



## **ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

# **Justicia de género en medios de comunicación ecuatorianos: estereotipos y representaciones sobre las mujeres**

## **Informe de investigación**

**Proyecto “Investigación, capacitación y redes sociales para la justicia de  
género en los medios de comunicación de Ecuador”**

**Quito, marzo 2013**



## **Justicia de género en medios de comunicación ecuatorianos: Estereotipos y representaciones sobre las mujeres**

### **Proyecto “Investigación, capacitación y redes sociales para la justicia de género en los medios de comunicación del Ecuador”**

#### **Coordinación**

Alexandra Ayala Marín

#### **Investigación**

Pamela J. Cruz (monitoreo de prensa)

Adriana Garrido (monitoreo de televisión)

#### **Elaboración de gráficos**

Mery Armas

#### **Auxiliares de investigación**

Dennis Flores

Bryan Sánchez

**Quito, marzo 2013**



Avenida Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín

Quito- Ecuador

Teléf.: (593) 2548011, 2506151 (Área de Investigación)

Fax: (593) 2502487

Correo E. aayala@ciespal.net

[www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

La presente investigación ha sido posible gracias al auspicio de la Organización Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), que es una organización internacional que promueve la comunicación como derecho humano básico y esencial para la dignidad de las personas y de la comunidad.

#### **WACC**

308 Main Street

Toronto, ON M4C 4X7

Canadá

Teléf. + 1 416-691-1999

Fax + 1 416-691-1997

E-mail: INFO@waccglobal.org

# ÍNDICE

## Introducción / 5

### I. Marco Lógico / 6

- I.1. El problema / 6
- I.2. Perspectiva teórico-metodológica / 8
- I.3. Objetivo de la investigación / 11
- I.4. Precisión de la muestra y procedimiento metodológico / 11

### II. Análisis de seis diarios nacionales / 13

Procedimiento metodológico / 13

Datos de identificación de los diarios seleccionados / 16

Contexto de producción noticiosa en marzo y julio del 2012 / 17

II.1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres del 4 al 10 marzo 2012 (semana atípica) / 18

- 1. Portadas / 18
- 2. Secciones sobre contenidos judiciales y de espectáculos / 20
- 3. Características de las mujeres en las notas periodísticas / 30
- 4. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres / 37
- 5. Las mujeres en la función de tema en las notas periodísticas: Comparación de algunas variables / 42
- 6. Algunas conclusiones / 52

II.2. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres en la semana de julio del 2012 (semana típica) / 54

- 1. Portada / 54
- 2. Secciones sobre contenidos judiciales y de espectáculos / 56
- 3. Mujeres en los seis diarios durante la semana de julio / 60
- 4. Características de las mujeres en las notas periodísticas / 65
- 5. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres / 70
- 6. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: Comparación de algunas variables / 73
- 7. Mujeres como tema, estereotipos y discurso sobre estereotipos / 76
- 8. Algunas conclusiones / 80

II.3. Similitudes y diferencias entre los diarios privados y el público / 81 con cobertura nacional

### III. Análisis de tres programas de televisión / 84

#### III. 1. El programa *En Carne Propia* / 84

0. Datos de identificación del programa / 84

- 1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres / 86
- 2. Características de cada mujer en las notas periodísticas / 92
- 3. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres / 97
- 4. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: Comparación de

- algunas variables / 102
- 5. Algunas conclusiones / 112

### **III. 2. El programa *Sorprendente* / 116**

- 0. Datos de identificación del programa / 116
- 1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres / 118
- 2. Características de cada mujer en las notas periodísticas / 123
- 3. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre y con mujeres / 127
- 4. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: Comparación de algunas Variables / 132
- 5. Algunas conclusiones / 143

### **III. 3. El programa *Así Somos* / 149**

- 0. Datos de identificación del programa / 149
- 1. Características del contenido de cada tema, desde quienes presentan el programa y el tema / 154
- 2. Características de los contenidos desde las personas invitadas (por cada tema) / 167
- 3. Roles asignados y estereotipos aplicados: Comparación entre emisores / 173
- 4. Algunas conclusiones / 184

### **III.4. Similitudes y diferencias entre los tres programas de TV / 188**

- Temas abordados / 188
- Mujeres como tema en las notas periodísticas / 189
- Roles de género en las mujeres de las notas / 189
- Estereotipos de género y tendencias del discurso sobre estereotipos / 192
- El tratamiento de la violencia de género en las notas periodísticas / 194

### **Referencias bibliográficas y documentales / 197**

### **Anexos / 199**

## **Justicia de género en medios de comunicación ecuatorianos: Estereotipos y representaciones sobre las mujeres**

### **Informe de investigación**

#### **O. INTRODUCCIÓN**

El presente documento presenta los resultados del monitoreo a dos tipos de medios de comunicación: prensa y TV. El estudio realizado incluye seis diarios de circulación nacional, y tres programas de tres distintos canales de televisión, cuya señal abarca si no todo, sí buena parte del territorio ecuatoriano.

En el caso de la prensa, se seleccionaron dos semanas: la una típica, correspondiente al mes de julio del 2012, y la otra atípica, de marzo del mismo año, debido a que en ella se incluía la celebración del 8 de Marzo, Día Internacional de la Mujer. En el caso de la TV, fue difícil ubicar la muestra correspondiente a los mismos dos períodos seleccionados para la prensa; por ello, se escogió una semana continua de tres programas cuyos contenidos, se presupuso, podrían convertirse en terreno propicio para el análisis: dos dedicados a informar sobre sucesos diversos y hechos judiciales, En Carne Propia (Canal 1) y Sorprendente (RTS), y el uno, dirigido preferencialmente a las mujeres, construido a partir de un panel de discusión sobre temas diversos que les competen, y con el explícito propósito de cambiar mentalidades, sobre todo machistas.

El objetivo fue conocer las representaciones que estos medios hacen sobre las mujeres, mediante el conocimiento de los estereotipos que podrían incluir los contenidos y las tendencias expresadas por el discurso de cada programa, en cuanto a conservarlos o cuestionarlos.

Se obtiene, así, un panorama diverso y, no obstante, homogéneo, en la medida en que en los tres programas se hace evidente la tendencia a conservar o reforzar estereotipos y, en consecuencia, las representaciones sobre las mujeres continúan apegadas a parámetros del sistema patriarcal, que responde asimismo a un pensamiento androcéntrico que aún es predominante en la sociedad ecuatoriana, a pesar de buenos propósitos, como es el caso de Así somos, y de alguna intención de desafiar estereotipos, como evidencia el programa Sorprendente.

El estudio fue realizado por personal del Área de Investigación del CIESPAL que, desde 2009, con el cambio de la misión institucional, que promueve el derecho a la comunicación, se propuso también incluir el enfoque de género tanto en ese derecho como en los estudios que se efectúen. Vale indicar, al respecto y como antecedente, que desde 1960, inicio de sus actividades, el CIESPAL realiza estudios nacionales y regionales sobre los medios de comunicación y otros temas relacionados con la Comunicación Social, que le han significado ser institución pionera en la investigación sobre Comunicación en América Latina. El cambio de dirección institucional en 2009, significó también el Área de Investigación establecer como ejes de trabajo el estudio de las TIC (ciberactivismo político y web 2.0), interculturalidad, género y otros temas que son parte inherentes del derecho a la Comunicación..

En el caso específico de temas relacionados con el enfoque de género en la Comunicación, uno de los trabajos fue el análisis de noticias de las primeras planas de dos diarios nacionales para conocer la representación de las mujeres, como parte del *Global Media Monitoring Project* (GMMP), en noviembre del 2009. En el proyecto sobre ciberactivismo de organizaciones políticas y sociales, igualmente se analizó la presencia de diversas organizaciones de mujeres en el ciberespacio.

Con estos antecedentes, se presentan aquí los resultados del estudio titulado Justicia de género en medios de comunicación ecuatorianos; Estereotipos y representaciones sobre las mujeres, como parte del proyecto “Investigación, capacitación y redes sociales para la justicia de género en los medios de comunicación del Ecuador”, que incluye los componentes de capacitación y conformación de redes sociales de carácter presencial.

## I. MARCO LÓGICO

### I.1. El problema

El problema que este proyecto identifica y propone enfrentar es la representación mediática de las mujeres, en especial en los temas que ponen más en evidencia la discriminación, la inequidad o la estereotipia, tales como el tratamiento de la violencia de género y otros asuntos que las conciernen..

En el caso específico de la violencia contra las mujeres, denominada también violencia de género, en sus diversas formas (física, psicológica y sexual) y en diferentes espacios sociales (el ámbito doméstico, los establecimientos educativos, el trabajo, la calle) las estadísticas revelan que ocho de cada 10 mujeres ecuatorianas han sido, alguna vez en su vida, víctimas de violencia. Entre mujeres de 15 y 44 años de edad, la causa principal de muerte es la violencia. Los resultados de un estudio, publicado por la Revista *Vistazo*,<sup>1</sup> sobre femicidio en Ecuador, revelan que entre el 2005 y 2007 se presentaron 170 casos de muerte en mujeres, de los cuales, 77% fueron femicidios, es decir, asesinatos de mujeres por el hecho de ser mujeres.

En cuanto a la cobertura mediática, el 64% de casos de mujeres muertas, publicados en los periódicos del país durante 2009, fueron por violencia machista.<sup>2</sup> Así también, el *Global Media Monitoring Project* (GMMP) del 2010, revela que de las mujeres que aparecen en las noticias de televisión y prensa, el 29% es en temas de crimen y violencia.<sup>3</sup> Además, el tratamiento informativo no es siempre el más adecuado, pues muchas veces las víctimas son convertidas en victimarias o se las revictimiza.

De esta manera, y considerando que los medios de comunicación actúan en el ámbito de lo simbólico, los hechos de violencia sobre los cuales se informa no solo son narrados o transmitidos sino que, al recibir un tratamiento específico se vuelven también hechos de violencia simbólica, y los mismos medios se convierten en espacios violentos que contribuyen a reproducir la violencia de género al representar a las mujeres de manera

---

<sup>1</sup> Estudio desarrollado en el país por la Comisión de Transición hacia el Consejo Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género (ex CONAMU) y el CEPAM con la asesoría de Ana Carcedo, magíster costarricense.

<sup>2</sup> Datos estadísticos publicados en portal gubernamental de Ecuador “Machismo es Violencia”. Disponible en la URL: <http://machismoesviolencia.gob.ec/%c2%bfque-debes-saber/estadisticas/>, visitada el 25 de agosto de 2011.

<sup>3</sup> *Global Media Monitoring Project* (2010). Páginas 69 y 73.

discriminatoria, estereotipada y sexista, tanto en la forma de presentar la información como en la representación de personajes femeninos.

Esta realidad ha sido denunciada por organismos de derechos humanos y organizaciones de mujeres en el país, desde inicios de la década de los 80, todo lo cual ha provocado modificaciones importantes en la legislación ecuatoriana, a favor de la lucha contra la violencia a la mujer, en particular desde 1993, con la promulgación de la Ley 103, contra la Violencia a la Mujer y la Familia, que sanciona los actos de violencia en el ámbito familiar, así como la creación de las Comisarías de la Mujer y la Familia que, desde 1994, se fueron instalando en todas las capitales de provincias, con el fin de que las mujeres sientan más confianza de presentar denuncias contra sus agresores, sin el temor de no ser escuchadas o debidamente atendidas y hasta agredidas de palabra.

En la actualidad, Ecuador cuenta con un marco legal, reforzado con el Decreto Presidencial 620, del 10 de septiembre de 2007, que establece la lucha contra la violencia intrafamiliar y de género como política de Estado. Además, determina la asignación presupuestaria respectiva al Plan Nacional de Erradicación de la Violencia de Género contra mujeres, niñas, niños y adolescentes. Pero ha sido la aprobación de la pregunta 9 de la Consulta Popular, realizada por el Gobierno nacional, el 7 de mayo de 2011, la que da la oportunidad a la sociedad civil, el Estado y los medios de comunicación, de incidir de manera decisiva en la transformación de esta realidad.

La mencionada pregunta 9 se refiere a la regulación de las actividades y responsabilidades de los medios de comunicación, por medio de la cual se busca identificar y evitar la difusión de mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, en la programación televisiva, radial y en publicaciones de prensa escrita, lo cual implica establecer criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores, según lo planteado en la propia pregunta.

También, de acuerdo con el proyecto de Ley de Comunicación,<sup>4</sup> se propone la creación de un Consejo de Regulación que, entre sus funciones, tendrá el hacer cumplir el voto mayoritario a favor de la pregunta señalada.

La aprobación de esta pregunta ha profundizado en Ecuador la polarización entre medios de comunicación privados y Gobierno nacional. Para los medios de comunicación, se trata de que el Gobierno quiere controlar contenidos, lo cual puede repercutir en censura u otro tipo de sanciones; para el Gobierno, al contrario, es un mecanismo urgente destinado a frenar lo que considera excesos de la llamada “prensa corrupta”, incluidos algunos comunicadores/as.

En medio de esta polarización, las organizaciones de la sociedad civil son las llamadas a plantear un camino que construya y no que perpetúe la confrontación. De ahí que CIESPAL ve en esta reforma legal la posibilidad de abrir la formación de comunicadores/as y periodistas desde una perspectiva de derechos. Concretamente, aprovechar el momento para promover la justicia de género en el tratamiento informativo que hacen los medios.

---

<sup>4</sup> A mayo de 2012, este proyecto se encuentra en segundo debate en la Asamblea Nacional. Es la cuarta versión elaborada, y ha sido discutida en diversos foros de Quito, Guayaquil y Cuenca.

También, para los/as profesionales de la comunicación en Ecuador, esta circunstancia implica nuevos desafíos, pues los cambios en el marco normativo del país suponen también nuevas concepciones en los enfoques de las publicaciones y los programas mediáticos.

CIESPAL propone aprovechar este contexto normativo para construir una opinión pública favorable a lo que consideramos justicia de género en el sentido de no discriminación por sexo o género en una sociedad equitativa e igualitaria para hombres y mujeres, apuntando a erradicar la violencia de género tanto en el plano de lo físico, psicológico y sexual, como en el de lo simbólico. La consideramos una propuesta estratégica que apoya una política de Estado y que cubre un nicho descuidado por los actores de Gobierno, tanto nacional como local, los medios y los/as comunicadores/as.

Además, considerando la forma tradicional de emisión, en la cual persisten representaciones estereotipadas sobre las mujeres de manera general y, de forma particular, sobre actos de violencia en su contra, CIESPAL plantea este proyecto como experiencia piloto, desde la investigación, la capacitación y la articulación de los actores/as que generan, procesan y difunden la información sobre esta temática.

## **I.2. Perspectiva teórico-metodológica**

La ejecución del presente proyecto se enmarca en una perspectiva teórico-metodológica de análisis de contenido de los medios, y de capacitación con enfoque de género.

Como análisis de contenido entendemos la técnica que se emplea para desentrañar, a partir de los mensajes explícitos, lo que subyace al tratamiento que hacen los medios de comunicación a la información de los diferentes hechos sociales. De acuerdo con Miguel Clemente Díaz, de la Universidad Complutense de Madrid, el análisis de contenido es “la forma de determinar la influencia que los medios de comunicación de masas ejercen sobre la conducta humana; y (...) la forma de medir la influencia de la prensa, puesto que este medio es el que más se presta a ser investigado...”<sup>5</sup>

Ahora bien, para hallar lo subyacente y darle a la técnica del análisis de contenido rigor científico, es necesario desconstruir un mensaje recurriendo a otra forma de codificación, lo cual se puede hacer mediante categorías, temas, variables y otras subdivisiones que permitirían clasificar y cuantificar. Berelson, uno de sus propulsores, sostenía en 1942 que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación”. En otras palabras, sería lo cuantificable lo que le da carácter científico.

Pero el análisis de contenido ha avanzado desde lo puramente cuantificable en lo morfológico (ubicación de las noticias, espacio y extensión que se les asigna, elementos de los que va acompañada, que sin duda añaden significados) a lo cualitativo, que permite analizar también ciertas variables semánticas. Teun van Dijk,<sup>6</sup> precisa sobre lo que él llama la “proposición principal”, que no es otra cosa que la construcción de un texto que transmite un significado y se expresa por medio de oraciones o enunciados que denotan hechos o los connotan. “Estos enunciados, al ubicarse jerárquicamente en el

---

<sup>5</sup> Disponible en <http://www.robertexto.com/archivo14/analisis.htm>

<sup>6</sup> “Estructuras textuales de las noticias de prensa”, en *Análisis Cuadernos de comunicación i cultura*, marzo 1983. Barcelona.

título, el lead o el cuerpo de una nota periodística, permiten el análisis del tratamiento informativo o periodístico”, que en Van Dijk se denomina “estructura temática o cubrimiento”.<sup>7</sup>

Aunque este es un método de análisis de contenido para la prensa propiamente, se considera que es factible aplicarlo en el tratamiento informativo de lo que se presenta en los programas de televisión que serán analizados. Además, la propuesta metodológica de la WACC, para el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2009/2010, entrega pautas para hacer coincidir y diferenciar los análisis de prensa y de televisión.

Por otra parte, ningún análisis de contenido puede emprenderse sin un objetivo y una perspectiva para ello, es decir, un punto de vista que permita abordar el problema que se desea analizar y verlo con un lente especial que, en este caso, es el género. Utilizando el análisis de contenido desde una perspectiva de género, se observarán, entonces, las representaciones de que son objeto las mujeres en relación con los hombres, y si estas representaciones obedecen o no a estereotipos de género que, por lo general, implican discriminación y entrañan violencia simbólica, lo cual permitiría perpetuar el problema de la violencia de género en todas sus formas (física, psicológica, sexual y simbólica).

Un enfoque de género para el análisis de contenido implica dirigir la atención hacia los diversos aspectos que hacen el tratamiento informativo y la representación visual, con el criterio de que mujeres y hombres, en una sociedad cualquiera, tienen iguales derechos y oportunidades socialmente, y requieren ser tratados considerando sus similitudes y diferencias pero también sus necesidades e intereses particulares.

Es en este ámbito donde también interviene la justicia de género, concepto que trasciende los ámbitos de decisión y/o aplicación del sistema de justicia -es decir, el que tiene relación con el cumplimiento o incumplimiento de leyes civiles, penales y de otra índole- y que se refiere al sentido común del término justicia, o sea, aquello que alude a la razón o la equidad; aquello que es justo, equitativo para todos los seres humanos, independientemente del género al que pertenezcan; en este caso, se alude a la no discriminación, simplemente.

Para Anne Marie Goetz, en los diferentes ámbitos en los que se ubica el concepto de justicia de género, está el de “ausencia de discriminación”, y tomando como elemento de partida la CEDAW, sigla en inglés de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra las Mujeres, que desde 1979 “establece la ausencia de discriminación como un indicador de justicia de género”.<sup>8</sup>

Además, la misma autora considera que la justicia de género es parte de “un enfoque contemporáneo ‘basado en derechos’ para el desarrollo del pensamiento”. Al ser parte de los derechos, la justicia de género se refiere, entonces, al derecho a la no discriminación por sexo, a la igualdad ante la Ley y al acceso igualitario al sistema de Justicia.

---

<sup>7</sup> Ayala, Alexandra y Pamela J. Cruz, 2010. “La influencia del discurso presidencial en la agenda de los diarios ecuatorianos”. Quito: Ciespal, febrero, p. 5.

<sup>8</sup>Goetz, Anne Marie, 2007. “Justicia de género, ciudadanía y derechos. Conceptos fundamentales, debates centrales y nuevas direcciones para la investigación.” En *Justicia de Género, Ciudadanía y Desarrollo*, edit. Mukhopadhyay, Maitrayee y Singh Navsharan. New Delhi: Zubaan y Ottawa, International Development Research Centre.

Con estos antecedentes, Goetz propone una definición de justicia de género, que adoptamos para efectos del presente proyecto:

*“La justicia de género puede definirse como el final de las desigualdades entre mujeres y hombres, así como el tomar medidas para reparar las desventajas que llevan a la subordinación de las mujeres ante los hombres.”*

En otras palabras, la justicia de género se concibe como resultado y como proceso. Como resultado, la justicia de género implicaría acceder a todos los espacios que establecen igualdad legal y de oportunidades con los varones. Entendemos que la justicia de género como proceso serían todas las acciones que se emprendan para lograr igualdad y equidad, no discriminación y empoderamiento de las mujeres en la sociedad.

Para Goetz, la justicia de género como proceso incluye un elemento adicional, que es “esencial” para ella, el cual es la rendición de cuentas. “La justicia de género requiere que las mujeres sean capaces de garantizar que a quienes detentan el poder, sea en el hogar, la comunidad, el mercado o el Estado, se les puedan exigir cuentas, de modo que las acciones que limiten el acceso de las mujeres a los recursos o la capacidad para tomar decisiones, sean prevenidas o castigadas.”.

Uno de los hechos susceptible de ser tratado y sancionado por la Justicia es precisamente la violencia contra las mujeres en sus diferentes formas. Y por su misma calidad de hecho violatorio de la norma específica (Ley 103, de 1993) y de la Constitución vigente (2008), que reconoce la violencia doméstica y sexual y establece “atención prioritaria” a sus víctimas (Art. 35), es que el problema requiere ser presentado y tratado de una manera ética, diferenciada de cualquier otro hecho de violencia social, y que tenga como base el respeto a las víctimas.

En este sentido, y con el mismo enfoque de género, el análisis y la capacitación se orientarán a proponer que los medios representen a mujeres y hombres sin estereotipos, considerando el plano de igualdad legal que se ha alcanzado en Ecuador; y que la violencia de género no puede ser controlada y, menos erradicada, si los medios de comunicación no erradican de sus espacios y/o programas contenidos y tratamientos discriminatorios.

En consecuencia, la perspectiva de justicia de género, entendida como proceso paulatino de no discriminación hacia la equidad entre hombres y mujeres, estará incluida en todo el proyecto, desde la investigación, como ya se ha establecido, hasta la propuesta y los contenidos de la capacitación. Una capacitación para un tratamiento informativo ético, que apunte a la igualdad entre mujeres y hombres. Un tratamiento informativo que debe aplicarse no solo en los medios de comunicación sino desde las entidades públicas y privadas que se convierten en fuentes de información sobre los diversos problemas que afectan a las mujeres, en particular la violencia.

La capacitación incluirá un acercamiento a la construcción social del género, así como de la sexualidad; el papel de los medios de comunicación en la construcción/reconstrucción de los roles sexuales y de género; y la necesidad del cambio en el tratamiento informativo y en la creación de programas y contenidos televisivos, en pos del tratamiento ético en el periodismo, pues se considera que, en general, el abordar estos temas constituye necesidad e interés estratégicos de profesionales de la comunicación frente a los

cambios y desafíos del marco normativo y constitucional ecuatoriano y también del internacional.

### **I.3. Objetivo de la investigación**

Como parte de un proyecto que incluye los componentes de capacitación a profesionales de la Comunicación, tanto de instituciones y entidades públicas como de medios, así como conformación de redes de profesionales, la investigación se planteó, como primer propósito, ser insumo fundamental para la capacitación.

El estudio en sí mismo tuvo como objetivo, el siguiente:

Conocer la representación de que son objeto las mujeres que aparecen en seis diarios nacionales y en tres programas de la televisión ecuatoriana de señal abierta, mediante la ubicación de roles y estereotipos de género, así como la tendencia que expresa el discurso de cada medio, poniendo énfasis en las notas periodísticas sobre violencia de género, a fin de analizar si la justicia de género -entendida como derecho a la no discriminación ni al tratamiento estereotipado sobre las mujeres- se cumple o no en los medios ecuatorianos.

### **I.4. Precisión de la muestra y procedimiento metodológico**

Se trata de dos corpus distintos para el análisis, aunque en ambos se propone analizar tanto las representaciones como los estereotipos de género, y el cómo se da el tratamiento informativo en los casos de violencia contra las mujeres y otros casos que si bien no abordan este problema, sí pueden publicar representaciones estereotipadas y/o incidir en violencia simbólica.

**Los diarios seleccionados** son de circulación nacional: El Comercio y HOY, de Quito; El Universo y Expreso, de Guayaquil; El Telégrafo, diario estatal, y Extra, diario especializado en crónica roja y farándula.

El Universo (Guayaquil) y El Comercio (Quito) son los diarios de mayor circulación en el país; el primero, con mayor índice de lecturabilidad en la región Costa, pero también en la Sierra sur del país; el segundo, en la Sierra norte y central y en la Amazonía. El Comercio fue fundado en enero de 1906, y El Universo en septiembre de 1921.

Expreso, de Guayaquil, y HOY, de Quito, son diarios de menor años de existencia (1973 y 1982, respectivamente); sin embargo, ambos se han posicionado como diarios cuyas páginas de opinión tienen incidencia importante en la vida nacional.

En lo que respecta al diario Extra, es el único especializado en lo que se llama crónica roja o sucesos policiales, así como en farándula. De la misma empresa de diario Expreso, se edita en Guayaquil y ha sido considerado como el diario de primer nivel de circulación en el país, hasta hace unos cinco años.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> En los últimos cinco años, se considera que la primera ubicación en la escala de circulación la tienen los diarios Metrohoy y Metroquil, de formato tabloide y que son repartidos gratuitamente en los sistemas de transporte municipales de Quito y Guayaquil, respectivamente.

El análisis de los diarios se enfocará en las notas informativas de primera plana y la presencia o no de mujeres en ellas, sean como sujetos de información o de referencia. Se pondrá especial atención a los temas judiciales o de crónica roja, y a las secciones respectivas de cada uno. Las notas informativas que tengan a las mujeres como sujeto de información o de referencia, serán analizadas cualitativamente.

**Los programas de TV** seleccionados son dos informativos sobre temas distintos:

- a) Dos programas especializados en informaciones de hechos judiciales o crónica roja:
  1. *Sorprendente*, que se transmite diariamente por el canal RTS (Radio Televisión Satelital, canal con sede el Guayaquil, que es el más antiguo de los canales existentes en el país, dirigido y conducido por Jonathan Carrera, periodista especializado en crónica roja y sucesos, quien se hizo conocer en la primera década del presente siglo; y
  2. *En carne propia*, transmitido diariamente por Canal Uno, y conducido por un antiguo y reconocido periodista de sucesos, José Delgado, que comenzó sus actividades a fines de los años ochentas del siglo pasado.<sup>10</sup>
- b) El programa *Así somos*, centrado en las mujeres y transmitido diariamente por Ecuavisa, el canal de mayor *rating* en el país (31%).<sup>11</sup> Este programa se ha construido sobre el criterio de que las mujeres han cambiado, y pretende crear polémica entre el público, sobre todo femenino. El análisis servirá para mostrar si algunas representaciones y estereotipos de género han cambiado o se siguen asentando en parámetros y criterios tradicionales sobre el deber ser de las mujeres, pues en su tercera temporada (2011-2012), ha emprendido en una campaña contra la violencia a las mujeres.

Tanto para la televisión como para la prensa, se pone énfasis en los contenidos sobre violencia doméstica contra las mujeres, y los casos de femicidio.<sup>12</sup> En los programas de televisión, se observarán las representaciones de que son objeto las mujeres como sujetos de información, principalmente, pero también como presentadoras de los programas, si las hay.

Para el efecto, se partió de la **elaboración de matrices o grillas de recolección de datos**, con variables destinadas a conocer la frecuencia de las diversas notas periodísticas, las características de contenido y de imagen de las notas, así como las características de las mujeres presentadas en estas, orientado a ubicar el tratamiento informativo dado en cada caso.

---

<sup>10</sup> Canal 1 ni RTS son telemisoras de alto nivel de audiencia, pero los periodistas que conducen los programas seleccionados, *En carne viva* y *Sorprendente*, tienen amplias hojas de vida en la realización y conducción de programas o segmentos informativos especializados en crónica roja; esta experiencia dio lugar, incluso y en el caso de José Delgado (Canal 1), a la creación de un personaje, *El Cholito*, en una serie de humor que permanece desde hace aproximadamente 15 años, convertido, a su vez, en personaje protagónico de una telenovela que alcanzó *rating* histórico en 2010.. Se considera que este tipo de programas se incluye en la programación de los canales, para captar audiencias y elevar el nivel del sintonía.

<sup>11</sup>Ciespal, 2009. "Estudio de usos y hábitos de consumo de televisión. Informe metodológico" (realizado para la Superintendencia de Telecomunicaciones, con base en encuesta nacional, de 3.647 personas entrevistadas. Los datos de audiencia de los canales han sido obtenidos de este estudio.

<sup>12</sup> El femicidio es definido por la feminista mexicana Marcela Lagarde, como "la expresión más cruenta de la violencia de género" (Diario Página 12, 25/11/07), es decir, asesinatos de mujeres por ser mujeres. El término proviene de los términos en inglés "gendercide" o "femicide", conceptualizados por la teórica feminista Diana Russell, y definidos "el asesinato de mujeres por hombres, por ser mujeres.

Para ubicar las características de las mujeres, se partió de variables establecidas por la WACC y el GMMP, que en las partes correspondientes se incluyen como anexos en el presente documento. Vale señalar igualmente que las definiciones que corresponden a cada variable se encuentran en la Guía de codificación, también anexada.

Cabe indicar, además, que en los capítulos que corresponden a los análisis de prensa y de televisión, se describen los procedimientos metodológicos seguidos según el medio y, en el caso de la televisión, también según los programas.

## II. ANÁLISIS DE SEIS DIARIOS NACIONALES

### Procedimiento metodológico

Esta investigación consistió en un análisis de contenido en seis medios impresos de circulación nacional. En total, se estudiaron 84 ediciones, entre los seis periódicos, cinco privados y uno, de carácter público, de Quito y Guayaquil: El Comercio (EC), Hoy, El Universo (EU), Expreso (EX), Extra y El Telégrafo (ET).

Si bien no hay registro actualizado del número de ejemplares que los periódicos ponen cada día en circulación para determinar si llegan o no a todo el país,<sup>13</sup> se estableció esa muestra de medios impresos por las siguientes razones:

- La Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos registra en su página electrónica que EC, Hoy, EU y EX tienen cobertura nacional.
- En 2009, Extra, junto a EU, encabezó la lista de los periódicos más reconocidos y familiares para los ecuatorianos y, en ese mismo año, ET, el único diario público del país, ocupó el quinto lugar en ese mismo listado al capturar unos 22.000 lectores de Quito y Guayaquil (El Comercio, 2013; Vistazo, 2009).

Las unidades de análisis fueron las noticias, reportajes, informes, crónicas, entrevistas, testimonios, perfiles y fotorreportajes publicados en portadas y en las secciones sobre espectáculos y judiciales. De los diarios seleccionados, se consideraron las ediciones del 5 al 11 de marzo y del 23 al 29 de julio de 2012 para lograr datos comparativos.

Del total de ediciones, 83 fueron en papel mientras que una fue digital correspondiendo al 26 de julio de El Comercio. Alrededor de ellas, se hizo un monitoreo de las notas periodísticas que incluyeron a mujeres tanto en sus titulares como en los textos y fotografías. En la primera semana, se ubicaron 370 piezas mientras que en la segunda semana fueron 307. De esos totales, se analizaron las unidades con mujeres en titular; es decir, 170 piezas en la primera semana (marzo) y 95 en la segunda semana (julio).

Para la codificación de datos, se elaboró una matriz en Excel que tuvo como referencia el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2009/2010, de autoría de la WACC, por medio del cual se establecieron diferencias para el análisis de prensa y de televisión. En el caso de la prensa, se levantó información sobre 43 variables que fueron agrupadas de la siguiente manera:

---

<sup>13</sup> En el proyecto de Ley de Comunicación, que está en segundo debate al interior de la Asamblea Nacional, se establece que los periódicos deben publicar un número de ejemplares igual o superior al 0,25% de la población nacional en sus ediciones o circular en ocho o más provincias para ser considerados como medios nacionales.

**Datos de identificación de portada y secciones (12 variables)**

La fecha, el total de notas, el total de notas con mujeres, el total de notas con mujeres en titulares y las observaciones se ingresaron una vez por cada primera plana y por cada sección sobre espectáculos y judiciales de las ediciones impresas seleccionadas.

Una quinta y sexta variables, el diario y las observaciones, se mantuvieron tanto en la matrices de portada y sección como en la matriz de nota periodística (anexos 1, 2 y 3). De hecho, la última se utilizó para incorporar constantemente información cualitativa de las notas periodísticas individuales o agrupadas en la primera plana y secciones.

Con el total de notas periodísticas, el número de notas con mujeres y con mujeres en titular en esa misma parte del periódico, se evaluó la repetición mayor o menor de la presencia femenina en primera plana y en las secciones. Como resultado, se logró una medición tiempo/espacio de la presencia de mujeres en la producción periodística de los diarios privados y el diario público.

**Datos de especificaciones (8 variables)**

A partir de la identificación del total de notas con mujeres en titulares, se procedió a enumerarlas y ubicarlas por diario para identificar la temática abordada, la autoría individual o colectiva y su origen por ámbito geográfico y zona.

En cuanto a la temática, se ubicaron nueve temas: política y gobierno, economía, ciencia y salud, social y jurídico, crimen y violencia, mujer joven-niña, sociedad y cultura, otros temas relativos a mujer joven-niña y celebridades, arte, medios y deporte. Alrededor de ellos, se establecieron 58 subtemas (Anexo 4).

Además, se determinó el número de mujeres y hombres por pieza de análisis con el fin de evidenciar no solo las diferencias numéricas entre lo masculino y femenino en la producción noticiosa sino, sobre todo, la construcción de género en la prensa.

**Características de las mujeres (7 variables)**

Los principales asuntos tratados en las unidades de análisis fueron, también, clasificados como se detalla a continuación:

**Función de la persona:** Se registraron a las mujeres como: *tema* cuando la historia fue sobre esa persona o sobre algo que hizo o dijo, *vocera* cuando la persona representó o habló en nombre de otra persona o institución, *experta* o *comentarista* cuando proveyó información adicional u opiniones basadas en su conocimiento como especialista o *experta*, *experiencia personal* cuando dio una opinión o comentario basado en su experiencia personal que no, necesariamente, reflejó el punto de vista de un grupo, *testigo* cuando el comentario sobre algo se basó en la observación directa, *opinión popular* cuando el comentario reflejó la opinión del "ciudadano común", *otros* que se empleó como último recurso y *no aplica* cuando la función de la mujer no estuvo clara en la nota.

**Ocupación:** De acuerdo con 27 opciones: realeza o monarquía, funcionarias del gobierno en puestos directivos/ Presidenta, figuras religiosas, empleadas de gobierno, policías y militares, académicas/profesionales de la educación, trabajadoras en agricultura/minería/pesca, activistas o trabajadoras en organizaciones civiles, trabajadoras del sexo, celebridades/actrices, deportistas/atletas, amas de casa o mujeres con ocupación no mencionada, salubristas o servicio social profesional, profesionales de las ciencias o tecnología, abogadas/juezas, trabajadoras de oficina, comerciantes/artesanas, niñas y jóvenes sin ocupación mencionada, profesionales de

medios/periodistas, vecinas/residentes, jubilada/pensionista, delincuentes, desempleadas, estudiantes, otros como último recurso y no aplica.

**Grupo etario:** Se organizó a las mujeres por: menores de 12 años, de 12 a 18 años, de 19 a 34 años, de 35 a 49 años, de 50 a 64 años, de 65 y más, y no se sabe o no aplica.

**Estado civil:** En relación a la condición femenina, se consideró: soltera, casada, divorciada o separada, unión libre, viuda, y no aplica o no se identifica.

**Relaciones familiares en las que se presenta a las mujeres:** A partir del análisis del contenido de las notas, se ubicó si fueron madres, abuelas, esposas, hijas, convivientes, amantes, otras y no aplica o no se menciona.

**Minoría social:** Se consideraron: grupos GLBTI (gays, lesbianas, bisexuales, transgéneros e intersexos), tribus urbanas (grupos musicales alternativos, rock, hip-hop), grupos políticos, otros y no aplica.

**Estructura morfológica (5 variables):** En este nivel, se puso en evidencia el despliegue informativo que cada periódico hizo alrededor de las mujeres; así, se registraron: la mujeres en titulares, la jerarquía y la ubicación de las notas en las cuales aparecieron, el género periodístico utilizado y el recurso visual. Estos últimos fueron considerados como elementos adicionales o recursos técnicos que permiten que unas notas se destaquen frente a otras.

**Tratamiento informativo (8 variables):** Para observar la dimensión de la presencia de las mujeres en las portadas y secciones de los diarios seleccionados, se ubicaron y compararon: los roles en los que se presentó a las mujeres (esposas/convivientes/amas de casa, madres/madres solteras, amantes, trabajadoras y/o profesionales, modelos, artistas/personajes de farándula, trabajadoras sexuales/prostitutas, víctimas y(o) sobrevivientes de violencia de género, mujer rebelde en profesiones no “femeninas” y otras), los estereotipos sobre mujeres y el discurso sobre los mismos.

En este nivel, se observó además la **proposición principal** para establecer los enunciados de de las notas periodísticas (textos), que transmiten un significado. Según Teun Van Dijk (1983), una proposición es la construcción de un texto que transmite un significado y se expresa por medio de oraciones o enunciados que denotan hechos o los connotan; estos enunciados, al ubicarse jerárquicamente en el título, el *lead* o el cuerpo de una nota periodística dieron cuenta de la perspectiva de género y, también, las construcciones mediáticas alrededor de las mujeres.

**Análisis fotográfico (3 variables):** alrededor de las fotografías de las piezas analizadas, se registró el entorno físico en el cual aparecieron las mujeres y la fisonomía de ellas. Adicionalmente, se añadió una variable de observaciones para ubicar datos cualitativos en relación a esos recursos técnicos que acompañaron a algunas de las unidades de análisis.

### **Datos de identificación de los diarios seleccionados**

En Ecuador, la prensa es el medio de comunicación por tradición aunque en términos de

penetración en el mercado, accesibilidad y uso por parte de la mayoría de la población ha sido ampliamente desplazada por la televisión.<sup>14</sup>

En 1792, el precursor del periodismo ecuatoriano y de la prensa fue el periódico de la Sociedad Patriótica Escuela de la Concordia, Primicias de la Cultura de Quito, de Eugenio Espejo (Ayala, 2004). Entre 1800 y 1812, cuando se dio el periodo independentista, tres publicaciones de corta duración y de carácter combativo circularon mientras que, en el inicio de la etapa constitucional, el número de publicaciones impresas aumentó; sin embargo, la prensa no gozó “de respaldo ni respeto en el ejercicio de su misión” (Hallo, 1992: 59).

