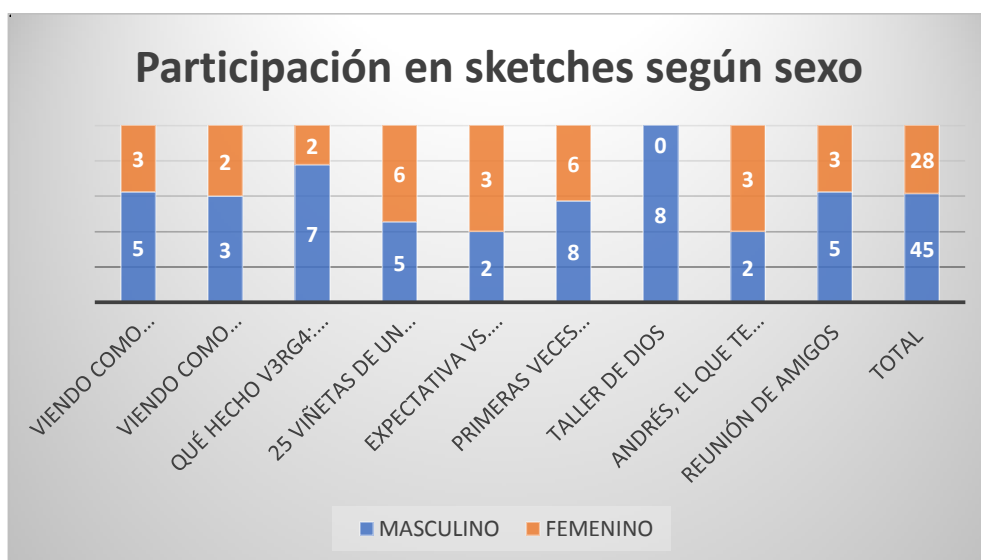


Gráfico 1. Total de personajes participantes según sexo

Fuente: Sketches de Enchufe Tv

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Se evidencia en el total de los videos analizados que la mayoría de participantes son del sexo masculino con un total de 45 participantes y 28 del sexo femenino, en especial en el

sketch número ocho “Taller de Dios” en el que participan solo representantes masculinos. Los sketches que presentan mayor participación de mujeres son: “25 Viñetas de un adolescente” y “Primeras veces vs ahora” con un total de 6 mujeres en cada uno.

Pese a las medidas estudiadas en el marco teórico de esta investigación destinadas a promover el acceso equitativo de las mujeres a los medios de comunicación, eliminar contenidos sexistas, estereotipados y discriminatorios e impulsar investigaciones en este campo; se sigue evidenciando la mayor participación del sexo masculino.

Se relaciona este fenómeno desde tiempos antiguos al hecho de considerarse una sociedad patriarcal, en la que la autoridad es ejercida por el varón, este término determina la desigualdad de género existente. Se vuelve a citar a Oso (1998) quien señala: “La invisibilidad de la migración femenina tiene sus raíces en el modelo familiar patriarcal que considera a la mujer como dependiente del hombre, principal soporte económico y poseedor de la autoridad de la unidad doméstica” (p. 23).

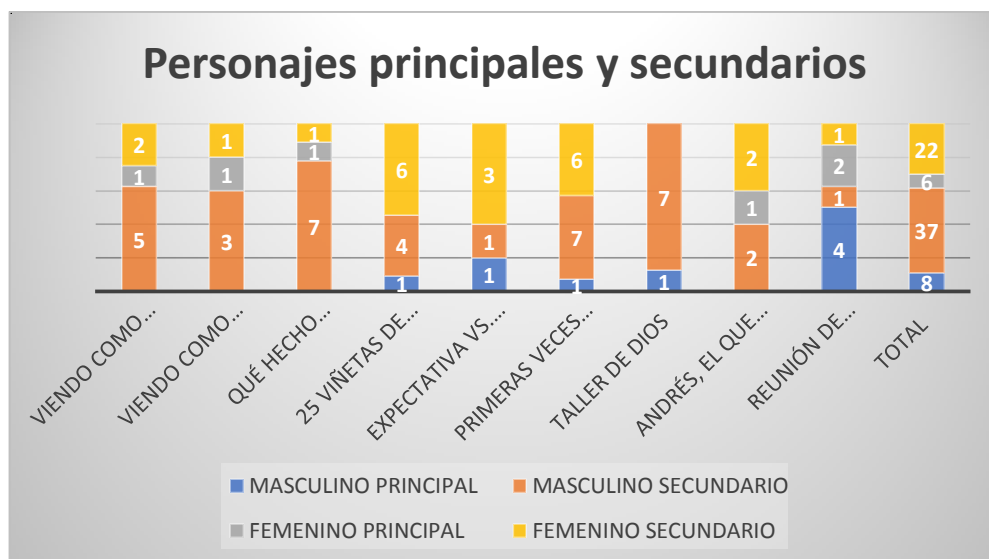


Gráfico 2. Roles de personajes según sexo

Fuente: Sketches de Enchufe Tv

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el gráfico 2 se determina la asignación de roles dentro del video: principal y secundario, según el sexo, en ambos casos se evidencia mayor participación del sexo masculino con un total de 8 participantes primarios hombres y 37 participantes secundarios del mismo sexo. A diferencia de las mujeres que solo participan 6 mujeres con personaje principal y 22 con personaje secundario.

Se evidencia mayor intervención de los personajes masculinos en los videos seleccionados como muestra para el análisis, en los nueve videos en total aparecen 45 hombres y 28 mujeres. A la hora de interpretar roles protagónicos en los sketches seleccionados también sobresale el género masculino, pues en total, de los personajes principales se contabiliza, 8 hombres y 6 mujeres.

En el análisis contextual de la presente investigación se habla de la utilización de la imagen de la mujer para publicidad, la imagen del cuerpo femenino perfecto, que vende más; quizá por ello se considera que en producciones audiovisuales la mayor participación del sexo masculino. Ante ello se recuerda lo citado por García (2015) al referirse a la invisibilidad de la mujer también se habla de la desvalorización que hace la sociedad a las actividades que realiza la mujer en el ámbito privado, en el cuidado y educación de los hijos, en la atención al hogar, entre otras.

7.3. Análisis de contenido con respecto a estereotipos de género en los sketches de EnchufeTV

Este análisis determinará la existencia de estereotipos de género, después de seleccionar las actitudes y rasgos de personalidad que representan el comportamiento de los personajes de cada video de acuerdo a su sexo. De acuerdo a la investigación de Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014) que detalla 258 características estereotipadas, se agruparon de acuerdo a los necesario, procediendo a calificar cada una de la característica mediante la escala de Likert de 3 a 0.

Sketch 1: Viendo como Farmacéutica

Duración: 4 min. 05 seg.

Personajes: este video presenta tres personajes principales: la farmacéutica, la mamá de un adolescente y el adolescente.

Tabla 18. Personaje: Farmacéutica

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Farmacéutica							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Autónomas						X		
Egoístas		x						
Impulsivas	x							
Distantes	x							
Maltratadoras	x							
Prácticas	x							
Instructivas		x						
Con alta habilidad verbal					x			
Rebeldes						X		
Fuertes emocionalmente					x			
Severas					x			
Trabajadoras						X		
Actúan con franqueza					x			
Histéricas					x			
Con carácter					x			
Insensibles					x			
Calculadoras						X		
Groseras					x			
Habladoras					x			
Frustradas						X		
Coquetas	X							
De personalidad fuerte					x			
Total	5	2	0		10	5		

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 19. Personaje: Mamá del adolescente

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Mamá del adolescente							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Cordiales	X							
Orientadas a la familia	X							
Emocionales	X							
Preocupadas por el bienestar de los demás	X							
Cuidadoras	X							
Sufridas	X							
Imprudentes	X							
Vulnerables	X							
Destinadas al cuidado de los /las hijos/as	x							
Familiares					X			
Ingenuas					X			
Sensibles					X			
Protectoras					X			
Total	9				4			

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 20. Personaje: Adolescente

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Adolescente							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Incompletos		X						
Defectuosos		x						
Pasivos	x							
Inexpresivos	x							
Total	2	2						

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 21. Personaje: Estudiante

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Estudiante							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Misteriosas	X							
Nerviosas	X							
Individualistas		X						
Frágil	X							
Torpes		X						
Miedosas					X			
Sentimentales						X		
Solitarias					X			
Frustradas						X		
Inseguras					X			
Total	3	2			3	2		

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 22. Personaje: Adulto mayor

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Adulto mayor							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Solitarios					X			
Imprevisibles						x		
Total					1	1		

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 23. Personaje: Hippie

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Hippie							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Perezosos		x						
Viciosos					X			
Sucios						x		
Total		1			1	1		

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 24. Personaje: Chichico

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Chichico							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Ingenuos					X			
Total					1			

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

Tabla 25. Personaje: Hombre atractivo

Título del sketch	Viendo como Farmacéutica							
Nombre del personaje:	Hombre atractivo							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Firmes						X		
Atractivos					X			
Con alta habilidad verbal						x		
Total					1	2		

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaborado por: Paúl Calva Lapo

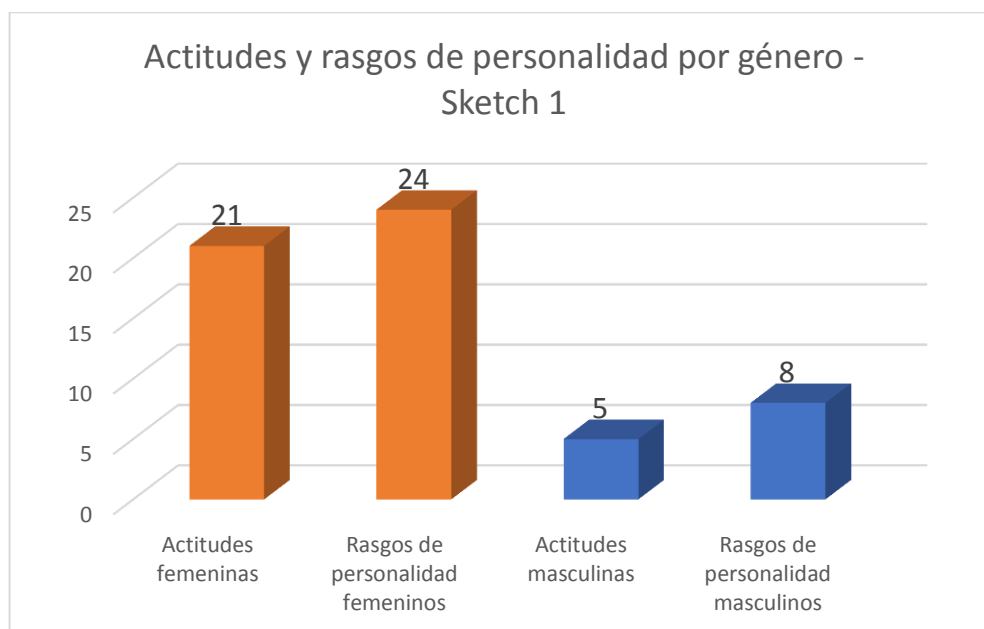


Gráfico 3. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 1

Fuente: Viendo como farmacéutica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el primer sketch “Viendo como farmacéutica” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 28 429 451 visualizaciones, actúan 5 hombres y 3 mujeres y se determina que las mujeres denotan más actitudes y rasgos de personalidad a la hora de interactuar que los hombres, observando que, en el género femenino, la mamá del adolescente presenta 9 actitudes y la farmacéutica 15 rasgos de personalidad característicos, a diferencia del

género masculino correspondiente al adolescente que el número máximo son 4 actitudes y el hombre atractivo 3 rasgos de personalidad.