Para 1878, el primer periódico de largo aliento, La Nación, apareció con un estilo liberal y de oposición al gobierno de Ignacio de Veintimilla. En 1884, El Telégrafo circuló y es el único diario que continúa hasta hoy en día, constituyéndose en el decano del periodismo ecuatoriano.

Sin embargo, este medio de comunicación, y otros como SíTV y la radio El Telégrafo, constituyen una evidencia de cómo algunos de los media se establecieron en empresas vinculadas a grandes capitales a lo largo del siglo XX.<sup>15</sup> En 2007, el escenario de la redistribución de la propiedad televisiva cambió, puesto que el Estado creó el primer canal público de televisión (ECTV) y se incautó el diario El Telégrafo. La Constitución de 2008 reconoce tres tipos de propiedad de medios: público, privado y comunitario.

En ese recorrido histórico breve, la información básica de los periódicos seleccionados es la siguiente:

**El Comercio (EC)** fue fundado en 1906 y, actualmente, forma parte de uno de los productos del Grupo El Comercio C.A. Desde fines del siglo anterior, su edición impresa tiene una versión en línea que, paulatinamente, ha ido integrando servicios como el archivo de ediciones anteriores en PDF. Las notas sobre judiciales se ubican en la sección Seguridad mientras que las notas sobre espectáculos están en la sección del mismo nombre que entre viernes y fin de semana tiene un despliegue más amplio.

**Hoy** fue creado en 1982 y constituye el primer periódico con versión en línea tanto en el país como en Sudamérica, desde 1994. Es parte de Edimpres S.A., que es dueño de otras publicaciones como el diario gratuito MetroHoy. Las notas sobre judiciales se publican en la sección Judicial que no aparece todos los días mientras que las notas sobre espectáculos están en el cuadernillo “Vida diaria”.

**El Universo (EU):** su razón social es la compañía anónima El Universo. Nació en Guayaquil en septiembre de 1921 y en 2011 enfrentó un proceso judicial con el presidente de la República, Rafael Correa, que culminó con la sentencia de tres años de prisión en contra de tres directivos y un ex jefe de opinión. La información judicial se publica en la sección Seguridad mientras que la información sobre espectáculos en el cuadernillo “Vida y estilo”.

---

<sup>14</sup> A 2011, ocho de cada 10 hogares contó, por lo menos, con un televisor a color siendo la presencia de la televisión mayor en el sector urbano que en el rural (INEC, 2011 en Ayala et. al, 2012).

<sup>15</sup> Este periódico perteneció a Fernando Aspiazú, quien al mismo tiempo era dueño de Banco del Progreso. Con el quiebre de esta entidad financiera, se originó el llamado feriado bancario en marzo de 1999 y el ahondamiento de la crisis económica y política que desembocó, en 2000, en la adopción del dólar como moneda nacional y en el derrocamiento de Jamil Mahuad Witt (Ayala, 2004).

**Expreso (EX):** en 1973, se fundó este periódico guayaquileño que pertenece al grupo Gráficos Nacionales S.A. Este grupo mediático es, a su vez, propietario de la revista *Vanguardia* y el diario de crónica roja *Extra*. Las notas sobre judiciales se difunden en la sección Judicial mientras que las notas sobre espectáculos se publican en el cuadernillo *Expresiones*.

**El Telégrafo (ET):** por incautación de la Agencia de Garantía de Depósitos, en 2007 se constituyó en el primer periódico público del país y, actualmente, se comercializa y distribuye gratuitamente. La información sobre judiciales está en la sección Judicial mientras que la información sobre farándula está en la sección Espectáculos que, no obstante, no es fija durante la semana.

**Extra:** en 1974, fue fundado en Guayaquil y es impreso por la misma casa editorial de diario Expreso. De acuerdo con la revista electrónica Ekosnegocios, su circulación se extiende hasta el norte de Perú y el sur de Colombia. Las notas sobre judicial se publican en la sección Judiciales mientras que las notas sobre espectáculos se registran en la sección Farándula.

### Contexto de producción noticiosa en marzo y julio del 2012

El 2012 fue un año preelectoral, considerando que el 17 de febrero de 2013 se realizaron nuevas elecciones para elegir autoridades del Ejecutivo y el Legislativo. En este escenario, lo político estuvo presente en las semanas del 5 al 11 de marzo y del 23 al 29 de julio y fue, incluso, transversal a la celebración del Día internacional de la mujer (8 de marzo), incluido en la selección de la semana atípica para el análisis.

En el caso de la primera semana, que corresponde a una semana atípica por la fecha, los acontecimientos más destacados en los cuales intervinieron mujeres fueron: las protestas por la firma del primer contrato de minería a gran escala con la empresa china Ecuacorriente; las movilizaciones alrededor del caso de la valija diplomática con droga; y la marcha de indígenas y organizaciones y la contramarcha gubernamental alrededor de la Ley de Aguas, realizada el 8 de marzo, y en la cual el gobierno de Rafael Correa y la oposición midieron fuerzas.

Antes de esta fecha, hubo información sobre la situación laboral de las mujeres, violencia de género, las mujeres con discapacidad física, los roles femeninos en la sociedad actual, el embarazo juvenil, entre otros. De allí que esta semana se consideró atípica por ese festejo, desde una perspectiva de género.

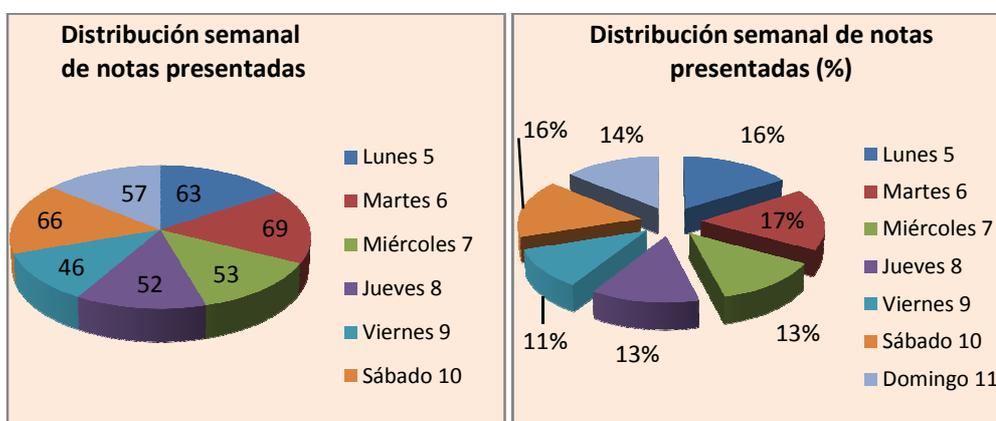
En la segunda semana, en medio del inicio de la inscripción de candidaturas para los comicios nacionales, los principales hechos noticiosos en los cuales participaron mujeres fueron: la aplicación de nuevas normas de velocidad para el tránsito vehicular, los festejos por los 477 años de la fundación de Guayaquil, la posesión de jueces en medio de críticas por la influencia del poder Ejecutivo en el poder Judicial y el inicio de los juegos olímpicos en el Reino Unido. Esta semana se consideró como un periodo típico de publicaciones porque los hechos fueron corrientes en el acontecer político, cultural y social del país.

## II.1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres en la semana del 4 al 10 de marzo (semana atípica)

### 1. Portadas

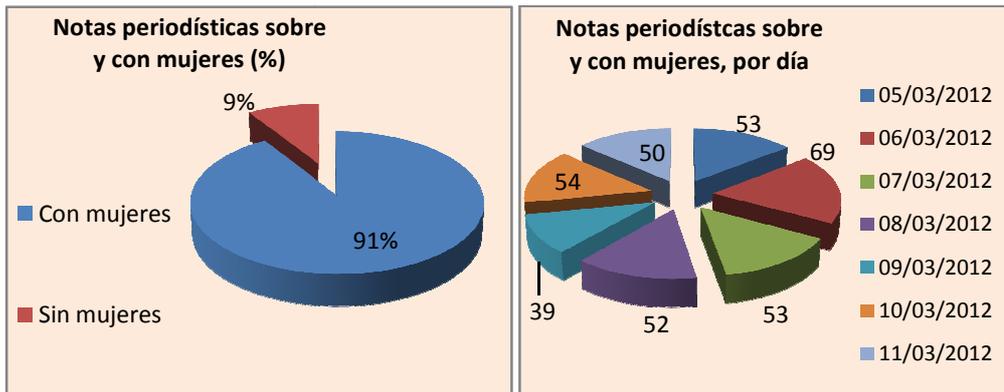
Durante la semana correspondiente a marzo, un total de 406 notas se contabilizaron en las portadas de los seis periódicos seleccionados; es decir, un promedio de 58 notas al día. Hoy contó con el mayor número de notas (89); luego, se ubicaron: Expreso (78), El Comercio (74), El Universo (68), Extra (49) y El Telégrafo (48).

Por día, el número de notas publicadas varió; el martes incluyó la mayor cantidad con 69 piezas periodísticas. En orden descendente, se ubicaron: sábado con 66, lunes con 63, domingo con 57, miércoles con 53, jueves con 52 y, finalmente, viernes con 46 notas.



El jueves 8 de marzo, se destaca que la portada de ET contó con una única nota titulada "Femenino, un adjetivo vital", que incluyó a cuatro notas con mujeres como tema que se distribuyeron en tres secciones (Cultura, Judicial y Sociedad). En ese mismo día, todos los periódicos seleccionados, a excepción de EU, abrieron la edición con notas relacionadas al Día internacional de la mujer. Este diario gubernamental, no obstante, dio prioridad a una nota sobre las movilizaciones a favor y en contra del Gobierno.

Esa decisión editorial contrastó con la decisión editorial del 5 de marzo que señaló que desde ese día y durante una semana las portadas de la sección Vida y estilo "estarán dedicadas a temáticas femeninas en homenaje a la mujer, cuyo día internacional se celebrará este 8 de marzo".



De esas 406 notas en portada, 370 (91%) incluyeron mujeres mientras que 36 (9%) de ellas no lo hicieron; por lo tanto, hubo una tendencia muy marcada a incluir mujeres dentro de las producciones periodísticas de primera plana. Al día, el promedio de producción de piezas con mujeres fue de 52,8. Esa cifra, no obstante, fue leída bajo variables como temática, función de la mujer y rol, como se expone más adelante.

El periódico que incluyó mayor número de notas con mujeres durante esta primera semana fue Hoy, con un total de 82 (22%) piezas periodísticas. Después se ubicaron: EX con 78 notas (21%), EC con 62 (17%), EU con 51(14%), Extra con 49 (13%) y ET con 48 (13%) notas. Cabe destacar que en los casos de Expreso, El Telégrafo y Extra, el número de notas presentadas fue igual al número de notas con mujeres, es decir que todas sus notas incluyeron personas de género femenino.

En cuanto a la distribución de notas de primera plana sobre y con mujeres, se observó que el martes 6 de marzo fue el día con mayor número de notas (69) mientras que el 9 de marzo fue el día que registró menor número de ese tipo de piezas periodísticas (39). El lunes y el miércoles, en cambio, tuvieron una producción periodística con mujeres equitativa (53).



Entre las **370 notas que incluyen mujeres, tan solo 58 (15,6%) las ubicaron en titulares**; lo que implicó que la mujer no se destacó como contenido principal de la información periodística y eso fue recurrente en los seis periódicos analizados durante esta semana.

Extra fue el periódico que, aún cuando posee de las cantidades más bajas en notas con mujeres, presentó el número más alto de notas que incluyen mujeres en los titulares con 16 casos. Siguiendo en número a este diario, estuvo Expreso con 13 notas, El Telégrafo con 11 notas y El Comercio y Hoy con 7 notas con mujeres en titulares, respectivamente. Sobre este último periódico, cabe destacar que, pese a ser el cual registró el mayor número de notas con mujeres, tan solo publicó 7 con mujeres en titulares. Al final, se ubicó El Universo con apenas 4 casos.

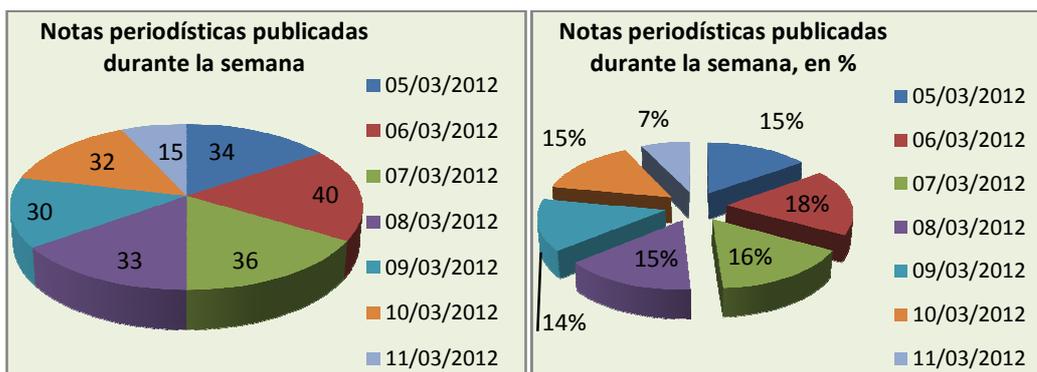
En términos generales, **tanto los medios privados como el medio público están elaborando construcciones mediáticas sobre las mujeres de manera sostenida en el tiempo. No obstante, la construcción de género es aún limitada** si se considera que solo un 15,6% del total de notas incluyó a mujeres en titulares; lo que representa que, frente a los hombres, las féminas aún no despiertan igual interés de los medios de comunicación como para resaltarlas como sujetos de información o referencia dentro de las piezas periodísticas de primera plana.

De las 58 notas que incluyeron a mujeres en los titulares, la mayoría (13) fue presentada el jueves; es decir, el Día internacional de la mujer. El sábado, en cambio, registró la minoría (4). La presencia o no de mujeres en titulares quedó distribuida por día de la siguiente manera:

Fecha	Incluye mujeres en titulares	No incluye mujeres en titulares	Total de notas sobre y con mujeres
05/03/2012	7	46	53
06/03/2012	12	57	69
07/03/2012	10	43	53
08/03/2012	13	39	52
09/03/2012	6	33	39
10/03/2012	4	50	54
11/03/2012	6	44	50
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>312</b>	<b>370</b>

## 2. Secciones sobre contenidos judiciales y de espectáculos

Pese a las diferencias entre los medios seleccionados, por tipos de propiedad y línea editorial, la distribución de la información en los mismos se da por secciones que incluyen contenidos judiciales y espectáculos.

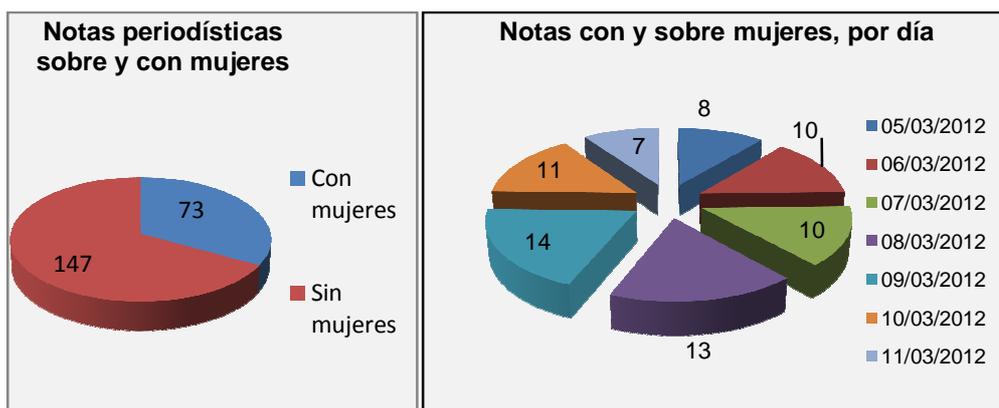


En el caso de las secciones sobre hechos judiciales y policiales, se ubicaron 220 notas; es decir, un promedio de 31,4 notas al día por diaria. El martes fue el día con mayor producción periodística, con 40 piezas (18%) mientras que el día con menor producción fue el domingo, con 15 notas (7%).

Entre los seis periódicos analizados, EU tuvo la mayor cantidad de notas dentro de esta sección: 79 (36%) frente a apenas 35 (16%) notas presentadas por Hoy, que se ubicó en segundo lugar. En cambio, Extra presentó 31(14%) notas bajo la temática judicial y le siguieron El Comercio con 26 (12%) notas, EXcon 25 (11%) y ET con 24 (11%).

El día que contó con el mayor número de casos dentro de esta sección fue el martes, con 40 notas judiciales. En orden descendente, se ubicaron: miércoles con 36, lunes con 34 notas, jueves con 33 notas, sábado con 32, viernes con 30 y domingo tuvo apenas 15 notas dentro de esta sección.

**De ese total de 220 notas, 73 (33%) incluyeron a mujeres frente a 147(67%) que no lo hicieron.** Estas cifras dan cuenta de que la presencia femenina dentro de la sección de seguridad, crónica roja o sucesos es una por cada tres notas; por lo tanto, las mujeres están expuestas y representadas dentro de estos ámbitos informativos pero no es lo común.

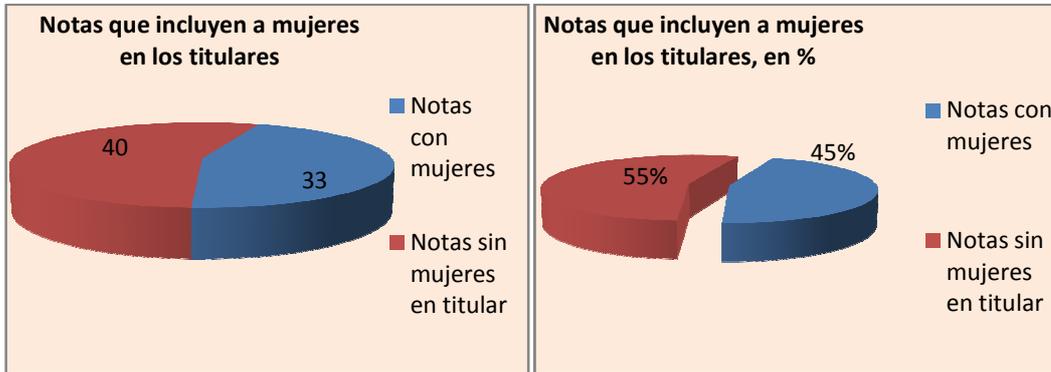


De las 73 notas judiciales con mujeres, EU fue el periódico que incluyó más piezas con presencia femenina con un total de 26 (35%) piezas. Luego, se ubicó Extra con 14(19%), EX con 11 (15%), EC y ET con 8 (11%), respectivamente, y Hoy con 6 (8%).

Cabe destacar que en la semana analizada, no todos los periódicos tuvieron la sección judicial como un espacio fijo. En ese sentido, la repetición de esa sección fue de seis

veces en EC, ET y Hoy que, justamente, ocuparon los tres últimos lugares en cuanto a la producción mediática que incluyó mujeres.

En cuanto a la distribución semanal de notas con y sobre mujeres, el viernes fue el día con mayor número de notas (14) mientras que el domingo fue el día de menor producción, con 7 notas.



Al igual que en las portadas, la presencia de mujeres en titulares de las notas judiciales fue mínima. **En total, se ubicaron 33 piezas (45%) del total de notas con o sobre mujeres.** Esa cifra permite advertir que un número considerable de ellas son tema de las notas o tienen una función principal en estas.

El periódico que en mayor medida ubicó a las mujeres en los titulares fue El Universo, con 12 casos. Luego están Extra y Expreso con 7 piezas cada uno, EC con 5, y ET con 2.

Diario Hoy no contó con ningún caso en que las mujeres aparecieron en los titulares de las notas con contenidos sobre judiciales o policiales; sin embargo de las 20 notas que incluyeron mujeres, en cuatro de ellas las mujeres fueron tema, como se verá enseguida.

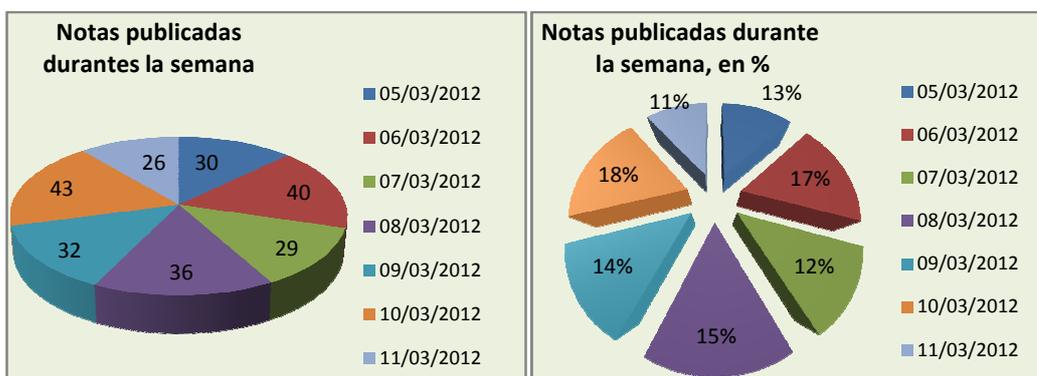
De las 33 notas que incluyen a mujeres en los titulares de las notas sobre judiciales, la mayoría (3) fueron presentadas el día jueves, mientras que en los días viernes y sábado se registró una nota en cada uno. La presencia o no de mujeres en titulares está distribuida de la siguiente manera:

**Notas que incluyen o no a mujeres en titulares por día**

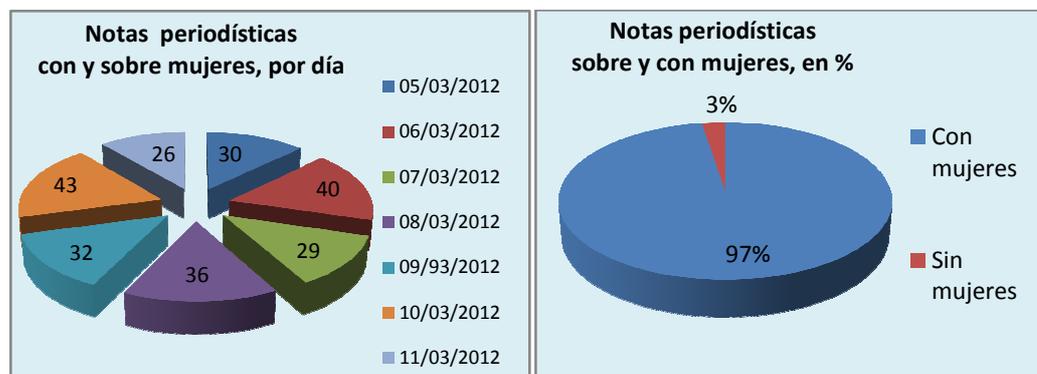
Fecha	Incluye a mujeres en los titulares	No incluye a mujeres en titulares	Total de notas sobre y con mujeres
05/03/2012	3	5	8
06/03/2012	2	8	10
07/03/2012	7	3	10
08/03/2012	6	7	13
09/03/2012	10	4	14
10/03/2012	4	7	11
11/03/2012	1	6	7
Total	33	40	73

En el caso de las secciones con contenido sobre farándula y espectáculos, se identificaron 236 notas durante la primera semana seleccionada. De esa cifra, 230 (97%) tuvieron mujeres frente a apenas 6 (3%) que no las tuvieron.

Este resultado da cuenta de que las mujeres también son representadas con frecuencia desde el espectáculo, en contenidos relacionados con temas de actualidad, moda o vida de personas famosas. De allí que **esa repetición fue mucho mayor en contenidos de menor jerarquía informativa, considerados como *light***, frente a otros considerados de mayor jerarquía o temas fuertes, como los mismos judiciales o notas sobre política o economía de las primeras planas.



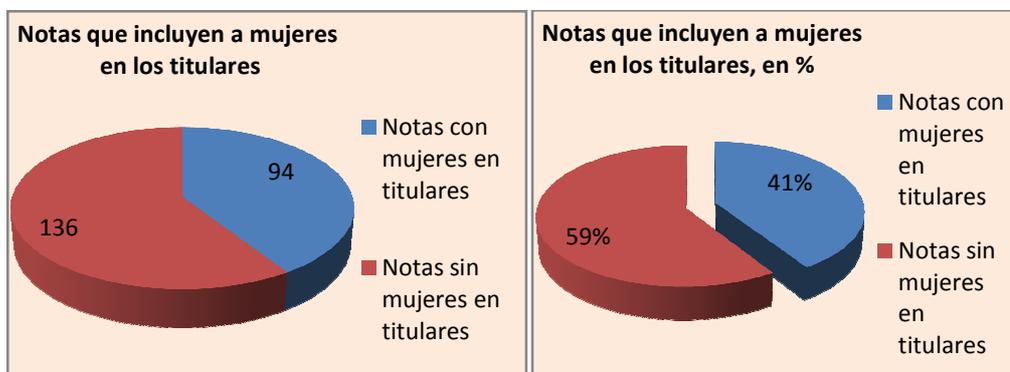
El periódico que desplegó **mayor cantidad de información de farándula** entre los medios impresos analizados fue **El Comercio**, con un total de 80 (34%) notas. En orden descendente, le siguieron EX con 58 (25%), Extra con 34 (14%), EU con 25 (11%), Hoy con 20 (8%) y ET con 19 (8%) notas de este tipo.



El día que tuvo mayor cantidad de notas dentro de ese tipo de secciones fue el sábado, con 43 (18%); de cerca, se ubicó el martes con 40 (17%). Luego, vinieron: el jueves con 36 notas (15%), viernes con 32 (13,9%), el lunes con 30 (13%) mientras que el miércoles tuvo una menos que el día anterior (12,1%). El domingo contó con menos cantidad de notas de farándula, con un total de 26 (11%).

Entre las 230 notas de farándula que incluyeron mujeres, EC fue el que tuvo mayor cantidad con un total de 80 (35%). Después, se ubicaron: EX con 58 (25%), Extra con 34 (15%), EU con 25 (11%), Hoy con 17 (7%) y ET con 16 (7%). Cabe destacar que tres

notas sobre espectáculos publicadas por estos dos últimos medios, respectivamente, no incorporaron mujeres.



El número de notas de farándula que ubicó a mujeres en los titulares sumó un total de 94; es decir, un 41% del total de piezas registradas en este tipo de espacios periodísticos de la prensa nacional seleccionada.

De esa cifra, EX concentró el mayor número con 28 (30%) y le siguieron, en orden descendente: EC con 24 (25%), EU con 14 (15%), Hoy con 11 (12%), Extra con 9 (9%), y ET con 8 (9%). Estos datos dan cuenta de que en la temática de **farándula las mujeres no siempre tienen un papel protagónico o preponderante**; sin embargo, lo hacen en mayor medida que en los titulares de las notas judiciales y en los de primera plana.

Fecha	Incluye a mujeres en los titulares	No incluye a mujeres en los titulares	Total de notas sobre y con mujeres
05/03/2012	7	23	30
06/03/2012	10	30	40
07/03/2012	9	20	29
08/03/2012	24	12	36
09/03/2012	15	17	32
10/03/2012	18	25	43
11/03/2012	11	15	26
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>142</b>	<b>236</b>

Como se observa en la tabla anterior el jueves 8 de marzo, Día internacional de la mujer, fue el de mayor concentración de mujeres en titulares, superando con 6 notas con presencia femenina en títulos al sábado, que fue el segundo día con mayor concentración de ese tipo de notas. Al otro extremo, se ubicó el lunes con 7 notas con mujeres en titular.

El total de notas con mujeres en titulares entre los seis periódicos analizados sumó 185, que se distribuyeron de la siguiente manera: 58 notas en portadas, 33 en las secciones sobre judiciales y 94 notas en las secciones sobre espectáculos. Debido a que 15 de ellas estuvieron en portada y se replicaron en secciones, una sola vez se las tomó en cuenta; de allí que la suma final de notas de mujeres en titulares fue de 170.

En los periódicos analizados durante la primera semana, **un total de 463 mujeres apareció en las 170 notas**; es decir, hasta 14 mujeres por cada nota. De ese total, 67 notas (39,41%) ubicaron al menos a una mujer, seguidas por 41 (24,11%) en las cuales aparecieron dos mujeres. Mientras que apenas cuatro notas, que corresponden al 2,35%, no tuvieron presencia femenina individual sino, más bien, colectiva como sucedió en el caso de una nota corta de Hoy, del 8 de marzo, que hizo referencia al envío de cartas de mujeres para una campaña sobre memoria de género.

Con 43 notas(25,30%),Expreso fue el periódico que contó con mayor número de notas que tuvieron presencia de mujeres, alcanzando el máximo de 14 mujeres en dos notas, pero también una nota en la que ellas no aparecen. Le siguió El Comercio, con un total de 37 notas, es decir, con hasta 10 mujeres en dos notas. Luego se ubicó El Universo con 32 notas (18,83%); al otro extremo, el periódico con menor presencia femenina en sus notas fue Hoy, con 16 (9,41%), que incluyó un máximo de hasta tres notas con seis mujeres.

La presencia masculina en los periódicos analizados, en cambio, se ubicó en un total de 259 notas; es decir, hubo hasta nueve hombres por cada pieza. De ese total, 59 (34,70%) ubicaron un hombre, seguidas por 23 notas (13,53%) que presentaron a dos hombres mientras que en 50 notas( 29,41%) no figuró ninguno.

Nuevamente, el periódico que contó con mayor número de notas, pero esta vez con hombres, fue Expreso con un total de 43 (25,30%); de esa cifra, 22 notas tuvieron la presencia de un hombre, seguidas por ocho notas con dos mientras que otras ocho notas no incluyeron a ningún hombre.

Luego se ubicaron 37 notas de El Comercio y presentaron hasta 17 casos con un hombre, mientras que en 10 casos no hubo la presencia de ninguno de ellos. Diario Hoy fue nuevamente el periódico que menos notas con hombres tuvo, con un total de 16; de ellas, 4 ubicaron a un hombre mientras que seis notas no contaron con ninguno.

Si bien esa diferencia entre presencia masculina y femenina en las notas periodísticas podría considerarse como avance en la presencia de las mujeres en la prensa nacional y, en consecuencia, en la re-construcción de la realidad, que generalmente hacen los medios, estos resultados fueron leídos a la luz de otros datos que permiten dimensionar la presencia mediática de las mujeres: comenzando por los temas en los que aparecen mayoritariamente, con qué características y/o estereotipos se las presenta, y si el discurso contribuye a conservar, reforzar o cuestionar y desafiar esos estereotipos.

Estos datos adicionales permitirán analizar la representación de que son objeto las mujeres en la prensa nacional ecuatoriana.

<b>Número de notas por tema</b>	
<b>Tema</b>	<b>Número de notas</b>
Celebridades, personajes de farándula	51
Delitos violentos	20
Artes, entretenimiento	14
Delitos no violentos	8
Participación de mujeres en el proceso económico y educación	7
Violencia de género	6
Medios	6
Certámenes de belleza	6
Movimiento de mujeres	4

Deportes	4
Mujeres en el poder político y toma de decisiones	4
Prácticas de género	3
Participación de mujeres en proceso económico y Educación	2
Noticias sobre mujer joven	2
Desastres, accidentes	2
Medicina, salud	2
Salud/ VIH-SIDA	2
Educación, cuidado de hijos	2
dd.hh., Cambio en relaciones de género	2
Religión, cultura	2
Patrones estéticos	2
Mujeres en el poder político y violencia de género	1
Otros aspectos de política nacional	1
Otras notas de política	1
Participación de mujeres en proceso económico y otras notas en política	1
Economía rural y participación de mujeres en proceso económico	1
Control natal, derechos sexuales	1
Medioambiente	1
Otros temas en ciencia	1
DD.HH., derechos de las mujeres	1
Migración	1
Sistema legal	1
Delitos no violentos y celebridades	1
Delitos violentos y violencia de género	1
Abuso infantil	1
Otros crímenes	1
Celebridades, delitos no violentos	1
Otros temas relativos a la mujer joven y DD.HH.	1
Rol de la mujer en la familia	1
Matrimonio y sus diferentes formas	1
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>

A partir del **tema**,<sup>16</sup> es decir, sobre qué trata la nota periodística, se estableció que la representación de las mujeres sigue respondiendo a temáticas que no dan cuenta de la situación femenina a escalas nacional e internacional porque se la está viendo, principalmente, desde el tema de espectáculos.

Como lo registra la tabla anterior, la mayoría de notas con mujeres en los titulares abordó el tema de celebridades. En total, hubo 51 casos que representaron el 30% del total. Esas cifras constituirían una evidencia de que en la prensa, **una de cada cuatro notas es sobre mujeres y personajes de la farándula, asociada con el espectáculo y los medios de comunicación, y otros espacios que construyen “celebridades”**.

Expreso fue el periódico que poseyó más notas en esta temática, con 21 (41%). Luego, se ubicaron: EC con 13 (25%), ET con 6 (12%), Extra con 5 (10%), EU con 4 (8%) y Hoy con 2 (4%). Cabe destacar que Expreso tiene un cuadernillo de 16 páginas, *Expresiones*, dedicadas a contenidos culturales pero, sobre todo, a contenidos sobre espectáculos.

Los delitos violentos se ubicaron como el segundo tema en el cual aparecieron con mayor frecuencia las mujeres en titulares, con un total de 20 casos que representaron el 11,76% del total de notas. En orden descendente, la posición de los periódicos fue: El Universo

<sup>16</sup> La lista de temas, en los que se insertan las diferentes notas periodísticas, corresponde a la clasificación establecida por el GMMP (*Global Media Monitoring Project*), de la WACC.

con 9 (45%), reuniendo así la mayor cantidad de notas sobre esta temática; Extra con 5 casos, que correspondió al 25%, y El Comercio y Expreso con tres notas cada uno, que constituyó un 15%, respectivamente. Hoy y El Telégrafo no contaron con ninguna nota de este tipo.

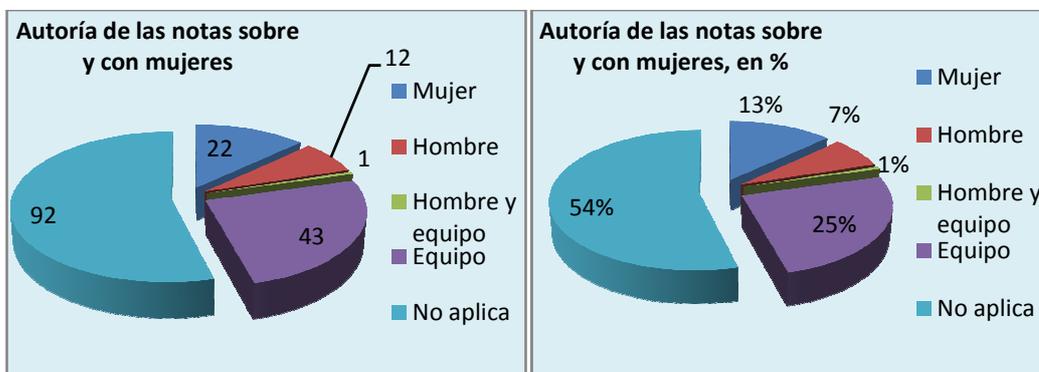
Las notas cuyas temáticas trataron sobre: la participación de mujeres en el proceso económico y educación, salud, VIH/SIDA, educación, cuidado de los hijos, derechos humanos, cambio en relaciones de género, religión, cultura, desastres, accidentes, delitos no violentos, noticias sobre mujer-joven, y patrones estéticos, se ubicaron en penúltimo lugar con dos casos cada una; lo que representó el 1,17%.

Con un solo caso de notas con mujeres en los titulares, el 0,58%, y por lo tanto, ubicadas en último lugar se hallaron las notas adscritas a los siguientes temas: otros aspectos de política nacional, otras notas en política, participación de mujeres en el proceso económico y otras notas en política, economía rural y participación de mujeres en proceso económico, control natal y derechos sexuales, medioambiente, otros temas en ciencia, derechos humanos y derechos de las mujeres, migración y refugiados, sistema legal, abuso infantil, otros crímenes, otros temas relativos a mujer-joven y derechos humanos, rol de la mujer en la familia, matrimonio y sus diferentes formas, mujeres en el poder político y violencia de género, y delitos violentos y violencia de género.

En estas dos últimas notas más otras seis (3,52%), que ubicaron a las mujeres en los titulares bajo los temas de violencia de género, medios, y certámenes de belleza, se concentró el análisis de este informe; considerando que en ellas fue posible estudiar el concepto de justicia de género que se refiere al sentido común del término justicia, o sea, aquello que alude a la razón o la equidad. De allí que si bien están consideradas en este apartado que reúne a todas las notas analizadas, tengan un apartado especial.

De las 170 notas analizadas, como lo registra el gráfico 15, 92 (54,11%) no tuvieron autoría; en cambio, 43 (25,30%) fueron hechas por un equipo mientras que 22 notas (12,95%) fueron elaboradas por mujeres y 12 (7,05%) tuvieron por autor a un hombre. Una nota, que representa el 0,59%, fue realizada por un hombre y un equipo.

Al cruzar la variable de la autoría con el tema, se evidenció que el tema más recurrente fue el de celebridades entre las notas con mujeres en los titulares de las cuales se desconocía la autoría, con 25 casos. Luego, se ubicaron 15 notas sobre delitos violentos mientras que entre los temas menos presentados, con un solo caso, se ubicaron: mujeres en el poder político y violencia de género, participación de mujeres en el proceso económico, medicina y salud, sistema legal, entre otros.



El tema de celebridades, nuevamente, con 25 casos volvió a ser el más recurrente entre las notas realizadas por un equipo, seguido por 4 notas sobre arte y entretenimiento; mientras que temas como participación de las mujeres en el proceso económico y otras notas en política, control natal y derechos sexuales, y prácticas de género, entre otros, tuvieron una nota y representaron las temáticas menos recurrentes.

El porcentaje de notas realizadas por mujeres se ubicó en tercer lugar, siendo el tema más recurrente la participación de mujeres en el proceso económico con tres casos. Luego, se ubicaron dos notas, respectivamente, sobre la participación de mujeres en el proceso económico y educación, los derechos humanos y cambio de relaciones de género, los delitos no violentos, la violencia de género, y las noticias sobre mujer-joven. La temática menos tratada cuando son mujeres quienes las elaboran, con un caso cada una, son las mujeres en el poder político y toma de decisiones, la educación y cuidado de los hijos, los deportes, el rol de la mujer en la familia, entre otras.

En cambio, cuando fue un hombre quien elaboró la nota, la temática más común fue delitos violentos con dos casos, frente a una nota que se ubicó entre varios temas: participación de mujeres en el proceso económico, medicina y salud, violencia de género, celebridades, prácticas de género, matrimonio y sus diferentes formas, etc.

Es decir, **cuando a las mujeres correspondió la autoría de las notas, fue más frecuente que se abordaran temas estrechamente vinculados a cuestiones de interés o importancia femenina**; pues como se detalló en líneas precedentes, las notas realizadas por mujeres trataron en mayor medida temáticas de trascendencia política, económica y social para sus congéneres, que aquellas que tienen otra autoría.

Este hecho da cuenta de que no hay un nivel de sensibilidad generalizado e independiente del género en las personas que elaboran las notas. Puede ser que en las redacciones de los diarios se considere que las mujeres, por el hecho de serlo, están facultadas, para tratar temas relacionadas con ellas mismas; por la misma consideración en cuanto a temas abordables de acuerdo con el género, es que se asigna a los hombres las fuentes de las que provienen las llamadas noticias “duras”, como son las fuentes policiales, por ejemplo, de donde provienen generalmente las notas relativas a delitos diversos, violentos o no.

Al respecto, Nohora Celedón y Manfry Gómez (2011: 25) dicen que la asignación de las denominadas “*hard news*” se da con base en un criterio sexo-genérico, y constituye un reforzamiento del imaginario de que los temas duros de la prensa están asociados con lo masculino, mientras que las “*soft news*”, temas de menor impacto informativo, se ligan con lo femenino.

Sin embargo, la autoría menos frecuente, con solo un caso, fue la realizada por un hombre y un equipo que trabajaron el tema del movimiento de mujeres en defensa del medio ambiente. La excepción puede interpretarse como confirmación de la regla.

Notas según ámbito geográfico	
Ámbito geográfico	Número de notas
Internacional	73
Guayas	37
Pichincha	23
Nacional	19

Santo Domingo de los Tsáchilas	3
Los Ríos	2
Manabí	2
Nacional y otros	2
Nacional, otros, e internacional	2
Azuay	1
Esmeraldas	1
Imbabura	1
Azuay, Guayas y Pichincha	1
Pichincha y Guayas	1
Pichincha e Internacional	1
Nacional e Internacional	1
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>

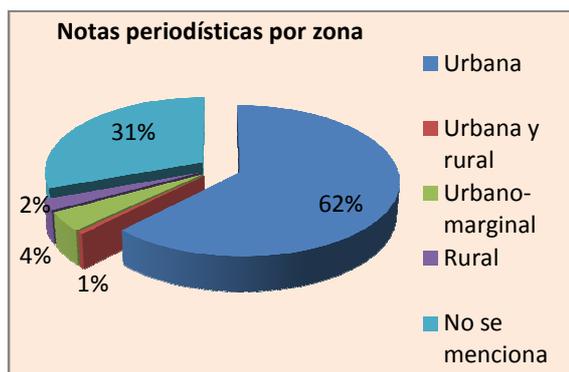
En cuanto al **ámbito geográfico**, de las 170 notas con mujeres en los titulares, la mayoría hizo referencia al ámbito internacional con 73 (42,94%). De esta cifra, una mayoría de 24 notas correspondieron a Expreso, seguidas por 21 notas de El Comercio mientras que los periódicos con menos notas internacionales fueron El Telégrafo y Extra.

**Esta particularidad da cuenta de que las mujeres más representadas en los periódicos analizados son extranjeras.** Las ecuatorianas, en cambio, se ubicaron en segundo lugar y aparecieron específicamente en el Guayas en un total de 37 notas que correspondieron al 21,76% del total. El periódico en el que más se ubicaron fue Expreso con 16 notas, mientras que en Hoy no hubo ningún caso con estas características.

En tercer lugar, con 23 casos (13,52%), las notas con mujeres en titulares se adscribieron a Pichincha y aparecieron en mayor medida en El Comercio y El Universo con seis notas; Expreso no presentó ninguna nota en este ámbito geográfico. Mientras que el menor número de notas, con tan solo un caso (0,59%), se ubicaron en siete ámbitos geográficos diferentes: Azuay, Esmeraldas, Imbabura, Pichincha y Guayas, Pichincha e internacional, nacional e internacional, y Azuay, Guayas y Pichincha.

Eso permitió advertir, además, que luego de las mujeres internacionales **más representadas estuvieron las de las ciudades principales del país**; lo que devela que las mujeres que habitan otras ciudades o que viven en la periferia continúan teniendo menos representación en los medios.

Al analizar la zona geográfica, la urbana se constituyó como la más recurrente entre las 170 notas analizadas, con un total de 106 casos (62,35%). A esta, como lo registra el gráfico anterior, se adscribió en la temática de celebridades con 29 casos; luego, vinieron 16 notas sobre delitos violentos.



Los temas menos tratados en las notas ubicadas en el área urbana fueron las mujeres en el poder político y violencia de género, la participación de las mujeres en el proceso económico y otras notas en política, y el control natal y derechos sexuales, entre otros temas que también poseyeron solamente un caso.

Estos datos permiten identificar que **los temas en los que se representa más frecuentemente a las mujeres en el área urbana son la farándula, por un lado, y el crimen, por otro**; es decir, temáticas por medio de las cuales se informa de manera limitada sobre los problemas verdaderos por los cuales atraviesan las mujeres en la sociedad actual, al igual que sus demandas y necesidades.

En segundo lugar, se ubicaron 52 casos (30,59%) de notas en las que no se mencionó la zona geográfica pero, nuevamente, el tema de celebridades encabezó ese tipo de notas por zona con 22 notas. Varias de ellas contaron tan solo con un caso en los siguientes temas: medina, salud, sistema legal, y violencia de género.

Con siete piezas (4,12%), la **zona urbano-marginal** se ubicó en tercer lugar, y los temas más abordados, con dos casos, fueron la violencia de género y los delitos violentos. En cambio, temas como la educación, el cuidado de los hijos y otros crímenes tuvieron solo una nota. Por lo tanto, esta zona estuvo representada en la prensa desde temas relacionados con el conflicto social, en el que las mujeres tienen presencia generalmente como víctimas de una violencia específica, como es la de género. De esta manera, se sustenta el errado criterio de que las agresiones contra las mujeres se presentan, casi exclusivamente, entre los sectores socioeconómicos que habitan esas zonas, al contrario de lo que muestran las investigaciones sobre violencia de género.

En penúltimo lugar y con cuatro notas (2,35%) estuvo la **zona rural**; en las notas, el tema más recurrente fue el de desastres y accidentes, y el menos frecuente fue el de delitos violentos. Ello permite advertir que en este ámbito **las mujeres también son representadas desde la tragedia o el delito**, al igual que en la zona urbano-marginal. Mientras que en último lugar estuvo una nota (0,59%), del ámbito urbano y rural, con el tema de Derecho Humanos y cambio en las relaciones de género, que se registra en una entrevista del diario Hoy a una activista del movimiento de mujeres rurales.

### 3. Características de las mujeres en las notas periodísticas

En este nivel de análisis, la variable principal fue la función, es decir, la actividad desempeñada por las 463 mujeres identificadas en las 170 notas. En 101 notas (59,4%) con mujeres en titular, la función femenina fue de tema; es decir, que la pieza periodística

fue sobre la mujer o sobre algo que haya hecho o dicho. En ese sentido, **las mujeres fueron protagonistas en más de la mitad de notas que las incluían en titulares.**

Luego, en orden descendente, se ubicaron: 22 (13%) con mujeres en las funciones tema y experiencia personal; 9 con tema y vocera (5,1%); 5 con tema y experta (3%); 5 con otros (3%), 4 (2,5%) con tema, experta y experiencia personal; 4 (2,5%) con tema, vocera y experiencia personal; 4 (2,5%) con tema y otros; 3 (2%) con tema y testigo; 3 (2%) con vocera; 2 (1%) con tema, vocera y experta; 1 (0,5) con vocera y experta; 1 (0,5%) con experiencia personal; 1 (0,5%) con vocera y experiencia personal; 1 (0,5%) con testigo; 1 (0,5%) con tema, experta y testigo; 1 (0,5%) con tema, experiencia personal y opinión popular; 1 (0,5%) con tema, experiencia personal y otros, y 1 (0,5%) con no aplica.

**Función de las mujeres en las notas periodísticas y número de notas**

Función	Número de notas
Tema	101
Tema y experiencia personal	22
Tema y vocera	9
Tema y experta /comentarista	5
Otros	5
Tema y otros	4
Tema, vocera y experiencia personal	4
Tema, experta/comentarista y experiencia personal	4
Vocera	3
Tema y testigo	3
Tema, vocera y experta/comentarista	2
Experiencia personal	1
Vocera y experiencia personal	1
Testigo	1
N/A	1
Tema, experta/comentarista y testigo	1
Tema, experiencia personal y opinión popular	1
Vocera y experta/comentarista	1
Tema, experiencia personal y otros	1
<b>Total</b>	<b>170</b>

A partir de los datos de la tabla anterior, es posible notar que, además de las 101 (59%) notas con mujeres como tema, hubo otras 56 (33%) en las cuales ellas tuvieron otra función principal.

Al cruzar **función con ocupación**, se observó que las mujeres que aparecen en los titulares de las notas son, en primer lugar, celebridades con un total de 58 casos (34,11%). En 17 notas (10%), la ocupación fue otros y en esa clasificación estuvieron: escultora, candidata a reina de belleza, reina de belleza y sin ocupación; en 13(7,65%), se presenta la variable 'no aplica. Las demás ocupaciones, como evidencia la tabla que sigue, se incluyen en entre seis y una nota.

Se destaca que notas sobre mujeres de la realeza (4) son más que las que incluyen a mujeres como deportistas (3) o abogadas (2). Las ocupaciones laborales menos comunes, que no se incluyen en la tabla siguiente y que presentan un caso cada una, fueron: policías, militares; académicas y otras; trabajadoras en agricultura y minería; activistas y burócratas; profesionales, técnicas y funcionarias de gobierno; ejecutivas y personas de negocios; profesionales de medios; entre otras.

#### Ocupación de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas

Ocupación	Número de notas
Celebridades	58
Otros	17
No aplica	13
Funcionaria de gobierno	7
Estudiantes	6
Activistas	6
Amas de casa	6
Niños y jóvenes	4
Realeza	4
Deportistas	3
Delincuente	3
Abogadas	2
Funcionarias de gobierno y activistas	2
Profesionales de medios	2
(TOTAL GENERAL)	(170)

Nota: El total general está entre paréntesis porque es la suma de las demás notas correspondientes al resto de ocupaciones de las mujeres.

Cuando las mujeres de las notas analizadas tuvieron la función de tema, la ocupación más recurrente correspondió a en 'celebridades,' con un total de 45 casos. Luego, se registraron 13 casos de otras ocupaciones y ocho que no aplican; las actividades laborales menos frecuentes en esta función, con un solo caso, fueron las de funcionarias de gobierno, académicas y otros, celebridades y realeza, deportistas, amas de casa y trabajadoras de oficina, salubristas, profesionales técnicas y funcionarias de gobierno, abogadas, ejecutivos y personas de negocios, profesionales de medios, entre otras.

La segunda función más común entre las notas fue la de tema y experiencia personal y la ocupación más frecuente volvió a ser la de celebridades pero, esta vez, con siete casos. La ocupación menos frecuente entre las mujeres que fueron tema y experiencia personal fue la de policía y militares; trabajadores en agricultura y minería; deportistas; amas de casa; profesional de medios; celebridades; entre otras. Mientras que entre las funciones menos frecuentes de las notas se encontraron las de vocera, experta y comentarista.

En cuanto a **edad**, en 98 notas (57,65%) no fue posible identificar el rango etario de las mujeres, pero cuando se lo hizo, en 16 notas (9,41%), ellas estuvieron entre 19 y 34 años de edad.

Notas periodísticas por grupos de edad de las mujeres	
Grupo etario	Número de notas
No aplica	98
De 19 a 34 años	16
De 35 a 49 años	11
De 12 a 18 años	5
De 19 a 34 años / No aplica	5
Menor de 12 años	4
Menor de 12 años y no aplica	4
De 19 a 34 años / No aplica	4
Menor de 12 años / De 19 a 34 años	3
De 12 a 18 años / No aplica	2
65 y más	2
De 12 a 18 años / De 19 a 34 años	1
De 19 a 34 años / De 50 a 64 años	1
De 12 a 18 años / De 50 a 64 años	1
De 35 a 49 años / 65 y más años	1
De 50 a 64 años	1
De 35 a 49 años / De 50 a 64 años	1
65 y más / N/A	1
De 35 a 49 años / N/A	1
De 50 a 64 años / N/A	1
Menor de 12 años / De 19 - 34 años / De 65 y más / N/A	1
Menor de 12 / De 12 a 18 años / N/A	1
Menor de 12 años / De 12 a 18 años / De 19 a 34 años	1
De 19 a 34 años / De 35 a 49 años / De 50 a 64 años	1
De 19 a 34 años / De 35 a 49 años / N/A	1
Menor de 12 años / De 50 a 64 años / N/A	1
De 50 a 64 años / De 65 y más / N/A	1
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>

Al extremo, los grupos de edad menos frecuentes, con un caso (0,59%), fueron: de 12 a 18 años en adelante. En algunos casos, no aplica.

Para resumir de las 117 notas con mujeres en los titulares, 102 se ubicaron en la función de tema y en 59 de ellas no fue posible identificar su edad; pero, cuando se pudo determinar esta variable, el resultado fue que en 15 notas las mujeres como tema están en un rango etario de los 19 a los 34 años. En tercer lugar, se ubicaron las notas con mujeres de 35 a 49 años mientras que las edades en las cuales menos se presentó a las mujeres tema en las notas, con un solo caso, estuvieron comprendidas entre los 50 a 64 años, y los 65 años en adelante, entre otros.

Por lo tanto, **no fue posible determinar la edad de la mayoría de mujeres en la función de tema**, pero las mujeres alrededor de las cuales se pudo establecer esta variable se encontraron en edad reproductiva o son adultas. Mientras que las que menos aparecieron como tema de la nota fueron mujeres adultas mayores y de la tercera edad.

Entre las 170 notas en las que aparecen las mujeres en los titulares, **en 116 casos (68,23%) no fue posible determinar la variable sobre estado civil**. Pero cuando esta variable fue identificable, se constató que las mujeres de 13 notas (7,65%)estuvieron casadas, seguidas por 10 notas (5,88%)con solteras.

**Estado civil de las mujeres incluidas  
en los titulares de las notas periodísticas**

<b>Estado Civil de las mujeres</b>	<b>Número de notas</b>
No aplica	116
Casada	13
Soltera	10
Casada / No aplica	8
Divorciada, separada	5
Unión libre	3
Soltera / casada	3
Viuda	2
Soltera / viuda	1
Soltera / N/A	1
Divorciada / casada	1
Divorciada, separada / N/A	1
Viuda / N/A	1
Soltera / casada / N/A	1
Soltera / divorciada / N/A	1
Casada / divorciada / N/A	1
Casada / divorciada / viuda / N/A	1
Casada / unión libre / N/A	1
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>

Dentro de las 116 notas en las cuales no se identificó el estado civil de las mujeres, hubo 75 notas con mujeres como tema; nueve en las que ellas aparecen como tema y vocera;32, con mujeres en diferentes funciones: temas y testigos; voceras y expertas; experiencia personal; temas, voceras y expertas; temas, expertas y testigos, entre otras.

Entre las 13 notas con mujeres casadas, las funciones más comunes fueron tema, tema y experiencia personal, y tema y otros, vocera, y otros. Cuando las mujeres de las notas eran solteras, la función más frecuente fue como tema (7 notas); tema y experiencia personal (2), y como tema, experta y experiencia personal (1).

Las mujeres de las notas, con un caso (0,59%)fueron soltera y viuda, en la función de tema y experiencia personal; soltera y no aplica en vocera y experiencia personal; las funciones de divorciada y casada; y las de divorciada, separada, y no aplica en la función de tema y experiencia personal; viuda y no aplica en tema, experiencia personal y otros; soltera, casada y no aplica en la función principal de tema; casada, unión libre y no aplica en tema y experta, entre otras.

A partir de esos datos, se puede concluir que la situación de las mujeres determinada por su **estado civil**, no constituye elemento de interés mediático a la hora de presentar a las mujeres en las notas periodísticas.

Así como con la variable de estado civil, aproximadamente en la mitad de las notas que ubicaron a las mujeres en los titulares se desconocen **las relaciones familiares** de ellas, ya que en 79 casos (46,47%), los medios analizados no incluyeron esta información.

**Notas según relaciones familiares de las mujeres**

Relaciones familiares	Número de notas
No aplica	79
Madre	15
Hija	10
Madre e hija	9
Madre / No aplica	8
Otra	8
Esposa	6
Madre / hija / no aplica	4
Madre / otra	3
Madre /esposa / hija	3
Madre / hija	3
Madre / abuela	2
Conviviente	2
Madre / abuela / hija / otra	2
Madre / hija / conviviente	2
Madre / conviviente	1
Abuela / esposa	1
Esposa / otra	1
Esposa / no aplica	1
Hija / otra	1
Hija / no aplica	1
Madre / abuela / esposa / hija	1
Madre / abuela / no aplica	1
Madre / esposa / otra	1
Madre / otra / no aplica	1
Madre / hija / otra	1
Madre / esposa/ hija / conviviente	1
Otra / no aplica	1
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>

Sin embargo, cuando se incluyeron las relaciones familiares, fue posible determinar que la más común señalada para las mujeres, fue como madre, en 15 notas (8,82%); como hija, en 10 (5,89%). Entre las relaciones menos frecuentes, se halló la de esposa, con 6 notas (3, 52%).

Con dos casos (1,18%), se ubicaron en penúltimo lugar las notas en las cuales las mujeres de las notas aparecieron como madre y abuela; hija y no aplica; conviviente; madre, abuela, hija y otra; y madre, hija y conviviente. Mientras que las relaciones menos recurrentes, con una nota que corresponde al 0,59% en cada caso fueron: madre y conviviente; abuela y esposa; madre, abuela, esposa e hija; madre, esposa, hija y conviviente, entre otras.

El análisis permitió establecer que en los 79 casos en los cuales no se determinaron las relaciones en las mujeres de las notas, la función más común que ellas tuvieron fue en 54 ocasiones la de tema, seguido por cinco notas en las cuales las mujeres participaron como tema y vocera. Mientras que en un solo caso, estas mujeres sin relaciones fueron: voceras, expertas y comentaristas; experiencia personal; tema, vocera y experiencia personal; entre otros. Por lo tanto, las mujeres cuyas relaciones se desconocen, tuvieron

con frecuencia funciones principales y protagónicas, más que secundarias derivadas de la experiencia o la cotidianidad.

Mientras tanto cuando las mujeres fueron madres, su función más común fue la de tema con ocho casos, seguidos por tres notas en las que además de esta función tuvieron la de experiencia personal. Las funciones con menos participación fueron como tema, experiencia personal y opinión popular; y otros, con un caso respectivamente. Respecto a las 10 mujeres que tuvieron la relación de hija en las notas, ocho de ellas fueron tema, mientras que las dos restantes tuvieron las funciones de tema y experiencia personal y otros. En ambos casos, se observó que las funciones de madres e hijas estuvieron distribuidas mayormente entre principales, aún cuando las secundarias en el primer caso también estuvieron presentes.

En tanto que las relaciones menos comunes de las mujeres en estas notas se distribuyeron de la siguiente manera: madre y conviviente, y abuela y esposa como tema; esposa y otra en la función de testigo; esposa y no aplica como tema, experta y comentarista; hija y otra en tema; madre, abuela, esposa e hija en tema y experiencia personal; al igual que las relaciones de madre, abuela y no aplica, y madre, esposa y otra. Las relaciones de madre, otra y no aplica como tema y testigo; madre, hija y otra en tema y experiencia personal; madre, esposa, hija y conviviente en tema; y otra y no aplica como tema y otros.

En consecuencia, las mujeres que los diarios analizados presentan como madres, hijas, esposas, abuelas y convivientes tienen con frecuencia funciones principales más que secundarias; en ese sentido, los medios están destacando tanto los lazos consanguíneos como los de afinidad.

En cuanto a la función y **capacidades especiales**, 152 notas (89,41%) no aplicaron respecto a la variable de minoría social; es decir que en la mayoría de las 170 notas analizadas no fue posible determinar este aspecto. A continuación se ubicaron ocho notas (4,70%) como otros; mientras que en tercer lugar se presentaron seis notas (3,53%) en las cuales las mujeres pertenecieron a una minoría: los grupos políticos, por lo tanto, las mujeres que se presentaron en mayor medida en estas condiciones lo hicieron en relación a su postura política, su militancia o su línea ideológica.

En dos notas (1,18%), las mujeres pertenecen a la minoría social GLBTI; es decir, que su condición estuvo determinada por su elección sexual y de género. Mientras que en un solo caso, el 0,59%, las mujeres de las notas estuvieron en las minorías de grupos políticos y GLBTI, y grupos políticos y otros.

En consecuencia, los datos permiten inferir que **las mujeres de las notas son** representadas como minoría social en los periódicos analizados, cuando ellas están empoderadas y hacen pública sus decisiones sobre su orientación sexual.

En las notas en las que no fue posible determinar una condición de minoría social la función más común con 99 casos fue la de tema. Luego, estuvieron 18 como tema y experiencia personal; en tanto que las funciones menos comunes fueron las de testigo; no aplica; tema, vocera y experiencia personal; tema, experta y testigo; tema, experiencia personal y opinión popular; y tema, experiencia personal y otros.

Cuando la minoría social fue calificada como otros, la función más común fue la de tema y experiencia personal, y la de tema, vocera y experiencia personal con dos casos;

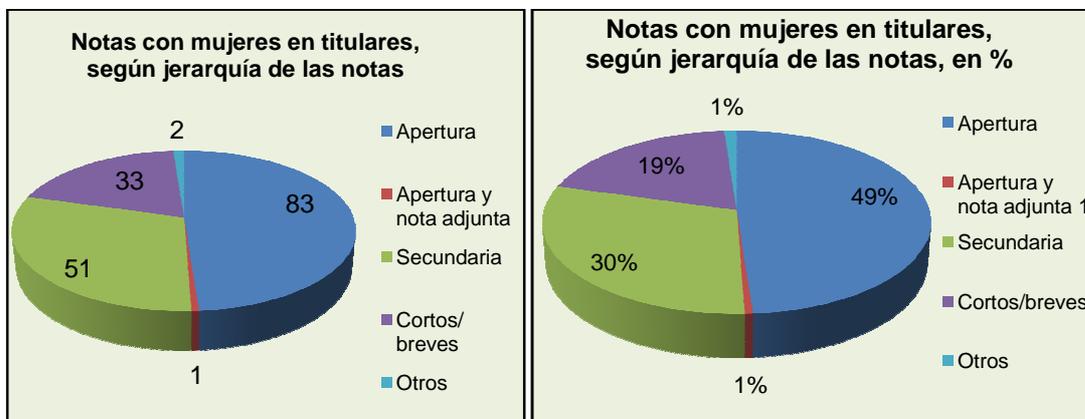
mientras que entre las menos comunes, con una sola nota, están tema y vocera; vocera y experta; experiencia personal; y experiencia personal y vocera.

En la primera minoría a la que pertenecen algunas de las mujeres de las notas, la función más común fue la de tema y vocera, con dos casos; las funciones de tema, tema y otros, vocera, y tema, vocera y experiencia personal cuentan solo con una nota.

En tanto que los dos casos de minoría GLBTI, se distribuyeron entre las funciones de tema y vocera, y tema y experiencia personal. En consecuencia, las mujeres que se ubican en ambas minorías tienen un papel principal en las notas pues son el tema de ellas, o se ubican como representantes de un conglomerado de mujeres. Respecto a los casos de las minorías menos recurrentes, en grupos políticos y GLBTI, la función es tema, mientras que la nota de grupos políticos y otros se ubica en tema y experiencia personal.

#### 4. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres

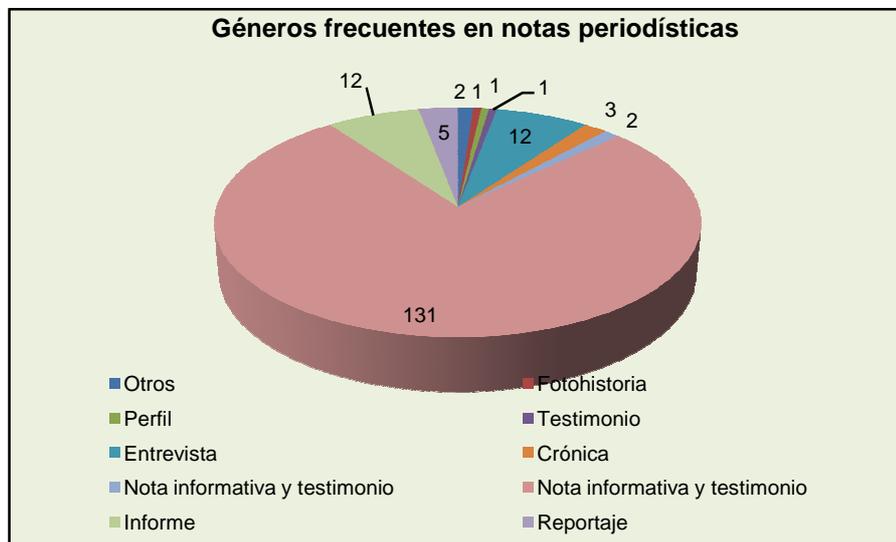
En el tercer nivel de análisis, que corresponde a la estructura morfológica o forma en la que se publican las notas periodísticas, se observó que entre las 170 notas analizadas la jerarquía más común entre las notas analizadas con un total de 83 casos (48,83%) fue la de apertura; luego, se ubicaron: 51 (30%) en jerarquía secundaria, 33 notas (19,41%) como cortos y breves, dos notas (1,17%) codificadas como otros y una sola nota (0,59%) como apertura y nota adjunta, que correspondió a dos productos periodísticos sobre un mismo hecho noticioso: la participación de las mujeres en las marchas del 8 de marzo, en Quito y Guayaquil, a favor y en contra del gobierno de Rafael Correa.



A partir de estas cifras, se evidenció que en la organización de contenidos periodísticos, aproximadamente la mitad de las notas con mujeres en titulares tuvo un lugar destacado en las páginas de la prensa nacional. Pese a lo positivo de ese resultado, cabe recordar que la temática más frecuente fue celebridades, por lo que las aperturas no necesariamente trataron sobre las mujeres como sujetos con propuestas y necesidades específicas.

Para profundizar en la estructura morfológica, se analizó la nota en la ubicación que tiene en la página y el **género periodístico**. Sobre esta última variable, 131 notas (77,05%) correspondieron al género noticia. Luego, se ubicaron 12 informes (7,05%) y 12 entrevistas (7,05%). En tercer lugar, se situó el género de reportaje con cinco notas

(2,95%) y, a continuación, estuvieron tres crónicas (1,77%). Los géneros combinados nota informativa y testimonio, y otros, contaron respectivamente con dos casos (1,18%) mientras que hubo un testimonio (0,59%), un perfil (0,59%) y una fotohistoria (0,59%).

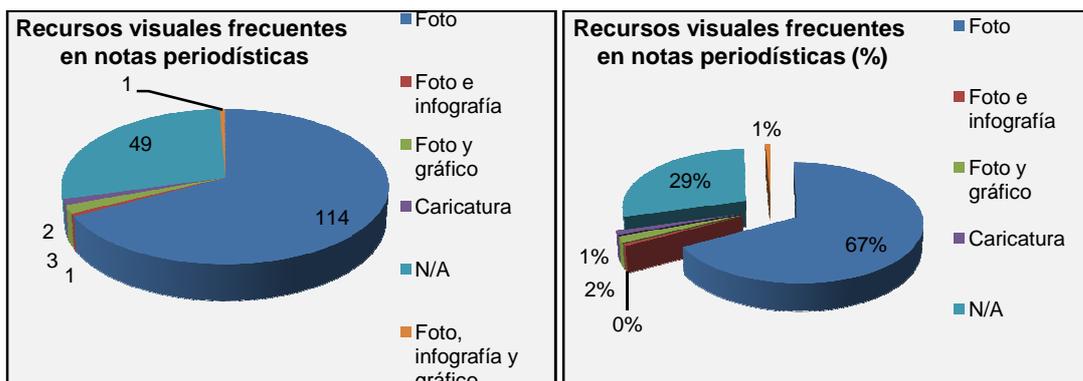


Según la posición de las notas en cada uno de los periódicos analizados, en 36 casos (21,17%) estuvieron en 'otra ubicación' que correspondió, principalmente, a páginas enteras en piezas como la del cuadernillo "Líderes", de El Comercio del 5 de marzo, que abordaron, desde la perspectiva económica, cuatro sectores (magisterio, instituciones financieras, servicio doméstico y educación universitaria), en los cuales hay alta presencia de mujeres.

En orden descendente, se ubicaron 33 notas (19,41%) en el encabezado; 30 (17,65%) en la parte inferior; 24 (14,11%) en la parte superior derecha, y 14 (8,24%) en la superior izquierda. Una sola nota en cada una de las siguientes ubicaciones: en el encabezado superior izquierdo; en la parte superior izquierda, y otra en la superior derecha.

Las 131 notas de género informativo que fueron encontradas entre los periódicos analizados se distribuyeron de la siguiente manera: 30 notas en la parte inferior, 29 notas en el medio y 13 notas en la parte superior izquierda.

Los géneros de informe, con doce casos y ubicados en segundo lugar por su recurrencia, estuvieron distribuidos de la siguiente manera: nueve informes en la ubicación otra, dos informes en el encabezado y uno en el encabezado y superior izquierda. En el caso de las entrevistas, con el mismo número de casos que los informes, se ubicaron en otro, cinco en encabezado, y, respectivamente, una en la parte superior izquierda, y superior izquierda y derecha. En cuanto a los géneros menos recurrentes, el testimonio y la fotohistoria se ubicaron en la clasificación de otras, y el perfil en el medio de la página.



De las 170 notas, **121 estuvieron acompañadas de algún recurso visual**. De hecho, el que se usó de manera reiterativa fue la fotografía, con 114 casos (67,05%); luego, se ubicaron tres notas (1,76%) que contaron con foto y gráfico; dos (1,18%) que incluyeron caricaturas; una nota (0,59%), con foto e infografía; y otra, con foto, infografía y gráfico. Las 49 notas restantes (28,83%) no presentaron esos recursos.

Al leer esa variable con la de jerarquía, se evidenció que, entre las 114 notas que utilizaron el recurso visual de la fotografía, 74 estuvieron como apertura de página, 30 fueron notas secundarias o adjuntas; mientras que la jerarquía menos común fue la combinación de apertura y secundaria, y otros, con un caso respectivamente. Por lo tanto, **el recurso visual más utilizado, la fotografía, se presentó en la mayoría de los casos en una jerarquía principal ya que abrió la nota o se ubicó en un lugar importante de ella**; mientras que cuando las notas no poseyeron un recurso visual, la jerarquía en la que se ubicaron en mayor medida fue los cortos y breves.

En el nivel de **tratamiento informativo**, en este nivel las variables principales fueron: roles en los cuales se presentaron a las 463 mujeres de las 170 notas con presencia femenina en titulares, estereotipos y discursos sobre ellas. En la siguiente sección, se hará un cruce de variables por grados de análisis; en las líneas a continuación, no obstante, se registra la información sistematizada por periódico.

En el caso de los **roles** que desempeñaron las mujeres en esas piezas periodísticas, se observó que el de artista estuvo presente en el 26% (45) del total de notas con mujeres en titulares. En El Comercio, ese rol fue más recurrente presentándose en 14 notas; luego se ubicaron, en orden descendente, Expreso con 13, Extra con 8, El Telégrafo y El Universo con 4, respectivamente, y Hoy con 2.

Si se considera que la temática que principalmente se abordó en las 170 notas con mujeres en titulares fue celebridades, se puede establecer una coherencia entre tema y rol. Aunque ese papel no es parte del ámbito privado en el cual tradicionalmente se han establecido los roles de género, no refleja las áreas de la sociedad en las cuales hay presencia e influencia de las mujeres.

Distribución de notas según roles asignados a las mujeres			
Roles de género	Número de notas		Roles de género
Artistas	45	2	Trabajadoras y/o profesionales y víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
Otras	24	2	Esposas y víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
Mujer rebelde, en profesiones no	10	1	Esposas y otras

femeninas			
Modelos	9	1	Esposas y mujer rebelde en profesiones no femeninas
Víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género	7	1	Modelos y artistas
Trabajadora y profesional	7	1	Artistas y mujer rebelde en profesiones no "femeninas"
Madres / madres solteras y artistas	6	1	Trabajadoras/profesionales y otras
Esposas	5	1	Artistas y otras
Esposas o convivientes y madres /madres solteras	5	1	Esposas, madres, trabajadoras, víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género y mujer rebelde en profesiones "no femeninas"
No aplica	4	1	Esposas, madres y artistas
Trabajadoras y/o profesionales / mujer rebelde en profesiones no "femeninas"	4	1	Esposas, madres, artistas y mujer rebelde en profesiones "no femeninas"
Madres/madres solteras y mujer rebelde en profesiones no "femeninas"	4	1	Esposas, madres y víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
Madres y otras	3	1	Esposas, madres y mujer rebelde en profesiones no "femeninas"
Esposas, madres y otras	3	1	Esposas, trabajadoras y/o profesionales y víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
Esposas, madres y trabajadoras y/o profesionales	3	1	Esposas, víctimas y/o sobrevivientes y otras
Esposas o convivientes y trabajadoras/profesionales	2	1	Madres, trabajadoras/profesionales y otras
Esposas y artistas	2	1	Madres, trabajadoras y/o profesionales y artistas
Madres/ madres solteras	2	1	Madres, trabajadoras y mujer rebelde en profesiones no "femeninas"
Madres/madres solteras y trabajadoras/profesionales	2	1	Esposas, víctimas y/o sobrevivientes y mujer rebelde en profesiones no "femeninas"
Madres/madres solteras y víctimas y/o sobreviviente de violencia de género	2		
<b>TOTAL</b>		<b>170</b>	

Luego de las 45 notas (26,2%) en que las mujeres aparecen mayoritariamente en el rol de artista o personaje de farándula, como se aprecia en la tabla anterior, están 24 notas en las que se encuentran 'otros' roles (14%), y enseguida, viene el rol de mujer en profesiones "no femeninas" en 10 notas (6%), pero también modelos, en 9 notas (5%), trabajadoras en 7 (4,1%), víctimas de violencia de género también en siete; madres y artistas en 6 (4%): Se repara en que estos roles identificados, aparte del de "otros" suman 33, es decir que no superan el número de mujeres que aparecen en el rol de artistas o celebridades. Para efectos del presente análisis, se repara en el hecho de que en dos notas, las mujeres aparecieron en un doble rol: madres, esposas, trabajadoras y víctimas o sobrevivientes de violencia de género.

En las notas en las cuales se codificó el rol de mujer en profesiones no "femeninas", transgresoras de normas, o rebeldes, se destacaron la de Carina Vance, quien es la primera ministra que no se ajusta a la norma de la heterosexualidad en Ecuador; una sobre la trayectoria internacional de cuatro cineastas ecuatorianas; una, que corresponde al perfil de la cantante y karateca londinense Jeaneth. Y de ahí en adelante una nota, respectivamente, sobre mujeres que ejercen trabajo intelectual y científico; mujer joven embarazada que delinque; dos mujeres boxeadoras; dos mujeres barrenderas y cabezas de hogar; mujeres que tocan la batería; mujeres agricultoras; activistas, madre de artista juvenil que busca la fama; doce latinas en lista de mujeres valientes, elaborada por Newsweek; mujeres en el poder político y víctimas de violencia; obra social femenina;

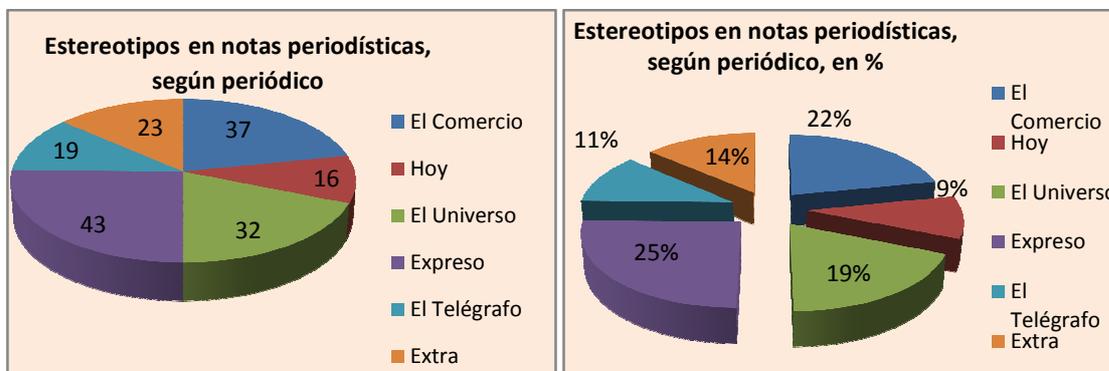
sobre la relación entre mujeres: ellas en cargos políticos ecuatorianos; una delincuente; una sobre cantante y activista de lo homosexual; dos mujeres activistas pro medioambiente; una mujer rural y activista; una sobre mujeres japonesas y su lucha después del tsunami. De esas piezas periodísticas, El Comercio y El Telégrafo fueron los que concentraron mayores notas con ese tipo de papeles femeninos, con cinco y cuatro notas, respectivamente.

En cuanto a los **estereotipos sobre las mujeres**, la mitad de las 170 notas con mujeres en titulares tuvo ese tipo de marcas dadas a lo femenino. Los estereotipos más frecuentes correspondieron a los sociales/psicológicos.