En el video se observa de una forma graciosa situaciones de la vida diaria de hombres y mujeres, adolescentes, adultos mayores, etc. Aunque se observa el estereotipo del hombre atractivo y bien vestido, sin conocer su personalidad. Y también está el Hippie relacionado como persona que descuida su aspecto físico.

Sketch 2: Viendo como novia celosa

Duración: 5 min. 46 seg.

Personajes: este video presenta dos personajes principales: la novia que sufre de celos y el novio.

Tabla 26. Personaje: Novia

Título del sketch	Viendo como novia celosa							
Nombre del personaje:	Novia							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Imprevisibles		x						
Impulsivas		x						
Con alta habilidad verbal					x			
Volubles					x			
Groseras						X		
Celosas					x			
Calculadoras						X		
Histéricas					x			
Obsesivas						x		
Coléricas						x		
Inseguras					x			
Temperamental						x		
Total		2			5	5		

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 27. Personaje: Novio

Título del sketch	Viendo como novia celosa							
Nombre del personaje:	Novio							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Promiscuos		X						
Pasivos	X							
Emocionales		X						
Románticos						X		
Con alta habilidad Verbal						X		
Total	1	2				2		

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 28. Personaje: Doña Paty

Título del sketch	Viendo como novia celosa							
Nombre del personaje:	Doña Paty (Mamá del novio)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Afectivas	X							
Cálidas		X						
Encantadoras			X					
Cuidadoras			X					
Hogareñas					X			
Total	1	1	2		1			

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 29. Personaje: Hermano del novio

Título del sketch	Viendo como novia celosa							
Nombre del personaje:	Hermano del novio							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Expresivos	x							
Sumisos						x		
Total	1					1		

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 30. Personaje: Ramón

Título del sketch	Viendo como novia celosa							
Nombre del personaje:	Ramón (Chico en el closet)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Nerviosos	x							
Impulsivos		x						
Total	1	1						

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

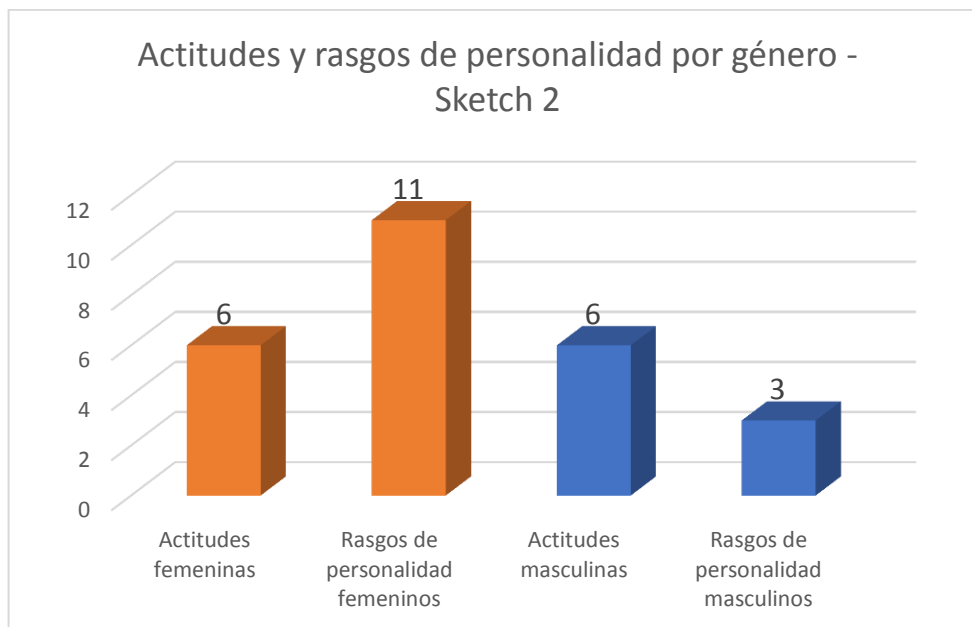


Gráfico 4. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 2

Fuente: Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el segundo sketch denominado “Viendo como novia celosa” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 27 303 697 visualizaciones, actúan 3 hombres y 2 mujeres y se determina que de la misma manera existen mayores actitudes en la personalidad de las mujeres, con un total de 4 actitudes expuestas correspondientes a la mamá del novio y 10 rasgos de personalidad correspondientes a la novia; en los hombres solamente 3 actitudes y 2 rasgos de personalidad que lo califican al novio. A pesar que existe igual número de personajes analizados en este sketch: 2 mujeres y 2 hombres.

La profesora Nelly Valbuena expresa: “la serie de Enchufe Tv reproduce los estereotipos y roles de género, por ejemplo, las mujeres son vistas como mujeres celosas y casi llegando a una patología que persiguen, que se vuelven enfermas de cuanto situación particular les pueda generar algún indicio, algo hacia la infidelidad de sus parejas eso es un estereotipo, es una mirada estereotipante de las mujeres”

Evidentemente existe la tendencia de caracterizar a las mujeres como celosas e histéricas, es lo que demuestra este video, para ello Nelly Valbuena señala: “La discriminación de género también tienen que ver con algunas expresiones en torno a la violencia contra las mujeres, por ejemplo, o diversidades sexo genéricas, donde de una u otra forma se asume que estas violencias son de responsabilidad de las mujeres, entonces sí sigue habiendo discriminación de género”.

Algunas cosas en los medios y canales audiovisuales han cambiado, sin embargo, Valbuena determina: “ya no hablamos de muertes violentas por celos, pero sin embargo en el subtexto o en la narración aún ese es como un argumento por ejemplo para la muerte de las mujeres, entonces esa es una forma de discriminarlas”.

Sketch 3: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Duración: 6 min. 30 seg.

Personajes: este video presenta un personaje principal que es la chica considerada la fea y la de mala suerte de la historia.

Tabla 31. Personaje: Chica

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Chica							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Impulsivas	x							
Volubles					X			
Groseras						X		
Depresivas					X			
Solitarias						X		
Pesimistas						X		
Débiles						X		
Frustradas					X			
Celosas						X		
Inseguras						X		
Confidentes							X	
Obsesivas							X	
Agresivas						X		
Violentas					X			

Narcisista						X		
Total	1				4	8	2	

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 32. Personaje: Pilar

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Pilar (amiga)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Atractivas					X			
Imprudentes	X							
Individualistas		X						
Vulnerables	X							
Sociables	X							
Manipuladora		X						
Coquetas	X							
Total	4	2			1			

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 33. Personaje: Hermano menor

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Hermano menor							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Amables						X		
Inquietos						X		
Dóciles							X	
Total						2	1	

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 34. Personaje: Hermano mayor

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Hermano mayor							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Mal educados	X							
Coquetos	X							
Agresivos						X		
Narcisista					X			
Total	2				1	1		

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 35. Personaje: Papá de la chica

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Papá de la chica							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Eficientes			x					
Impulsivos	X							
Realistas	X							
Mal educados	x							
Volubles					X			
Con alta habilidad verbal					X			
Sociables					X			
Calculadores					X			
Agresivos					X			

Total	3		1		5			
--------------	----------	--	----------	--	----------	--	--	--

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 36. Personaje: Guardia

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Guardia							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Mal educado	X							
Desagradables			X					
Egoístas	X							
Conflictivos						X		
De personalidad fuerte						X		
Total	2		1			2		

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 37. Personaje: Raúl

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Raúl							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Conflictivos		X						
Fuertes físicamente		X						
Atractivos					X			
Decididos					X			
Total		2			2			

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 38. Personaje: Abuelo

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	Abuelo							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Fuertes físicamente			X					
Conflictivos			x					
Perezosos		x						
Total		1	2					

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 39. Personaje: César

Título del sketch	Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica							
Nombre del personaje:	César							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Atractivos						X		
Conquistadores			X					
Impulsivos			X					
Conflictivos	X							
Sinceros						x		
Total	1		2			2		

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

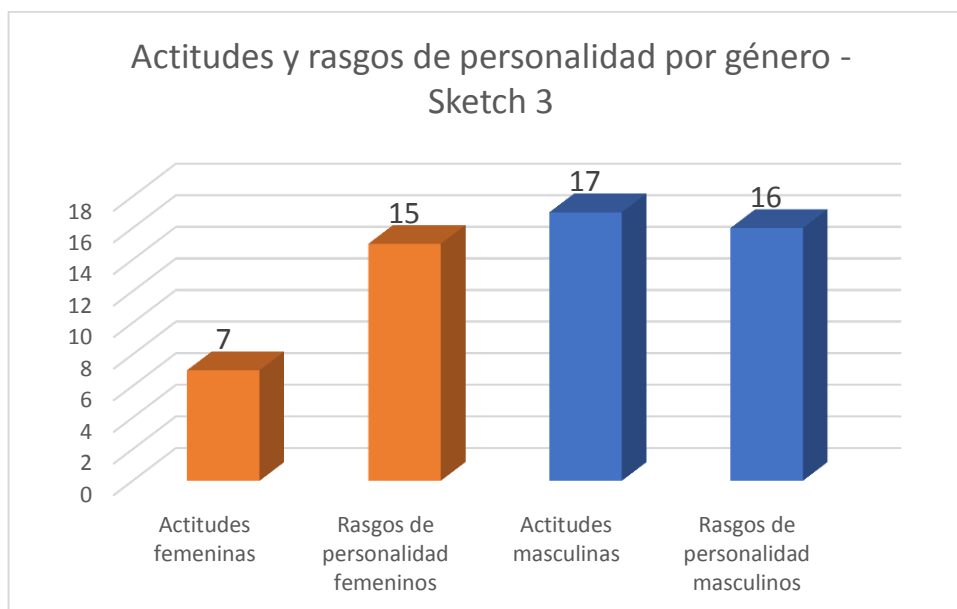


Gráfico 5. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 3

Fuente: Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el tercer sketch analizado denominado “Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 25 950 320 visualizaciones, actúan 7 hombres y 2 mujeres. A pesar de ser mayor cantidad de hombres, se identifica que las mujeres denotan más actitudes a la hora de interactuar que el sexo opuesto, en el género femenino representado por la Pilas, quien presenta un total de 6 actitudes y por otro lado a la chica quien presenta 16 rasgos de personalidad, a diferencia del género masculino representado por quien más actitudes presenta, que es el papá de la chica, con 4 actitudes y 5 rasgos de personalidad.

Si se considera el concepto expuesto en el contenido del presente video se observa la típica mujer bonita, delgada, adinerada que opaca a otras y roba la atención del género masculino, ante esto Nelly Valbuena señala: “basta con observar las series de televisión o series audiovisuales que se presentan, para ver como la discriminación sobre las mujeres sigue siendo el elemento fundamental en el cual se articulan los contenidos o se sustenta los contenidos mediáticos, infortunadamente seguimos teniendo el estereotipo de la mujer bonita que es social o light, mientras que la mujer fea es sinónimo de inteligencia”.

“Hay una forma de ver también a la mujer bonita y la mujer fea; la bonita que siempre se sale con la suya, que a pesar de tener alguna situación personal compleja al final tiene una moraleja, así como de dolor por lo que le pasa, pero finalmente continúa por la misma línea

de comportamiento, entonces esa es una manera estereotipante de ver a las mujeres. La fea que es además la pura de alma y de espíritu y que siempre está en contraposición a la otra mujer.”

En las opiniones vertidas dentro del focus group los participantes concuerdan con la presencia de estereotipos en la mayoría de los sketch, sobre todo en este, puesto que detallan: “Uno de los estereotipos marcados en las mujeres es que aquellas que vistan con vestidos cortos, con faldas, con tacones, tiene mayor feminidad que una mujer que vista con deportivos, con pantalón o calentadores; personalmente creo que no debería ser así sino que cada mujer debería experimentar su feminidad como se sienta cómoda. Sucede lo mismo con los hombres, aquellos que les gusta andar bien vestidos, elegantes; los ven raros. En el sketch existe el típico "Don Juan", está la típica chica rubia con un cuerpazo, está la amiga fea a la que todo mundo la busca por los consejos, está el papá que busca tener una aventura con alguna chica joven, los hermanos que quieren llamar la atención, está el grupo de amigos que se pelea por una chica. Lo rescatable de esto es que marca lo que en la actualidad pasa en la sociedad y eso nos hace de alguna manera tomar conciencia.

Sketch 4: 25 Viñetas de un adolescente

Duración: 3 min. 46 seg.

Personajes: este video presenta un personaje principal que es el adolescente y las peripecias que tiene que pasar a lo largo de esta etapa.

Tabla 40. Personaje: Adolescente

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
	Adolescente							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Intuitivos	X							
Rebeldes					x			
Ingenuos						X		
Curiosos						X		
Total	1				1	2		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 41. Personaje: Mamá del adolescente

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Mamá del adolescente							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Destinadas al cuidado de los /las hijos/as	X							
Afectivas	X							
Orientadas a la familia	X							
Educadas	X							
Emocional	X							
Con alta habilidad verbal						X		
Conciliadoras		X						
Hogareñas					X			
Moralistas					X			
Total	5	1			2	1		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 42. Personaje: Papá del adolescente

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Papá del adolescente							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Violento		X						
Impulsivo		X						
Fanfarrones					X			
De personalidad fuerte						X		

Grosero						X		
Total		2			1	2		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 43. Personaje: Lorena

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Lorena							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Atractivas					X			
Sinceras						X		
Total					1	1		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 44. Personaje: Profesora

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Profesora							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Groseras					X			
Sinceras						X		
Total					1	1		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 45. Personaje: Mujer de vestido rojo

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Mujer de vestido rojo							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Atractivas					X			
Sinceras	X							
Total	1				1			

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 46. Personaje: Compañera

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Compañera							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Simpáticas		x						
Sinceras						X		
Amigables						X		
Total		1				2		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 47. Personaje: Compañero

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Compañero							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Ingenuos	X							

Amigables						X		
Total	1					1		

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 48. Personaje: Farmacéutica

Título del sketch	25 Viñetas de un adolescente							
Nombre del personaje:	Farmacéutica							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Groseras	X							
Total	1							

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

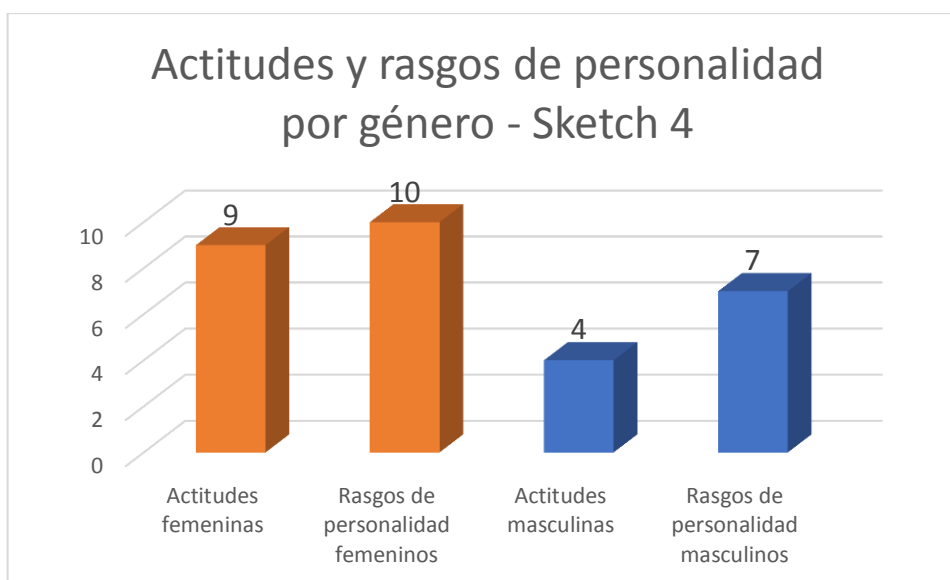


Gráfico 6. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 4

Fuente: 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el cuarto sketch denominado “25 Viñetas de un adolescente” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 38 415 737 visualizaciones, actúan 5 hombres y 6 mujeres, en este no se identifica gran número de actitudes, ni una mayor diferencia entre ambos sexos,

sin embargo, esta la mamá de adolescente, representando al género femenino, quien presenta un total de 6 actitudes y 3 rasgos de personalidad, a diferencia del género masculino representado por el papá del adolescente quien presenta únicamente 2 actitudes y 3 rasgos de personalidad.

El video presenta las situaciones cotidianas que un adolescente tiene que experimentar en esta etapa; está el hecho de su primer amor, cambios hormonales, relaciones sexuales, su vida de colegio, el rechazo de su amor platónico y compañeros, etc. En general no se muestran estereotipos marcados, más bien se juega con el humor para contar una historia.

Sketch 5: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Duración: 2 min. 34 seg.

Personajes: una pareja que demuestra lo que puede ocurrir durante las relaciones íntimas.

Tabla 49. Personaje: Chico “Expectativa”

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
	Chico “Expectativa”							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Destinados al placer sexual	X							
Impulsivos		X						
Sexualmente activos	X							
Aduladores		X						
Mentirosos		X						
Fanfarrones					x			
Total	2	3			1			

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 50. Personaje: Chica “Expectativa”

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
Nombre del personaje:	Chica “Expectativa”							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Destinadas al placer sexual	X							
Impulsivas		x						
Sexualmente activas	x							
Sinceras		x						
Total	2	2						

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 51. Personaje: Chico “Realidad”

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
Nombre del personaje:	Chico “Realidad”							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Imprevisibles	X							
Expresivos	x							
Curiosos						X		
Fanfarrones					X			
Ingenuos						X		
Total	2				1	2		

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 52. Personaje: Chica “Realidad”

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
Nombre del personaje:	Chica “Realidad”							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Expresivas		X						
Complacientes	x							
Minuciosas		X						
Furiosas		X						
Curiosas						X		
Total	1	3				1		

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 53. Personaje: Enfermera

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
Nombre del personaje:	Enfermera							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Nerviosas		X						
Preocupadas por el bienestar de los demás		x						
Total		2						

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 54. Personaje: Doctor

Título del sketch	Expectativa VS. Realidad: Sexo							
Nombre del personaje:	Doctor							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Desagradables	x							
Chismosos						X		
Total	1					1		

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

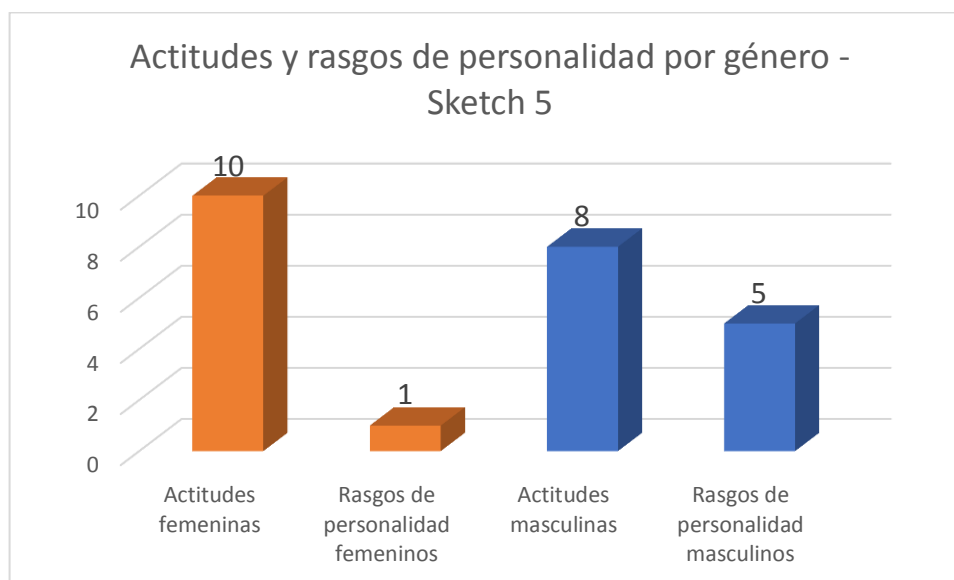


Gráfico 7. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 5

Fuente: Expectativa VS. Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el quinto sketch analizado denominado “Expectativa VS. Realidad: Sexo” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 37 236 759 visualizaciones, actúan 2 hombres y 3 mujeres, y se identifica que el género masculino presenta mayores actitudes y rasgos de personalidad, siendo el chico quien tiene un total de 5 actitudes en las escenas que representan a la “expectativa” y 3 rasgos de personalidad en las que representan a la “realidad”, a diferencia del género femenino, representado por la chica que presenta un total de 4 actitudes en expectativa y 1 rasgo de personalidad. No existe gran diferencia en las actitudes expuestas de acuerdo al género.

Quienes intervienen en el focus group determinan que “Los estereotipos tanto de hombres como de mujeres están muy marcados, entonces si le hago un chiste a una persona de sexo femenino, después hago otro chiste que haga contrapeso, igual de fuerte para aquel de sexo masculino; entonces no se evidencia desigualdad de género en este sentido”.

Sketch 6: Primeras veces VS. Ahora

Duración: 3 min. 22 seg.

Personajes: este video presenta un personaje principal que es el chico de aproximadamente 30 años que demuestra algunas acciones cotidianas, como han cambiado con el tiempo.