En 29 notas (17%), se ubicaron patrones alrededor del ámbito privado: las mujeres únicamente como amas de casa, madres de familia, sumisas, obedientes, abnegadas, religiosas y piadosas. Luego, en orden descendente, estuvieron: 20 notas (12%) con estereotipos físicos, 11 (6%) con estereotipos éticos, 10 (6%) con otros estereotipos, 5 (3%) con estereotipos intelectuales, 4 (2%) con estereotipos físicos e intelectuales, 2 (1%) con intelectuales y sociales, y una nota (0,5%), respectivamente, con estereotipos físicos y sociales, físicos y éticos, sociales y otros, y físicos, intelectuales y éticos.

En el caso de la combinación triple de estereotipos, se trató de una nota de diario El Universo, del 10 de marzo, sobre cuatro caricaturas femeninas y sus discursos; específicamente, esta pieza se destacó por presentar marcas trilladas sobre lo femenino pero, al mismo tiempo, un intento por romper con las mismas. Así se dice que “la mujer maravilla” ha evolucionado y si bien se muestra como “una mujer independiente y guerrera, sigue amarrada al juego de ser una *sex symbol*”. En el caso de Mafalda, se señala que “es una niña, pero su razonamiento es de adulto (...)” y “no es representativa [únicamente] de lo femenino”. De Aleida, en cambio, se la define como “una profesional que se acerca –muy tranquilamente- a los 40, de estado civil disponible, que no les come cuento a los tipos porque cree que los conoce bien, pues de ellos ha sido víctima y victimaria”. Finalmente, la nota destaca que esas mujeres, incluidas Pucca, son diseñadas por hombres y se pregunta: “Serían distintas si sus creadoras fueran mujeres?”.

A partir de esa información, es posible señalar que **los estereotipos aplicados a las mujeres se hallan en la prensa nacional tanto en información sobre las mujeres en la vida real como en la ficción**. Desde ambos ámbitos, entonces, se están construyendo o de-construyendo esos patrones o cualidades de conducta que se han naturalizado alrededor de las mujeres.



Por medios de comunicación, el diario que presentó mayor número de estereotipos de las 85 notas con ese tipo de marcas generalizadas sobre lo femenino fue El Comercio con 19 notas (22%); luego, en orden descendente, estuvieron: El Universo con 17 notas (20%), Expreso con 14 (16%), Extra con 13 (15%), Hoy con 11 (13%) y El Telégrafo con 8 (9,4%).

Si partimos de la diferenciación entre la prensa pública y la privada, es posible señalar que esta incluye más estereotipos sobre las mujeres tanto en portadas como en secciones de farándula y judiciales.

Al revisar los **discursos sobre estereotipos** se observó que, de las 170 notas analizadas, un 47,6% (81 notas) no mencionó, aludió, cuestionó o reforzó esas marcas trilladas alrededor de las mujeres. En cambio, 47 notas (27,65%) las enunciaron mientras que 21 notas (12,35%) las cuestionaron frente a nueve notas (5,30%) que las conservaron o reforzaron. En 12 notas (7,05%), los estereotipos no se enunciaron pero se aludió a los mismos de forma implícita.

A partir de esos datos es posible el señalar que **los periódicos nacionales son, de cierta manera, espacios de confrontación discursiva entre ideas que construyen a las mujeres**; en unos casos, haciendo diferencias socio-sexuales y, en otros, estrechando esas desigualdades.

Entre los primeros, por ejemplo, estuvieron piezas sobre cantantes o actrices de quienes se destacó su aspecto físico más que sus talentos artísticos o, como sucedió, con una nota del 5 de marzo sobre Yoko Ono en la cual El Universo destacó su condición de “viuda de John Lennon” más que su mérito por alcanzar un premio internacional en artes plásticas. Al otro extremo, en cambio, estuvieron piezas como la de El Telégrafo del 6 de marzo sobre una mujer joven con discapacidad física en el 60% de su cuerpo que, pese a ello, estudia y anhela una movilidad social hacia arriba para ella y su familia.

Cuando el discurso sobre estereotipos no aplicó, Expreso fue el que expuso mayor cantidad de esos casos, con un total de 28 notas. El periódico que en mayor medida cuestionó los estereotipos sobre mujeres fue El Comercio, con seis notas; al otro extremo, estuvo El Universo que presentó una sola nota que hizo frente a los estereotipos.

Los casos en los cuales los estereotipos sobre mujeres se conservan y refuerzan, se concentraron, principalmente, en el Extra con cuatro notas. Luego se ubicaron, en orden descendente, El Universo con dos y El Comercio, Expreso y El Telégrafo, con un solo caso respectivamente.

##### **5. Las mujeres en la función de tema en las notas periodísticas: comparación de algunas variables**

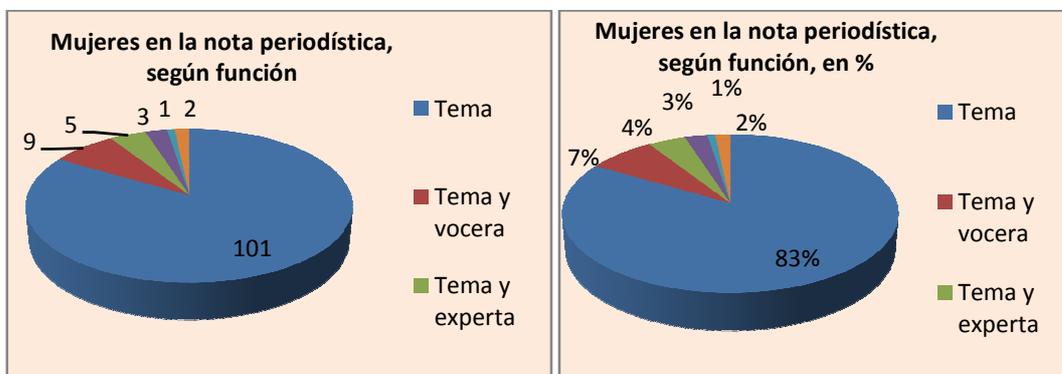
En líneas precedentes, se registró que 463 mujeres con funciones diversas se incluyeron en las 170 notas sistematizadas durante la primera semana de análisis. En esta sección que enfatiza en el cruce de ciertas variables, se consideró las piezas en las cuales las mujeres presentadas tuvieron las funciones de tema, expertas o comentaristas y voceras; es decir, tuvieron un papel de protagonismo en el contenido escrito de los seis periódicos analizados.

En esas funciones, se registraron 270 mujeres en 121 notas; de ese total de piezas, 101 (83%) registró historias sobre mujeres o sobre algo que hicieron o dijeron. En orden

descendente, se ubicaron nueve notas (7%) con presencia femenina en los papeles de tema y vocera, cinco (4%) con mujeres como tema y expertas, tres (3%) con mujeres como vocera y una (1%) con mujeres como vocera y experta.

En dos piezas (2%), con las cuales se completarían las 121 notas, se ubicaron las tres funciones protagónicas. En una nota del 8 de marzo de Hoy, se abordaron las desigualdades entre hombres y mujeres en educación, participación política y derechos sociales y económicos; alrededor de esas cifras habló una representante de la Comisión de Transición del Consejo de Participación de Mujeres mientras que una catedrática se refirió a las actividades del ámbito privado y del ámbito público de la mujer.

En cambio, el 5 de marzo, en el cuadernillo “Líderes” de El Comercio, se publicó una nota sobre la presencia femenina en los sectores educativo, financiero, salud y turismo; alrededor de la información se pidió la opinión de tres expertas, una mujer fue vocera mientras que otras seis fueron parte del tema.



A partir de esos datos, se colige que **los diarios buscaron de las mujeres sus historias más que su voz como expertas o voceras de alguna institución pública.** Para precisar cuáles mujeres fueron tema, se cruzó esa variable con el tema; es decir, el papel con el asunto sobre el cual se escribió alrededor de las mujeres de esas 101 notas.

### Mujeres en titulares, función y tema

De las 121 notas con mujeres como tema, vocera y experta, 39 (32%) sobre celebridades tuvieron a las mujeres como tema mientras que en solo una de ellas la presencia femenina cumplió el papel de vocera. Tras las notas sobre mujeres famosas, se ubicaron 16 (13%) sobre delitos violentos; en 14 de estas, las mujeres fueron tema, mientras que en las dos restantes, la presencia de ellas cumplió, respectivamente, la función de vocera y experta.

En orden descendente, 11 piezas (9%) sobre artes, siete (6%) sobre delitos no violentos, tres (2,4%) sobre medios, dos (1,6%) sobre activismo, dos sobre la participación en el proceso económico, dos sobre delitos no violentos y celebridades, dos sobre violencia de género y dos sobre deportes tuvieron también a las mujeres como tema.

La función con menor frecuencia fue la que combinó vocera y experta, con una nota (1%); pero esos papeles resultaron ser parte de una pieza sobre violencia de género que, en la siguiente sección, será analizada a profundidad junto a otras siete piezas sobre ese asunto que es primordial para este trabajo.

### Función de las mujeres en las notas periodísticas por temas y número de las notas

Tema de la nota / Función de las mujeres	Como Tema	Tema y vocera	Tema y experta	Vocera	Vocera y experta	Tema, vocera y experta	Total general
Mujeres en el poder político			1				1
Mujeres en el poder político y violencia de género		1					1
Otros aspectos de política			1				1
Otras notas en política	1						1
Participación en proceso económico	2					1	3
Participación en proceso económico y educación	1						1
Medicina		1					1
VIH/Sida				1			1
Otros temas en ciencia	1						1
Educación	1						1
DD.HH.						1	1
DD.HH. Y activismo		1		1			2
Religión	1						1
Migración	1						1
Activismo	2	1					3
Sistema judicial				1			1
Delitos no violentos	7						7
Delitos no violentos y celebridades	2						2
Delitos violentos	14	1	1				16
Violencia de género	2		1		1		4
Abuso infantil	1						1
Desastres		1					1
Celebridades	39	1					40

Como se observa en la tabla anterior, hay gran diferencia no solo entre las notas con mujeres como tema (101) frente a notas con presencia femenina en las otras funciones protagónicas. También, hay una brecha entre 39 notas sobre mujeres famosas que son tema frente a otras piezas con presencia femenina en otras funciones y en otros asuntos; en ese sentido, se puede decir que un tercio del total de notas con mujeres en funciones protagónicas se centraron en un solo tema: celebridades; de allí que se concluya que **no** hay una diversidad temática alrededor de la **presencia femenina que, además, es representada de forma más recurrente en asuntos relacionados con el espectáculo, el entretenimiento, y la farándula**; mientras que, en segundo lugar, las mujeres son expuestas desde el crimen, el delito, y la tragedia.

### **Mujeres en la función de tema según tema, ocupación, grupo etario y grupo étnico**

Como se mencionó en líneas precedentes, la función como tema en las notas periodísticas analizadas tiene gran peso; puesto que representa el 83% del total de notas con mujeres en funciones protagónicas (121) y el 59% del total de notas con mujeres en ese tipo de papeles y funciones no protagónicas (170).

En ese sentido, este apartado considera únicamente a las 101 notas con 191 mujeres sobre quienes se escribió una historia con contenido periodístico; es decir, tuvieron papeles protagónicos. En ese nuevo universo de análisis, se ubicaron las representaciones femeninas y el tratamiento que recibieron en cuanto a estereotipos.

De esas 191 mujeres, **todas estuvieron en notas con titulares relacionadas con lo considerado como femenino**. Alrededor de esa función como tema, se hizo una lectura considerando la temática como su ocupación, su edad y su fisonomía.

De acuerdo con la distribución de las mujeres en función de tema según el asunto abordado y la ocupación, 86 mujeres (45%) estuvieron relacionadas con el mundo de las celebridades; de hecho, 33 de ellas se registraron como mujeres famosas, una de ellas como una mujer joven famosa y cuatro pertenecientes a la realeza.

El segundo y el tercer tema con mayor frecuencia de mujeres fueron artes y entretenimiento y delitos violentos, con 20 y 19 de ellas, respectivamente. Al otro extremo, con una mujer por asunto tratado, estuvieron: temas de ciencia, religión y patrones estéticos.

Del total de notas (101), 39 (38,6%) fueron sobre el tema celebridades; 11 (11%) sobre artes y entretenimiento, y 14 (14%) sobre delitos violentos. A partir de esos datos, se colige que la prensa nacional presenta a las mujeres en asuntos relacionados más bien con lo intrascendente, con lo que no contribuye a construir lo femenino de una manera diferente. Las mujeres están presentes en un tema, celebridades, que hace alusión a mundos poco identificados con mayorías poblacionales, también ajenas a las realidades de un país como el Ecuador; que además tampoco tienen vinculación con saberes y creencias que podrían corresponder mejor a las necesidades de las mujeres actuales y a las diversidades que caracterizan al país.

También es visible en la tabla anterior que temas de mayor trascendencia, que permitirían romper ciertos estereotipos, son presentados de manera tangencial. Por ejemplo, una nota que involucra a dos mujeres en el asunto de educación resultó interesante porque no solo registró la historia de una madre adoptiva y su participación

en la formación de dos hijos, un niño y una niña, de trabajadoras del sexo, sino que rompió la idea tradicional de la maternidad biológica, al mismo tiempo que desafía estereotipos sociales, también vinculados al género. La pieza se publicó en la edición del 7 de marzo de El Telégrafo, en la parte superior derecha de primera plana y tuvo como antetítulo la frase: “La maternidad más allá de la biología”.

Al cruzar, el tema, el número de mujeres en notas, el grupo etario y la fisonomía, como se registra en la tabla a continuación, se observó que en 26 notas sobre celebridades no se identificó la edad de las mujeres mientras que, en las 13 notas restantes, las edades de las mujeres estuvieron entre los 19 años y 65 o más.

La no identificación de la edad fue la tendencia mayoritaria, se presentó en 59 (58%) de las 101 notas con presencia femenina en la función de tema. Con 44 notas de diferencia, en segundo lugar, se ubicaron 15 piezas (16%) en las cuales las mujeres tuvieron una edad comprendida entre 19 y 34 años. Al extremo, con una sola nota (0,9%) estuvo el registro etario de 50 a 64 años, y de 65 y más.

En el caso de la fisonomía, 58 (57%) de las 101 notas con mujeres como tema tuvieron fotografías a partir de las cuales se codificó esa variable. De ese número, 52 notas (51%) presentaron a mujeres blancas o mestizas, tres (2,9%) graficaron con mujeres negras, una nota (0,9%) lo hizo con una mujer mestiza y una negra, otra (0,9%) lo hizo con una mujer de tez morena y en otra (0,9%) no se pudo identificar.

Esos datos demostraron que la presencia femenina de **indígenas y montubias fue nula** en una semana marcada por la celebración del Día internacional de la mujer, y **las mujeres negras fueron escasamente representadas**. En los seis diarios, se optó por construir gráficamente a las mujeres desde una mirada blanco-mestiza que, en su mayoría, hizo referencia a un tema de espectáculos.

**Mujeres en titulares por tema, grupos de edad y fisonomía**

Tema	# de mujeres	Grupos de edad	Fisonomía	Total de notas
Otras notas en política	3	No se identifica	No se identifica	1
Participación en proceso económico	3	Menor de 12 / 19 - 34 años/ No se identifica	Blanca/ mestiza	2
Participación en proceso económico y educación	3	Menor de 12 / 19 - 34	Blanca/ mestiza	1
Otros temas en ciencia	1	19 - 34 años	Blanca/ mestiza	1
Educación	2	Menor de 12/ 50 - 64/ No se identifica	Blanca/ mestiza	1
Religión	1	No se identifica	Blanca/ mestiza	1
Migración	2	No se identifica	Blanca/ mestiza No se identifica	1
Activismo	3	19 - 34/ No se identifica	Blanca/ mestiza No se identifica	2
Delitos no violentos	12	19 - 34/ No se identifica	Blanca/ mestiza No se identifica	7
Delitos no violentos y celebridades	3	No se identifica	Blanca/ mestiza No se identifica	2
Delitos violentos	19	No se identifica	Blanca/ mestiza	14

			No se identifica	
<b>Violencia de género</b>	3	Menor de 12/ 19 - 34	No se identifica	<b>2</b>
<b>Abuso infantil</b>	2	No se identifica	No se identifica	<b>1</b>
<b>Celebridades</b>	86	19 - 34/ 35 - 49/ 50- 64/ 65 y más/ No se identifica	Blanco/ mestiza Negra Otra No se identifica	<b>39</b>
<b>Artes y entretenimiento</b>	20	No se identifica	No se identifica Blanco/ mestiza	<b>11</b>
<b>Medios</b>	4	No se identifica	Blanca/ mestiza No se identifica	<b>3</b>
<b>Certámenes de belleza</b>	7	19 - 34/ 12 - 18	Blanco/ mestiza	<b>6</b>
<b>Deportes</b>	9	Menor de 12/ 19 - 34/ 65 y más	Blanco/ mestiza	<b>2</b>
<b>Mujer joven</b>	2	12 - 18	Blanco/ mestiza	<b>1</b>
<b>DD.HH. Y otros temas mujer joven</b>	3	No se identifica	No se identifica	<b>1</b>
<b>Rol de mujer en la familia</b>	2	No se identifica	No se identifica Blanco/mestiza Negra	<b>1</b>
<b>Patrones estéticos</b>	1	No se identifica	Blanco/ mestiza	<b>1</b>
<b>Total general</b>	<b>191</b>			<b>101</b>

### Características de contenido en las notas periodísticas

En este apartado, se analizaron las 101 notas con 191 mujeres como tema, poniendo énfasis en las variables de estereotipos y discursos al respecto. De ese número de piezas, 54 (53%) no presentaron estereotipos, sí 47 (47%), con 95 mujeres.

#### Estereotipos y entorno

Estereotipos	Total general	# de mujeres	Doméstico	Laboral	Lúdico	Neutro	N/A	Doméstico y neutro	Total general
Físicos	<b>14</b>	36	1		1	9	3		<b>14</b>
Físicos e intelectuales	<b>3</b>	3				3			<b>3</b>
Físicos y sociales	<b>1</b>	6			1				<b>1</b>
Físicos y éticos	<b>1</b>	1				1			<b>1</b>
Sociales	<b>17</b>	33	2	2	2	6	5		<b>17</b>
Éticos	<b>5</b>	9				2	3		<b>5</b>

Otros	6	7				2	4		6
N/A	54	96	3	1	1	17	31	1	54
<b>Total general</b>	<b>101</b>	<b>191</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>40</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>101</b>

El mayor número de estereotipos fueron sociales/psicológicos, es decir, estereotipos de las mujeres relacionados, sobre todo, con sus tradicionales roles de amas de casa y madres de familia, pero también, extrapolando, trabajadoras sexuales; entre esos dos roles, estereotipos atribuidos se refieren a mujeres sumisas, sometidas, subordinadas, dependientes, abnegadas, tradicionales, sensatas y prudentes, religiosas o piadosas, o seductoras, sensuales/sexis, provocativas,

El entorno mayoritario en el cual se presentaron imágenes fotográficas de las mujeres a las cuales se aplicaron estereotipos, fue más bien neutral, frente a entornos como el doméstico, el laboral o el lúdico, como evidencia la tabla anterior.

Entre las notas que incluyeron estereotipos de género, estuvieron, por ejemplo, una sobre la actriz Natalie Portman, de quien se dijo que retornará a la pantalla “después de que el año pasado se convirtió en madre, razón que la llevó a alejarse de las cámaras cuando vivía el mejor momento de su carrera”. A partir de esas frases, la pieza enfatizó en la separación tradicional del papel femenino en los ámbitos privado y público, dando por hecho que la maternidad impide la participación de la mujer en el mercado de lo laboral.

En esa misma línea, otra nota sobre el asalto a una mujer con discapacidad física introdujo ese hecho con la siguiente frase: “Sin considerar que era una mujer con discapacidad”, por medio de la cual se victimizó a una guayaquileña no solo por su condición de género sino, además, por su condición física. En cambio, una pieza sobre la decisión de una persona de los medios nacionales de incursionar en el canto, estuvo acompañada por la imagen de la presentadora en terno de baño, enfatizando en su aspecto sensual más que en sus aptitudes artísticas para asumir el canto como profesión.

Pero también hubo notas que, de cierta manera, enunciaron desafíos para los estereotipos sociales. Así, una pieza sobre la combinación de roles femeninos en los ámbitos privado y público, que se graficó con la imagen de una fotógrafa que retrata la maternidad en su condición de madre. Esta nota se publicó casi a página entera en la edición del 8 de marzo de El Comercio, que difundía, además, una información que cuestionaba la impunidad de quienes ha ejercido violencia física y sexual en mujeres ecuatorianas y colombianas. Sobre esta nota periodística y otras siete adicionales, se presentan detalles más adelante, en párrafos centrados en la violencia de género como tema, para la representación de las mujeres en los diarios nacionales.

Luego de los estereotipos sociales, estuvieron las marcas físicas que se registraron más en textos que en imágenes sensuales de mujeres. Así, hubo notas sobre ecuatorianas aspirantes a Miss Ecuador a quienes se les entrevistó sobre sus planes en el caso de que obtengan el reinado de belleza sin buscar una conexión con su trayectoria académica y profesional. De hecho, a esto último se le dedicó un pequeño espacio a manera de información adicional alrededor de la mujer como tema.

Otra nota sobre un nuevo programa de televisión llamado “Reinas” presentó inconsistencias entre el objetivo de ese producto mediático -llegar con el mensaje de que las ecuatorianas deben ser quienes reinen no solo por su físico- con la postura de la

presentación sobre quien se dijo que bajó alrededor de 30 libras para “demostrar que el hacer dieta o ejercicio no se lo hace únicamente por vanidad, sino que refleja salud, vitalidad y más que nada ayuda a incrementar la autoestima”.

En términos generales **de las 47 notas** en las cuales se identificaron estereotipos, **solo dos los desafiaron o cuestionaron**, dato por demás significativo, pues alude a que la prensa ecuatoriana de circulación nacional no está interesada en construcciones de lo femenino que disientan de los conceptos tradicionales y estereotipados que encasillan a las mujeres en determinados roles y atributos dados socialmente y reforzados también mediáticamente.

Una fue una entrevista a la Presidenta de la Asociación de Mujeres Rurales del Ecuador en la cual se presenta a la mujer como sujeto de derechos al mencionar que: escapó a los 14 años de edad para demostrar su oposición a un matrimonio acordado, lideró una lucha para condonación de deudas y su defensa actual por la igualdad jurídica de las mujeres rurales. Esa nota que se publicó en Hoy, del 5 de marzo de 2012, fue destacada en primera plana, la portada del cuadernillo “Vida Diaria” y se desplegó en dos páginas.

Otra pieza fue sobre la organización de la primera edición de la “Marcha de las putas”, que se originó en Canadá en 2011, en la cual se registra por varias ocasiones que ese movimiento va en contra de las posturas estereotipadas alrededor de cómo la mujer debe vestir o comportarse para evitar ser violentada o discriminada. Además, se registra la movilización tanto de hombres como de mujeres para el efectivo cumplimiento del artículo constitucional que habla sobre el derecho a la libertad de estética. Pese a que solo hay una fuente personal, se mencionan fuentes institucionales y se grafica con una imagen en un escenario lúdico alrededor de un grupo de artistas, hombres y mujeres, que ensayan un *performance* o acto de arte en vivo.

De las 17 notas con estereotipos sociales, solo dos desafiaron los estereotipos mientras que 12 los enunciaron, dos los conservaron y en una se aludió a ellos. De las 14 notas con estereotipos físicos, ocho los enunciaron, cuatro los conservaron y dos aludieron a las ideas de que la mujer debe ser bella, voluptuosa, exuberante y artificial.

En otros estereotipos se contaron ideas preconcebidas sobre mujeres migrantes, de clase y de acciones al margen de la ley. Ese tipo de marcas se registró en seis notas con siete mujeres mientras que hubo cinco notas con estereotipos, tres con físicos e intelectuales, y una nota, respectivamente, con estereotipos físicos y éticos, y físicos y sociales.

### **Esterotipos en temas de violencia de género**

A partir del objetivo de investigación de este proyecto, se hizo un análisis exhaustivo de las notas que abordaron la violencia contra las mujeres. **Así de las 170 notas con mujeres en titulares, se ubicaron ocho (4,7%) sobre esta temática.**

Los periódicos que trataron en mayor medida ese tema fueron El Comercio, Hoy y El Universo, con dos notas (25%) por cada uno; en cambio, Expreso y Extra publicaron, respectivamente, una nota (12,5%).

De las ocho notas sobre violencia, seis (75%) fueron sobre violencia de género mientras que hubo una nota (12,5%) sobre violencia de género y mujeres en el poder político y otra (12,5%) sobre violencia de género y delitos violentos. Explícitamente, las notas de El

Comercio se refirieron a femicidio como tema, explicándose en una de ellas que “este delito tiene como componentes el ensañamiento y la violencia extrema contra una mujer”.

A partir de esos datos, una primera conclusión es que **la violencia de género no es un tema que la prensa trata con recurrencia puesto que representa apenas el 4,7% del universo de notas.** Por los cruces con otras temáticas, se advirtió que las variantes del tema estuvieron relacionadas con la violencia social y política.

De las ocho notas relacionadas con violencia de género, el 50% no tuvieron autoría mientras dos notas (25%) fueron realizadas por mujeres que incluyeron a víctimas de violencia de género pero, también, a otras mujeres como expertas y comentaristas. Hubo una nota (12,5%) realizada por un hombre en la cual la mujer estuvo en la función de tema mientras otra nota (12,5%) realizada por un equipo y en la cual la mujer fue tema, vocera y contó su experiencia personal.

Aunque en la mayoría de las notas sobre violencia de género no fue posible identificar al autor, **resultó importante destacar que, cuando las piezas fueron realizadas por mujeres, el tema fue construido visibilizando varias funciones de las mujeres;** ello pudo deberse a que, por su condición de mujer, fueron más afines y sensibilizadas por los hechos narrados.

En la tabla a continuación, se registran las variables de roles, estereotipos y la tendencia del discurso sobre estos últimos. Sobre los roles de las 43 mujeres incluidas en las ocho notas, se destaca que los más frecuentes fueron los de esposas y víctimas/sobrevivientes de violencia de género, apareciendo en cinco (62,5%) de las ocho notas analizadas. En cambio, el rol de madre se presentó en tres notas (37,5%), el de madre en dos (25%) y el de mujer rebelde o en profesión “no femenina” estuvo en una (12,5%).

#### Roles, estereotipos y discurso en notas sobre violencia de género

Nota #	Tema	Caso	Mujeres #	Roles	Estereotipos	Discurso sobre estereotipos
1	Violencia de género y delitos violentos	Asesinato de una joven madre en Quito	3	Esposa	N/A	N/A
2	Violencia de género	Asesinato de joven mujer por celos	2	Esposa y víctima de violencia de género	Éticos	Se alude a ellos
3	Femicidio	Cinco historias de mujeres marcadas por la violencia y la impunidad	7	víctima de violencia de género y profesionales	Sociales	Se enuncia pero no se refuerza ni desafía
4	Mujeres en el poder político y violencia de género	Las historias de éxito de las mujeres se mezclan con otras de dolor y violencia	11	esposas, víctimas/sobrevivientes de violencia de género y mujer en profesiones no "femeninas"	N/A	N/A

5	Violencia de género	Tres historias de mujeres colombianas desfiguradas por ataques con ácido	6	Esposas, trabajadoras y sobrevivientes de violencia de género	Físicos	Se enuncia pero no se refuerza ni desafía
6	Violencia de género	Mujer fue torturada y embalsada por su pareja	1	Madre y víctima de violencia de género	Éticos	Se alude a ellos
7	Violencia de género	Asociaciones feministas critican informe de la Real Academia de la Lengua sobre usos sexistas en el lenguaje	6	Trabajadoras	Intelectuales	Se cuestiona
8	Femicidio	Informe sobre femicidios en Ecuador	7	Esposas/convivientes y madres	N/A	Se alude a ellos

En relación con los estereotipos sobre las mujeres, en el gráfico anterior es visible que en tres piezas (37,50%) la variable no aplicó puesto que se trataron de notas que no hicieron mención a esas marcas trilladas sobre lo femenino. No obstante, en la el caso 8, correspondiente a “Informe sobre femicidios en Ecuador” se aludió, de cierta manera, a estereotipos éticos/morales cuando se registraron dos historias de mujeres, de 17 y 30 años respectivamente, quienes estaban embarazadas y fueron agredidas por sus parejas. De estas últimas, no se menciona que fueran esposos.

Luego se ubicaron dos piezas (25%) en los cuales hubo una recurrencia de estereotipos éticos y morales; luego, se ubicaron con un caso (12,5%) los estereotipos físicos, intelectuales y sociales.

Cuando a las mujeres se les asignó el rol de esposas y víctimas o sobrevivientes de violencia de género, fueron ubicadas también bajo estereotipos de tipo ético y moral; lo que da cuenta de que **el tratamiento informativo sobre su situación de violencia estuvo marcado por el prejuicio y una visión negativa**. En consecuencia, es probable que por encima de su condición de vulnerabilidad en esta situación de riesgo, haya primado una tendencia a juzgarlas.

Alrededor del discurso, se observó que en tres notas (37,5%) no hubo palabras que construyeron negativamente a la mujer. En esa misma tendencia, tres notas más (37,5%) no enunciaron estereotipos, aunque sí aludieron a los de carácter éticos/morales. Sólo una nota (12,5%) cuestionó las diferencias entre hombres y mujeres al registrar que la Real Academia Española (RAE) es un organismo que, desde 1979, ha aceptado únicamente a siete mujeres como sus miembros; de allí, que sus informes sean sexistas.

En consecuencia, **si bien el discurso sobre los estereotipos de las notas de violencia de género no tiende a reforzarlos, no hay disposición mayoritaria a que se los cuestione o desafíe**, hecho que resulta preocupante si se toma en cuenta que la temática, estrechamente relacionada con la vida y el bienestar de las mujeres, es tratada desde términos aparentemente neutrales.

## 6. Algunas conclusiones

1. En la primera semana de análisis, la producción de la prensa nacional estuvo marcada por una tendencia mayoritaria a incluir mujeres en las notas periodísticas de primera plana y de las secciones sobre contenidos judiciales y de espectáculos.
2. De las 862 notas contabilizadas en esos tres espacios de cada uno de los seis diarios, 673 (78%) registraron presencia de mujeres; no obstante, solo 185 (21,4%) de ese total, destacaron a las mujeres en titulares y apenas 15 (1,7%) se repitieron en portada y secciones.
3. Sin considerar las notas duplicadas, una de cada cinco notas en primera plana y en esas dos secciones tuvo a las mujeres como protagonistas, tanto en el medio público como en los privados. En ese sentido, se establece que la prensa incluye a mujeres en sus notas de manera constante, aunque ello no signifique que esa presencia no sea discriminatoria e incluso sexista, si se considera la aplicación de estereotipos y la tendencia de los discursos al respecto.
4. De las 170 notas con mujeres en titulares, 94 (55%) correspondieron a piezas sobre espectáculos y farándula, a partir de lo cual se evidencia que los medios están produciendo una imagen distorsionada de las mujeres en la sociedad, al destacar su protagonismo en secciones consideradas *light* o de espectáculos y entretenimiento o sucesos diversos, frente a otros contenidos considerados fuertes, como política o economía.
5. Si bien en números, la presencia de mujeres casi duplicó a la de los hombres en las 170 notas periodísticas, la lectura de ese resultado considerando variables como el tema de la información, zona y ámbito geográfico, así como la fisonomía, demostró que los medios hacen diferencias entre mujeres. Cumpliendo la función de tema, las mujeres más presentes en las notas periodísticas fueron blanco-mestizas de procedencia nacional e internacional, en asuntos relacionados con farándula y el crimen. Y en cuanto a grupos de edad, no hubo mayoritariamente mujeres jóvenes ni de la tercera edad.
6. Las mujeres ecuatorianas de las ciudades principales tuvieron mayor presencia que las de otras ciudades menores. Esta evidencia implica, además, que las mujeres de provincias o de zonas rurales tienen menos representación mediática, lo cual permite pensar que los medios reflejan, también en cuanto a las mujeres, una realidad de marginación y que contribuyen a profundizarla.
7. Cuando la autoría de las notas analizadas correspondió a mujeres, se observó que abordaron temas estrechamente vinculados a asuntos políticos, económicos, sociales o sobre problemáticas relacionadas con lo femenino. Sin embargo, la mayoría de notas (92) no tuvo autor y correspondió a notas de espectáculo internacional. En ese sentido, se colige que hay una limitada sensibilidad con respecto a las mujeres y su presencia mediática, entre quienes están produciendo contenidos periodísticos con y sobre ellas.
8. Se evidenció además que el estado civil de las mujeres en general, y de las protagonistas de las notas periodísticas, en particular, no fue de interés mediático. Lo que sí llamó la atención de los medios fue la ocupación: el 34,11% de las 170 notas analizadas destacó a la mujer como celebridad o persona famosa, mientras que al otro extremo quedaron profesiones como académicas o ejecutivas.

9. Las notas pertenecientes al formato noticia fueron las más frecuentes: 77% del total de 170 notas analizadas; lo cual pone en evidencia que la presencia de mujeres en la prensa responde más bien a la coyuntura noticiosa. Este resultado, a su vez, tuvo estrecha vinculación con los recursos visuales que acompañaron las notas, pues se contabilizaron 114 fotografías usadas como registro y no como información adicional o explicativa al texto.

10. En términos de roles, el de mayor frecuencia fue el de artista de espectáculos. Aunque el dato pueda significar una alteración en los imaginarios que asocian automáticamente mujeres y espacios privados y, en consecuencia, le dan mayor valor al rol de madre y al de esposa o ama de casa, pues las ubica de manera implícita como profesionales o trabajadoras, no implica rupturas cualitativas en las representaciones mediáticas de las mujeres, como se aprecia en lo que atañe a los estereotipos con los que son presentadas.

11. Aproximadamente la mitad de las 101 notas con mujeres en la función de tema en la nota periodística, presentaron todas las clasificaciones de estereotipos establecidas para el presente análisis: sociales/psicológicos, físicos, éticos/morales o religiosos, e intelectuales, en informaciones relativas tanto a piezas de ficción –cómic, por ejemplo, como a la realidad. Se subraya que los estereotipos fueron cuestionados en tan solo dos de las notas, y siete los conservaron. Entre estas tendencias opuestas del discurso sobre estereotipos, en una mayoría de 33 notas los enunciaron, y en seis, aludieron a ellos.

12. Estableciendo diferencias entre la prensa pública y la privada, esta incluyó más estereotipos sobre lo femenino en temas de farándula y crónica roja. Pero en términos generales, se concluye que, si bien el discurso de la prensa nacional no refuerza los estereotipos, no presenta ideas que los cuestione o los desafíe. De hecho, solo dos notas desafiaron esas construcciones de lo femenino al proponer que se reflexione sobre la mujer como sujeto de derechos y se cuestione sobre las ideas de cómo una mujer debe vestir y comportarse para no ser violentada.

13. La violencia de género no fue de interés para la prensa publicada entre el 5 y el 11 de marzo del 2012. El diario llamado público no registró notas sobre esa temática mientras que, en la prensa privada, solo ocho notas (4,7%) abordaron el tema. En esas piezas, cuando la autoría correspondió a una periodista, se presentó a las mujeres en diversas funciones: como tema, vocera, experta y por experiencia personal; es decir, se reconoció su posibilidad de cumplir un papel importante en los hechos periodísticos.

14. En tres de las ocho notas sobre violencia de género no hubo estereotipos; en las cinco restantes se registraron estereotipos físicos, éticos y sociales. Al igual que en las otras notas sobre otros temas, si bien los discursos no están reforzando estereotipos, no se puede decir que el trabajo periodístico represente a las mujeres sin estereotiparlas. Lo que resulta preocupante es que la violencia de género, relacionada estrechamente con la vida y el bienestar de las mujeres, es tratada de manera neutral, sin condenarla o sancionarla éticamente.

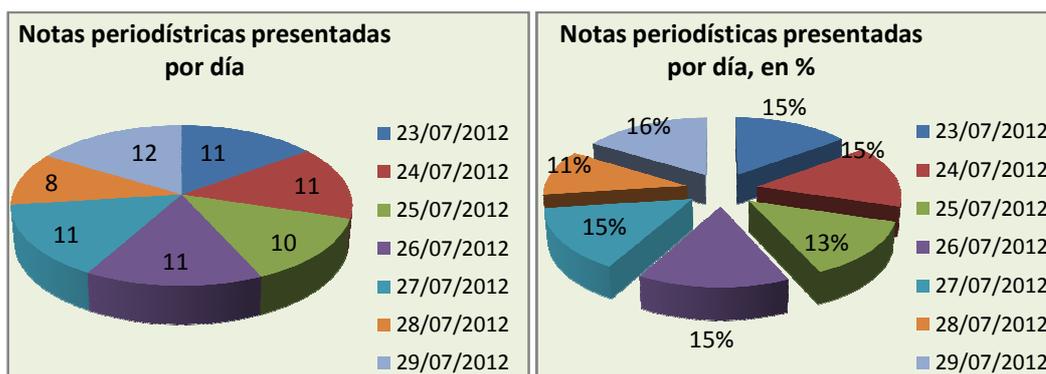
## II.2. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres en la semana de julio del 2012 (semana típica)

### 1. Portadas

Entre el 23 y el 29 de julio de 2012, 371 notas se publicaron en las primeras planas de los seis diarios analizados; lo que representó un promedio diario de 53 notas de portada. Sobre ese valor medio, se ubicaron Hoy con 86 piezas (23,19%), El Comercio con 74 (19,95%), Expreso con 63 notas (16,98%) y El Universo con 59 notas (15,90%). Con 53 (14,28%) y 36 (9,70%), estuvieron El Telégrafo y Extra.

Ese total de notas representó un 9% menos que la producción total en primera plana de la primera semana de análisis, en la cual se registraron 406 piezas periodísticas. Al igual que en ese periodo de estudio, el número de notas publicadas en julio varió según el día en una semana típica o de dinámicas corrientes en el acontecer nacional.