Tabla 55. Personaje: Niño

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
	Niño							
Nombre del personaje:	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Miedosos					x			
Dependientes						X		
Total					1	1		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 56. Personaje: Papá del niño

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
	Papá del niño							
Nombre del personaje:	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Orientados a la familia		x						
Confiados						X		
Total		1				1		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 57. Personaje: Hombre de 30 años

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Hombre de 30 años							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Emocionales		X						
Misteriosos		X						
Volubles						X		
Sinceros						X		
Frustrados						X		
Total		2				3		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 58. Personaje: Chica

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Chica (cama)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Tranquilas	x							
Volubles					x			
Total	1				1			

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 59. Personaje: Mamá del hombre de 30 años

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Mamá del hombre de 30 años							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			

	3	2	1	0	3	2	1	0
Exigentes	x							
Con carácter						X		
Total	1					1		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 60. Personaje: Compañero de oficina

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
	Nombre del personaje: Compañero de oficina							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Emocionales	x							
Exigentes	x							
Groseros					x			
Total	2				1			

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 61. Personaje: Niño con uniforme de escuela

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
	Nombre del personaje: Niño con uniforme de escuela							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Amigables					X			
Sociables					x			
Total					2			

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 62. Personaje: Lía

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Lía (Niña escuela)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Tranquilas	x							
Tiernas						X		
Amigables						X		
Total	1					2		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 63. Personaje: Prima del hombre de 30 años

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Prima del hombre de 30 años							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Sexualmente activas		x						
Exigentes			x					
Total		1	1					

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 64. Personaje: Adolescente

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
Nombre del personaje:	Adolescente (Chichico)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Sufridos	X							

Emocional		x						
Delicados	x							
Total	2	1						

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 65. Personaje: Adolescente (mujer)

Título del sketch	Primeras veces VS. Ahora							
	Adolescente (mujer)							
Nombre del personaje:	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Delicadas						X		
Románticas						X		
Total						2		

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

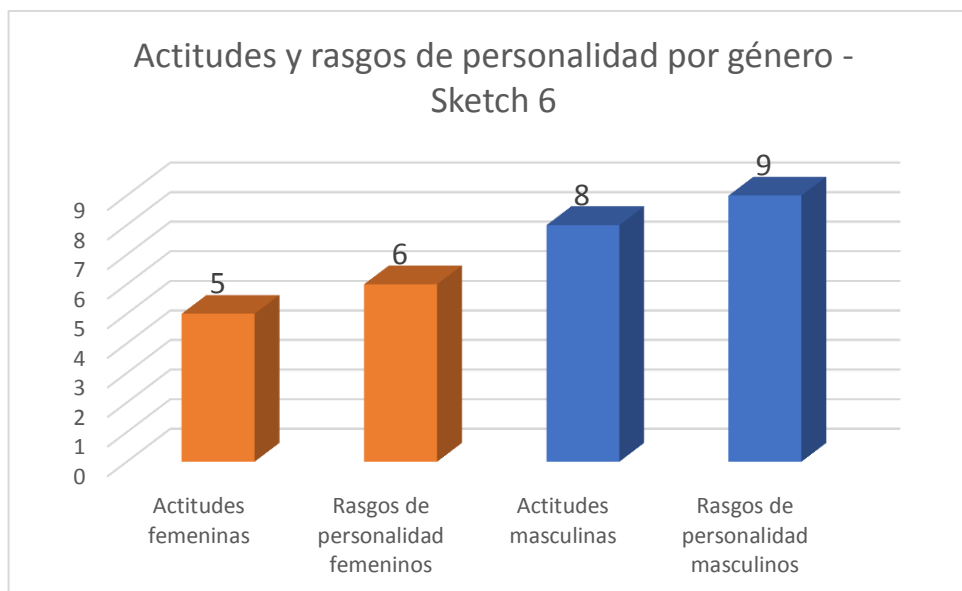


Gráfico 8. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad – Sketch 6

Fuente: Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el sexto sketch analizado denominado “Primeras veces VS. Ahora” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 26 839 359 visualizaciones, actúan 8 hombres y 6 mujeres y al contrario a los anteriores expuestos, se identifica que los hombres denotan más actitudes a la hora de interactuar que las mujeres, observando que, en el género masculino, representado por el chico (Chichico) con 3 actitudes y el hombre de 30 años lo máximo que se identifican son 3 rasgos de personalidad, a diferencia del género femenino representado por la prima del chico de 30 años para quien el número máximo es de 32 actitudes y por Lia quien presenta 2 rasgos de personalidad.

Existen ciertos estereotipos definidos para hombres y mujeres. Al respecto la profesora Valbuena señala: “Usan mucho el lenguaje con humor, que tiene estas expresiones de doble sentido, que son lo que me imagino a la gente le llama la atención, pero que no educa, al contrario, dejan siempre en el imaginario el estereotipo entre hombres y mujeres y la solidificación de los roles de genero establecidos para hombres y mujeres.”

Sketch 7: Taller de Dios

Duración: 4 min. 10 seg.

Personajes: este video presenta dos personajes principales que son Dios y el ángel, quienes realizan inventos para crear al hombre.

Tabla 66. Personaje: Narrador

Título del sketch	Taller de Dios							
	Narrador							
Nombre del personaje:	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Educados		X						
Cultos		X						
Con alta habilidad verbal					X			
Total		2			1			

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 67. Personaje: Voz 1

Título del sketch	Taller de Dios							
Nombre del personaje:	Voz 1							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Groseros					X			
Coléricos						x		
Total					1	1		

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 68. Personaje: Dios

Título del sketch	Taller de Dios							
Nombre del personaje:	Dios							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Investivos (de inventar)	X							
Instructivos		X						
Poderosos	X							
Expresivos		X						
Ingeniosos	X							
Egocéntricos		X						
Optimistas						X		
Idealistas						X		
Soñadores						X		
Autoritarios					X			
Total	3	3			1	3		

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 69. Personaje: Ángel

Título del sketch	Taller de Dios							
Nombre del personaje:	Ángel							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Investivos (de inventar)		X						
Sensatos		X						
Serviciales	x							
Leales					X			
Total	1	2			1			

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 70. Personaje: Jugador

Título del sketch	Taller de Dios							
Nombre del personaje:	Jugador							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Desagradables		X						
Total		1						

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

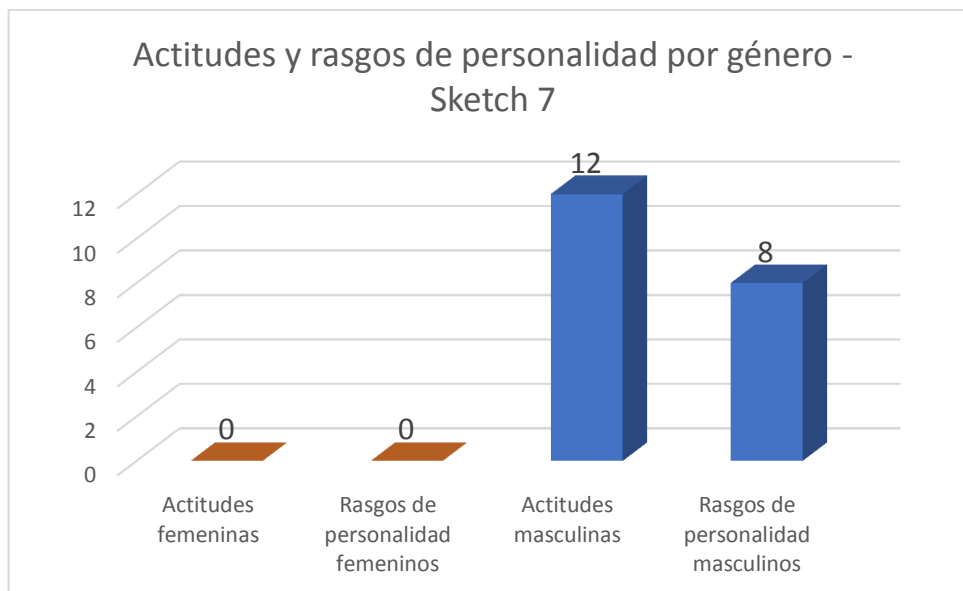


Gráfico 9. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad– Sketch 7

Fuente: Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Para el séptimo sketch analizado denominado “Taller de Dios” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 17 601 842 visualizaciones, actúan 8 hombres y 0 mujeres, por ello se identifica que todos los personajes que intervienen son de género masculino, es decir el 100% de las actitudes se evidencian en los hombres. Quien mayor número de actitudes presenta es Dios con un total de 6 actitudes y 4 rasgos de personalidad y quien menos presenta es el jugador 1 actitud y ningún rasgo de personalidad. No se evidencia la participación de mujeres en el sketch número siete.

Hacen una desvalorización del papel de la mujer, los personajes femeninos no aparecen en el sketch y toda gira alrededor de aquellos de sexo masculino, quienes son desde los que crean y cambian el mundo, hasta presidentes, hippies y más.

Sketch 8: Andrés, el que te visita cada mes

Duración: 3 min. 29 seg.

Personajes: este video presenta un personaje principal que es la chica y lo que experimenta cada mes, con la llegada de su periodo.

Tabla 71. Personaje: Chica protagonista

Título del sketch	Andrés, el que te visita cada mes							
Nombre del personaje:	Chica protagonista							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Imprevisibles	X							
Emocionales	X							
Complicadas	X							
Impulsivas		x						
Volubles					X			
Coléricas						X		
Miedosas						X		
Groseras						X		
Temperamentales						X		
Impulsivas						X		
Sinceras						X		
Ingenuas						X		
Inseguras						X		
Confiadas								
Total	3	1			1	8		

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 72. Personaje: Andrés

Título del sketch	Andrés, el que te visita cada mes							
Nombre del personaje:	Andrés							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0

Impertinentes	X							
Groseros						X		
Con alta habilidad verbal						X		
Total	1					2		

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 73. Personaje: Vecina

Título del sketch	Andrés, el que te visita cada mes							
Nombre del personaje:	Vecina							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Imprudentes	x							
Sociables		X						
Amables						X		
Total	1	1				1		

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 74. Personaje: Chico

Título del sketch	Andrés, el que te visita cada mes							
Nombre del personaje:	Chico							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Atractivos						X		
Elegantes	x							
Románticos						X		
Total	1					2		

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 75. Personaje: Hermana de la protagonista

Título del sketch	Andrés, el que te visita cada mes							
Nombre del personaje:	Hermana de la protagonista							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Comprensivas		x						
Prácticas		X						
Despreocupadas		X						
Amigables						X		
Total		3				1		

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

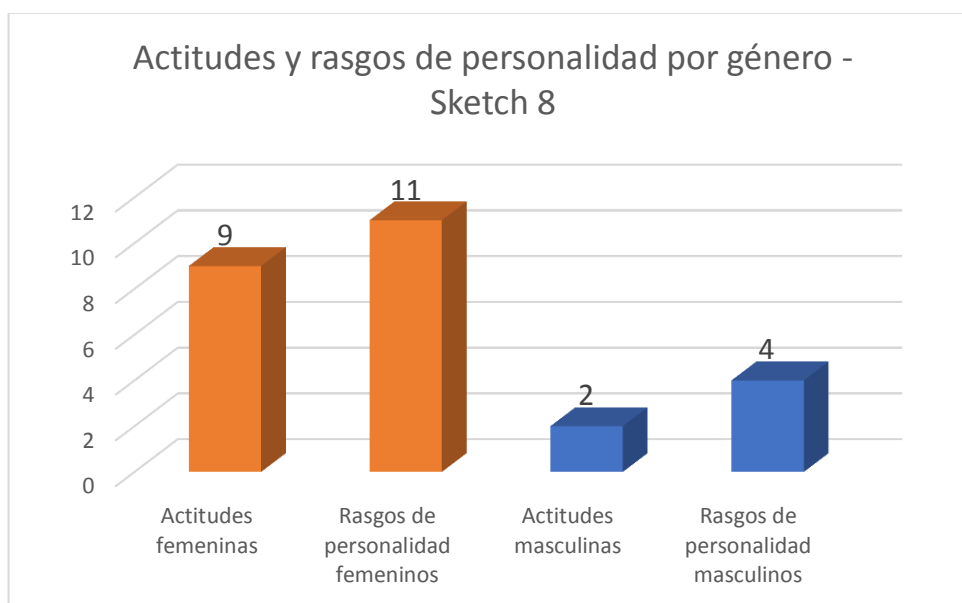


Gráfico 10. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad– Sketch 8

Fuente: Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el octavo sketch denominado “Andrés, el que te visita cada mes” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 13 302 745 visualizaciones, actúan 2 hombres y 3 mujeres y se evidencia mayores actitudes en la personalidad de las mujeres, pues la chica protagonista presenta un total de 4 actitudes y 9 rasgos de personalidad, y en los hombres

solamente 1 actitud que lo califican a Andrés y 2 rasgos de personalidad. Existen una pequeña diferencia en el número de personajes que intervienen en el sketch de acuerdo al género: 3 mujeres y 2 hombres.