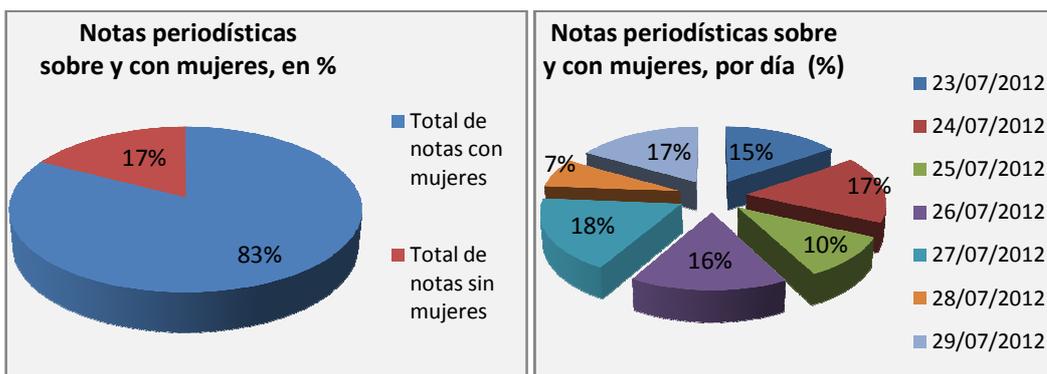
El martes tuvo el mayor número con 60 notas y, en orden descendente, se ubicaron: el domingo con 56, el jueves y el viernes con 55, lunes con 54, el miércoles con 49 y el sábado con 42.



De las 371 notas de portada, 307 (83%) incluyeron mujeres frente a 64 (17%) que no lo hicieron. Por lo tanto, **la presencia femenina en las notas de los periódicos analizados fue amplia y representó una mayoría**; pero fue preciso el establecimiento de la forma en la que aparecieron en las notas y cómo fueron construidas. Estas interrogantes se develaron mediante las variables expuestas más adelante, que fueron las mismas aplicadas a la primera semana de análisis.

El periódico que incluyó el mayor número de notas con mujeres entre los medios analizados fue Hoy con 86 casos (28,02%). Luego, se ubicaron El Comercio con 66 (21,50%), Expreso con 57 (18,56%), El Universo con 40 (13,03%), Extra con 63 (11,73%) y El Telégrafo con 22 (7,16%).

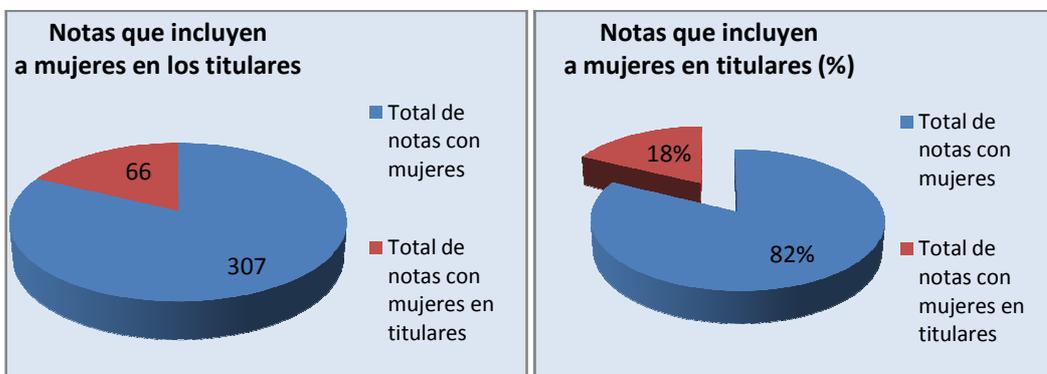
Cabe destacar que Hoy y Extra tuvieron la particularidad de que su número total de notas publicadas fue igual a su número de notas con mujeres; es decir, todas las notas de estos dos medios tuvieron presencia femenina. Además, Hoy tuvo el mayor número de notas con mujeres tanto en la primera como la segunda de análisis, mientras que el periódico público volvió a ocupar el último lugar en ambos periodos.



En una semana típica, el viernes fue el día con mayor número de notas periodísticas con mujeres al registrar 55 piezas (18%). Ese día se realizó la inauguración de los Juegos Olímpicos en Londres y, a partir de ese hecho, se destacaron notas sobre mujeres deportistas o madres que apuntalaron la trayectoria deportiva de sus hijos.

Al siguiente día, en cambio, la producción de ese tipo de notas bajó a menos de la mitad; por ello, el sábado fue el día con menor cantidad de notas con mujeres puesto que solo tuvo 22 (7%).

Como se observa en los gráficos a continuación, de las 307 notas que incluyeron mujeres solo 66 notas (18%) ubicaron a las mujeres en los titulares frente a 307 (82%) en las cuales no estuvieron. Por lo tanto, con un porcentaje un poco mayor al de la primera semana de análisis, **las mujeres de las notas que fueron presentadas en titulares constituyeron una minoría frente a las que no lo fueron.**



Extra, que se ubicó como el periódico con el menor número de notas con mujeres (36), se situó, en cambio, en primer lugar de notas con mujeres en titulares al registrar 20 casos (30%). En orden descendente, estuvieron: Expreso con 13 notas (20%), El Comercio con 12 (18%), Hoy con 11 (17%), El Universo con 6 (9%) y El Telégrafo con 4 (6%).

Al comparar los datos de las primeras planas de los periódicos durante las dos semanas de análisis, **una primera tendencia** que se identifica es que de lunes a domingo hay **permanentemente una construcción mediática de las mujeres en portadas tanto en los diarios privados como en el público**; sin embargo, esa producción de sentidos se relativiza si se considera que **una de cada cinco notas tiene presencia femenina en los titulares.**

Fecha	Incluye mujeres en titulares	No incluye mujeres en los titulares	Total de notas sobre y con mujeres
23/07/2012	12	35	47
24/07/2012	8	43	51
25/07/2012	7	25	32
26/07/2012	9	40	49
27/02/2012	9	46	55
28/07/2012	5	17	22
29/07/2012	16	35	51
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>241</b>	<b>307</b>

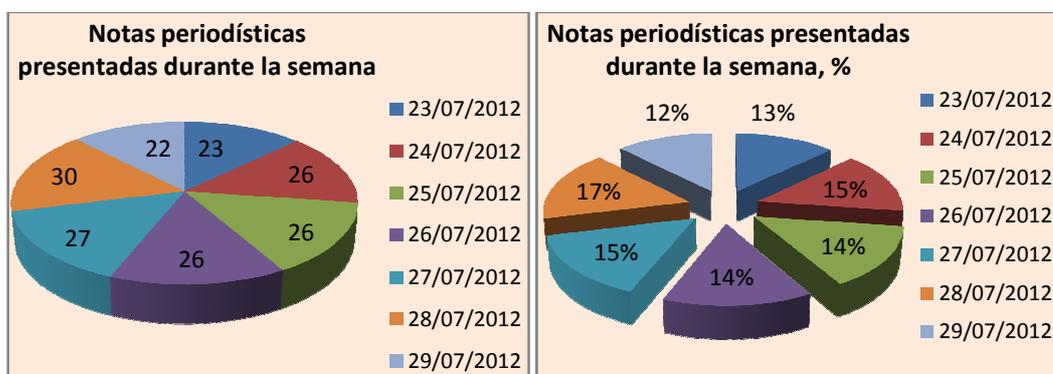
De las 66 notas con presencia femenina en titulares, el domingo fue el día en el cual se registró más piezas que destacaron a las mujeres, con 16 (24%). Al otro extremo, se ubicó el sábado con solo cinco notas (7,5%) que, además, fue el día en el cual se publicó el menor número de piezas con y sobre mujeres.

Al comparar con los resultados de la primera semana, se puede identificar otra tendencia: **los sábados** son los días de la semana que, al parecer, **las mujeres tienen menor presencia destacada en titulares.**

## 2. Secciones sobre contenidos judiciales y de espectáculos

Entre el 23 y el 29 de julio del año anterior, los seis diarios analizados publicaron 360 notas entre contenidos judiciales y de espectáculos que, prácticamente, fueron diarios en la muestra de periódicos a excepción de diario Hoy. En ese periódico, solo ciertas secciones son permanentes en el primer cuadernillo (actualidad, nacional, perspectivas, internacional y deportes), donde se publican las piezas judiciales.

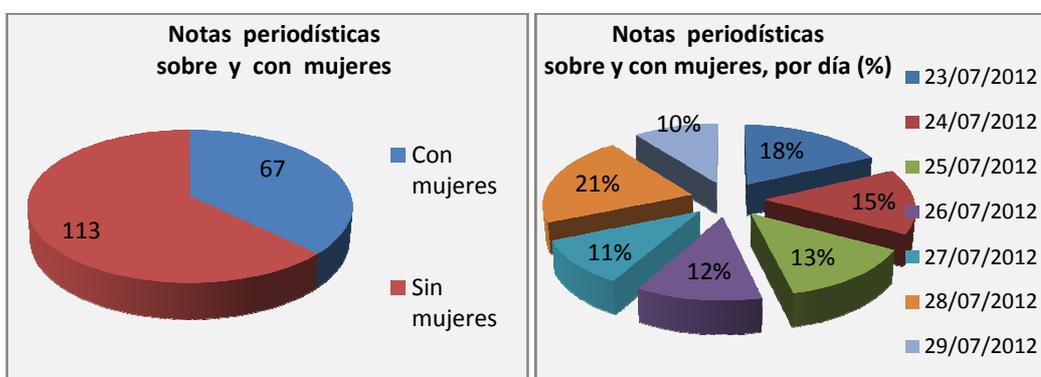
**De éstas, 180 estuvieron en la sección relacionada con lo legal y la crónica roja mientras que las otras 180 estuvieron en las piezas sobre personas famosas.** Como lo registran los gráficos a continuación, en el caso de las primeras, el promedio de notas por día fue de 26.



Bajo ese promedio, estuvieron el lunes y el domingo con, respectivamente, 23 (13%) y 22 notas (12%). En el valor medio de 26 piezas (14%), en cambio, estuvieron los días martes, miércoles y jueves mientras que sobre ese promedio estuvieron los días viernes (15%) y sábado (17%).

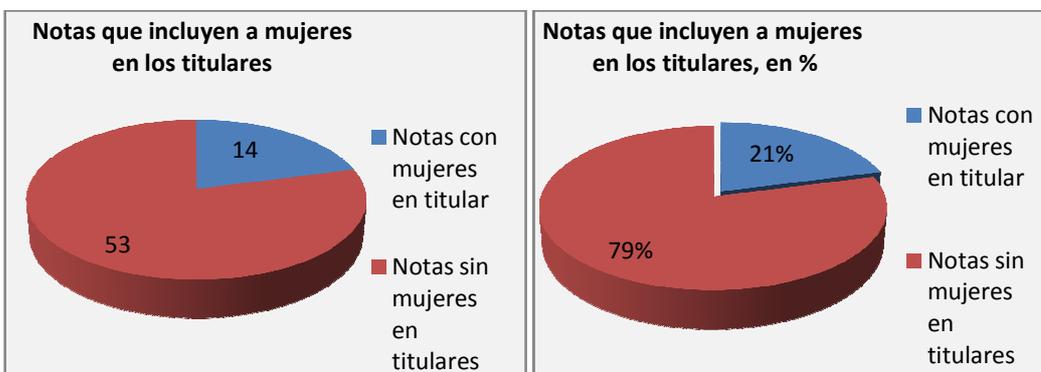
De los seis diarios analizados, no hubo notas judiciales en Hoy mientras que El Universo publicó 74 notas (41%). En orden descendente, se ubicaron: El Comercio con 33 (18%), Expreso y El Telégrafo con 27 (15%), respectivamente, y Extra con 19 (10,5%).

De las 180 notas sobre judiciales, 67 (37%) fueron notas sobre y con mujeres; es decir, una de cada tres notas tuvo presencia femenina. *En comparación con la primera semana de análisis, ese número de notas es mayor en un 4%;* sin embargo, ambos resultados dan cuenta que **no es lo común el representar a las mujeres en este tipo de secciones de los diarios nacionales.**



Por día, las notas con y sobre mujeres se concentraron el sábado cuando hubo 14 notas (20,8%) mientras que al otro extremo estuvieron el viernes y el domingo con, respectivamente, siete piezas (10%). Las 39 notas restantes se distribuyeron, en la semana, de la siguiente manera: 12 (18%) en lunes, 10 (15%) en martes, 9 (13%) en miércoles y 8 (12%) en jueves.

Al comparar con la primera semana de análisis, se constató que **el domingo es el día en el cual hay producción mínima de notas con y sobre mujeres en lo judicial.** Ese día, además, no hubo nota alguna que las incluyeran en el titular.



Si solouna de cada tres notas judiciales registró presencia femenina, esa situación se hizo más pronunciada al analizar los titulares de las piezas judiciales, puesto que

aproximadamente una de cada cinco notas con y sobre mujeres destacó la presencia de ellas.

En total, **14 (21%) de las 67 notas con y sobre mujeres incluyeron la presencia femenina como tema o en una función protagónica**, como se verá más adelante. El Universo fue el diario que concentró mayor número de ese tipo de notas, con 7 piezas (50%). La otra mitad de notas se distribuyó entre Extra (4), El Comercio (1), Expreso (1) y El Telégrafo (1).

De esas 14 notas con mujeres en titulares, cuatro notas (28,5%), respectivamente, se publicaron el lunes y el sábado que fueron los días en los cuales se registró el mayor número de ese tipo de notas, sumando en ambos días un 39% de las 67 notas.

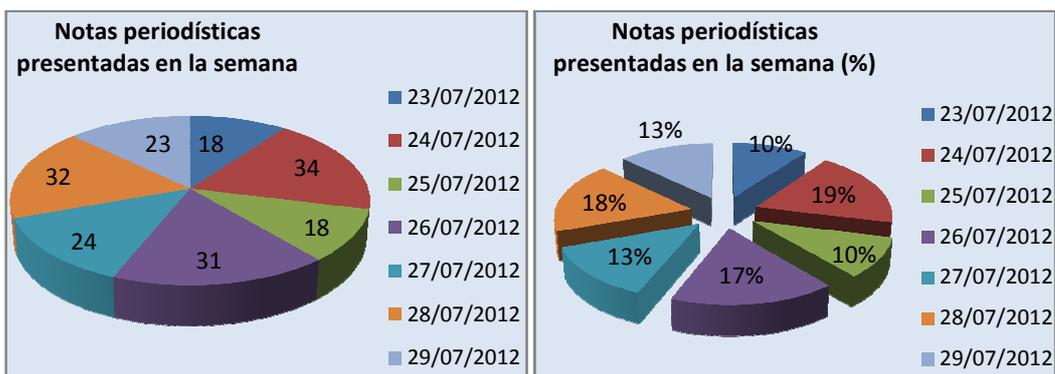
**Notas sobre y con mujeres que las incluyen en titulares**

Fecha	Incluye a mujeres en los titulares	No incluye a mujeres en titulares	Total de notas sobre y con mujeres
23/07/2012	4	8	12
24/07/2012	2	8	10
25/07/2012	1	8	9
26/07/2012	1	7	8
27/07/2012	2	5	7
28/07/2012	4	10	14
29/07/2012	0	7	7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>53</b>	<b>67</b>

Aunque el viernes en comparación al domingo, que fue otro de los días con menor número de notas con presencia femenina, tuvo dos notas con mujeres en titulares. Con ello, superó en piezas con presencia femenina a los días miércoles y jueves, e igualó al día martes, como se registró en la tabla anterior.

En cuanto a las **notas sobre o con mujeres famosas** o relacionadas con los espectáculos, se identificaron **180 en las secciones de farándula o espectáculos de los seis diarios** analizados entre el 23 y el 29 de julio de 2012. Es decir, al día se publicó 26 piezas en promedio.

De ellos, El Comercio fue el que concentró el mayor número de piezas con 82 (46%); luego, en orden descendentes, se ubicaron: Expreso con 38 (21%), Extra con 23 (13%), El Universo con 21 (12%). Es importante destacar que el periódico público no tuvo notas sobre o con mujeres famosas puesto que su sección Espectáculos, que no es permanente en la semana calendario, estuvo ausente durante esta segunda semana de análisis.

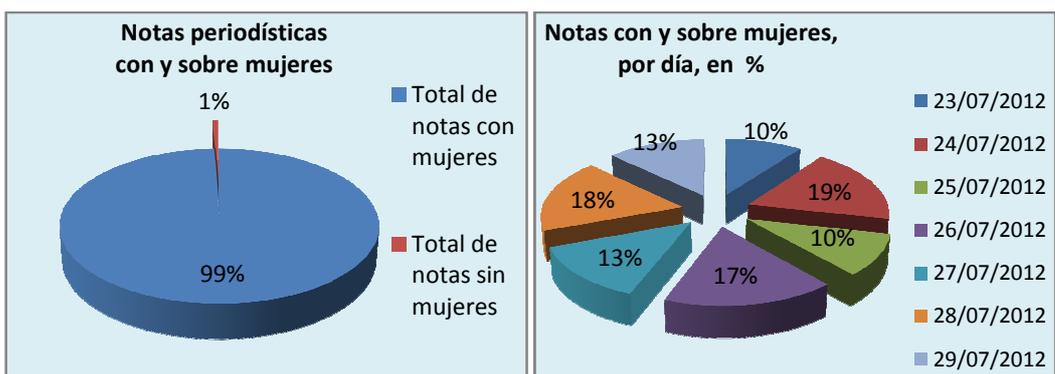


Como lo registran los gráficos anteriores, el martes fue el día en el cual se publicó el mayor número de notas de farándula; en total, fueron 34 (19%). Al otro extremo, en cambio, se ubicaron el lunes y el miércoles con, respectivamente, 18 notas (10%).

Las 110 notas restantes se distribuyeron de la siguiente manera: el día jueves con 31 (17%), el viernes con 24 (13%), el sábado con 32 (18%) y el domingo con 23 (13%). Al comparar estos datos con los de la primera semana, **se confirmó que los domingos son los días en los cuales hay menor producción periodística.**

Al analizar las 180 notas sobre espectáculos y farándula, se identificó que solo una nota (1%) no incluyó presencia femenina; es decir que **en la segunda semana de análisis la presencia femenina fue, prácticamente, total en las secciones más mediáticas y consideradas *light* de cinco de los seis periódicos analizados, exceptuando la prensa pública.**

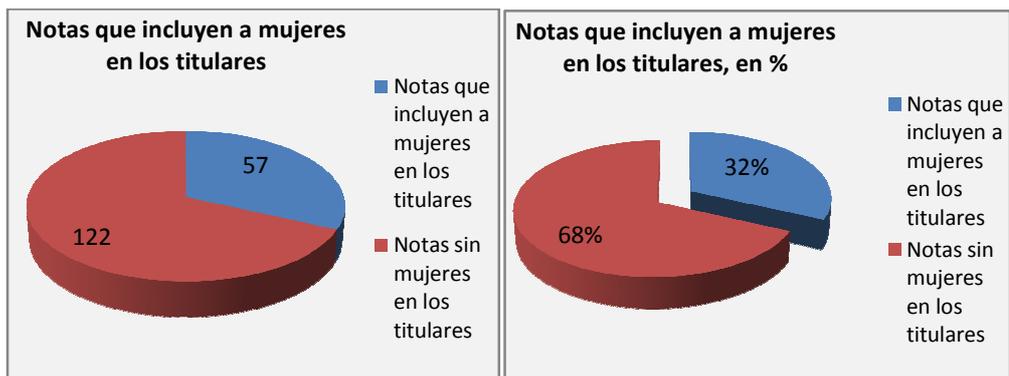
Como se observa en el gráfico de la derecha, la distribución de notas con presencia femenina fue en ascenso, al empezar el lunes con 18 piezas (10%) y llegar al viernes con 23 (13%). El pico más alto se registró el martes con 33 notas (18%) mientras que los días con menos concentración de notas fueron el lunes y el miércoles con, respectivamente, 18 notas (10%).



En esta segunda semana de análisis, El Comercio, Hoy, Expreso y Extra incluyeron a mujeres en todas sus notas de farándula mientras que El Universo no lo hizo en una (1%) de las 21 piezas con y sobre mujeres famosas. A partir de esos datos, se concluye que **la prensa privada enfatiza en la construcción de lo femenino desde lo mediático y espectacular más que desde otros temas.**

Al analizar con más detalle esas notas con presencia femenina, se observó que de las 179 notas con y sobre mujeres un 32 por ciento (57) destacaron a la mujer en los titulares. En ese sentido, **se constató que en la prensa privada: una de cada tres notas sobre espectáculos tiene como protagonistas a las mujeres.**

Expreso fue el diario con mayor número de piezas con protagonismo femenino; en total, publicó 21 notas (12%%). Luego, en orden descendente, se ubicaron: El Comercio con 17 (9%), Hoy con 10 (6%), El Universo con 5 (3%) y Extra con 4 (2%).



Por día, como se registra en la tabla que sigue, el jueves concentró el mayor número de notas con mujeres en titular, con 14 piezas (8%). Al otro extremo se ubicó el miércoles, con 3 notas (2%), y entre las cifras de ambos días se ubicaron: el lunes con 9 (5%), martes con 13 (7%), viernes con 5 (3%), sábado con 7 (4%) y el domingo con 6 (3,3%).

Fecha	Incluye a mujeres en los titulares	No incluye a mujeres en los titulares	Total de notas sobre y con mujeres
23/07/2012	9	9	18
24/07/2012	13	20	33
25/07/2012	3	15	18
26/07/2012	14	17	31
27/07/2012	5	19	24
28/07/2012	7	25	32
29/07/2012	6	17	23
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>122</b>	<b>179</b>

### 3. Mujeres en los seis diarios durante la semana de julio

Al sumar todas las notas con mujeres en titulares tanto en portada como en las dos secciones analizadas, la distribución de piezas queda de la siguiente manera: 66 en portada, 14 en la sección judicial y 57 en la sección sobre espectáculos. Sumadas las tras cifras, representaron 25% del total de notas con y sobre mujeres (553), y el 18% del total de notas las publicadas durante la segunda semana de análisis(731).

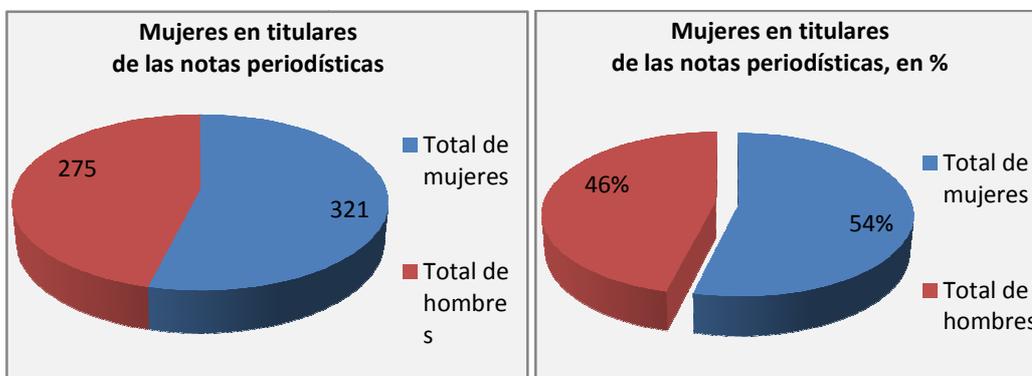
De esas 137 notas con mujeres en titular, 42 se replicaron tanto en portada como en las secciones analizadas por lo cual, al codificar solo una de ellas, el universo de notas con y sobre mujeres con función protagónica se fijó en 95 piezas.

Esa cifra representó 75 notas menos que las que se publicaron en la primera semana, que fue atípica, debido a la celebración del Día internacional de la mujer. En ese sentido, se puede colegir que dinámicas no corrientes en el acontecer femenino nacional e internacional, como **la recordación de esa fecha (8 de marzo), inciden en la producción de la prensa para presentar más notas informativas con y sobre mujeres.** .

En esas 95 piezas, se ubicaron 321 mujeres; es decir, un promedio de 4 mujeres por nota. Debajo de ese valor medio se registraron 37 piezas (39%) con una sola mujer mientras que, en orden descendente, hubo 18 notas (19% ) con dos mujeres, 13 (14%) con tres, 6 (6%) con cuatro, 5 (5%) con 5, 4 (4,2%) con, respectivamente, 6 y 8 mujeres, y 2 (2,1%) con 7 mujeres. En seis notas (6%), en cambio, se ubicaron entre 9 y 19 mujeres.

El caso de la pieza con 19 mujeres se trató de una nota publicada el 29 de julio en Expreso que, a manera de historia de vida, registró los recuerdos de una mujer guayaquileña de 107 años sobre la guerra con Perú de 1941. Entre recuerdos, se nombran a tres hijas y a 15 nietas, bisnietas y tataranietas.

El diario con mayor presencia femenina en sus notas fue Extra, con 96 mujeres en 24 piezas periodísticas (25%). Al otro extremo, se ubicó El Telégrafo con 18 mujeres en tres piezas (3%). Sin embargo, el promedio de mujeres por nota fue mayor en el diario público que en el diario privado de crónica roja.



Al comparar la presencia femenina frente a la masculina, se observó que esta última representó un 46% puesto que se registraron 275 hombres y 321 mujeres en las 95 notas analizadas. El promedio de varones por pieza fue de tres.

El Universo y Extra fueron los diarios con mayor presencia masculina: 70 hombres en, respectivamente, 20 (21%) y 24 notas (25%). El Telégrafo volvió a ser el diario con menor presencia de varones, con 23 de ellos en tres notas periodísticas, lo que implicó, no obstante, ocho hombres por nota frente al promedio de seis de ellos por nota, como se mencionó en líneas precedentes.

Tanto en la primera semana como en esta segunda semana, **el número de mujeres fue superior al de los hombres.** Ese resultado es solo un primer indicador de cuánto la

prensa nacional tiene presencia de mujeres entre sus notas periodísticas. Pero sabemos que este dato no es suficiente para dimensionar esta presencia y conocer de qué representaciones son objetos las mujeres: con qué temas las vinculan más o la incluyen; alrededor de qué roles, qué estereotipos y de qué discurso al respecto, la prensa nacional construye, refuerza o cuestiona los imaginarios sobre mujeres. Con estas inquietudes, se leyeron nuevamente esos datos relacionándolos con otras variables relativas, en primer lugar, a los aspectos morfológicos, y, en segundo, al tratamiento informativo.

#### Notas por temas abordados

Temas	# de notas
Notas sobre celebridades	36
Delitos violentos	15
Deportes, eventos	11
Violencia de género	6
Desastres, accidentes	3
Artes, entretenimiento	3
Otros crímenes	2
Certámenes de belleza	2
Delitos violentos y violencia de género	2
Mujeres en el poder político	1
Mujeres en el poder político y política externa	1
Otras notas en política	1
Participación de mujeres en el proceso económico	1
Control natal	1
Legislación familiar	1
Delitos no violentos	1
Delitos no violentos y delitos violentos	1
Medios	1
Otras notas de celebridades	1
Notas sobre mujer joven	1
Otros temas en economía y otras notas de celebridades	1
Artes y medios	1
Certámenes de belleza y deportes	1
Deportes y rol de la mujer	1
<b>Total general</b>	<b>95</b>

En esta segunda semana de análisis, el tema que generó más textos periodísticos con y sobre mujeres fue celebridades. De hecho, esa temática concentró el 38% de las 95 piezas con presencia protagónica de mujeres.

En orden descendente, se ubicaron: 15 notas (16%) sobre delitos violentos, 11 (12%) sobre deportes, 6 (6%) de violencia de género, 3 (3%) de artes y entretenimiento, otras 3 (3%) sobre desastres y accidentes, 2 (2%) de certámenes de belleza, 2 (2%) de otros delitos, 2 (2%) sobre violencia de género y delitos violentos, y una nota (1%), respectivamente, de deportes y rol de la mujer, certámenes de belleza y deportes, artes y

medios, otros temas en economía y otros temas en celebridades, mujer joven, otras notas de celebridades, medios, delitos no violentos y delitos violentos, participación de mujeres en el proceso económico, otras notas de política, mujeres en el poder político y política externa, y mujeres en el poder político.

Así como sucedió en la semana atípica por la recordación del Día internacional de la mujer, hubo temas variados que, no obstante, fueron mínimos al compararlos con la concentración temática alrededor de mujeres famosas. De hecho, **una de cada tres notas fue, por lo menos, sobre presencia femenina relacionada con celebridades;** por lo que se colige que la relación entre mujeres y prensa se construye, principalmente, en espacios informativos de lo mediático y lo considerado como *light*.

En este segundo periodo de análisis, El Comercio publicó 10 (10,5%) piezas de ese tipo. En orden descendente, se ubicaron: Hoy y Expreso con, respectivamente, 8 (8%), y El Universo y Extra con 5 (5%), por cada uno.

Alrededor de las 8 notas de violencia de género con mujeres en titular, sobre las cuales y otras cinco piezas de la misma temática pero sin presencia femenina protagónica se detallará en dos secciones más adelante por ser parte importante del objeto de análisis, se observó que fue Extra el diario que publicó el mayor número de notas sobre esa temática, con 5 (5%).

El Universo publicó 3 (3%) mientras que ese tema fue inexistente en los cuatro diarios restantes. De allí que se pueda concluir que **la violencia de género es asunto marginal tanto en la prensa privada como en la pública**, a pesar de que este tipo de violencia va en aumento.<sup>17</sup>

Al revisar la autoría de las notas con y sobre mujeres, se observó que un 73% (69) de las piezas no identificó la persona o el grupo de personas que las elaboraron; mientras que 14 notas (15%) fueron producidas por hombres, seis (6%) por mujeres, cinco (5%) por un equipo de personas y solo una (1%) por hombre y mujer.

Esta última se trató de un conjunto de ocho piezas bajo un mismo titular "Voces julianas", que se publicó el 25 de julio en Expreso. En cinco de ellas, las voces fueron de mujeres entrevistadas tanto por redactores como redactoras del diario guayaquileño en el marco de las fiestas de fundación de esa ciudad.

Extra fue el diario que difundió más notas hechas por hombres y por mujeres con un total de, respectivamente, 9 (9%) y 3 (3%); mientras que El Universo fue el periódico en el cual se registró el mayor número de notas sin autoría (18).

A partir de esos datos, se concluye que la producción periodística de esta semana de análisis estuvo concentrada en manos masculinas, en una relación de dos notas hechas por hombres frente a una hecha por mujeres.

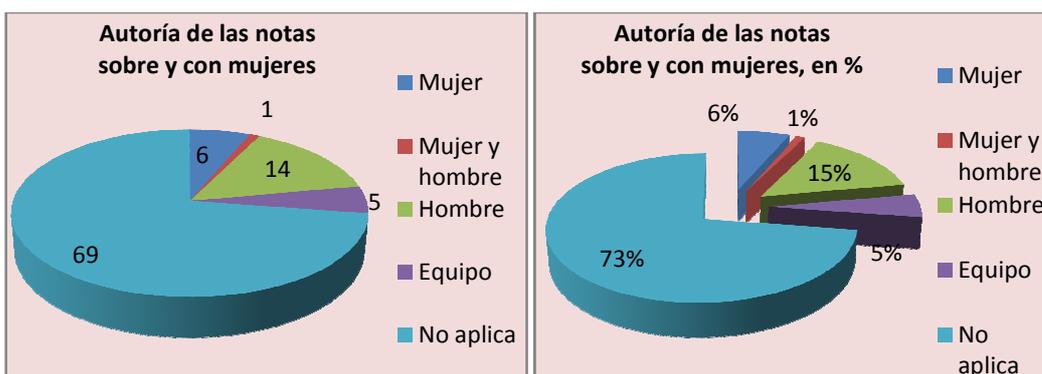
**Al cruzar la autoría con el tema**, se observó que 33 notas sobre celebridades (35%) no identificaron a quien produjo su contenido y en 13 piezas sobre delitos violentos (14%)

---

<sup>17</sup> De acuerdo con una nota de El Comercio, solo en Quito 28 denuncias sobre violencia de género se presentaron en 2011, cuando se reportó un femicidio. En 2012, 21 femicidios fueron reportados en la capital ecuatoriana mientras que, en Guayaquil, 42 casos de ese tipo de muertes de mujeres se registraron entre 2010 y 2012. Disponible en: [http://www.elcomercio.com/seguridad/Impunidad-femicidios-Salcedo-asesinatos-muerte-Karina-Pozo-desaparecidos\\_0\\_881911864.html](http://www.elcomercio.com/seguridad/Impunidad-femicidios-Salcedo-asesinatos-muerte-Karina-Pozo-desaparecidos_0_881911864.html).

ocurrió lo mismo. En cambio, los temas que más reconocieron al autor fueron: celebridades, deportes y violencia de género.

En el caso de las notas con y sobre mujeres en **titulares relacionados con violencia de género**, la producción estuvo principalmente a cargo de hombres quienes elaboraron cuatro (4%) frente a 1 (1%) hecha por mujeres. En este sentido, a diferencia de la primera semana de análisis, se observó que **la información sobre esa temática estuvo a cargo de hombres**, quienes además fueron los productores de la mayor parte de notas sobre delitos violentos y deportes, temas que por lo general se les han atribuido, también dentro del ejercicio profesional.



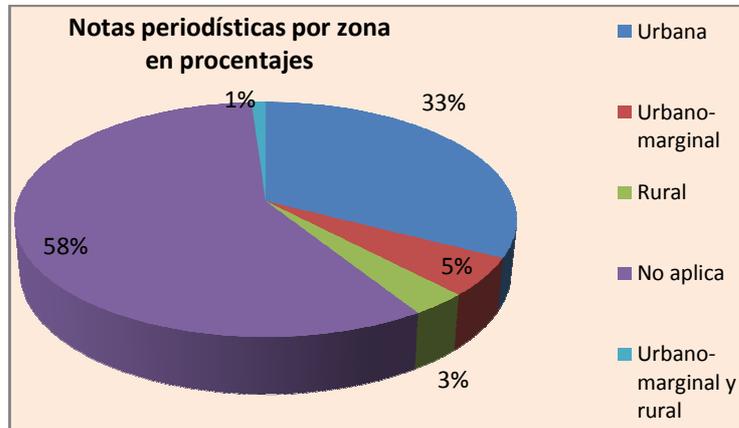
En cuanto al **ámbito geográfico**, 47 notas (50%) registraron hechos internacionales mientras que 41 (43%) fueron sobre hechos locales que procedieron de las siguientes provincias: Azuay, Bolívar, Chimborazo, El Oro, Imbabura, Manabí, Pichincha y Guayas. Esta última provincia fue la de mayor concentración informativa, puesto que desde allí se generaron 22 piezas (23%).

De las siete notas restantes del total, seis (6%) fueron sobre y con mujeres en hechos de carácter nacional, y una (1%) fue sobre uno internacional, que tuvo repercusiones nacionales: se trató de una nota en El Telégrafo, del 27 de julio, en la cual se recogió el testimonio de siete madres de atletas ecuatorianos que participaron de los Juegos Olímpicos en Londres.

#### Notas periodísticas por ámbito geográfico

Ambito geográfico	# de notas
Internacional	47
Guayas	22
Pichincha	7
Nacional	6
Manabí	3
El Oro	3
Imbabura	2
Nacional e internacional	2
Azuay	1
Bolívar	1
Chimborazo	1
<b>Total</b>	<b>95</b>

En el caso de la **zona**, se observó que la tendencia fue no identificar la circunscripción de los hechos con o sobre mujeres en titular; de hecho, se registraron 55 notas (58%) de ese tipo. Luego, se ubicaron, como se aprecia en el gráfico que sigue: 31 piezas (33%) delimitadas a lo urbano; cinco (5%) a lo urbano-marginal; tres (3%) a lo rural, y una (1%) a lo urbano-marginal y rural.



A partir de los datos del ámbito geográfico y de la zona, se concluye que **las notas con y sobre mujeres en titulares se ha consolidado en los hechos macro (internacionales) y meso (nacionales) dejando de lado lo micro o local**. En ese sentido, la construcción mediática de las mujeres en la prensa nacional es parcial, puesto que ni los problemas ni las preocupaciones de aquellas que habitan las ciudades ni las poblaciones rurales o de sectores urbano-marginales son iguales o comparables.

#### 4. Características de las mujeres en las notas periodísticas

Cuando se abordaron las actividades de las mujeres en las notas periodísticas, se observó que la presencia femenina tuvo un lugar protagónico en el 59% (56) de las 95 notas con y sobre mujeres en titular; puesto que en todas ellas se narró su historia o sobre algo que dijeron o hicieron.

Si bien ese resultado es interesante frente a otras funciones de menor jerarquía, (proveedora de una experiencia personal, un testimonio o una opinión popular), ese porcentaje resultó relativo al compararlo con las piezas en las cuales las mujeres tuvieron la función de expertas o voceras de otra persona, grupo de personas u organización. En ese tipo de puestos, se ubicaron únicamente cuatro piezas que tuvieron relación con los temas de: desastres y accidentes, política, sistema legal y celebridades.

A partir de esos datos, se concluye que las mujeres no son construidas como las voces expertas sino como otras voces; lo que implicaría que la presencia femenina está cumpliendo una función más informativa que explicativa o interpretativa.

Al observar la distribución de notas con y sobre mujeres por función, se evidenció que El Universo y Expreso fueron los diarios con mayor número de notas con presencia femenina como tema con, respectivamente, 12 piezas (13%). Al otro extremo se ubicó El Telégrafo con 2 notas (2%). En cambio, El Comercio publicó 11 piezas de ese tipo (12%), Hoy con 10 (11%) y Extra con 9 (9%).

El Universo fue el único diario que tuvo una nota en la cual la mujer habló en nombre de una institución. El 28 de julio, una mujer fue citada en la función de vocera del Museo Grevin de París donde se exhibió una estatua de la actriz española Penélope Cruz.

En el caso de las piezas con mujeres en función de experta, se trató de una publicación del 28 de julio en Expreso y dos del 29 de julio en El Comercio y Extra. En la primera, una mujer habló sobre la selección de funcionarios judiciales en representación del Consejo de la Judicatura, en el cual es vocal; en la pieza del diario capitalino, en cambio, Nelsa Curbelo, quien fue propuesta para el Premio Nobel de la Paz en 2005, fue entrevistada sobre la represión gubernamental mientras que en la pieza del diario guayaquileño se hace referencia al criterio de una médico legista.

**Función de las mujeres en la nota periodística**

Función	# de notas
Tema	56
Tema y otros	17
Tema y experiencia personal	8
Tema, experiencia personal y otros	4
Tema y testigo	2
Tema, experiencia personal, testigo y otros	2
Tema y vocera	1
Tema y experta	1
Tema, experta, experiencia personal y otros	1
Tema, experiencia personal y no aplica	1
Tema, testigo y no aplica	1
Tema, experta y experiencia personal	1

Como lo registra el gráfico anterior, además de las 56 notas (59%) con mujeres únicamente en la función de tema, en todas las otras piezas (41%) las mujeres cumplieron esa actividad junto a otras actividades como: experta, experiencia personal, testigo, vocera y otros.

En el caso de esta última clasificación, se trató de féminas que fueron nombradas o retratadas pero no cumplieron función alguna. En ese tipo de notas, la presencia femenina fue, únicamente, un registro informativo.

Al observar la **ocupación** de las mujeres en las 95 notas con y sobre mujeres en titulares, **se evidenció que su oficio principal fue el ser una celebridad; en total, un 34% (32) ubicó a las mujeres en esa ocupación.** Además, hubo otras siete notas (7%) con la identificación de esa misma tarea más la ocupación de profesionales de medios de comunicación y estudiantes.

En un 11% (10) de las piezas, no se evidenció la ocupación mientras que en 9 notas (9%) se resaltó la labor de deportistas, coincidiendo ese dato con la celebración de los Juegos Olímpicos en Londres. Al extremo con una sola identificación, estuvieron los oficios de: miembro de la realeza, política, empleada gubernamental, académica, oficinistas, salubristas, comerciante, delincuente y trabajadora sexual.

Al comparar esos datos con los obtenidos en la primera semana de análisis, se observa que **es reiterativo el hecho de que la prensa nacional identifique a las mujeres en obligaciones relacionadas con el mundo de la fama**, lo cual demuestra gran interés periodístico por construir sentidos de lo femenino alrededor de lo banal y eso trasladarlo a quienes consumen la producción mediática.

#### Ocupación de las mujeres en las notas periodísticas

Ocupación	# de la nota	Ocupación	# de la nota
Celebridades	32	No aplica	10
Deportistas	9	Celebridades y N/A	4
Delincuentes	4	Estudiantes y N/A	3
Mujeres de negocios	3	Amas de casa	3
Estudiantes	2	Salubristas y N/A	1
Realeza	1	Celebridades, profesionales de medios	1
Políticas	1	Celebridades, profesionales de medios y N/A	1
Empleadas de gobierno	1	Celebridades, estudiantes y N/A	1
Académicas	1	Deportistas y N/A	1
Trabajadoras del sexo	1	Salubristas, abogados y delincuentes	1
Amas de casa, abogadas	1	Oficinistas y delincuentes	1
Políticas, profesionales de la ciencia	1	Comerciantes, niñas y N/A	1
Amas de casa, oficinistas	1	Comerciantes y N/A	1
Amas de casa, comerciantes	1	Políticas y activistas	1
Niñas, jóvenes	1	Políticas y N/A	1
Otras ocupaciones	1	Profesionales de medios y N/A	1
Delincuentes y N/A	1	Otros y N/A	1

La ocupación de trabajadora del sexo se evidenció en una nota de El Universo, del 23 de julio, en la cual se mostró a una mujer joven empoderada frente a un hombre a quien denuncia porque la obliga a prostituirse. Si bien la nota no da mayores datos para la reflexión alrededor de la prostitución forzada, fue considerada para un análisis más detallado porque abordó la temática de violencia de género.

Por medios impresos, El Comercio fue el diario que identificó a las mujeres como celebridades en 11 notas (12%); en orden descendente, se ubicaron: Hoy y Expreso con 7 notas (7%) cada uno, Extra con 4 (4%) y El Universo con 3 (3%).

En el diario público no se registró la ocupación de celebridades para las mujeres puesto que no hubo notas sobre espectáculos; en ese periódico, no obstante, se ubicó a las mujeres en las labores de funcionarias de gobierno, activistas, amas de casa y mujeres jóvenes en tres notas (3%). Esto último marcó, definitivamente, una diferencia con la prensa privada.

En cuanto a la **edad**, como se aprecia en la tabla siguiente, se observó que el 64% (61) de las notas no hizo referencia a los años de vida de las mujeres. Sin embargo, en 16 (17%) las mujeres que fueron parte de las notas estuvieron entre 19 y 34 años mientras que una nota (1%) incluyó a mujeres entre esa edad y 35 - 49 años y 65 y más. En ese sentido, un 18% identificó a mujeres en una edad económicamente activa y reproductiva.

En el caso de mujeres menores de 18 años, estuvieron presentes en ocho notas (8%); aquellas sobre los 65 años fueron parte de tres (3%); dos notas (2%), en cambio, registraron a mujeres entre los 50 y 64, y tres (3%) a mujeres entre 35 y 49.

**Notas con y sobre mujeres por edad y estado civil**

Edad	# de notas	Estado civil	# de notas
No aplica	61	No aplica	67
De 19 a 34	8	Casado No aplica	10
De 19 a 34, no aplica	8	Casada	5
De 12 a 18	3	Divorciada No aplica	4
De 35 a 49	3	Divorciada	3
De 65 o más	3	Soltera	2
De 50 a 64	2	Soltera, Casada	2
Menor de 12 años, no aplica	2	Divorciada Unión libre	1
Menor de 12 años, De 19 a 34	1	Soltera, No aplica	1
De 12 a 18, no aplica	1		
Menor de 12 años, de 12 a 18, no aplica	1		
De 19 a 34, de 35 a 49, 65 y más	1		
De 35 a 49, no aplica	1		

Por medios, el periódico con mayor número de notas que aportó información sobre la edad de las mujeres fue El Universo, con 11 notas (12%); al otro extremo se ubicó El Telégrafo, con una sola nota (1%) de las tres con y sobre mujeres en titulares.

A partir de esos datos se colige que **en la construcción mediática de lo femenino, las mujeres adultas son las que reciben destaque frente a las niñas, adolescentes y**

**ancianas.** Por lo tanto, las necesidades y las posturas de las mujeres que forman parte de esos grupos etarios menos representados son marginales en la prensa.

En cuanto al **estado civil**, según evidencia también la tabla anterior, la situación jurídica de mayor relieve fue la de casada, que se presentó en 10 notas (11%), y en 7 (7%) junto al estado civil de soltera y no aplica. Esta última clasificación fue la constante de 67 notas (71%), mientras que las otras 16 (17%) precisaron el estado civil de soltería, divorcio y unión libre.

Los diarios que proporcionaron más datos sobre esas situaciones jurídicas fueron Expreso y Extra, que son parte del mismo grupo mediático: Gráficos Nacionales Sociedad Anónima. Al otro extremo se ubicó El Telégrafo, con una nota con ese tipo de información.

Al cruzar el estado jurídico con la función, se registró que todas las mujeres casadas y solteras fueron tema de las notas con y sobre mujeres mientras que las mujeres divorciadas o en unión libre cumplieron, en su mayoría, el papel de testigos. Alrededor de las expertas y voceras, en cambio, no se especificó su estatus jurídico.

En cuanto a las **relaciones familiares**, se evidenció que hubo una tendencia similar a la identificación de estado civil; puesto que en 44 notas (46%) no se hizo referencia a los lazos familiares de las mujeres.

En 8 piezas (8%), se ubicó como otro tipo de relaciones: ex conviviente, nieta, bisnieta, hermana y familiar en general. Esta última clasificación se presentó en una nota de Extra sobre una artista a quien se la relacionó con la familia del derrocado presidente Abdalá Bucaram, al señalar que por llevar ese apellido “estalla como un volcán” cuando algo no le gusta.

La maternidad, en cambio, se destacó en 29 notas (31%) que al relacionarse con otros lazos, tales como esposa, hija y conviviente, evidenciaron que las relaciones construidas alrededor de las mujeres abarcan la consanguinidad, la filiación, pero también los vínculos fuera del matrimonio.

#### Notas con y sobre mujeres, según relaciones familiares

Relaciones familiares	# de notas		Relaciones familiares
N/A	44	1	Madre, abuela e hija
Otra	8	1	Madre, abuela, hija y conviviente
Esposa y N/A	4	1	Madre, abuela, hija, amante, otra y N/A
Madre e hija	4	1	Madre, esposa, hija y N/A
Madre y N/A	3	1	Madre, esposa y N/A
Esposa	3	1	Madre, esposa, hija, otra y N/A

Madre y esposa	3	1	Madre, hija, otra y N/A
Madre	2	1	Madre, otra y N/A
Hija	2	1	Madre, esposa, hija y otra
Madre, abuela, hija y N/A	2	1	Madre, hija y otra
Madre, hija y N/A	2	1	Madre, amante y N/A
Amante	1	1	Hija y otra
Amante y N/A	1	1	Madre, hija y otra
Madre, abuela, esposa, hija, Otra y N/A	1	1	Esposa y amante
Madre, abuela e hija	1	1	Amante y otra
<b>TOTAL GENERAL</b>		95	

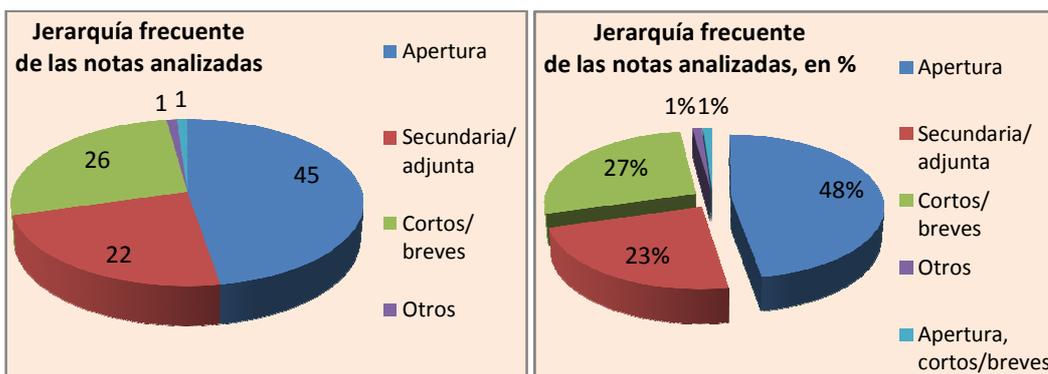
Por diarios, Extra fue el que proporcionó más información sobre las mujeres, quienes fueron parte de 19 notas (20%) al identificar, por ejemplo, en una misma pieza a: madres y amantes, madre e hija, madre y esposa e hija, madre e hija y abuela y conviviente. Al otro extremo, en cambio, se ubicó El Telégrafo con dos notas (2%) en las cuales se registró los lazos de madre, abuela, hija y familiar.

A partir de las variables relacionadas con las características de las mujeres, se observaron **diferencias marcadas entre la prensa privada y la prensa pública**; a esta última, por ejemplo, le interesó tanto el destaque de las mujeres en ocupaciones fuera de la fama y el espectáculo, como el desarrollo de la historia femenina más allá del perfil etario o del estado civil. En ese sentido, valdría pensar si el ahorro de ese tipo de datos puede contribuir a la disminución de la distinción entre mujeres.

##### **5. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres**

La **jerarquía** más recurrente en las notas analizadas fue la de apertura pues contó con 45 casos (48%) de las 95 notas con mujeres en titulares. En ese sentido se establece, en un primer momento, que **el protagonismo de las mujeres no solo estuvo en la función** que tuvo en la nota periodística sino en la mitad de piezas con las cuales se abrieron las páginas de los periódicos analizados; sin embargo, esa lectura no puede obviar el hecho de que el tema en el que ellas aparecen con mayor frecuencia fue el de celebridades.

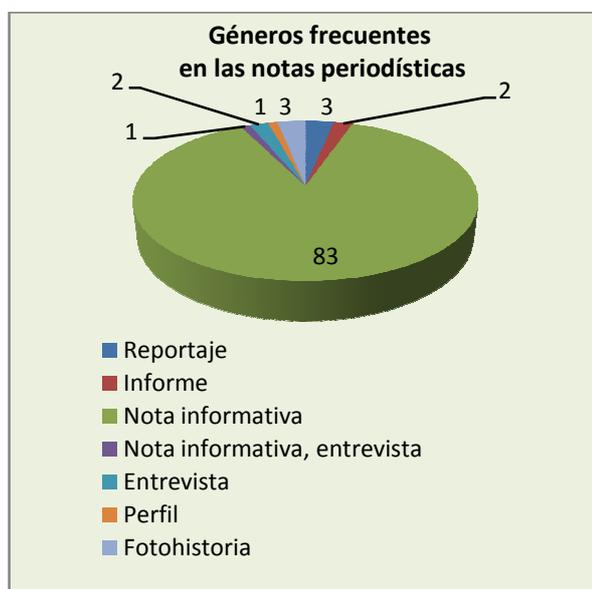
A continuación de las notas de apertura, se ubicaron 26 notas (27%) con una jerarquía de cortos y breves mientras que en tercer lugar estuvieron 22 notas secundarias o adjuntas (23%). Para finalizar, se presentó una nota bajo la jerarquía de apertura, y cortos/breves; y una más en otra jerarquía, cada una correspondiente al 1% del total.



Diario Extra fue el que contó con mayor número de notas con mujeres en la apertura del periódico (18) mientras que El Telégrafo fue el que ubicó menos notas en esta jerarquía (2). La jerarquía de cortos y breves, ubicada en segundo lugar, tuvo mayor recurrencia en El Comercio y El Expreso (8), y menor en Hoy y Extra (2).

El Universo ubicó la mayor cantidad de sus notas en la jerarquía secundaria/adjunta (8), mientras que El Comercio y El Telégrafo tuvieron la menor, solamente una nota. En tanto que las jerarquías menos comunes: apertura, cortos/breves, y otra, se ubicaron solo en una nota y estuvieron en Hoy, y El Comercio, respectivamente.

Respecto a los **géneros periodísticos** más frecuentes entre las 95 notas con mujeres en los titulares, 83 notas (88%) tuvieron un carácter informativo por lo que la noticia se constituyó como el género más común; después se ubicaron tres reportajes y tres fotorreportajes, que representaron, respectivamente, el 3%; en tercer lugar se hallan dos informes (2%), y dos entrevistas (2%), y finalmente, hubo una nota informativa/entrevista; y un perfil, que correspondieron al 1% del total.



A partir de estos datos, se colige que las notas con y sobre mujeres en titulares son, por lo general, contenidos coyunturales por lo que alrededor de lo femenino falta contextualización o desarrollo más profundo de las temáticas en las cuales participan las mujeres.

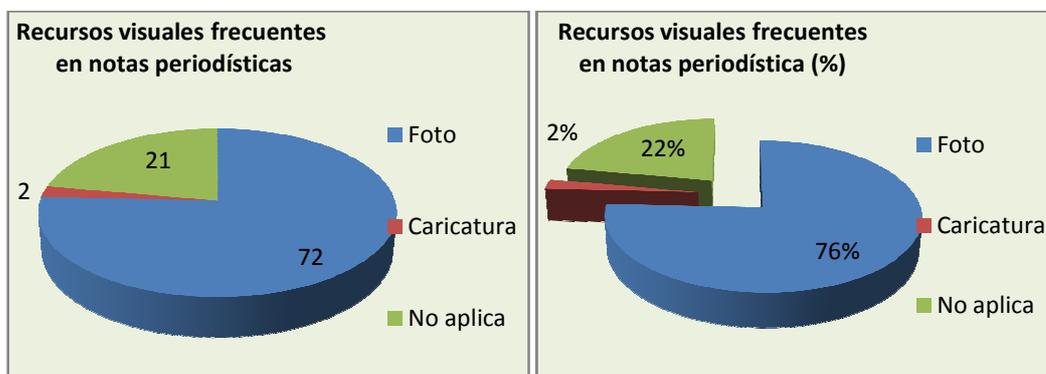
Durante esta semana, hubo dos periódicos que contaron con el mayor número de notas informativas, 20 en cada caso, estos fueron El Universo y Extra, mientras que El Telégrafo contó con apenas dos notas en este género periodístico. Los tres reportajes estuvieron distribuidos entre El Comercio, Hoy, y El Telégrafo, uno en cada caso; no así las tres fotonoticias que estuvieron únicamente en Diario Extra.

Los dos informes se ubicaron entre Expreso y Extra, mientras que las entrevistas estuvieron presentes entre El Comercio y Expreso. Para finalizar, en Expreso se ubicaron la nota informativa, entrevista, así como el perfil.

En consecuencia, Expreso fue el periódico que trabajó mayor cantidad de géneros periodísticos en las notas con mujeres en titulares, ya que presentó un informe, catorce notas informativas, una nota informativa/entrevista, una entrevista, y un perfil. Seguido por El Comercio y El Extra que contaron con tres géneros distintos entre sus notas: un reportaje, 13 notas informativas, y una entrevista en el primer caso; y un informe, 20 notas informativas, y tres fotonoticias en el segundo. En tanto que El Universo fue el único periódico que incluyó un género periodístico entre sus páginas: las notas informativas.

Es necesario destacar que entre las 95 notas con mujeres en los titulares que fueron registradas durante esta semana no se ubicaron ni crónicas ni testimonios; es decir, no hubo interpretación de hechos en los cuales se incluyeron a mujeres ni tampoco hubo versiones en primera persona sobre esos hechos.

Por otro lado, en relación a los **recursos visuales** utilizados en las notas analizadas, el más común fue la foto con 72 casos (76%); a continuación, se ubicaron 21 notas (22%) en las cuales no hubo recurso visual. Para finalizar, en dos notas (2%) se incluyeron caricaturas. Esos dibujos fueron sobre la cantante desaparecida Amy Winehouse y una trabajadora doméstica.



El periódico que utilizó fotografías con más recurrencia fue Extra, con 23 casos, lo que denota el carácter visual característico del medio. En orden descendente, se ubicaron 12 notas de El Universo y Expreso. En tanto que El Telégrafo, fue el periódico que menos utilizó este recurso, con tan solo cinco notas que lo incluyeron.

El periódico que contó con mayor cantidad de notas sin recursos visuales fue El Universo, con ocho; en tanto, El Telégrafo y Extra presentaron el menor número de notas sin recursos visuales, solamente una en cada caso. Las caricaturas fueron ocupadas solamente por El Comercio.

Resulta necesario destacar que durante esta semana ninguno de los periódicos analizados utilizó como recurso la infografía, la tabla, o el facsímil, lo que da cuenta de que se siguen utilizando los recursos más tradicionales y, además, que hay una ausencia de gráficos informativos y explicativos en relación a los de carácter ilustrativo que son los que predominan en estas notas con mujeres.

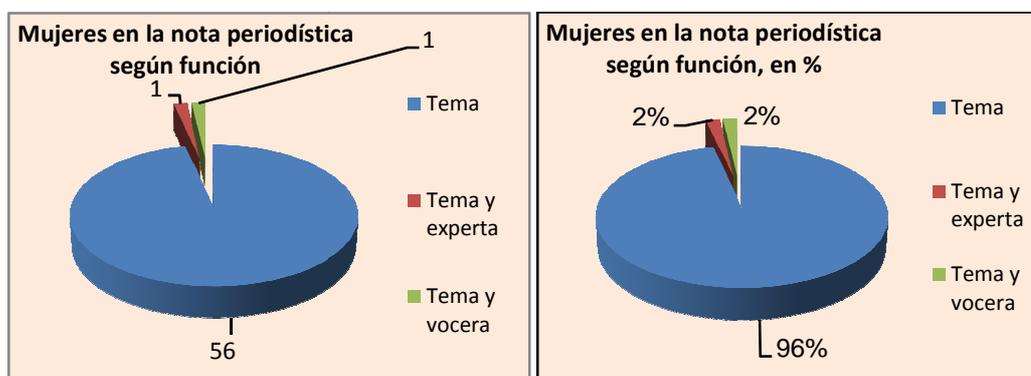
Finalmente en este nivel de análisis, en cuanto a los **roles** se observó que si bien los medios escritos ya no dieron el mayor espacio a “naturalizar” los roles sociales asignados a las mujeres, no están aportando a que ello desaparezca puesto que siguen construyendo lo femenino en relación con lo que hacen las personalidades famosas aquellas que adquieren fama por el espectáculos vinculado a los medios, las música y otras artes escénicas.

En ese sentido, 11 notas (12%) ubicaron a las mujeres en el rol de esposas y amas de casa, 24 (25%) lo hicieron como madres mientras 39 (41%) ubicaron a lo femenino en comportamientos sobre celebridades y espectáculos.

## 6. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: comparación de algunas variables

Al analizar las notas periodísticas con y sobre mujeres en titular, se identificó un total de 321 mujeres en 95 piezas en las cuales la presencia femenina cumplió funciones protagónicas (tema, vocera y experta) y no protagónicas (experiencia personal, testigo, opinión popular y otras).

En esta sección, se consideraron las piezas con mujeres en funciones protagónicas. En los seis periódicos, **se ubicaron 58 piezas con 148 mujeres** a partir de las cuales se hizo un análisis más detallado para establecer la construcción de representaciones en la relación prensa- mujeres.



### Mujeres en titulares, función y tema

Como lo registra la siguiente tabla, en 56 notas (97%) con 144 mujeres (97%), la presencia de las mujeres se registró en la función de tema; es decir, la nota fue sobre una de ellas o sobre algo que dijo o hizo. En las dos notas restantes (3%), dos mujeres (1%) también fueron tema, pero una más (0.5%) fue vocera, y la otra (0,5%), experta.

En ese sentido, **el 98% (146) de las mujeres cumplió una función informativa más que funciones explicativa o de voz autorizada** de un grupo de personas o institución;

lo que, notoriamente, demuestra que los desequilibrios en la relación mujer-medios de comunicación persisten.

**Notas con y sobre mujeres por tema y función protagónica**

Temas de las notas	# de notas con mujeres en funciones protagónicas			
	Función de tema	Tema y experta	Tema y vocera	Total general
Notas sobre celebridades	23		1	24
Deportes	9			9
Delitos violentos	7			7
Violencia de género	3			3
Desastres	2			2
Artes	2			2
Certámenes de belleza	2			2
Control natal		1		1
Delitos no violentos	1			1
Delitos no violentos, delitos violentos	1			1
Medios	1			1
Otras celebridades	1			1
Otros temas en economía, otras celebridades	1			1
Artes, medios	1			1
Certámenes de belleza, deportes	1			1
Deportes, rol de la mujer	1			1
<b>Total general</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>58</b>

Lo que se evidencia en la tabla anterior es que las mujeres pasan a tener papel protagónico en una nota periodística, sobre todo cuando son “celebridades”, es decir, cuando pertenecen al mundo de la farándula televisiva, el espectáculo, la música o el cine pues, en estos casos, se trató de actrices, cantantes y, en general, famosas del ámbito nacional y del internacional.

Entre estas mujeres como temas, se destaca, por ejemplo, que las actrices extranjeras Penélope Cruz y Kristen Stewart fueron las más nombradas porque, en el primer caso, exhibió su estatua de cera en un museo parisino; y en el otro, porque pidió disculpas por la infidelidad a su novio. También se presenta el caso de una deportista de Malasia, Nur Suryani Mohamad, quien participó en tiro durante los Juegos Olímpicos, con ocho meses de embarazo.

Para conocer en profundidad las temáticas en las cuales las mujeres cumplieron esas funciones protagónicas y otros detalles sobre la presencia femenina, se compararon algunas otras variables, sobre todo las relacionadas con las características de las mujeres, como se expone enseguida. :

### **Mujeres como tema en titulares, tema, ocupación, grupo etario y grupo étnico**

De las 56 notas con mujeres como tema, **el 50% (23) estuvo relacionado con el tema de la fama y los espectáculos**. A este dato, que es decidor respecto al tema en torno al cual se construye mediáticamente a las mujeres, se sumó el hecho de que la única ocasión en que una de ellas apareció como vocera fue, también, en una nota sobre celebridades.

Luego de esa temática, en orden descendente, se registraron a mujeres como tema en: 9 notas (16%) de deportes, 7 (12%) sobre delitos violentos, 3 (5%) de violencia de género, 2 (3%) de desastres y accidentes, 2 (3%) de artes, 2 (3%) de certámenes de belleza, 1 (1,7%) sobre deportes y rol de la mujer, 1 (1,7%) sobre certámenes de belleza y deportes, 1 (2%) de artes y medios, 1 (1,7%) relacionado con otros temas de economía y otras notas de celebridades, 1 (1,7%) sobre otras celebridades, 1 (1,7%) sobre medios, 1 (1,7%) sobre delitos violentos y delitos no violentos y 1 (1,7%) sobre delitos no violentos.

En el 1,7% restante (1 nota) la mujer apareció como tema pero, también, como experta en un asunto de sistema legal y judicial. Esa pieza apareció el 28 de julio en Expreso, y sobre esta, en la variable de función, se presentaron detalles en líneas precedentes.

Se deduce, entonces, que el **protagonismo de las mujeres en la prensa nacional está reducido a asuntos banales**, considerados como de mayor interés para la mayoría del público lector; lo que relativiza el hecho de que se pueda hablar de un interés real de la prensa por presentar a las mujeres como protagonistas de realidades diversas y, a partir de ello, contribuir a crear otras representaciones y otros imaginarios sobre las mujeres como género.

Esa diversidad relativa se hizo más notoria al puntualizar en las mujeres protagonistas según edad y fisonomía. En la temática de celebridades, por ejemplo, las mujeres famosas de cinco notas (9%) se ubicaron en edades entre los 35 años y 65 o más mientras que en la nota sobre el sistema legal no se hizo una descripción por edad.

Al observar a las mujeres jóvenes y a las mujeres ancianas, se notó además que solo cinco notas hicieron referencia a ellas en temas sobre deportes y otras notas de celebridades. En el caso de esta última temática, se trató de dos piezas sobre la reina Isabel de Inglaterra y la cantante México-costarricense Chabela Vargas; es decir, **las mujeres sobre los 65 años, presentadas por la prensa ecuatoriana, no tuvieron función de destaque entre el 23 y el 29 de julio**.

Si se considera la presencia de las mujeres por grupos de edad, son las que están entre los 19 y 35 años, las más presentadas en los diversos temas; y este grupo de edad junto con el 12 a 18 años, es decir, adolescentes, suman ocho mujeres; mientras que de 36 hasta más de 65, suman seis.

En cuanto a la fisonomía, en 33 notas (57%) se incluyó a mujeres blancas y mestizas que estuvieron relacionadas con temas sobre el sistema legal, delitos violentos y no violentos, desastres y accidentes, artes, medios, certámenes de belleza, deportes, otros temas de economía y celebridades. En el caso de esta última temática, se registraron 18 notas

(31%) y una nota más (1,7%) sobre otras celebridades; **en ese sentido, una de cada tres notas se trató sobre mujeres blanco-mestizas famosas.**

En el caso de otros grupos poblacionales, las mujeres negras estuvieron presentes en tres notas (5%) mientras que en 2 notas (3%) estuvieron presentes mujeres deportistas asiáticas y del Medio Oriente. No hubo espacio para mujeres indígenas del Ecuador o pueblos aborígenes de otras regiones.

## **7. Mujeres como tema, estereotipos y discurso sobre estereotipos**

El énfasis puesto en las variables de estereotipos y tendencia del discurso al respecto, en las 58 notas que incluyen a 148 mujeres evidenció que el 66% (38) de las notas no presentó estereotipos, pero sí el restante 34% (20). En consecuencia, en un poco más de la tercera parte de las notas **y el 37% de las mujeres, se aplicó alguna forma de estereotipos.**

En esas 20 notas que incluyen mujeres con estereotipos sobre lo femenino, se ubicaron en orden descendente: **estereotipos éticos/morales (14%)**, estereotipos físicos (9%), estereotipos sociales y psicológicos (9%), físicos y sociales (1,7%) y otros (1,7%).

En el caso de los éticos/morales o religiosos, se trataron de ideas alrededor de la infidelidad de las famosas internacionales, los comportamientos sensuales en shows y el 'arribismo' de algunas mujeres en la ficción y la vida real. Esto último se dio en Ecuador sobre una investigación judicial realizada a una ejecutiva, quien habría llegado a un acuerdo con antisociales para entregarles dinero de los clientes de su institución financiera.

En cuanto a los físicos, se destacó explícitamente la belleza de modelos, cantantes y personalidades de la televisión. En una nota ecuatoriana, por ejemplo, se usó la palabra "bella" junto al adjetivo de joven para referirse en el titular a una víctima de un asesinato.

En el caso de los sociales, se presentó rupturas alrededor de las mujeres vistas únicamente como amas de casa a escala nacional e internacional. Llamaron la atención, por ejemplo, una nota de la segunda esposa de las tres del emir de Qatar quien quiere ser empresaria o una pieza en Expreso en la cual el titular incluyó la idea de una mujer quien ganó una carrera deportiva a solo seis meses de haber tenido a su bebé.

Una sola nota registró dos clases de estereotipos: físicos y sociales. Se trató de una nota sobre reinas de belleza internacionales que quieren ascender socialmente y, por ello, establecen relaciones amorosas con narcotraficantes. En la clasificación "otros", estuvo una nota en la cual se dijo explícitamente "la sensualidad de la voz" de la artista Kylie Minogue para referirse a su talento vocal.

En cuanto al **discurso sobre estereotipos**, la tendencia fue enunciarlos sin reforzarlos; sin embargo, hubo notas como la que se publicó en El Telégrafo, del 28 de julio, en la cual se evidenció claramente una tendencia a enaltecer los roles domésticos en las mujeres ecuatorianas y a ubicar la maternidad como una condición relacionada con la entrega, el sacrificio y el lado sensible de las mujeres para que sus hijos lleguen a las Olimpiadas.

Otro ejemplo fue una nota del mismo día, en El Comercio, en la que se colocó a la actriz Kristen Stewart como una mujer que rompió las reglas al ser infiel a su novio; por lo tanto, busca eximirse pública y socialmente. Finalmente, un titular que llamó la atención fue el

que se presentó en el suplemento *Expresiones* de Expreso, en el cual se dijo explícitamente “Ex esposo de Christina Aguilera dice que rompió con ella porque la veía como un juguete sexual”.

#### Notas periodísticas con y sobre mujeres, por estereotipos y entorno

Estereotipos	# de mujeres	Laboral	Laboral y neutro	Lúdico	Lúdico y neutro	Neutro	N/A	Doméstico y laboral	# de notas
No aplica	93	3	1	16		5	13		38
Éticos/morales	13	3		1		2	2		8
Físico	14	1		2	1	1			5
Sociales y psicológicos	23			1		1	2	1	5
Otros	1			1					1
Físicos y sociales	4			1					1
<b>Total general</b>	<b>148</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>58</b>

Al cruzar la variable estereotipo con el **entorno** en el cual se presentó a las mujeres, se observó que 17 notas (29%) registraron la clasificación “no aplica” puesto que no usaron recursos visuales para representar lo femenino.

En cambio, nueve notas (16%) presentaron a las mujeres en un entorno neutral y, por lo general, usando primeros planos de ellas en las fotografías, mientras que seis notas (10%) lo hicieron en un entorno lúdico; por ejemplo, eso sucedió en una imagen de modelos y personajes de la televisión ecuatoriana que participaron en una carrera deportiva junto a otras mujeres que corrieron con faldas y no con shorts.

#### Estereotipos en temas de violencia de género

De las 58 notas que ubicaron a 148 mujeres en las funciones principales de tema, voceras, y expertas y comentaristas, en 13 notas con 54 mujeres, el tema que se trató fue la violencia de género; por lo tanto, esta temática fue abordada en el 22% de las notas que incluyeron al 36% del total de mujeres.

Resulta preciso apuntar que estas **13 notas sobre violencia de género fueron incluidas solamente por dos periódicos** de los seis que fueron analizados: Extra y El Universo; es decir, la prensa privada.

El primero presentó cinco notas sobre el tema mientras que el segundo contó con cuatro. Adicional a estas nueve notas se ubicaron cuatro por parte de Extra bajo el tema de delitos violentos y violencia de género.

El cuadro siguiente expone la distribución del total de las notas junto con los datos sobre la representación de las 54 mujeres incluidas. Se destaca la presencia de una nota en la cual la víctima de este tipo de violencia es un hombre.

#### Notas periodísticas sobre violencia de género

Nota	Tema	Caso	Mujeres #	Roles	Estereotipos	Discurso sobre estereotipos
1	Violencia de género	Una joven denuncia a un hombre que la obliga a prostituirse	1	Sobreviviente de violencia de género	N/A	N/A

2	Violencia de género	Un hombre fue detenido y acusado de haberse hecho pasar por taxista para "abusar" de una mujer de 15 años.	1	Sobreviviente de violencia de género	N/A	N/A
3	Violencia de género	Una mujer fue denunciada por agredir a un hombre con un palo, quien dijo que la familia de ella lo amenazó de muerte.	1	Mujer transgresora de normas, otras	Sociales y psicológicos	Los denuncia solamente
4	Violencia de género	Seis años después, hombre fue detenido por el asesinato violento de su esposa a quien degolló.	4	Esposa, madre, trabajadora, víctima de violencia de género	N/A	N/A
5	Violencia de género, delitos violentos	Una mujer fue abandonada en el interior de su auto, luego de ser asesinada de forma violenta.	9	Madre, artista	Físicos	Los conserva o refuerza
6	Violencia de género	Madre de mujer degollada se pronunció y dijo que quiere ver al asesino para preguntarle por qué mató a su hija.	3	Esposa, madre y víctima de violencia de género	Sociales y psicológicos	Los denuncia solamente
7	Violencia de género, delitos violentos	Mujer asesinada violentamente y abandonada en su auto fue despedida por familiares y amigos, quienes exigieron justicia.	2	Madre	Físicos	Los conserva o refuerza
8	Violencia de género	Mujer fue asesinada por su ex pareja y padre de su hija, con un puñal.	8	Esposa, madre, amante y víctima de violencia de género	Físicos, intelectuales y éticos	Los conserva o refuerza, no se enuncian pero se alude a ellos
9	Violencia de género, delitos violentos	Mujer fue abandonada en el interior de su auto luego de ser asesinada de forma violenta.	9	Madre, artista	Físicos	Los conserva o refuerza
10	Violencia de género	El proceso judicial contra hombre acusado de violar a una menor de edad se detuvo.	3	Madre, trabajadora, mujer transgresora de normas	N/A	N/A
11	Violencia de género	Madre de mujer degollada por su pareja dijo que quiere ver al asesino para preguntarle por qué mató a su hija.	3	Esposa, madre y víctima de violencia de género	Físicos	Los denuncia solamente
12	Violencia de	Mujer asesinada de	2	Madre	Físicos	Los

	género, delitos violentos	forma violenta y encontrada al interior de su vehículo fue despedida por familiares y amigos quienes exigieron justicia.				conserva o refuerza
13	Violencia de género	Mujer fue asesinada por su ex pareja y padre de su hija, con un puñal.	8	Esposa, madre, amante y víctima de violencia de género	Físicos, intelectuales y éticos	Los conserva o refuerza, no se enuncian pero se alude a ellos

Entre las 54 mujeres que fueron ubicadas bajo el tema de violencia de género, 33 tuvieron algún rol de género. El más frecuente fue el de madre, presente en 12 mujeres, que significan el 36,36% del total.

A continuación, se ubicó el rol de víctimas y sobrevivientes de violencia de género en siete mujeres (21,21%); el tercer rol más recurrente fue el de esposa, en cinco de ellas (15,15%); dos mujeres (6%) tienen el rol de transgresora de normas; y una (3%) en cada uno de los roles de trabajadora, artista, amante, y 'otro'.

Es necesario destacar que las mujeres que se ubicaron en el tema de violencia de género aparecieron en gran medida como madres y esposas; lo que da cuenta de que las víctimas de este tipo de violencia se desempeñan en los roles históricamente más tradicionales.

Este resultado reafirma los datos de la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y *Violencia* de Género realizada por el INEC en el año 2011, la cual expone que el 75% de las mujeres encuestadas fueron violentadas por parte de su pareja y que, a partir del tercer hijo, más del 50% de las mujeres vive violencia intrafamiliar (Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y *Violencia* de Género, INEC, 2011).

Respecto a los estereotipos de las 13 notas que fueron ubicadas en el tema de violencia de género, **en siete notas se les asignó algún estereotipo a las mujeres.** Los estereotipos más recurrentes fueron los físicos que se ubicaron en siete mujeres (53,86%), en tanto que a dos mujeres se les asignaron estereotipos psicológicos y sociales, a otras dos estereotipos intelectuales, y a un último par, estereotipos éticos y morales. En cada caso el porcentaje correspondió al 15,38%.

La tendencia del discurso sobre estas 13 mujeres a las que se les asignó estereotipos fue a: conservarlos y reforzarlos en seis notas, enunciarlos solamente en tres y aludir a ellos en dos.

En cuanto a los primeros, se trató por ejemplo de frases como: "abuso" y no violencia sexual ejercida contra una menor de edad y, por tanto, El Universo no dimensionó la gravedad de ese tipo de violencia de lo masculino contra lo femenino. Extra, en cambio, dio fuerza a los atributos físicos de una mujer joven asesinada más que al hecho de la violencia con la cual fue agredida y abandonada en un auto.

## 8. Algunas conclusiones

1. El ejercicio de análisis de contenido realizado del 23 al 29 de julio en seis diarios de cobertura nacional, reveló que la producción de notas en portadas (371) duplicó la producción de las secciones con contenidos sobre justicia (180) y espectáculos (180). Sin embargo en esta última, es donde se registró más espacio para las mujeres puesto que solo una nota no tuvo presencia femenina.
2. A partir de la muestra, se observó que la presencia de mujeres fue permanente tanto en la prensa privada como en la pública del país, ya que de las 731 notas periodísticas publicadas en las tres secciones consideradas para el análisis, de los seis diarios, el 76% (553) incluyó a mujeres.
3. En el diario público no se registró ni una sola nota sobre fama o celebridades, alusivo al mundo del espectáculo; por lo tanto, desde este sector de la prensa nacional no hay representación de las mujeres asociada con temas considerados como *light*.
4. Otra diferencia del diario público con los cinco privados radicó en que la difusión de notas con mujeres fue menor en El Telégrafo (49); no obstante, esto no implicó que en la prensa pública exista menor jerarquía en el tratamiento de las notas con mujeres.
5. En líneas generales, se registró que la presencia de mujeres está en las notas de primera plana como en las secciones de judiciales y de espectáculos. Hombres y mujeres aparecen en las 731 notas, de la siguiente manera: en 553, hay presencia de los dos géneros, y en 178, solo de varones. En relación con el dato anterior, al clasificar las notas con y sobre mujeres en titulares, solo en 95 notas (18%), ellas están presentes. La muestra se redujo, entonces, es este número de notas, lo que permitió relativizar esta presencia protagónica, como otras variables como tema, función, roles, estereotipos y discurso sobre estereotipos.
6. En el caso de los temas abordados en las notas periodísticas, se evidenció que la tendencia más frecuente, presente como denominador común en los cinco diarios privados, fue ubicar a las mujeres en asuntos relacionados con la fama y el espectáculo, más que en temas políticos, sociales y económicos. Por la coyuntura de los Juegos Olímpicos de Londres, hubo notas sobre mujeres como deportistas destacadas, rompiendo con esa misma tendencia que se presentó en el análisis de la primera semana.
7. La violencia de género resultó tema de tratamiento marginal, puesto que solo se registraron 13 notas con y sobre mujeres, y únicamente en la prensa privada, pues El Telégrafo no abordó el tema. La autoría de estas notas correspondió a varones, quienes además fueron los redactores de la mayor parte de notas sobre delitos violentos y deportes; temas estos que, por lo general, se consideran como propios de los periodistas, es decir, de los profesionales hombres.
8. En cuanto a la función que las mujeres tienen en las notas, en 56 (59%), aparecieron como tema, es decir, el contenido fue una historia sobre ellas o sobre algo que hicieron o dijeron. Al comparar este resultado con las piezas en las cuales las mujeres tuvieron otras funciones protagónicas (expertas o comentaristas, y voceras), solo en cuatro notas tuvieron estas funciones, notas que abordaron los temas de desastres y accidentes, política, sistema legal y celebridades, por lo que se puede concluir que las

voces de las mujeres no son explicativas o de opinión sino, sobre todo, informativas. Desde características de la información periodística, entonces, la brecha en la relación mujer-medios frente a hombre-medios, se mantiene.