Quienes participan del grupo focal determinan: “Nosotros aceptamos estas burlas y hacemos que se normalicen, por ejemplo, en el período menstrual decimos que la mujer cambia de humor porque "está en sus días" y si alguien más sea hombre o mujer no está de buen humor le decimos esta frase "estás en tus días", entonces lo tomamos como broma y si te burlas de algo es como si le quitaras importancia al asunto”. Pero en el interior sabes que estás estereotipando a la mujer”.

Otro participante del grupo de discusión señala: “Este tipo de producciones tienen un humor muy pesado, que para mi gusto no es del todo agradable, porque a veces hiere la susceptibilidad de las personas, por ejemplo, pienso que las mujeres se sintieron ofendidas con el video de Andrés, el que te visita cada mes. Pero en la actualidad la sociedad es muy consumista de este tipo de humor, de la burla y el sensacionalismo y por ello que son los videos con más visualizaciones y más «Like»”.

Una participante de sexo femenino señala: “A mi si me causa gracia, me parece muy chistoso, porque uno como joven se siente identificado y dice "Si sabes que me pasa lo mismo" y le encuentras en lado cómico, pero en ciertos temas, yo sé que venden lo que se consume más, pero hay ciertas personas que son más sensibles y no toleran este tipo de humor”.

Sketch 9: Reunión de amigos

Duración: 3 min. 57 seg.

Personajes: este video presenta varios personajes principales que representan una reunión de amigos con discusiones y desacuerdos.

Tabla 76. Personaje: Cristina

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Cristina (pareja 1)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Exigentes		x						

Complicadas		X						
Imprevisibles		X						
Peligrosas		x						
Amenazantes	X							
Celosas					X			
Volubles						X		
Infieles						X		
Paranoicas						X		
Total	1	4			1	3		

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 77. Personaje: Luis

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Luis (pareja 1)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Peligrosos	x							
Volubles					X			
Sentimental					x			
Total	1				2			

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 78. Personaje: Gabriel

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Gabriel (Homosexual)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0

Peligrosos		X						
Mentirosos		X						
Falsos	X							
Volubles						X		
Chismosos					X			
Total	1	2			1	1		

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 79. Personaje: Elena

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Elena (pareja 2)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Peligrosas	X							
Falsas			x					
Volubles					X			
Honestas						X		
Total	1		1		1	1		

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 80. Personaje: Esteban

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Esteban (pareja 2)							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Sensibles						X		
Miedosos						X		
Ingenuos					x			

Débiles							x	
Frustrado						X		
Total					1	3	1	

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 81. Personaje: Paco

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Paco							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Peligrosos						X		
Solitarios						X		
Total						2		

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Tabla 82. Personaje: Hermana de Esteban

Título del sketch	Reunión de amigos							
Nombre del personaje:	Hermana de Esteban							
	Actitudes				Rasgos de personalidad			
	3	2	1	0	3	2	1	0
Imprudentes		x						
Ingenuas							X	
Curiosas							X	
Total		1					2	

Fuente: Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

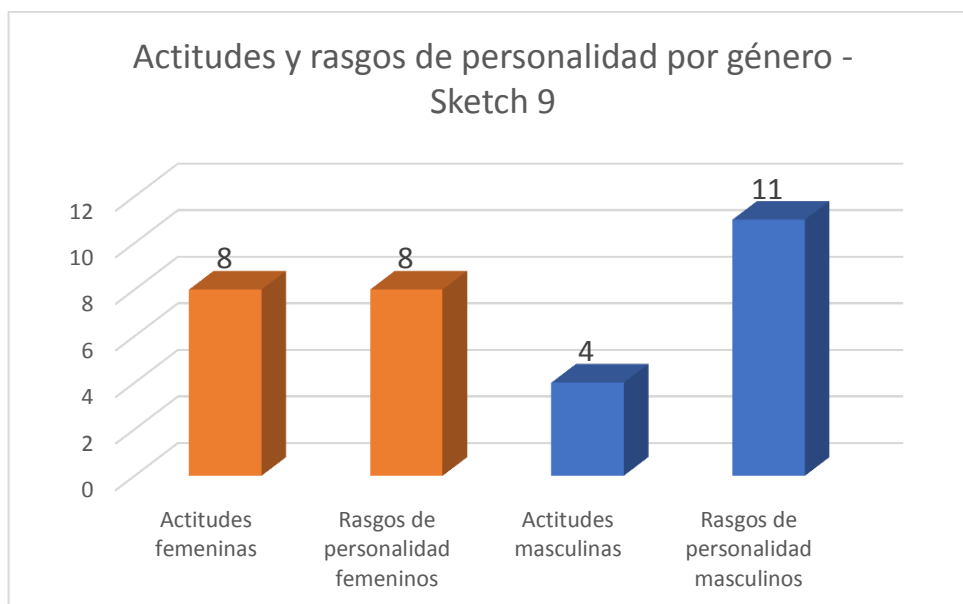


Gráfico 11. Porcentaje de actitudes y rasgos de personalidad– Sketch 9

Fuente: Reunión de Amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En el noveno y último sketch analizado denominado “Reunión de amigos” que hasta el 3 de mayo de 2018 presentaba un total de 12 752 086 visualizaciones, actúan 5 hombres y 3 mujeres y se identifica que las mujeres denotan más actitudes a la hora de interactuar que los hombres, observando que, en el género femenino, representado por Cristina lo máximo que se identifican son 5 actitudes y 4 rasgos de personalidad, a diferencia del género masculino correspondiente a Gabriel con 3 actitudes y Esteban quien presentan un número máximo de 5 rasgos de personalidad.

En el presente video se identifica la existencia de violencia de género con respecto al personaje Gabriel quien es juzgado por ser homosexual, para ello es importante comprender si existe una diferenciación entre sexo y género y si efectivamente en los sketches analizados se evidencia dicha violencia. Ante esto Nelly Valbuena expresa: “Existe una diferenciación entre género y sexo, no entre género y violencia de género, porque el sexo es una condición biológica natural con la que nacen hombres y mujeres y el género es una construcción social y cultural que permite identificar las diferencias de roles establecidos para hombres y mujeres y determinar que existe una violencia de género, es decir una violencia determinada o entendida en esas diferencias entre hombres y mujeres”.

Las participantes del focus group con respecto a este video manifiestan: “Si existen roles o actitudes muy marcadas por ejemplo la persona que actúa de gay, en mi criterio hay muchos que son homosexuales y que no necesariamente deben tener ese comportamiento afeminado, incluso hay personas que presentan una masculinidad en su forma de actuar, pero simplemente se sienten atraídos por personas del mismo sexo. El estereotipo está determinado puesto que se piensa que porque eres gay tiene que vestirse como mujer o actuar como ellas y no es cierto”.

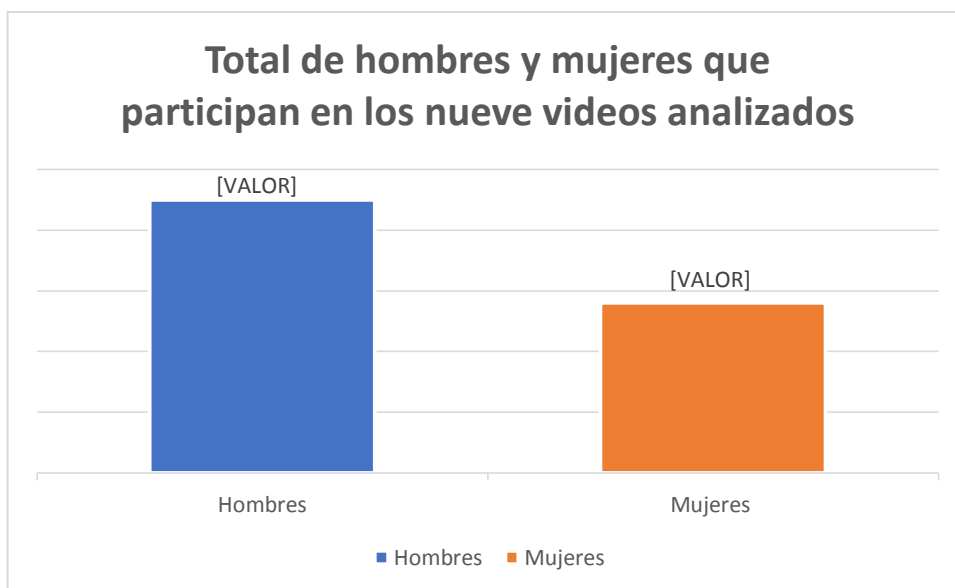


Gráfico 12. Total de hombres y mujeres que participan en los nueve videos analizados

Fuente: Sketches de Enchufe Tv

Elaboración: Paúl Calva Lapo

En todos los sketches analizados se evidencia mayor participación de hombres con un total de 45 que representan al 62% y un total de 28 mujeres que representan el 38%, cabe señalar que del número de participantes definitivo existieron 8 hombres con papel primario y 6 mujeres con el mismo papel.

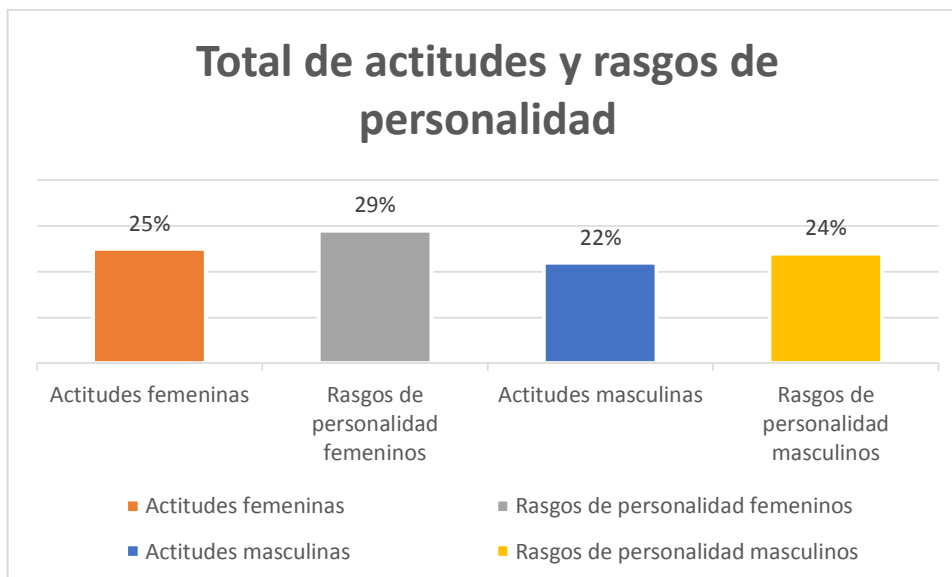


Gráfico 13. Total de actitudes y rasgos de personalidad analizados en los nueve videos

Fuente: Sketches de Enchufe Tv

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Finalmente se evidencia que, pese a que existió mayor porcentaje de hombres en los sketches analizados, a la hora de contabilizar las actitudes expuestas sobresale el género femenino con un total de 75 (25%) actitudes y 86 (29%) rasgos de personalidad, a diferencia del género masculino con un total de 66 (22%) actitudes y 71 (24%) de rasgos de personalidad.

Al observar la diferencia de actitudes expuestas y que en 6 de los sketches analizados sobresalen las mujeres con mayor número de actitudes, se determina la existencia de ciertos estereotipos de género marcados en referencia a las mujeres, al respecto la profesora Nelly Valbuena manifiesta “Si tienen estereotipos de géneros marcados y los refuerzan recurriendo al humor para que parezcan ligeros y rápidos pero que finalmente están dejando en el imaginario de la gente un estereotipo entre hombres y mujeres y sobre todo mayormente marcado hacia las mujeres, es decir estereotipa, discrimina, a las mujeres de mayor forma”.

A las mujeres se las conoce o asigna más a labores domésticas, cuidado de los /las hijos/as, y se las conoce como volubles, sensibles, etc. mientras que a los hombres se los identifica más como atractivos, ejecutivos, de buena presencia, conquistadores, etc. Son actitudes establecidas por la sociedad y enmarcadas a realizar una diferenciación de género.

Para ello Nelly Valbuena señala: “considero que es una serie muy compleja, que queriendo mostrarse progresista en términos de manejo de algunas temáticas, sigue reproduciendo los estereotipos y roles de género.”

CONCLUSIONES

Se concluye que la serie ecuatoriana Enchufe Tv utiliza un lenguaje humorístico y un tanto vulgar en sus producciones, que tratan de mostrar la realidad de la sociedad, pero que en ocasiones pueden herir la sensibilidad de las personas que las observan.

Las actitudes y rasgos de personalidad expuestos en las producciones audiovisuales influyen en toda la cultura de la sociedad, para los ecuatorianos la manera de simplificar el tema hombre-mujer, femenino-masculino y jugar con estereotipos de género llama mucho la atención y vende.

En cuanto a las actitudes que más se transmiten en las series de Enchufe tv se destacan en las mujeres: impulsivas, orientadas a la familia, emocionales, preocupadas por el bienestar de los demás, entre otras. Con respecto a los rasgos de personalidad se destacan: fuertes emocionalmente, sensibles, sentimentales, etc. Sin embargo, para los de género masculino sobresalen las siguientes actitudes: nerviosos, impulsivos, coquetos, mal educados, entre otros y como rasgos de personalidad se definen mayormente: de personalidad fuerte, atractivos, curiosos, etc. Lo que define ciertos estereotipos marcados para mujeres y hombres.

Los sketches de Enchufe Tv juegan con la imagen de la mujer y ciertos temas personales que invaden su privacidad, las ofende y no se sienten identificadas con los modelos femeninos que se exponen en los videos, medios de comunicación y publicidad. Existe la presencia de estereotipos de género en relación a ambos sexos, por ejemplo: la mujer bonita, delgada, de buena presencia, poco inteligente que a todos atrae y el hombre de iguales condiciones, está la burla que se realiza a la imagen de los homosexuales presentándolos con cierta feminidad.

En las opiniones vertidas a lo largo de esta investigación se determinó que esta serie WEB representa la idiosincrasia del individuo ecuatoriano, porque toman la realidad de la sociedad para crear contenido, en ocasiones utilizan un lenguaje característico del ecuatoriano jovial y se concluye que es una de las razones por las que se vende este tipo de contenidos.

RECOMENDACIONES

Entender y rescatar el lenguaje humorístico sin desviarse al tinte satírico que hiera la sensibilidad de los usuarios, saber utilizar el humor sin burlarse de las personas, teniendo en cuenta que cualquier usuario sin importar la edad puede acceder a estos contenidos.

Evitar actitudes y rasgos de la personalidad en los personajes que representen estereotipos de género, violencia de género o cualquier tipo de discriminación, incentivar campañas de igualdad de género, respeto a los derechos humanos y la no violencia.

En Ecuador hace falta acción positiva a quienes encabezan los medios de comunicación y producciones audiovisuales, con respecto a los contenidos que exponen, puesto que se observa que hay concienciación en este tema, existen planes que se elaboran, campañas; pero en la realidad es poco o nulo lo que realizan.

Quienes hacen contenidos para los medios de comunicación reciban formación previa, es necesario estudiar el enfoque de género, el lenguaje no sexista y menos burlesco; porque si no de lo contrario van a seguir existiendo estereotipos y sobre todo la reducción y la descontextualización de la violencia que se ejerce contra la población LGBTI o contra las mujeres, una manera de vender contenidos. Es una urgencia, los medios tienen que formarse.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Bonder, G. (1993). *La igualdad de oportunidades para mujeres y varones: una meta educativa*. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Cultura y Educación.
- Bonino, L. (2000). *Los varones hacia la paridad en lo doméstico. Discursos sociales y prácticas masculinas. Masculino plural: construcciones de la masculinidad*. Universidad de Lleida.
- Bourdieu, P. (2000) *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2016). *Estrategia de Montevideo para la Implementación de la Agenda Regional de Género en el marco del Desarrollo Sostenible hacia 2030*. Santiago de Chile.
- Cook, R. & Cusack, S. (2009). *Estereotipos de Género. Perspectivas Legales Transnacionales*. Recuperado de http://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf
- García, A., y Núñez, S. (2008). *Apuntes sobre la identidad virtual de Género*. Madrid. España: Feminismos.
- García, M. C. (2000). *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- Garza, B. (1997). *El lenguaje, el pensamiento y la acción*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Laird, J.D. y Thomson, N.S. (1992). *Psychology*, Boston: Houghton Mifflin.
- Loscertales, F., y Núñez, T. (2007). *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*. Madrid, España: Vision net.
- Paivio, A., & Begg, I. (1981). *Psychology of language*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Quintana Zurita, Y. (2015). *Agenda Nacional de las mujeres y la igualdad de género 2014-2017*. Quito: SENPLADES.
- Rocher, G. (1990). *Introducción a la Sociología general*. Barcelona: Herder.

- Rodríguez, A. J. (2016). *Investigación: factores previos a la elección de una carrera universitaria en función del sexo del alumnado: Análisis comparativo entre España y Finlandia (1990-2014)*. Recuperado de <https://goo.gl/sQL5Dd>
- Salazar, A. M. (2002). *Seguridad nacional hoy: el reto de las democracias*. Aguilar.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez-Aranda, J., Berganza, R., y Grandio, M. (2002). El espejo mágico. La nueva imagen de la mujer en la publicidad actual. Navarra, España: Instituto Navarro de la Mujer. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/41932079_El_espejo_magico_La_nueva_imagen_de_la_mujer_en_la_publicidad_actual
- Stubbs, M. (1987). *Análisis del Discurso*. Madrid, España: Editorial Alianza.
- Villamarín, J. (1997). De la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo. Ecuador: Radmandí. Proyectos Editoriales.
- Vygotsky, L. (1987). *Lenguaje y pensamiento*. Buenos Aires: La Pleyade
- Walker, L.E.A. (1984). *The battered woman syndrome*. New York: Springer.
- Wimmer, R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Bosch Casa Editorial, S.A.
- Yule, G. (2007). El lenguaje. España: Ediciones Akal, S. A. Recuperado de <https://goo.gl/BB6SQk>

Artículos de revistas

- Abril Vargas, N. (2007). Utopía informativa. Propuestas para un periodismo más social. *En Las mujeres de los medios*, 24 -28. Bilbao. España: Hegoa
- Arnett, J.J. (1995). Broad and narrow socialization: The family in the context of a cultural theory. *Journal of Marriage and the Family*, 57,617-628.
- Bengoechea, M. (2000). En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (5). Recuperado de <https://goo.gl/F8ymzi>

- Bernstein, B. (1985). Clases sociales, lenguaje y socialización. *Revista Colombiana de Educación*, 0(15). doi: <http://dx.doi.org/10.17227/01203916.5117>
- Cebrián, M. (1999). Dimensión audiovisual del idioma. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (2), 23-37.
- Colás Bravo, P., y Villaciervos Moreno, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista De Investigación Educativa*, 25(1), 35-38. Recuperado de <http://revistas.um.es/rie/article/view/96421/92631>
- De los Ríos, M. J., y Martínez, J. (1997). La mujer en los medios de comunicación. *Comunicar*, (9). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15800914.pdf>
- Escobar, J. y Bonilla-Jimenez, F. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos Hispánicos de Psicología*, 9(1), 51-67. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/957/1/Gupos%20focales%20una%20gu%C3%ADa%20conceptual%20y%20metodol%C3%B3gica.pdf>
- Espín, J. V., Marín, M. Á., y Rodríguez, M. (2006). Las imágenes de las mujeres en la publicidad: estereotipos y sesgos. *Redes. Com: Revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (3), 77-90.
- Freixas Farré, A. (2001). Entre el mandato y el deseo: la adquisición de la identidad sexual y de género. *La educación de las mujeres: nuevas perspectivas*, 23-31.
- García Muñoz, N., y Martínez García, L. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación y sociedad*, (10), 111-128.
- Gavaldón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12), 79-88.
- Gutiérrez, B. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/893714754?accountid=45668>
- Hernández, M. E. (2004). La formación universitaria de periodistas en México. *Comunicación y Sociedad*, (1), 100-138.
- Itatí, A. (1995). Socialización de género en la escuela primaria. *Boletín americanista*, (45), 177-187.

- Martín-Barbero, J. M. (2005). Los oficios del comunicador. *Co-herencia*, 2(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/774/77420206/>
- Paredes, M. I., Alpízar, R., y Martín, L. (2017). Enfoque sistémico para la formación de habilidades del lenguaje gráfico artístico en el estudiante de arquitectura. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(3), 125-129.
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42. Recuperado de <https://goo.gl/xwukv4>
- Punín, M. I. (2012). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia. *Razón y Palabra*, 17(79).
- Rodríguez, E. (2010). Socialización y referentes socio-grupales en la construcción de identidad juvenil. *Educación y Futuro: Revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, (22), 55-70.
- Rovetto, F. (2010). Androcentrismo y medios de comunicación: apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad. *Cuadernos de información*, (27), 43-52.
- Rovetto, F. L. (2010). La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. El caso de las mujeres inmigrantes. *Nómadas*, 28(4), 113-127. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/181/18118913006/>
- Tuñón, I. (2010). Determinantes de las oportunidades de crianza y socialización en la niñez y en la adolescencia. *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8(2), 903-920. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/865359811?accountid=45668>
- UN. (2000). La mujer y los medios de comunicación. *Nota informativa*, 10. Recuperado de <http://www.csj.gob.sv/genero/images/PDF/La%20mujer%20y%20los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Villarroel, G. (1990). Modos de socialización familiar y sus efectos en el niño. *Estudios pedagógicos*, 16, Universidad Austral. Chile, 107-138.

Otros documentos

Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

Recuperado de <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (2017).

Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación.

Recuperado

de

http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Libro_DISCRIMINACI%C3%93N%20HACIA%20LAS%20MUJERES%20Y%20SU%20REPRESENTACI%C3%93N%20EN%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf

Ley

Orgánica

de

Comunicación.

Recuperado

de

<https://www.eluniverso.com/sites/default/files/archivos/2013/06/tercercomunicacion.pdf>

Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las Mujeres.

Recuperado

de

https://www.eluniverso.com/sites/default/files/archivos/2017/10/ley_organica_integral_para_la_prevencion_y_erradicacion_de_la_violencia_de_genero_contra_las_mujeres.pdf

Oso, L. (1998). La migración hacia España de mujeres jefas de hogar, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid: Instituto de la Mujer.