9. Al observar la ocupación, fue evidente que la más frecuente estuvo asociada con el ser una “celebridad”, pero en el espectáculo, la televisión, el cine. Este hecho lleva a concluir que la prensa nacional identifica a las mujeres en ocupaciones relacionadas con el mundo de la fama, y el interés periodístico se centra en construir sentidos sobre el ser mujer en torno a lo menos trascendente, socialmente hablando.

10. En esta construcción mediática de lo menos trascendente, se incluyen también variables como la edad y el grupo étnico, puesto que las mujeres famosas son blanco-mestizas, en edad reproductiva. En otras palabras, las niñas, adolescentes y ancianas tienen una representación marginal en la prensa privada.

11. El diario público puso énfasis, en cambio, en ocupaciones de las mujeres fuera de lo relacionado con el espectáculo, y el desarrollo de la historia de ellas más allá de los datos de edad o estado civil.

12. En relación con la estructura morfológica y el género periodístico, las notas con y sobre mujeres en titulares fueron, por lo general, contenidos relativos a coyunturas informativas, por lo que es posible establecer que respecto a lo femenino falta contextualización o desarrollo de los temas en los cuales participan las mujeres. Esa contextualización iría de la mano con la producción de notas de otros géneros periodísticos como reportajes, informes o crónicas.

13. Sobre el tema de violencia de género, las 13 notas publicadas en los diarios privados, incluyeron a 54 mujeres sobre las cuales se destacó el rol de madres. En este sentido, se puede concluir que las víctimas de este tipo de violencia se encuentran en los roles tradicionales, precisamente porque la mayor parte de las agresiones violentas proviene de la pareja.

14. En términos del discurso y con relación al mismo tema de violencia de género, se repara en el hecho de que la prensa privada contribuyen a conservar y reforzar sobre todo estereotipos de carácter físico, pues en algunas notas se destaca la agresión a las mujeres jóvenes y simultáneamente el daño a su belleza física. Es evidente, entonces, que quienes elaboran las notas periodísticas sobre esta violencia, la consideran en función de los efectos físicos que puedan tener en mujeres jóvenes y bellas, más que considerando el problema como violación a los derechos humanos de las mujeres.

### **II.3. Similitudes y diferencias entre los diarios privados y el público con cobertura nacional**

Los seis periódicos que fueron parte de la muestra seleccionada para este trabajo de investigación son de cobertura nacional; no obstante, cinco de ellos son privados y uno es público (El Telégrafo).

Más allá de la diferencia del origen de los recursos económicos con los que se sostienen, la presencia mediática de la mujer está presente de manera sostenida en todos ellos; puesto que diariamente difunden notas con y sobre mujeres.

En ese sentido, fue factible el análisis de 667 piezas con contenidos de portada, judiciales y espectáculos que correspondieron a 84 ediciones, entre impresas y digitales, del 5 al 11 de marzo y del 23 al 29 de julio de 2012.

De esas 667 notas, 265 incluyeron a mujeres en los titulares. Esta última cifra se constituyó en el universo de análisis para establecer similitudes y diferencias alrededor de las características de forma y contenido a partir de una misma matriz de recolección de datos en la cual se enfatizó en la asignación de roles, la aplicación de estereotipos y la tendencia del discurso sobre esos estereotipos, partiendo de los temas abordados.

Ese acento correspondió al interés de constatar si la producción impresa nacional se ajustó o no al concepto de justicia de género que no se restringe a la aplicación normativa. De hecho, esa noción que tiene un escenario principal en los medios de comunicación, se refiere a lo simbólico en el sentido de que la permanencia de los estereotipos de género influye en la discriminación y en la violencia a las mujeres. Desde ese escenario conceptual, se observó:

### **Temas abordados**

Hay diferencia temática entre la prensa pública y la privada. **El Comercio, Hoy, El Universo, Expreso y Extra** presentaron a las mujeres alrededor de la fama y el espectáculo, que representó el 30% (50) del total de notas con y sobre mujeres durante la primera semana de análisis y el 38% (36) del total de piezas durante la segunda semana. En este último periodo, **El Telégrafo** no aportó con piezas sobre ese tema.

Si bien la fama ha hecho que las mujeres pasen del ámbito privado al público, las notas sobre esta temática no están contribuyendo al cuestionamiento de roles tradicionales sino que, a partir de los papeles de modelos y artistas, están reforzando estereotipos sobre lo físico. En ese sentido, se espera que toda mujer sea bella y voluptuosa como lo son las celebridades.

Por la coyuntura de la recordación del Día Internacional de la Mujer, la primera semana de análisis tuvo una mayor representación femenina en lo político, lo económico, lo cultural y social que en el segundo periodo de análisis que, no obstante, fue numéricamente superior en temas, con 24 frente 22.

En la semana atípica por esa fecha internacional, por ejemplo, se habló explícitamente de femicidio o delitos violentos contra mujeres, por razones de género. También, se pretendió cuestionar el *deber ser* femenino al destacar la presencia de mujeres en el poder político o el activismo; no obstante, hubo, también, notas que las representaron como profesionales pero acompañaron esas construcciones con discursos sociales y morales conservadores: eligieron a sus hijos y no a su formación académica como forma de vida.

A ello se sumó el hecho de que el espacio mediático para las mujeres con discapacidades físicas o pertenecientes a minorías sociales fue reducido tanto en la prensa privada como en la pública.

En la segunda semana, en la cual se dieron los Juegos Olímpicos en Londres, hubo un espacio pequeño para construir a las mujeres en la temática deportiva. Pero, asimismo, hubo 'una de cal y otra de arena' porque se buscó el destaque del talento deportivo de hombres y mujeres en las competencias e, incluso, se evidenció que la cercanía del

alumbramiento no constituye un obstáculo para las realizaciones femeninas en ese ámbito. Pero desde lo nacional, en cambio, se adjudicó a las madres de los deportistas un aporte por su entrega y sacrificio para lograr que sus hijos sobresalgan.

En julio, por las fiestas de fundación de Guayaquil, **El Universo** y **Expreso** dedicaron, además de los espectáculos, un espacio permanente para los certámenes de belleza donde se enfatizó en los estereotipos físicos de las mujeres jóvenes de quienes poco se dijo sobre su trayectoria profesional.

En el caso de la crónica roja, **El Universo**, en la primera semana, y **Extra**, en la segunda semana, aludieron a notas sobre esa temática en la cual las mujeres aparecieron como víctimas; ya que alrededor de ellas, se contaron por lo general historias locales (de la zonas urbano-marginales y rurales) de tragedias, conflictos, delitos y violencia. Los textos estuvieron, en su mayoría, acompañados por imágenes de mujeres agredidas o lamentándose por lo que les ha tocado vivir.

### **Mujeres como tema en las notas periodísticas**

Tanto en la semana atípica como en la típica de dinámicas periodísticas, el 59% del total de notas con y sobre mujeres en titulares tuvo presencia femenina en funciones protagónicas. En ese sentido, las féminas fueron tema frente a otras funciones como experiencia personal, testigo y opinión popular.

Al interior de las funciones protagónicas, no obstante, se encontraron grandes diferencias entre las mujeres como tema, vocera y experta. De hecho, muy pocas mujeres hablaron en representación de un grupo de personas o una institución, y menos aún fueron consultadas como especialistas.

Tanto a la prensa pública como a la prensa privada les interesó contar una historia alrededor de las mujeres, sobre lo que dijeron o hicieron. Sin embargo, no fueron todas las mujeres sobre quien se produjo información; de acuerdo con las variables de raza y edad, la gran mayoría de las piezas no identificaron la edad de las mujeres pero sí se puso énfasis en las historias de féminas blanco-mestizas quienes, además, no representaron a minorías sociales.

A diferencia de los otros cinco diarios, a **El Telégrafo** le interesó tanto el destaque de las mujeres en ocupaciones fuera de la fama y el espectáculo, como el desarrollo de la historia femenina más allá del perfil etario o del estado civil; por lo que se plantea una reflexión alrededor de ese tipo de información y su impacto en la reducción de la discriminación entre mujeres.

### **Roles de género en las mujeres de las notas**

Al destacar en su mayoría a mujeres del ámbito público, como son las celebridades, los comportamientos sociales asignados a lo femenino (amas de casa, madres o convivientes) han sido desplazados por roles de mujeres autónomas e independientes. No obstante, esa representación corresponde a una construcción externa de la mujer.

En lo nacional y local, las notas con historias de mujeres continúan “naturalizando” esos roles asignados a las mujeres puesto que las protagonistas siguen apareciendo como esposas o convivientes y madres o amas de casa, por encima de representaciones como profesionales y trabajadoras, autónomas o independientes.

En ese escenario, se planteó como una conclusión provisional que se enfatiza aquí en cuanto a que **los datos de este ejercicio de análisis de contenido implican que, en el ámbito nacional, no se está trabajando en el equilibrio de los roles asignados socio-culturalmente alrededor de lo público y lo privado.**

Incluso, cuando se trató de la semana en la cual se recordó el Día Internacional de la Mujer, se presentaron notas en las cuales las mujeres profesionales e independientes estuvieron relacionadas con tradicionales prácticas de género como: maestras y funcionarias de instituciones bancarias en servicios de atención al cliente.

### III. ANÁLISIS DE TRES PROGRAMAS DE TELEVISION

#### III. 1. El programa *En Carne Propia*

##### 0. Datos de identificación del programa

El programa *En Carne Propia* se transmite de lunes a sábado por Canal Uno, con sede en la ciudad de Guayaquil. Este es uno de los dos programas especializados en la llamada crónica roja o hechos judiciales que transmite la televisión ecuatoriana, ya que, en general, este tipo de noticias forman parte de los informativos de televisión.

El análisis de esta investigación se aplicó a las emisiones del período de una semana comprendida entre el 23 al 28 de julio del 2012; en estos seis días, cada emisión tuvo entre tres y ocho bloques o secciones,<sup>18</sup> un promedio de 5,8; el viernes 27 fue el día con el mayor número de bloques (ocho), y el sábado 28 el de menor (tres). Los días sábados se retransmite lo que el programa considera como las notas más destacadas de la semana.

Para el presente análisis no se consideró el tiempo de la publicidad, y si bien el programa tiene establecido una hora de duración, esta no se cumple exactamente: el martes 24 sobrepasó con seis minutos la hora, y el sábado, al contrario, duró menos de 45 minutos. En este sentido, resulta importante reparar en que *En Carne Propia* tiene muchos anuncios publicitarios, lo que sugiere un alto *rating* televisivo.

*En Carne Propia* es dirigido y conducido por el periodista José Delgado,<sup>19</sup> quien se ha especializado en periodismo judicial y es conocido desde inicios de los años 90. En el programa, Delgado actúa con frecuencia como reportero-investigador y suele convertirse en otro más de los protagonistas del hecho sobre el cual informa: se adentra en barrios populares y en sitios urbano-marginales, considerados como peligrosos, así como en algunas comunidades rurales para retratar y exponer los problemas de estos sectores, generalmente atravesados por la pobreza y la violencia. Las características étnicas y físicas de este periodista, con claras raíces de los indígenas costeños, le permiten con mayor facilidad el acercamiento a la gente y los ambientes sobre los cuales informa.

---

<sup>18</sup> Para establecer los bloques o secciones del programa, nos regimos por los cortes publicitarios.

<sup>19</sup> Delgado es conocido como "El cholito", sobrenombre que lo volvió más popular debido a la parodia basada en su ejercicio profesional que fue realizada por una serie de humor televisiva. En 2009-2010 se realizó una telenovela basada en este personaje y titulada *El cholito*, que obtuvo altos niveles de audiencia para su canal emisor, Ecuavisa, también con sede en Guayaquil.

José Delgado carece de las características físicas por las que destacan otros conductores o presentadores de televisión: no es un hombre atractivo ni elegante, y no puede decirse que cuida su imagen física; por lo tanto, no responde a los cánones de belleza y estilo predeterminados para quienes forman parte del contexto mediático. Sin embargo, Delgado es un hombre respetado, estimado y aun admirado entre la gente de las zonas urbano-marginales y rurales, no en vano tiene la posibilidad de acudir hasta lugares peligrosos y alternar con personas que viven en la delincuencia, la drogadicción, la demencia, o que son víctimas de la pobreza extrema, sin que estas condiciones signifiquen riesgos para su integridad física.

La lógica del programa está determinada por la presentación de notas informativas que son trabajadas por el propio Delgado, junto a aproximadamente cinco reporteros,<sup>20</sup> es decir, no cuentan con mujeres periodistas y tampoco con personas invitadas en el set.

El programa tiene una estructura periodística diferente a programas similares. Empieza por la presentación de las notas por José Delgado, las cuales constan de hasta cinco avances en los que se expone la mayoría de datos e información, lo cual da lugar a que, al desarrollar la nota, aparezca redundante y no haya casi nada nuevo que informar. Sin embargo, los avances no siempre proporcionan la información de fondo del asunto, y más bien contribuyen a diluir la estructura narrativa, pues no se sabe qué es lo más o menos importante, y por ello resulta difícil identificar dónde está la noticia.

Las notas son realizadas por Delgado y los reporteros, y en su mayoría se desarrollan en el curso del hecho; para finalizar, el presentador hace una breve reflexión sobre lo expuesto a modo de conclusión.

Esta estructura del programa es, al parecer, un recurso para lograr la atención y la permanencia de las audiencias durante la hora y media, de lunes a viernes, y la hora del sábado, que duran las emisiones, con lo cual posee una ventaja amplia respecto al tiempo de cualquier otro informativo, pues solo está superado por algunos *reality shows*.

El orden de presentación de las notas está en función de cuán insólitas o llamativas resulten estas; bajo esta lógica, las de contenido más fuerte se ubican al final del programa. Por lo tanto, la estructuración del programa y las notas dan lugar a que se piense que su disposición está configurada para sorprender más que para informar sobre los hechos.

La presentación hace pensar también en desorganización de la información misma: el lunes 23, por ejemplo, la nota numerada seis aborda el seguimiento que el periodista hace a la desaparición de un hombre; luego, se expone la queja de una mujer en un hospital de Guayaquil; y después, la misma nota se vuelca al caso de unas mujeres que buscan a su familiar desaparecida. Ante este último tema, la nota deja de lado el primer caso e inmediatamente se conecta con la nota número tres cuyo tema es el asesinato de un hombre por celos.

Esta imprevisibilidad respecto a la presentación y el desarrollo de las notas, permite pensar que los periodistas van en busca de 'lo que salga' o de la nota más impactante, pues no se evidencia una agenda informativa planificada. Sin embargo, es esta 'cacería

---

<sup>20</sup> No resulta posible determinar el número exacto de reporteros del programa, pues no se los nombra, e incluso solo se identifica su presencia a través de su voz en off.

de la noticia' lo que podría dar lugar a que la teleaudiencia crea que lo que se presenta es la realidad misma. Sobre esto, el periodista español Ignacio Ramonet plantea que en la actualidad se ha modificado la concepción de la información bajo la influencia de la televisión, lo que ha dado lugar a que informarse implique hacerlo en relación con la actualidad:

“Enseñar la historia sobre la marcha”, o en otras palabras hacer asistir (si es posible en directo) al acontecimiento [...]; lo que supone que la imagen del acontecimiento (o su descripción) es suficiente para darle todo su significado (Ramonet, 1998: 22).

Esta condición da lugar a que En Carne Propia, los reporteros y en particular el conductor, funjan de investigadores, es decir, como detectives que metafóricamente buscan con lupa los detalles que ayuden a 'descubrir' la verdad. Como se presenta en el caso del día jueves 26 de julio, en el que José Delgado acompaña a José Albarazán en la búsqueda de su hija Chavela, de quien, en primera instancia dice que habría sido secuestrada por dos hombres conocidos en el barrio como “El Pollo” y “El Sopa”. Esta nota, cuya duración llega casi a los 23 minutos, consiste en el seguimiento que el periodista hace del caso; en su desarrollo, se llega a determinar que el primer sujeto es el novio de la menor de edad, y que ella se habría escapado con él. Este caso pone en evidencia el modo en que se desvirtúa y descontextualiza la información con el fin de captar audiencias y, al mismo tiempo, expone el papel que el periodista juega en la presentación de las mismas.

Sobre este último punto, podría decirse que debido a que En Carne Propia busca retratar los conflictos de los sectores urbanos marginales y rurales, se constituye como un medio de visibilización y de incorporación al debate público de sus problemas y conflictos, y propicia cierto reconocimiento de los problemas de estos sectores. Sin embargo, el sociólogo Patrick Champagne considera que esta representación de la violencia social está sometida a un “verdadero trabajo de construcción que depende en muy amplia medida de los intereses propios de este sector de actividad” (Champagne, 1995: 51); bajo esta perspectiva, resulta preciso considerar que en efecto, como lo considera el autor, la televisión funciona como un instrumento encaminado a suscitar emociones colectivas bajo la representación de lo marginal y lo desfavorecido (Champagne, 1995: 54).

A continuación, las coordenadas y variables que han sido analizadas en la presente investigación, y que dan cuenta del tratamiento de los temas relacionados con mujeres, así como la representación que se hace de ellas en el programa.

### **1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres**

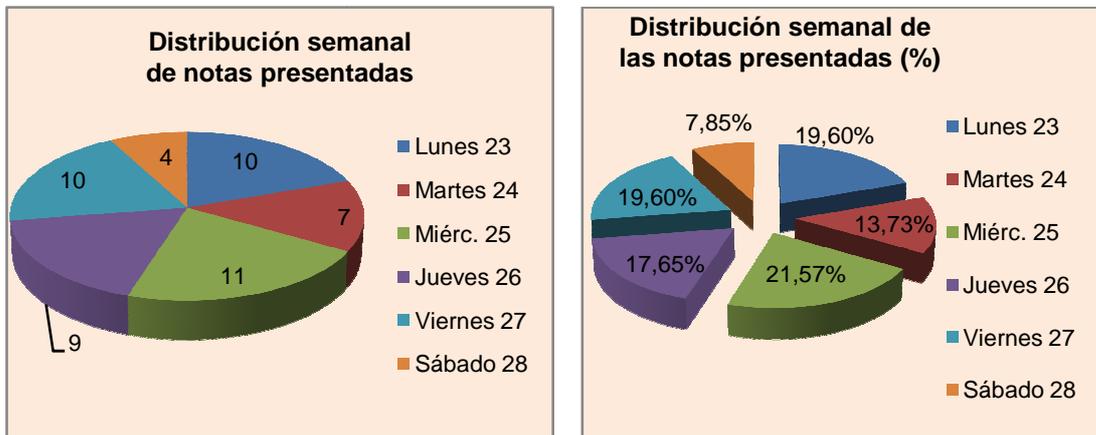
Luego de los datos de identificación del programa, en este primer nivel de análisis se busca conocer la frecuencia con la que aparecen las mujeres en las diversas notas periodísticas presentadas durante la semana de análisis, así como datos relevantes que permitan ubicar la nota en la estructura del programa, sus características en ese contexto, y otros detalles que posibiliten la identificación de las notas sobre mujeres y/o con ellas.

La siguiente grilla muestra los temas que esta coordenada buscó ubicar: número de notas, número de notas sobre y con mujeres, presencia de las mujeres en los titulares, número de unidad de análisis, bloque en el que se ubica la nota, tema que aborda la nota, duración, género periodístico, formato o estructura de la nota, quién la presenta

(hombre o mujer), autoría (hombre o mujer), ámbito geográfico (ciudad o provincia), y zona (urbana, marginal o rural) donde ha ocurrido el hecho noticioso. Al final se ubica una variable de observaciones, donde se anotaron aspectos destacables en relación a la morfología y estructura del programa y las notas.

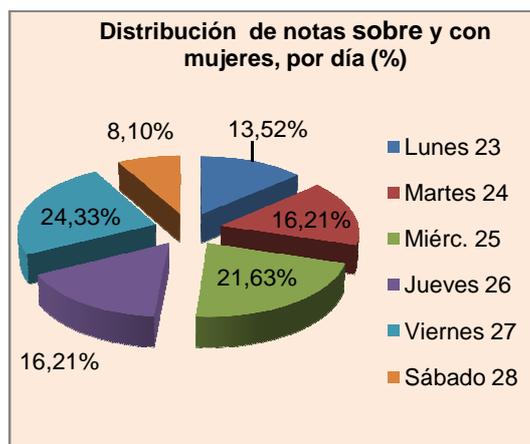
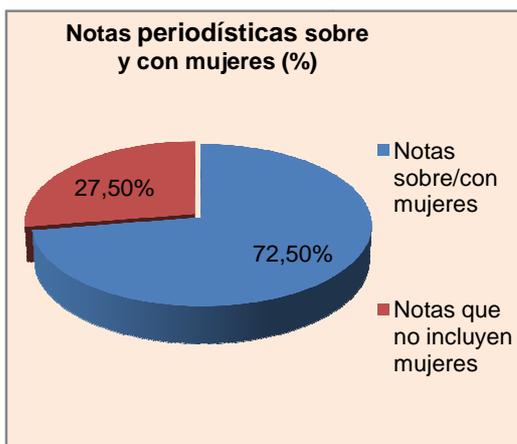
Total de notas periodísticas	Total de notas sobre y con mujeres	Mujeres en los titulares	No. Unidad de análisis por nota periodística sobre mujeres	Bloque noticioso	Tema (anexo 2)	Duración de la nota periodística	Género periodístico	Formato de la nota	Quién presenta la nota periodística	Autoría de la nota periodística	Ámbito geográfico	Zona	Observ.

En el período de análisis, del 23 al 28 de julio del 2012, fue posible ubicar un **total de 51 notas periodísticas**, distribuidas de la siguiente manera:



Como se aprecia en los gráficos, con 11 notas, que corresponde al 21,57% del total de la semana, miércoles es el día que presentó el mayor número de notas; el sábado, quizás por tratarse del resumen semanal, contó solamente con cuatro (7,85%).

De este **total semanal de 51 notas**, **37 fueron sobre o con mujeres**, lo que significa el 72,50%; las 14 que no las incluyen corresponden al 27,50% del total. El viernes registró el mayor número de estas notas (9) y el sábado el de menor (3). Los siguientes gráficos muestran estos datos en porcentajes.



Como se observa, casi las tres cuartas partes de la realidad informativa presentada por En Carne Propia, incluye a mujeres. Sin embargo, es preciso señalar que la sola presencia de ellas en los hechos noticiosos no implica valoración alguna. Para el caso que nos ocupa, hay que reparar en las funciones<sup>21</sup> que cada mujer tiene en las notas y el cómo es ella representada, si se refuerzan estereotipos o se los cuestiona. Estos son aspectos que se irán descubriendo de manera paulatina.

**De las 37 notas que incluyen a mujeres, 11 las ubican en los titulares, es decir, menos de la tercera parte (29,73%).** Esta cifra permite pensar que si bien la realidad informativa incluye mayoritariamente los dos géneros, son pocas las mujeres que tienen importancia en el hecho noticioso, o que son consideradas como tema principal de las notas. Más adelante, veremos cuál es la función que ellas ocupan en la información presentada.



De las 11 notas que incluyen a mujeres en los titulares, el jueves presentó tres, que es el día que mujeres incluye, mientras que en los días viernes y sábado se registró una nota en cada uno. La tabla siguiente muestra la distribución de mujeres en titulares por día.

<sup>21</sup> Con respecto a las funciones, ver el anexo de la guía de codificación, y la definición, según el GMMP, que en la parte de análisis correspondiente. .

Distribución de mujeres en los titulares, por día			
Día de análisis	Incluye mujeres en los titulares	No incluye mujeres en los titulares	Total de notas sobre y con mujeres
Lunes 23	2	3	5
Martes 24	2	4	6
Miércoles 25	2	6	8
Jueves 26	3	3	6
Viernes 27	1	8	9
Sábado 28	1	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>26</b>	<b>37</b>

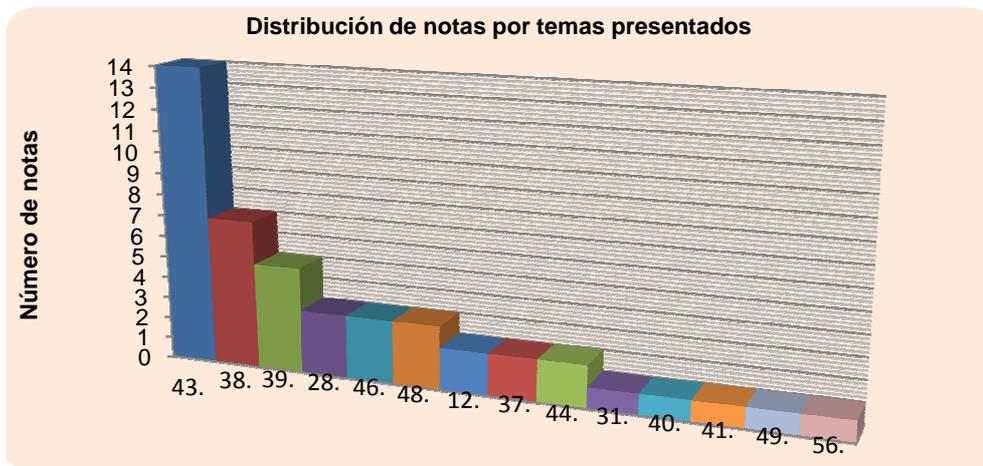
En cuanto a los bloques o secciones del programa, cabe reparar en que el segundo es el que contiene el mayor número (9) de las 37 notas con/sobre mujeres durante la semana; los bloques que presentan menor número de notas son el séptimo y el octavo, con una nota cada uno. Este hecho se explicaría por la estructura del programa, pues el primer bloque incluye generalmente solo la presentación del programa, mientras que en el segundo se ubican los avances de la mayoría de notas presentadas.

Distribución de notas con o sobre mujeres según bloques del programa									Total de notas en la semana
Orden del bloque	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	
Número de notas	8	9	6	4	3	5	1	1	37

Respecto a los **temas**<sup>22</sup> que abordan las 37 notas sobre y con mujeres, se distribuyen, como se aprecia en el gráfico siguiente, de esta manera: 14 corresponden al tema desastres, accidentes e inundaciones (No.43);<sup>23</sup> siete notas se ubican en delitos violentos, asesinato, secuestro, asalto (No. 38), y **cinco notas en el tema de violencia de género, femicidio, hostigamiento, violencia doméstica, acoso** (No. 39), es decir, que los tres temas más recurrentes del programa aparecen en 26 de las 37 notas que incluyen mujeres (70,27%), y tienen que ver con catástrofes, accidentes, hechos delictivos y violencia social y de género, temáticas estrechamente relacionadas con el objetivo y el carácter de En Carne Propia.

<sup>22</sup> Los temas han sido clasificados de acuerdo con la nómina establecida por el GMMP (siglas en inglés del Proyecto de Monitoreo Global de Medios de la WACC (*World Association for Christian's Communication*). Sin embargo, y dadas las particularidades de los programas analizados y del objetivo del análisis, se añadieron algunos. Ver anexo correspondiente.

<sup>23</sup> Los números entre paréntesis corresponden al número con el que se ha codificado cada tema, y que se incluyen en el gráfico siguiente. Además, algunas notas sobre y con mujeres corresponden a más de un tema.

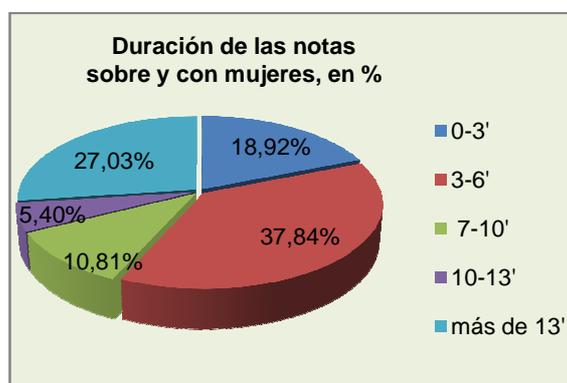
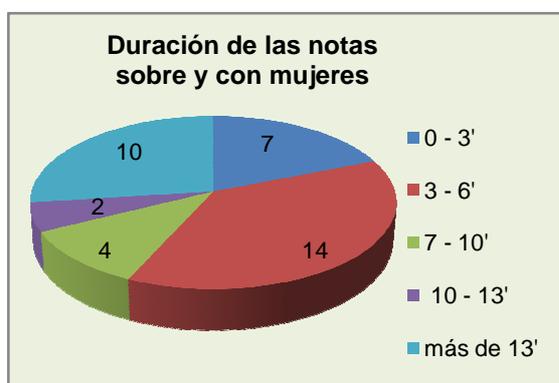


Nota: Los números inferiores corresponden al de la codificación de cada tema, como se indica en el párrafo anterior.

Otros 14 temas son abordados con mayor o menor frecuencia entre las 37 notas sobre y con mujeres, además de los mencionados, se incluyen: tres notas en relaciones familiares, conflicto intergeneracional, progenitores (No. 28); artes, entretenimiento, tiempo libre (No. 46); certámenes de belleza, modelos, moda (No. 48). En dos notas están los de pobreza, vivienda, ayuda (No. 12), delitos no violentos, robo, drogas (No. 37) y otros crímenes, violencia (No. 44).

Finalmente, se registra una nota en migración, refugiados (No. 31), abuso infantil, violencia sexual o doméstica contra niñas (No. 40), guerra, terrorismo, violencia ejercida por el Estado (No. 41), deportes, eventos (No. 49), y matrimonio y sus diferentes formas, vida en pareja y sus conflictos (56).

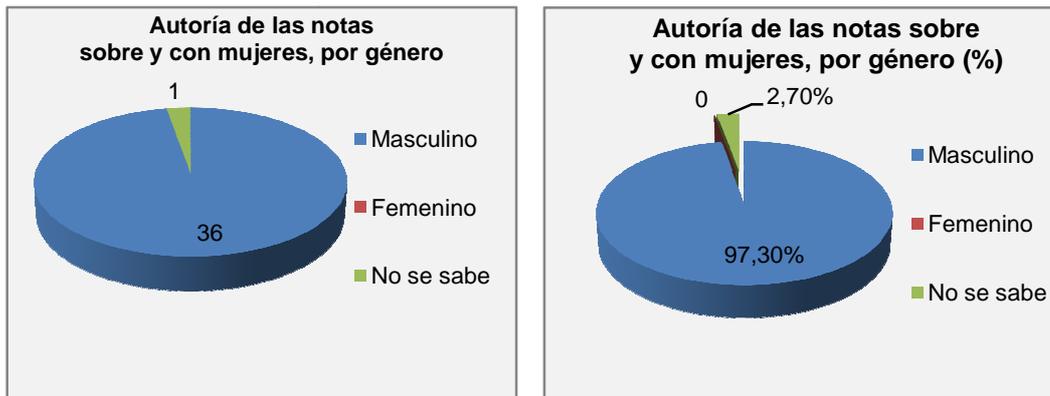
En cuanto a la **duración de las notas**, según la guía de codificación, estas van de uno a más de trece minutos. La mayoría, 14 notas (37,84%) tienen una duración de tres a seis minutos; 10 notas (27,03%) duran más de trece minutos; siete (18,92%) no sobrepasan los tres minutos; cuatro (10,81%) están entre siete y diez minutos; y dos notas (5,40%) van de diez a trece minutos.



Las 37 notas sobre y con mujeres corresponden al **género periodístico informativo**, caracterizado por la entrega de información de actualidad con el objetivo de exponer los

hechos en el mismo lugar donde estos ocurren. Ninguna de las notas periodísticas del programa corresponde a un género periodístico distinto, como el reportaje pues, a pesar de que la mayoría tiene una duración de más de tres minutos, todo cuanto se expone son datos de hechos, no hay consultas a personas expertas o con conocimientos en la materia que se trata, y los temas que se abordan no son planificados.

En cuanto a **quién presenta la nota**, las 37 fueron presentadas, como ya se dijo, por el conductor José Delgado, única persona que aparece ante cámaras, en el set. Del total de las notas, solo en una no fue posible identificar la autoría y, en consecuencia, el género del periodista; pero se destaca que **36 fueron elaboradas por reporteros hombres**.

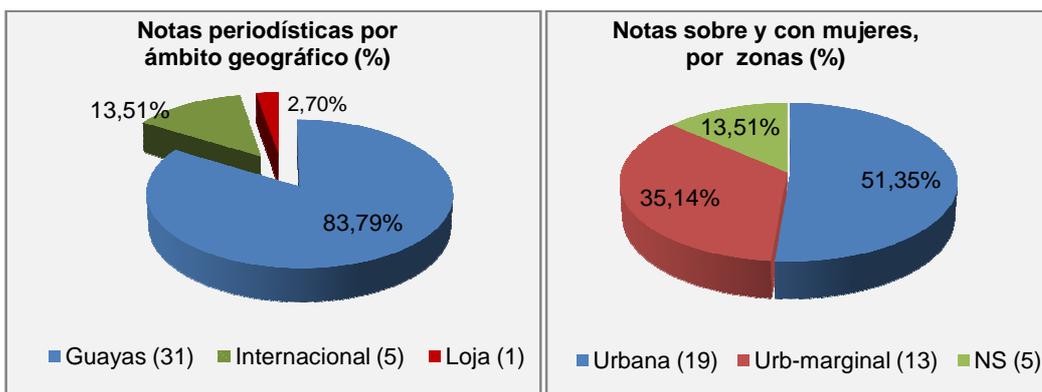


Como se evidencia en los gráficos anteriores, En Carne Propia es un programa de sello masculino, marcado por el género del conductor y los reporteros, lo cual da lugar a pensar que sus realizadores consideran que esta especialización periodística, denominada crónica roja o hechos judiciales, debe ser desarrollada por hombres, o que quizás ellos se encuentran más facultados para desenvolverse en sectores urbano-marginales que entrañan peligro.

Al respecto, los investigadores Nohora Celedón y Manfry Gómez dicen que la asignación de las denominadas “*hardnews*” se da con base en un criterio sexo-genérico, y constituye un reforzamiento del imaginario de que los temas duros de la televisión están asociados con lo masculino, mientras que las “*softnews*”, temas de menor impacto informativo, se ligan con lo femenino (Celedón, Gómez, 2011: 25).

En relación con el **ámbito geográfico** donde se ubican las 37 notas del análisis, 31 se desarrollan en la provincia del Guayas (Costa), específicamente en la ciudad de Guayaquil; una en la provincia de Loja (Sierra sur), y cinco en el ámbito internacional.

En cuanto a **la zona**, 19 notas corresponden a la urbana; 13 ocurren en la urbano-marginal; y en cinco, las que se refieren al ámbito internacional, no fue posible determinar si se ubican en zonas urbanas o rurales.



Los datos anteriores de ámbito y zona, permiten concluir que el contexto geográfico y social sobre el cual informa el programa tiene más bien carácter local, pues se limita más una sola provincia y una sola ciudad, y dentro de esta, busca la información entre sectores poblacionales que habitan zonas urbano-marginales.

## 2. Características de cada mujer en las notas periodísticas

El segundo nivel de análisis tiene por objetivo registrar las características de cada mujer que aparece en las notas, partiendo de la función en que se la presenta. De acuerdo con el GMMP, la función sería la habilidad o capacidad con la que una mujer es incluida en la noticia: si es como tema, vocera, experta, testigo; si transmite su experiencia personal, si es parte de la opinión popular, o tiene otra función. Este nivel de análisis es el paso intermedio entre lo descrito previamente y las características de contenido e imagen de cada una de las mujeres en las notas periodísticas, que es el último nivel, y en el cual se analiza el tratamiento que reciben: estereotipado o no, con roles o sin ellos, y si se refuerzan o se cuestionan los estereotipos.

Luego se registran, como muestra la grilla siguiente, otras características personales que permitirán precisar sobre qué base se encasilla o se estereotipa a las mujeres en el programa de televisión analizado. Si el estereotipo está en el discurso, ¿de dónde y de qué presupuestos parte? ¿Del aspecto físico, el grupo étnico, la edad, el estado civil, la relación familiar en la que se presenta a una mujer, es decir, madre, esposa, trabajadora?

Unidad de análisis por nota periodística	Función de la mujer	Ocupación de las mujeres de la nota periodística	Grupo étnico	Grupo etario	Estado Civil	Capacidades especiales	Relaciones familiares definidas para las mujeres	Minoría Social	Observaciones

En las 37 notas analizadas aparecen 119 mujeres. Con respecto a su **función en la unidad de análisis**, como **tema aparecen 19 mujeres** (15,97% del total); 48 mujeres, que representa el mayor número, son presentadas por su experiencia personal (40,34%); 22 como testigos (18,49%); 20 mujeres como opinión popular (16,80%); cinco como expertas o comentaristas (4,20%); y cinco mujeres como voceras (4,20%), de acuerdo con lo mostrado por los gráficos que siguen.