Tesis

Beltrán Padilla, A. (2015). Influencia de los medios de comunicación en la socialización infantil. Estereotipos de género y actuación en el aula (tesis de pregrado). Universidad de Jaén.

Farfán, C. A. (2013). La inserción femenina en los órganos empresariales de gobierno en la Argentina: una revisión de la literatura y sus implicancias organizacionales (tesis de maestría). Universidad de San Andrés, Buenos Aires.

García, M. J. (2015). Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Páginas web

- El Mundo. (19 de noviembre de 2015). Los medios de comunicación y la violencia de género [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/ellas/2015/11/19/los-medios-de-comunicacion-y-la.html>
- Marticorena, J. (2016). Estereotipos de género. Recuperado de <https://asesorialegalgiulianayjulia.wordpress.com/2017/09/12/estereotipos-de-genero/>
- Peremne, C. (2011). No te dejes influenciar por los estereotipos femeninos. Recuperado de <https://crisaldaunaesperanzaperenne.blogspot.com/2011/04/no-te-dejes-influenciar-por-los.html>
- Rebecca, J. & Cusack, S. (2010). Estereotipos de género. Recuperado de https://www.academia.edu/27929381/ESTEREOTIPOS_DE_G%C3%89NERO?auto=download
- Suing, A. (20 de noviembre de 2013). Necesidad de producción audiovisual nacional en Ecuador [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://abelsing.wordpress.com/2013/11/20/necesidad-de-produccion-audiovisual-nacional-en-ecuador/>
- Teoría sociocultural del lenguaje. Recuperado de <https://sites.google.com/site/elserhumanounsersocial/el-lenguaje-herramienta-de-reconstruccion-del-pensamiento>

ANEXOS

Tabla de análisis de personajes de acuerdo al género y rol que interpretan

Nombre del sketch:				
Viendo como farmacéutica				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Farmacéutica	Principal
Personaje 2		X	Madre del adolescente	Secundario
Personaje 3	X		Adolescente	Secundario
Personaje 4		X	Estudiante	Secundario
Personaje 5	X		Adulto mayor	Secundario
Personaje 6	X		Chichico	Secundario
Personaje 7	X		Hippie	Secundario
Personaje 8	X		Hombre atractivo	Secundario
Total	5	3		

Fuente: Enchufe Tv (2016). Viendo como farmacéutica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Viendo como novia celosa				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Novia	Principal
Personaje 2	X		Novio	Secundario
Personaje 3		X	Mamá del novio	Secundario
Personaje 4	X		Hermano del novio	Secundario
Personaje 5	X		Chico en el closet	Secundario
Total	3	2		

Fuente: Enchufe Tv (2015). Viendo como novia celosa

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Chica	Principal
Personaje 2		X	Pilar (amiga rica)	Secundario
Personaje 3	X		Hermano menor	Secundario
Personaje 4	X		Hermano mayor	Secundario
Personaje 5	X		Papá	Secundario
Personaje 6	X		Guardia	Secundario
Personaje 7	X		Raúl	Secundario
Personaje 8	X		Abuelo	Secundario
Personaje 9	X		César	Secundario
Total	7	2		

Fuente: Enchufe Tv (2015). Qué Hecho V3rg4: Tener Una Amiga Rica

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
25 Viñetas de un adolescente				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Mamá del adolescente	Secundario
Personaje 2	X		Papá del adolescente	Secundario
Personaje 3	X		Adolescente	Primario
Personaje 4	X		Vendedor de películas	Secundario
Personaje 5		X	Lorena	Secundario
Personaje 6		X	Profesora	Secundario
Personaje 7		X	Mujer de vestido rojo	Secundario
Personaje 8		X	Compañera	Secundario
Personaje 9	X		Compañero	Secundario
Personaje 10	X		Amigo	Secundario
Personaje 11		X	Farmacéutica	Secundario
Total	5	6		

Fuente: Enchufe Tv (2016). 25 Viñetas de un adolescente

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Expectativa VS. Realidad: Sexo				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1	X		Chico	Principal
Personaje 2		X	Chica	Secundario
Personaje 3		X	Enfermera	Secundario
Personaje 4	X		Doctor	Secundario
Personaje 5		X	Mamá del chico	Secundario
Total	2	3		

Fuente: Enchufe Tv (2017). Realidad: Sexo

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Primeras veces VS. Ahora				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1	X		Niño	Secundario
Personaje 2	X		Papá del niño	Secundario
Personaje 3	X		Hombre de 30 años	Principal
Personaje 4		X	Chica	Secundario
Personaje 5		X	Mamá del hombre de 30 años	Secundario
Personaje 6		X	Hermana del hombre de 30 años	Secundario
Personaje 7	X		Compañero de oficina	Secundario
Personaje 8	X		Doctor	Secundario
Personaje 9	X		Niño con uniforme de escuela	Secundario
Personaje 10		X	Lia	Secundario
Personaje 11		X	Prima del hombre de 30 años	Secundario
Personaje 12	X		Adolescente (hombre)	Secundario
Personaje 13		X	Adolescente (mujer)	Secundario
Personaje 14	X		Amigo del hombre de 30 años	Secundario
Total	8	6		

Fuente: Enchufe Tv (2016). Primeras veces VS. Ahora

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Taller de Dios				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1	X		Narrador	Secundario
Personaje 2	X		Voz 1	Secundario
Personaje 3	X		Dios	Principal
Personaje 4	X		Ángel	Secundario
Personaje 5	X		Buda	Secundario
Personaje 6	X		Diablo	Secundario
Personaje 7	X		Jugador	Secundario
Personaje 8	X		Jesús	Secundario
Total	8	0		

Fuente: Enchufe Tv (2017). Taller de Dios

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Andrés, el que te visita cada mes				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Chica protagonista	Principal
Personaje 2	X		Andrés	Secundario
Personaje 3		X	Vecina	Secundario
Personaje 4	X		Chico	Secundario
Personaje 5		X	Hermana de la protagonista	Secundario
Total	2	3		

Fuente: Enchufe Tv (2017). Andrés, el que te visita cada mes

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Nombre del sketch:				
Reunión de amigos				
Personajes	Masculino	Femenino	Nombre	Interpretación de Roles
Personaje 1		X	Cristina (pareja 1)	Principal
Personaje 2	X		Luis (pareja 1)	Principal
Personaje 3	X		Gabriel (Homosexual)	Principal
Personaje 4		X	Elena (pareja 2)	Principal
Personaje 5	X		Esteban (pareja 2)	Principal
Personaje 6	X		Paco	Principal
Personaje 7		X	Hermana de Esteban	Secundario
Personaje 8	X		Vendedor	Secundario
Total	5	3		

Fuente: Enchufe Tv (2017). Reunión de amigos

Elaboración: Paúl Calva Lapo

Transcripción de entrevistas a profundidad

Licenciada Nelly Valbuena, directora de la Fundación La Esquina Colombia y Mujeres Contando y Docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito. Licenciada en Comunicación Social y Periodista con especialización en Derechos Humanos y Mundo Global de la Universidad del País Vasco.

Pregunta: ¿Cuál cree que es el papel que actualmente ejercen los medios en la sociedad?

R. Considero que los medios siguen teniendo un papel fundamental en la socialización de la información, en la socialización de contenidos, de una de otra forma; informan, forman y entretienen eran como las tres caracterización que se les había dado a los medios, pero también los medios de comunicación tienen un papel muy complejo en torno a la construcción de roles de género, son los que transmiten de una u otra forma la descontextualización entorno a los roles de género, también tienen como particularidad que refuerzan esos roles de géneros a través de los contenidos que transmiten, reducen los géneros también, trivializan la información y sobre todo lo que tienen que ver con violencia de género, el machismo; tienden a minimizar la violencia contra las mujeres, es de alguna forma una manera o un recurso para sostener las violencias contra las mujeres, las violencias de género y la violencia machista.

Pregunta: ¿Considera que en los medios de comunicación del país se evidencian estereotipos de género?

R. En general todos los medios de comunicación evidencian estereotipos de género, refuerzan roles de géneros y refuerzan los estereotipos, no están fuera de una cultura patriarcal y machista que de una u otra manera alimenta, sostiene esa forma estereotipada de ver a los géneros. En el país a pesar de tener una Ley de Comunicación que sanciona o que de una u otra forma señala lo que los medios de comunicación hacen en término de contenidos estereotipantes lo siguen haciendo, se han sancionado algunos programas, medios, pero siguen siendo unos medios de comunicación que promueven el estereotipo, es decir sus contenidos están sustentados en la validación de estereotipos.

Pregunta ¿De acuerdo a su experiencia, ¿cómo calificaría el tratamiento de género, dentro de los medios audiovisuales en el país?

R. Considero que existe un desconocimiento sobre la categoría del género, se ha hecho mucho ruido en torno a que existe una ideología de género, o aquel género es algo satanizado, no se conoce el principio de ciencias sociales que genere a esta categoría como

una categoría transversal para entender las diferencias en los roles de género, entonces sigue siendo desconocida, es bastante precaria la forma de cómo se entiende, por calificarla de alguna manera a la categoría del género dentro de los medios de comunicación audiovisuales en el país.

Pregunta: ¿Cómo se puede determinar si en los medios audiovisuales existe algún tipo de discriminación al género femenino?

R. Creo que basta con ver las series de televisión o series audiovisuales que se presenta para ver como la discriminación sobre las mujeres sigue siendo el elemento fundamental en el cual se articulan los contenidos o se sustenta los contenidos mediáticos, infortunadamente seguimos teniendo el estereotipo de la mujer bonita, mujer fea, de la mujer bonita social o light y la fea a lo inteligente.

Adicionalmente a esto tenemos que la discriminación de género también tienen que ver con algunas expresiones entorno a la violencia contra las mujeres, por ejemplo, o diversidades sexo genéricas, donde de una u otra forma se asume que estas violencias son de responsabilidad de las mujeres o de las personas que tienen una orientación de género diferente, entonces creo que si hay una discriminación que se mantiene, que ha cambiado en algunas cosas por supuesto, ya no hablamos de muertes violentas por celos, pero sin embargo en el subtexto o en la narración aún ese es como un argumento por ejemplo para la muerte de las mujeres, entonces esa es una forma de discriminarlas. También existe discriminación cuando la muerte de un hombre se intenta poner como una situación de violencia de género y se culpa a las mujeres previamente sin saber realmente el contexto y en el caso de las mujeres si se deja por sentado el presupuesto de que quizá es un feminicidio o es un femicidio, entonces si sigue habiendo discriminación de género por supuesto.

Pregunta: ¿Se puede hablar de discriminación en relación al género masculino?

R. En sociedades patriarcales y machistas podemos hablar de discriminación en relación al género masculino para algunas cosas, pero no se olviden que hay una tendencia hoy que es el posmachismo, el cual quiere poner en igualdad de condiciones la discriminación de género femenino al género masculino, históricamente las mujeres hemos sido aquellas discriminada, violentadas, estigmatizadas y estereotipadas y lo ha hecho de alguna manera esa cultura patriarcal y machista que los hombres determinaron a partir de las diferencias de roles de género, eso también obviamente al ser una cultura patriarcal y machista redundante en la limitación que se tienen también para que los hombres desarrollen algunas funciones dentro de la sociedad, entonces está mal visto que un hombre pueda, por

ejemplo, desarrollar tareas femeninas porque los roles de género determinaron qué debían hacer los hombres y las mujeres y en esa medida eso está asignado solo a las mujeres entonces a los hombres no se les permite que lo hagan de manera natural, creo que de alguna forma tareas como la paternidad responsable, entonces considerar que el hombre colabora o ayuda en la casa, cuando lo que se debería decir es que tiene una responsabilidad en igualdad de condiciones a la madre, en la crianza de los hijos, en el cuidado del hogar, entonces ahí hay una discriminación de género, tenemos también en el área de la salud, que los hombres son médicos y no enfermeros, está mal visto al enfermero, todo esto tienen que ver con una discriminación que de una u otra forma está anclada a la cultura patriarcal y machistas, que dañó, pervirtió la mirada sobre los hombres y mujeres, y sobre lo que hacemos los hombres y mujeres y no nos permite desarrollarnos en lo que queremos, obviamente con menores proporciones en los hombres y más en las mujeres ha sido visto esta discriminación de género, pero si lo vamos a ver en términos realistas pues los hombres también han sido víctimas de esta discriminación género, insisto no en las mismas proporciones.

Pregunta: ¿En relación a la producción independiente, ¿conoce usted de producciones nacionales como EnchufeTv?

R. Como te decía en algún momento vi algunos capítulos de Enchufe Tv, no le seguí la pista, sabía o supe que tenían una gran acogida a través de las redes sociales y después que no fue tan exitoso en la televisión, sin embargo no le seguí mucho la pista, insisto en que no lo hice por razones, que ahora que he vuelto a ver por tu solicitud, porque considero que es una serie muy compleja, que queriendo mostrarse progresista en términos de manejo de algunas temáticas, sigue reproduciendo los estereotipos y roles de género. Quiero hacer unas precisiones mayores, por ejemplo, en entorno a la manera como la serie de Enchufe Tv reproduce los estereotipos y roles de género, por ejemplo, las mujeres son vistas como mujeres celosas y casi llegando a una patología que persiguen, que se vuelven enfermas de cuanto situación particular les pueda generar algún indicio, algo hacia la infidelidad de sus parejas eso es un estereotipo, es una mirada estereotipante de las mujeres, hay una forma de ver también a la mujer bonita y la mujer fea; la bonita que siempre se sale con la suya, que a pesar de tener alguna situación personal compleja al final tiene una moraleja así como de dolor por lo que le pasa, pero finalmente continúa por la misma línea de comportamiento, entonces esa es una manera estereotipante de ver a las mujeres. La fea que es además la pura de alma y de espíritu y que siempre está en contraposición a la otra mujer. Ahí el sustrato del contenido de Enchufetv una intención de poner en confrontación a las mujeres y a los hombres dejarlo como el macho, que, por ser macho, debe tener muchas

mujeres, ser simpático, bonito, pues termina con alguna enfermedad de transmisión sexual. Las niñas que siempre están con la dificultad, o las adolescentes, del embarazo temprano y el miedo o temor, ese sigue siendo una forma estereotipante, o sea no creo que sea muy pedagógico la manera como enseñan algunas temáticas, a pesar de que pudieran parecer temáticas más de apertura a la realidad social del país. Por ejemplo, usan mucho el lenguaje con humor que tiene estas expresiones de doble sentido, que son lo que me imagino a la gente le llama la atención, pero que no educa, al contrario, dejan siempre en el imaginario el estereotipo entre hombres y mujeres y la solidificación de los roles de género establecidos para hombres y mujeres. El tema de educación considero que hay una intención de vaciar de contenidos y descontextualizar el sustrato real de contenidos que tienen que ver con lo educativo los medios de comunicación.

Pregunta: ¿De los videos que ha observado, ¿cree que se ven estereotipos de género marcados?

R. Si tienen estereotipos de géneros marcados y los refuerzan recurren al humor para que parezcan ligeros y rápidos pero que finalmente están dejando en el imaginario de la gente un estereotipo entre hombres y mujeres y sobre todo mayormente marcado hacia las mujeres, es decir estereotipa, discrimina, a las mujeres de mayor forma.

Pregunta: ¿Existe diferencia de género o violencia de género?

R. Lo primero es indicar que hablamos de una categoría de género que surge en las ciencias sociales a finales de los años 70, como resultado de un trabajo de los movimientos feministas en Estados Unidos y Europa, que ven la necesidad de conocer, interpretar, trabajar, el enfoque de género en lo que son todas las interpretaciones de roles de género que han sido históricamente asignados a hombres y mujeres, unos roles de género que violentan, que son el resultado de una cultura patriarcal que disminuyó el valor de las mujeres, por encima del de los hombres, es decir los hombres valen más en la cultura patriarcal y machista que las mujeres y ese valor está determinado por los roles de género. Existe una diferenciación entre género y sexo, no entre género y violencia de género, ¿por qué? porque el sexo es la condición biológica con la que nacemos hombres y mujeres y que determinó durante mucho tiempo los roles de géneros y que los sigue determinando, quien nace hombre, nace privilegiado en una condición de esta cultura patriarcal y machista y si nace con unas condiciones de inferioridad, pero también con una asignación de tareas en la sociedad. Entonces es pertinente hablar de diferencias entre sexo y género, para poder entender que el sexo es una condición biológica natural con la que nacen hombres y mujeres y el género es una construcción social y cultural que permite

identificar las diferencias de roles establecidos para hombres y mujeres y determinar que existe una violencia de género, es decir una violencia determinada o entendida en esas diferencias entre hombres y mujeres. Entonces no está bien hablar de diferencia de género o violencia de género sino hablamos es de enfoque de género para comprender las condiciones que han sido asignadas a hombres y mujeres a partir de los roles, lo que genera una violencia de género y hablamos de sexo para comprender las condiciones biológicas con las que nacemos. Podemos hablar eso si de diferencias sexo-genéricas, es decir de esa construcción que se hace de la feminidad o de la masculinidad a partir de la construcción social y cultural que hacen hombres y mujeres de ese sexo con el que nacen.

Pregunta: ¿Qué deberían hacer los medios audiovisuales (tradicionales - digitales) para tener un manejo adecuado del género en sus producciones?

R. Yo considero que estamos en moda de hacer un ejercicio pedagógico educativo para que quienes hacen contenidos para medios audiovisuales, para los medios de comunicación en general reciban formación, es necesario estudiar el enfoque de género, el lenguaje no sexista, conocer la diversidades sexo-genéricos y la forma como con un enfoque de derechos y no violencia contra las mujeres o discriminación a las diferentes poblaciones, se construyan esos contenidos, esas formas, de mediar entre la sociedad, la opinión pública y los medios; porque sino de lo contrario van a seguir haciendo la estereotipación y sobre todo la reducción y la descontextualización de la violencia que se ejerce contra la población LGBTI o contra las mujeres, es una urgencia, los medios tienen que formarse, tienen que trabajar en políticas de educación para quienes construyen los contenidos mediáticos y salirse del esquema de que eso es lo que vende, hay que salirse de la idea de que el medio entre más ligero, light, rápido; vende más, no, yo creo que los medios tienen que empezar a vender mejor contenido hoy que tienen en las redes sociales una competencia fuerte, si bien es cierto las redes hacen lo mismo porque están copiando de alguna manera y se expresan de manera mucho más horizontal, tenemos allí la responsabilidad de formar a quienes construyen contenidos, para que a la gente y a la opinión pública le llegue mejor información, más cualificada y sobre todo con un enfoque de género.

Resumen de focus group

Grupo 1

El contenido de enchufe tv no me agrada, porque es muy sarcástico en ciertos temas político-social, económico, hombre- mujeres, gay-transexuales. Pienso que es un buen humor, es uno de los programas que dentro de Ecuador ha sacado la cara, pero tienen un humor muy pesado, que para mi gusto no es del todo agradable porque a veces hiere la susceptibilidad de las personas, por ejemplo, pienso que las mujeres se sintieron ofendidas con el video de Andrés el que te visita cada mes. Pero en la actualidad la sociedad es muy consumista de este tipo de humor y por ello son los videos con más visualizaciones y más "Like"

Chica: yo tenía entendido que Enchufe Tv mostraba un contenido enfocado a concienciar el actuar de los jóvenes, sin embargo, es como que hace burla o sátira de la vida actual de los jóvenes.

A mi si me causa gracia, me parece muy chistoso, porque uno como joven se siente identificado y dice "Si sabes que me pasa lo mismo" y le encuentras el lado cómico, pero en ciertos temas, yo sé que venden lo que se consume más, pero hay ciertas personas que son más sensibles y no toleran este tipo de humor.

Las chicas saben que se utiliza su imagen para cierto tipo de cosas, en ocasiones son ofendidas y se las utiliza para sacar a relucir ciertos temas personales, ellas saben y sin embargo lo aceptan, entonces creo que en el segundo video es de parte y parte tanto la culpa del hombre como de la mujer, entonces es muy marcado el rol de una mujer que es feminista en cuanto a galantería y es muy marcado el rol de alguien súper machista, entonces es culpa de ambos géneros para mi parecer, porque el uno permite y el otro consiente. El rol es muy marcado en hombres y mujeres, no es solo la culpa de las mujeres.

Nosotros aceptamos estas burlas y hacemos que se normalicen, por ejemplo, en el período menstruar decimos que la mujer cambia de humor porque "está en sus días" y si alguien más sea hombre o mujer no está de buen humor le decimos esta frase "estás en tus días", entonces lo tomamos como broma y si te burlas de algo es como si le quitaras importancia al asunto.

Uno de los estereotipos marcados en las mujeres vista con vestidos cortos, con faldas, con tacones, tiene mayor feminidad que una mujer que vista con deportivos, con pantalón o calentadores; personalmente creo que no debería ser así sino cada quien debería experimentar su feminidad como se sienta cómoda.

Pienso que sucede lo mismo con los hombres, aquellos que les gusta andar bien vestidos, elegantes; lo ven raro. Es el típico "Don Juan", está la típica chica rubia, con un cuerpazo, está la amiga fea a la que todo mundo la busca por los consejos, está el papá que busca tener una aventura con alguna chica, los hermanos que quieren llamar la atención, está el grupo de amigos que se pelea por una chica. Lo rescatable de esto es que marca lo que en la actualidad pasa en la sociedad.

El lenguaje que utilizan no es el adecuado, sino que es vulgar.

Grupo 2

Los contenidos de Enchufe Tv son entretenidos porque tienen varias referencias de la vida cotidiana, aunque un poco exagerados, es como que hacen una parodia de estereotipos comunes en la sociedad.

Si existen roles o actitudes muy marcadas por ejemplo la persona que actúa de gay, en mi criterio hay muchos que son homosexuales que no necesariamente deben tener ese comportamiento afeminado, incluso hay personas que presentan una masculinidad en su forma de actuar, pero simplemente se sienten atraídos por personas del mismo sexo. El estereotipo está marcado puesto que se piensa que porque eres gay tienes que vestirte como mujer o actuar como ellas y no es cierto.

Los estereotipos tanto de hombres como de mujeres están muy marcados, entonces si le hago un chiste a una persona de sexo femenino, después hago otro chiste que haga contrapeso, igual de fuerte para aquel de sexo masculino; entonces no se evidencia desigualdad de género en este sentido.

El lenguaje que utilizan es adecuado porque es dirigido a un público mayor de edad, ya depende de la persona que desee ver este tipo de contenidos, en su mayoría es el dialecto que utilizamos gran parte de los ecuatorianos.