Estas cifras permiten constatar que en el discurso de En Carne Propia, las mujeres aparecen en mayor medida hablando sobre hechos que ocurrieron en sus vidas, como testigos o parte de la opinión popular, y menos como especialistas en alguna materia sobre la que pueden opinar; es decir, más como personas de vivencias que de especialización profesional y reflexión consecuente.

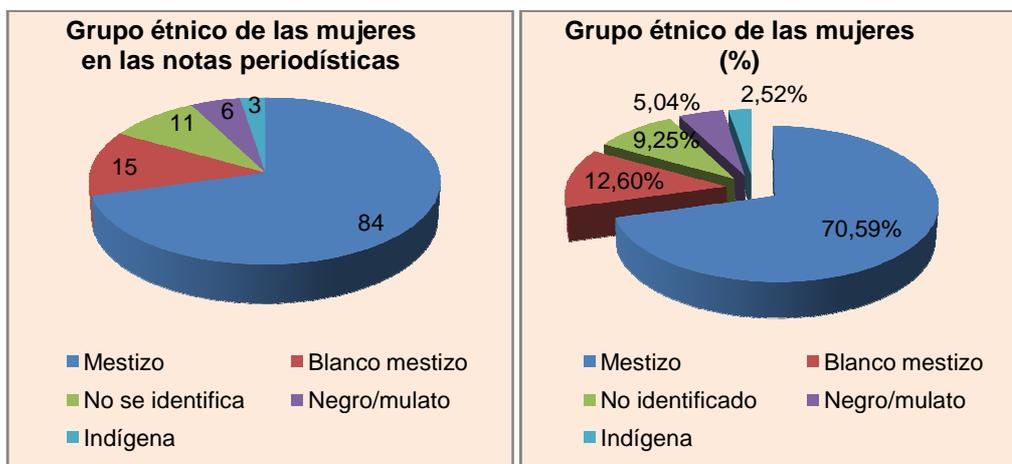
Con respecto a la **ocupación** de las 119 mujeres, no fue posible establecerla en 86 casos (72,26%). Como se visualiza en la tabla, a continuación, siete mujeres están en la clasificación de comerciantes, artesanas, trabajadoras; siete, son presentadas como vecinas; seis como estudiantes, alumnas, escolares; cuatro, tienen la ocupación de empleadas públicas o burócratas. Dos mujeres están como policías, militares, seguridad; dos como delincuentes; y otras dos como desempleadas. Se ubican también tres, una en cada clasificación, como funcionaria de gobierno; académica, profesional de la educación; y celebridad, artista, actriz, cantante.

En otras palabras, las mujeres que presenta el programa en sus diversas notas, tienen ocupaciones variadas, aunque en la mayoría de los casos, no se identifica la ocupación; quizás porque también mayoritariamente tienen en las notas las funciones de testigos y opinión popular.

Ocupación de las mujeres de las notas periodísticas		
Ocupación	Número de mujeres	Porcentaje de mujeres
No fue posible identificar	86	72,26
Comerciantes, artesanas, trabajadoras	7	5,88
Vecinas	7	5,88
Estudiantes, alumnas, escolares	6	5,04
Empleadas públicas o burócratas	4	3,36
Policías, militares, seguridad	2	1,68
Delincuentes	2	1,68
Desempleadas	2	1,68
Funcionaria de gobierno	1	0,84
Académica, profesional de la educación	1	0,84
Celebridad, artista, actriz, cantante	1	0,84
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

En cuanto al **grupo étnico**, de las 119 mujeres, 84 (70,58%) son mestizas; 15 mujeres (12,6%), blanco-mestizas.<sup>24</sup> En 11 casos (9,24%), no fue posible identificar el grupo étnico; seis mujeres (5,04%), son negras o mulatas; y tres (2,52%), son indígenas. Por lo tanto, las mujeres mayormente presentadas por el programa son las mestizas, y las que menos aparecen son las mujeres indígenas.

Estos datos podrían explicarse, en primer lugar porque las personas que mayoritariamente habitan los sectores urbano-marginales son mestizas, sin contar el hecho de que la mayoría de la población ecuatoriana se identifica como tal (el 71,99% según el INEC); y en segundo lugar porque, como se dijo anteriormente, las noticias se ambientan sobre todo en la provincia del Guayas, que es región Costa, mientras los indígenas habitan particularmente las regiones Sierra y Amazonía.



En lo que corresponde a **la edad** o el grupo etario de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas, se las codificó de acuerdo con la apariencia física de cada una, como sigue: 40 de ellas (33,61%) aparentan una edad de entre 50 a 64 años, es decir son mujeres plenamente adultas; hay 38 mujeres que estarían entre los 35 y los 49 (31,94%); 15 mujeres (12,6%) se ubican entre 19 y 34 años; 10 (8,40%), están en el rango de entre 12 y 18 años; seis (5,05%), en el de más de 65 años; y tan solo tres (2,52%), de menos de 12, es decir, niñas. De siete (5,88%) no se pudo precisar la edad porque no aparecen en la nota o daban la espalda a la cámara, aunque se escuchaba su voz en off.

Evidentemente, las mujeres que más aparecen en las notas analizadas son adultas y adultas mayores, dos grupos de edad que constituyen mayoría: 46 mujeres o el 38,6% del total. Las que menos aparecen son las niñas: apenas 2,52%.

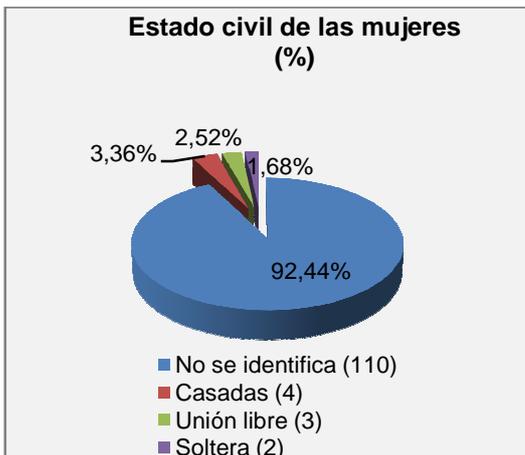
<sup>24</sup> Aunque esta clasificación no es aceptada totalmente en el ámbito académico, en Ecuador tiene uso más o menos extendido. Autores como Andrés Guerrero, le dan sentido práctico, para excluir de esta clasificación al indio ("Poblaciones indígenas, ciudadanía y representación", Revista *Nueva Sociedad*, No. 150, 1997), y hacer referencia a la concepción de ciudadanía que se impuso en los siglos XIX y XX, hasta los levantamientos indígenas en Ecuador, en la década de los 90. En *Etnicidades* (Quito: Flacso, 2000), Guerrero la asociada, además, a la identidad nacional. Otro autor, Jean Rahier, da carácter urbano a esta clasificación. En un sentido más general, entonces, se identifica como blanco-mestiza a la persona de piel clara y en cuyos rasgos faciales no son muy evidentes los antecedentes genéticos indígenas. O se trata así también de clasificar a aquellas personas que no reconocen su mestizaje debido al color de su piel, más claro que el del resto de mestizos entre indígenas y blancos.



Respecto al **estado civil**, no fue posible identificarlo en el caso de 110(92,44%) mujeres; solo se identificó a cuatro casadas (3,36%); tres en unión libre (2,52%); y dos solteras (1,68%). Es evidente también que el programa no enfatiza en el estado civil de las mujeres que están en la noticia, lo cual podría interpretarse como que el dato no es relevante para la información misma.

Con referencia a si alguna de las 119 mujeres que aparecen en las 37 notas periodísticas, tienen **capacidades especiales**, tan **solo una** de ellas se encuentra en este caso.

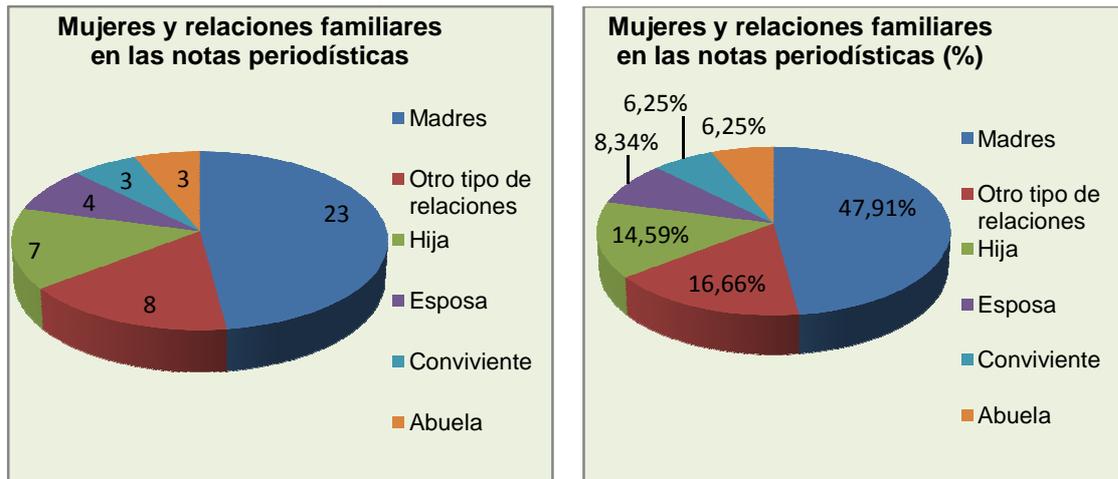
Estas dos variables se grafican a continuación:



**Relaciones definidas para las mujeres** en la nota periodística fue otro de los datos registrados. Interesaba saber si las mujeres son presentadas en función de sus relaciones familiares, como madres, esposas, hijas y más; es decir, como mujeres cruzadas por sus relaciones afectivas o familiares, no como personas independientes. Al respecto, el programa ubica a algunas mujeres en más de una relación, es decir que son

presentadas como madres y esposas y, al mismo tiempo, como hijas o convivientes, por ejemplo. En la mayoría de las notas periodísticas, no se las presenta con relación familiar alguna.

De las 119 mujeres que aparecen en las notas, en 71 casos no las presenta estableciendo alguna relación familiar, pero sí 48 casos: 23 de ellas son presentadas como madres (47,91%); ocho, tienen 'otro tipo de relaciones' (16,66%); siete aparecen como hijas (14,59%); cuatro como esposas (8,34%); tres como convivientes (6,25%); y tres, también como abuelas (6,25%).



Se observó igualmente si las mujeres pertenecían a alguna **minoría social**. Con esta variable, se buscaba conocer cómo son representadas las mujeres "...cuyas experiencias y valores vitales (culturales, sexuales, políticos, etc.) se oponen a los valores dominantes", como expresa una definición;<sup>25</sup> específicamente se consideraron grupos LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros e intersexuales), tribus urbanas, grupos políticos diversos (no partidos políticos sino agrupaciones por la defensa del medio ambiente, por ejemplo), y algún otro que apareciera como tal.

Sin embargo, en la semana analizada, no se detectó a ninguna mujer perteneciente a alguna de estas minorías.

De los aspectos analizados cuantitativamente en este eje, se puede concluir que **las características de las mujeres son diversas**, pero de los datos obtenidos queda en evidencia que las más representadas son adultas mestizas, que hay más casadas o en pareja que solteras; están definidas en sus relaciones familiares sobre todo como madres, no pertenecen a minorías sociales ni tienen capacidades especiales; son más trabajadoras del sector servicios que profesionales y, por esto quizás es que son presentadas en la función de testigos, transmitiendo experiencias personales o como parte de la opinión popular.

<sup>25</sup> Para minoría social, definición disponible en la URL: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista12/documentos/orientación%20sexual.htm> (Origen: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista12/documentos/orientacion%20sexual.htm>). Visitada el 30 mayo 2012.

Este perfil físico y social de las mujeres permite, en el último nivel de análisis, ver el contenido de la información y de la imagen. En otras palabras, considerar si el tratamiento informativo estereotipa o no a las mujeres, y cómo las representan en última instancia.

### 3. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre o con mujeres

En este eje del análisis, se trataba de observar aspectos relativos a característica de contenido e imagen de las mujeres en las notas que las incluyen, de acuerdo con las siguientes variables:

# de Unidad de análisis (por nota)	Titular de unidad de análisis	Entorno o locación de la nota periodística	Roles en que se presenta a las mujeres en nota periodística	Estereotipos sobre mujeres en la nota periodística	Discurso sobre estereotipos	Plano frecuente de mujeres en nota periodística	Observaciones

De las 37 notas reportadas en la semana del programa, solo en un día se mencionan dos **titulares**; las otras 35 notas no los presentan. Esta modalidad de transmitir las notas informativas sin titulares parece ser característica de programas de este género periodístico, pues en Sorprendente, el otro programa analizado, se registró que el total de las notas no presenta titulares.

Los dos titulares mencionados corresponden al día viernes 27 de julio y son: “Suegra vs. Suegra”, nota que trata un conflicto familiar entre madres por la situación matrimonial de sus hijos; e “Incendio en el Guasmo Sur”, que presenta un flagelo ocurrido en la casa de una mujer de este sector de de Guayaquil, considerado como zona urbano-marginal.

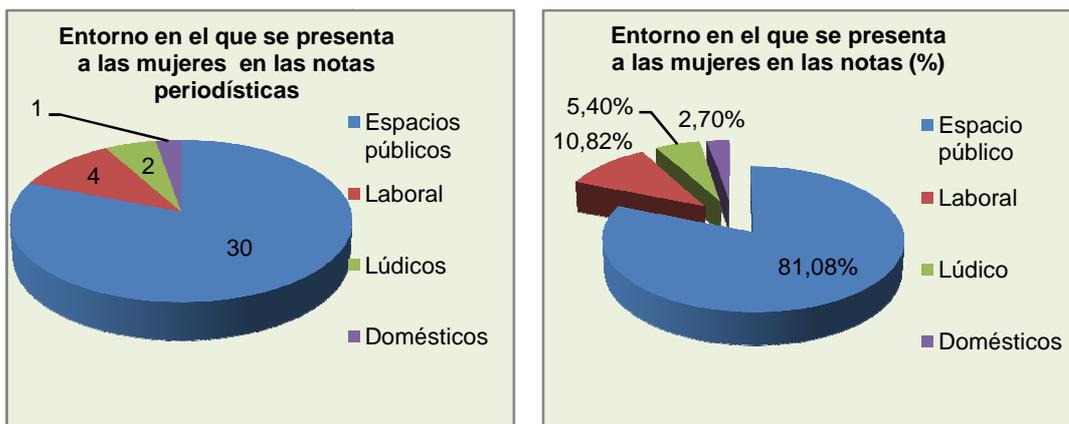
En el primer caso, se hace notar la evidente carga connotativa del titular, pues hay estereotipos dominantes en los imaginarios sociales con respecto al rol de las mujeres como suegra, que permiten subrayar las rivalidades que, se presupone, existen entre las mujeres frente a un hombre, y sus roles, muchas veces enfrentados, de hijo y esposo. Si no se hubiera querido recurrir a este imaginario, se podría haber enunciado el conflicto entre las madres de cada parte de la pareja.

En la segunda nota periodística, se trata de un titular informativo, de carácter denotativo, donde no se menciona a la mujer propietaria de la casa incendiada.

Como parte de las características de contenido e imagen, también se consideró pertinente analizar el **entorno en el que son presentadas las mujeres**. De acuerdo con la guía de codificación, se trató de ver en qué lugar aparecen las mujeres en la nota periodística, pues también el entorno (lugar o locación) de la toma podría contribuir a reforzar o no estereotipos. Así, se repara en si las mujeres aparecen en los siguientes entornos: doméstico (la casa, el hogar), laboral (oficina, fábrica, etc.), espacios públicos (la calle), lúdicos (parques, cines), y otros, que no correspondan a ninguna de las anteriores clasificaciones.

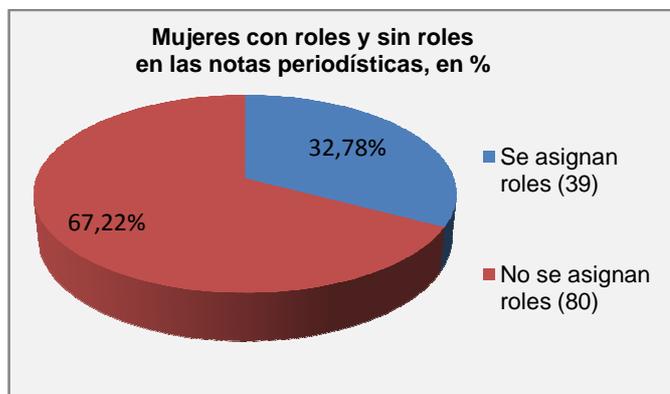
Las 37 notas analizadas ubican a las mujeres, visual o verbalmente, en diferentes entornos: 30 en el espacio público o la calle; cuatro en el espacio laboral; dos en espacios lúdicos y una en el ámbito doméstico.

Este dato podría resultar significativo, ya que alude a que el discurso del programa visibiliza a las mujeres desde un espacio público, las coloca por fuera del ámbito privado en el que tradicionalmente están confinadas; sin embargo, la ubicación del entorno, más que a romper estereotipos, podría deberse también a que las mujeres tienen mayoritariamente en estas notas la función de testigos, la de transmitir experiencias personales o como parte de la opinión popular de hechos ocurridos en la calle.



En cuanto a los **roles**, de las 119 mujeres que aparecen en la semana de análisis, 39 son presentadas con algún rol (32,78%), por lo tanto, 80 (67,22%) de las mujeres no tienen rol específico; se podría explicar este hecho debido a que buena cantidad de las mujeres que aparecen en las notas son parte de la opinión popular, o del público que presencia un hecho convertido en noticia.

Entendemos por rol de las mujeres, los papeles que ellas desempeñan socialmente y que van de los tradicionales (madres, esposas, amantes) a los de trabajadoras en general; pero también otros no tradicionales que pueden atribuir los medios de comunicación con una carga valorativa, positiva o negativa, como víctimas o sobrevivientes de violencia o mujeres rebeldes, transgresoras de normas.



Cabe destacar que hay casos en los que a algunas mujeres se les asigna más de un rol, distribuidos de la siguiente manera: 14 (35,9%) son presentadas como madres; nueve (23,07%) como trabajadoras o profesionales; seis (15,39%), como esposas, convivientes o amas de casa; cinco (12,82%) son presentadas como víctimas o sobrevivientes de violencia de género; a dos mujeres el discurso las ubica bajo el rol de amantes; y a otras dos como mujeres rebeldes, en profesiones no “femeninas” o transgresoras de normas (5,13%, en cada caso), una mujer en ‘otro rol’ (2,56%).

En los casos en que las mujeres son víctimas o sobrevivientes de violencia de género, ellas son también presentadas en sus roles de esposas o convivientes y madres de familia. Rossana Chiriguayo, cuya identidad es cambiada luego a Rossana Ortega, es ejemplo al respecto. Ella relata la agresión de su exconviviente, que entró a su casa y, al encontrarla con su nueva pareja, trató de matarla; el hecho concluyó con el asesinato del ‘otro’. La mujer aparece con los ojos morados e hinchados a causa de los golpes recibidos, y con una de las mejillas cubierta con un esparadrapo grande, llora desconsoladamente a lo largo de todo el relato y pide disculpas a la madre del hombre asesinado, tratando de que entienda que no fue su intención que el hecho sucediera.

En la nota titulada “Suegra vs suegra” se expone la historia de una mujer (representada como esposa e hija) que fue llevada por su marido a vivir donde su suegra, quien, según ella, la golpea. En palabras del reportero, la madre de la mujer dice que el hombre “le da mala vida a su hija”.

Otro caso es presentado en una nota en la que una madre denuncia que un hombre raptó a su hija y se la llevó en un carro. Las personas que exponen su testimonio sobre el hecho corroboran que la mujer fue violentada por el sujeto acusado.

A continuación la distribución de roles en las mujeres de las notas presentadas.

Roles en los que se presenta a las mujeres		
Roles	Número de mujeres	Porcentaje
Madres	14	35,9
Trabajadoras o profesionales	9	23,07
Esposas, convivientes o amas de casa	6	15,39
Víctimas o sobrevivientes de violencia de género	5	12,82
Amantes	2	5,13
Mujeres rebeldes, en profesiones no femeninas o transgresoras de normas	2	5,13
Otros	1	2,56
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

Como se expone arriba, la asignación de roles a las mujeres que aparecen en las notas periodísticas es minoritaria en relación con el total de mujeres; lo mismo, en lo que respecta al **discurso sobre estereotipos**, ya que estos se hallan en **24 notas** de las 37 que incluyen a mujeres, lo que representa el 64,80%.

Ahora bien, de los estereotipos identificados en el discurso de En Carne Propia, los **más recurrentes son los sociales y psicológicos**, es decir, aquellos que evidencian por mención o alusión en el discurso, a las mujeres solo como amas de casa, madres de familia, sumisas, sometidas, subordinadas, seductoras, sensuales/sexys, prostitutas,

dependientes, abnegadas, tradicionales, sensatas y prudentes, religiosas/piadosas.<sup>26</sup> En las **28 (23,50%) de las 119 mujeres** del programa se estereotipa, la distribución está dada de la siguiente manera: 16 mujeres (57,15%) con estereotipos sociales; siete mujeres (25%) con estereotipos éticos/morales o religiosos; cinco mujeres con estereotipos físicos (17,85%), y no hay estereotipos intelectuales.

Mujeres presentadas con estereotipos en las notas		
Estereotipos	Número	Porcentaje
Sociales y psicológicos	16	57,15
Éticos, morales o religiosos	7	25,00
Físicos	5	17,85
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100.00</b>

El **discurso sobre los estereotipos** respecto a estas **28 mujeres**, expone que en 16, que representan más del 50%, el programa los conserva o refuerza; en ocho los enuncia solamente, ni los refuerza ni desafía; y en tres casos se alude a ellos, sin enunciarlos. Sin embargo, cabe destacar que el discurso suma 27, debido a que en una nota solo se enuncia pero no hay discurso porque la nota está incompleta, y por lo tanto, no fue posible determinar la tendencia del discurso.

Sobre esto punto, vale destacar que algunas veces el discurso que reafirma estereotipos viene de las mismas mujeres presentadas, más que del programa. En el caso, por ejemplo, del asesinato por el exconviviente a la nueva pareja de la mujer violentada, la madre del asesinado le dice al periodista y presentador del programa: "Una semana que esta puta se llevaba a mi hijo para allá: teniendo su marido no le abastecía él". Y concluye: "Tú te vas a pudrir en la cárcel, tú vas a pagar aquí en la tierra, y dios te lo va cobrar". Una situación que si bien muestra el dolor ante la pérdida del hijo, también pone en evidencia el imaginario de culpabilidad que se teje sobre las mujeres cuando son víctimas de violencia de género, y la justificación implícita que se hace con el agresor.



<sup>26</sup> Con respecto a las otras clasificaciones de estereotipos, ver el anexo correspondiente sobre la Guía de Codificación.

La mirada androcéntrica del medio, los periodistas y el presentador se evidencia más bien en el discurso sobre estereotipos y roles femeninos, así como la ubicación de las mujeres dentro del conflicto y la pelea, donde se las muestra como sórdidas, violentas, vulgares; pero también como mártires, sacrificadas y víctimas de una violencia que muchas veces ellas mismas ocasionan. Así, de manera estereotipada, se polarizan las conductas de las mujeres, y se sigue manteniendo imaginarios discriminatorios.

En este sentido, si bien el programa da rostro a los malestares sociales de habitantes de sectores urbano-marginales, lo hace mediante el afianzamiento no solo de estereotipos de clase sino también de género. Las personas que aparecen en el programa están, rara vez, ajenas a la desgracia, el conflicto y la violencia, situaciones que aparecen como inherentes a su cotidianidad. Es raro encontrar notas sobre aspectos positivos de su vida.

Mientras, las mujeres están permanentemente expuestas, se las muestra vulnerables, víctimas de una violencia que les es casi consustancial a su condición de pobreza. Esta constatación hace pensar que aunque el programa exponga dramáticas realidades y de este modo contribuya a una resolución parcial de los problemas, su intervención no hace aportes en cuanto a la estructura misma de los dramas y conflictos que muestra.

En relación con el **plano más frecuente** en el que la cámara enfoca a las mujeres de las notas periodísticas, fue posible evidenciar que en 24 casos es el plano medio, seguido, en su orden, del plano americano, el plano completo, el general, y el primer plano que, apenas en un caso, se lo utiliza para presentar un rostro con huellas de violencia de la pareja y el dolor, la aflicción y el llanto de algunas mujeres. En otras palabras, es evidente también que el primer plano puede contribuir a subrayar el rol de víctima y hasta espectacularizar la información.



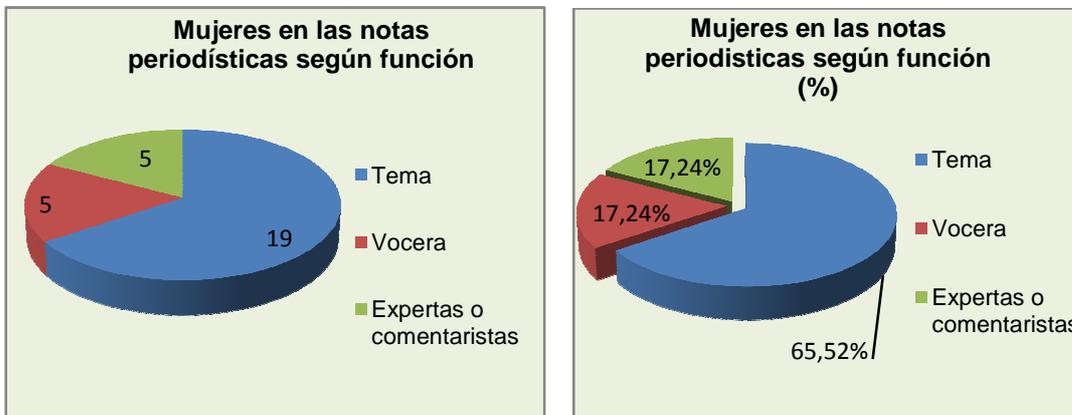
Finalmente, cabe precisar que la utilización mayoritaria del plano medio da más importancia a los aspectos emocionales de las personas que aparecen en la nota, mientras ofrece mayor información de ellas al plasmar su interioridad y respuesta a los estímulos del ambiente. El plano americano, ubicado en segundo lugar de uso en el programa, tiene un valor narrativo y dramático respecto a la representación de las mujeres; mientras que el plano completo concede cierto valor descriptivo en la mujer retratada pues permite apreciar sus características generales (tipología del plano.blogspot.com).

Los dos planos utilizados en menor medida, el plano general y el primer plano, sirven, en el primer caso, para integrar a las mujeres dentro del contexto donde aparecen (Undostresd.wordpress.com); y en el segundo, para mostrar sus emociones o estados

ánimicos, y reacciones ante lo que está sucediendo; por lo tanto, posibilita una comprensión de su psicología (Cursos1000.com), aunque en el caso en que se utilizó, permitió enfatizar en el rol de una mujer como víctima.

#### 4. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: comparación de algunas variables

Del total de 51 notas periodísticas que presentó En Carne Propia durante la semana de análisis, 37 son sobre y con mujeres, y cuentan con 119 de ellas. Sin embargo, en este punto del análisis, se parte de considerar a las **29 mujeres** cuya función dentro de la nota periodística es principal, o sea, aquellas que son presentadas como **tema, voceras, y expertas o comentaristas**. Estas 29 aparecen en un total de **19 notas**; es decir que, menos de la cuarta parte (24,36%) de las mujeres que integran las informaciones del programa tienen funciones protagónicas. Veamos los gráficos que siguen.



Los gráficos anteriores muestran que en la función **de tema hay 19 mujeres (65,50%)**, que constituyen mayoría con respecto a las otras dos funciones principales, voceras y expertas o comentaristas, en las cuales hubo cinco mujeres (17,25%) en cada caso. Pero es preciso conocer en qué tema de la noticia y el cómo aparecen estas mujeres protagonistas en las notas periodísticas. Al respecto, comparamos algunas variables que permitirán precisar el panorama de presencia de mujeres en las notas periodísticas de En Carne Propia.

#### Mujeres en los titulares, función, y temas de las notas periodísticas

De las 29 mujeres cuya función en la nota es ser tema, voceras, y expertas o comentaristas, solo **11 (37,93%) aparecen en los titulares**; es decir que, aunque las mujeres sean parte fundamental de la nota periodística, no necesariamente aparecen desde los titulares, que constituyen lo que más se destaca de una información, implican mayor jerarquía en la estructura de la noticia, a la vez que suelen sintetizar el tema abordado o las personas que son sujetos de la información. La siguiente tabla evidencia, por las 19 notas con mujeres en funciones principales, si ellas aparecen o no en los titulares, así como el tema sobre el cual trata la nota.

### Mujeres en titulares, funciones principales y tema de la nota

Nota #	# de mujeres en la nota Total: 29	Mujeres en titulares	Función	Tema de la nota
1	1	Si	Tema	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico
2	1	Si	Tema	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico
3	1	Si	Tema	Delitos violentos, asesinato
4	5	Si	Tema	Certámenes de belleza
5	1	No	Vocera	Entretenimiento, tiempo libre
6	4	No	Tres expertas o comentaristas / una vocera	Crisis económica
7	1	Si	Tema	Noticias sobre la mujer, incluyendo actitudes y prácticas
8	3	No	Voceras	Entretenimiento, tiempo libre
9	2	Si	Tema	Abuso infantil, violencia sexual contra niñas
10	1	Si	Tema	Desastres, accidentes
11	1	Si	Tema	Delitos no violentos, secuestro
12	1	Si	Tema	Noticias sobre la mujer, joven, niña, incluyendo actitudes y prácticas
13	1	No	Tema	Delitos no violentos, robo
14	1	No	Experta o comentarista	Otros temas en economía
15	1	Si	Tema	Violencia de género, violencia contra las mujeres
16	1	No	Tema	Accidentes
17	1	No	Tema	Accidentes
18	1	No	Experta o comentarista	Desastres, accidentes
19	1	Si	Tema	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico

Por lo expuesto, es evidente que no todas las mujeres que son protagonistas de la nota aparecen en los titulares, aunque sean temas de la nota. Se aprecia también que cuando ellas son mencionadas desde el título, se trata de notas que abordan temas sobre violencia de género, violencia social, certámenes de belleza, y otros relacionados con su condición de mujer como, por ejemplo, actitudes y prácticas de género.

Por lo tanto, las notas que sitúan a las mujeres en titulares, tienen que ver con hechos que pueden resultar impactantes, perturbadores, o inusuales.

Es evidente asimismo que en temas relativos a economía, aunque ellas sean consultadas como expertas o comentaristas, no son incluidas en los titulares.

Estos datos llevan a pensar que la jerarquía que le dan a las mujeres en los titulares de las notas periodística, tiene directa relación con el tema de estas y con la importancia que para el programa tiene cada nota, lo que permite advertir la posibilidad de que a las mujeres se las presente con roles de género desde los titulares y, en consecuencia también, se les apliquen estereotipos. Estas inquietudes se despejan a continuación mediante los cruces de las notas con mujeres en funciones principales, y sus características.

### Mujeres en la función de tema en titulares: caso, ocupación, edades, grupo étnico

Como ya se dijo, el número de mujeres presentadas en las tres funciones principales de las notas suma 29; de las cuales, 19 fueron tema de la nota, aunque solo 16 de entre ellas, aparecen en titulares o leads de las notas.<sup>27</sup>

Ser tema de la nota, aunque no siempre se lo diga desde el titular, constituye expresión de la jerarquía que se puede dar a las personas en las informaciones o reportajes del programa. Por este hecho, y porque no es lo mismo tener presencia protagónica que ser parte de la gente que aparece en cámara integrando grupos callejeros o de testigos, tomamos como universo de la muestra de aquí en adelante, únicamente a las 19 mujeres que ocupan la función de tema de las notas periodísticas.

Por lo mismo, se precisan las características con las que ellas fueron expuestas y el tratamiento que recibieron, poniendo énfasis en los roles en que se las presenta, los estereotipos de género usados para hacerlo, así como la tendencia del discurso sobre estereotipos.

La tabla siguiente muestra las características de las 19 mujeres que tienen la función de tema en las 14 notas periodísticas; el caso y el tema que abordan estas, y otros aspectos que caracterizan a cada mujer que es sujeto de información.

**Características de las mujeres en función de tema en la nota periodística con tema de la nota periodística y caso que presenta**

Nota #	Caso	Tema de la nota periodística	Mujeres en la nota # (Total: 19)	Ocupación	Grupo etario	Grupo étnico	Estado civil	Relaciones familiares
1	Un hombre asesinó al novio de su ex pareja, e intentó asesinar a esta mujer, que pudo escapar del lugar de la agresión	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	1	No aplica	De 19 a 34 años	Mestizo	Unión libre	Madre / conviviente
2	Una madre pide ayuda al programa porque dice que si hija fue secuestrada por parte de su ex pareja, quien la violenta constantemente	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	1	No aplica	De 19 a 34 años	Mestizo	Casada	Esposa/ hija
3	Madre de hombres que son considerados asesinos, les pide	Delitos violentos, asesinato	1	No aplica	De 50 a 64 años	Mestizo	No aplica	Madre

<sup>27</sup> Debido a las particularidades de la estructura del programa En Carne Propia, los titulares de las notas no aparecen como tales o como en los medios impresos, sino que son expuestos por el conductor más bien como una entrada a la nota, en la que se menciona o no a las mujeres que la protagonizan.

	que se entreguen a la justicia							
4	Madres de varias niñas hablan sobre el concurso de belleza "Reinas de la Fundación" en el que participan sus hijas	Certámenes de belleza	5	No aplica	De 35 a 49 años/ de 50 a 64 años	Mestizo / negro, mulato	No aplica	Madres
5	Mujer uruguaya se lanza al mar	Noticias sobre la mujer, joven, niña, incluyendo actitudes y prácticas	1	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
6	Madre denuncia acoso sexual contra su hija	Abuso infantil, violencia sexual contra niñas / violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	2	No aplica / estudiante	De 35 a 49 años / menor de 12 años /	Mestizo	No aplica	Madre / hija
7	Niña electrocutada	Desastres, accidentes	1	No aplica	Menor de 12 años	Mestizo	No aplica	No aplica
8	La nota expone que una mujer fue secuestrada, sin embargo, en el desarrollo de la nota pareciera que la mujer se fugó con su novio	Delitos no violentos, secuestro / relaciones familiares, conflicto intergeneracional	1	Estudiante	De 12 a 18 años	Mestizo	Soltera	Hija
9	Mujer se lanza al mar y un hombre va en su rescate	Noticias sobre la mujer, incluyendo actitudes y prácticas	1	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
10	Compradora de motor de tricimoto robada	Delitos no violentos, robo	1	(Delincuente)	De 19 a 34 años	Mestizo	No aplica	No aplica
11	Mujer va en busca de la suegra de su hija, para reclamarle por los malos tratos que ella está viviendo	Violencia de género, violencia contra las mujeres	1	No aplica	De 19 a 34 años	Mestizo	Unión libre	Madre/ hija/ conviviente
12	Mujer atacada por una orca	Accidentes	1	Celebridades, artistas	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
13	Dueña de casa chocada por un auto	Accidentes	1	No aplica	65 años y más	Mestizo	No aplica	No aplica
14	Se repite la nota sobre la mujer que va en busca de la suegra de su hija, para reclamarle por	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el	1	No aplica	De 19 a 34 años	Mestizo	Unión libre	Madre /esposa/ hija

los malos tratos que ella está viviendo	ámbito doméstico							
-----------------------------------------	------------------	--	--	--	--	--	--	--

A solo cuatro de las 19 mujeres mencionadas, el programa las presentó con alguna ocupación, de las cuales, dos son estudiantes, otra corresponde a una “celebridad” de la farándula, y otra fue clasificada como delincuente, pues aparece involucrada en un acto considerado como tal. Hay que señalar que la mujeres que son tema de la nota no son mayoritariamente presentadas, como se verá más adelante, en su roles de trabajadoras o profesionales o con alguna actividad productiva, sino desde sus experiencias personales, problemas cotidianos o algún suceso que vivieron.

En la tabla anterior se evidencia también lo que ya se dijo previamente: en los 16 temas que abordan estas notas: los que cuenta con el mayor número de mujeres son los relativos a violencia de género, que incluye a seis de entre ellas; certámenes de belleza, con cinco, aunque en una sola nota; y en notas sobre desastres y accidentes hay tres de ellas. Las demás de las 19 aparecen en delitos no violentos y noticias sobre mujeres, así como abuso infantil, y relaciones familiares.

El hecho de que la violencia de género sea el tema en el que más se ubica a las mujeres de las notas, permite suponer que el programa le da importancia a cuestiones relacionadas con la justicia de género; sin embargo, esta hipótesis será confirmada o desechada mediante el análisis del tratamiento que se le dio a estos temas y a las seis mujeres de las notas periodísticas correspondientes.

Asimismo, la tabla deja ver que la mayor parte de las mujeres que tienen la función de tema en las notas periodísticas son mestizas: hay una que pertenece al grupo étnico negro/mulato; solo en tres casos, esta variable no aplica porque no fue posible identificar claramente a las protagonistas.

Pero si el grupo étnico es casi homogéneo, no ocurre lo mismo con la variable de grupos etarios: las mujeres temas de las notas tienen edades que van de los 12 años de edad en adelante, aunque mayoritariamente están en los grupos de 19 a 34 y 35 a 49.

En cuanto al estado civil, al parecer no es dato relevante para el programa, ya que en la mayoría de los casos no se menciona; sin embargo, en los relativos a violencia de género, se establece el estado civil de las protagonistas de las notas periodísticas, lo cual destaca porque es relevante para establecer de qué tipo de violencia se trata.

En lo referente a las relaciones familiares con las que se presenta a las mujeres, ocurre al contrario del estado civil, pues ellas aparecen como madres, esposas o convivientes, hijas, separadas, o simultáneamente, aunque se debe anotar que las relaciones familiares se señalan más en función del tema de la nota periodística. En el caso de notas sobre violencia de género, la relación familiar de la protagonista es siempre precisada.

### **Características de contenido y de imagen en la nota periodística**

Las 19 mujeres que tuvieron la función de tema en las notas analizadas fueron ubicadas en distintos entornos y con estereotipos de género que se constituyeron en lugares comunes, en la mayoría de los casos, como vemos a continuación.

El entorno en el que aparecieron más mujeres fue el espacio público: 15 de las 19, o sea, 78,95%; dos mujeres fueron presentadas en el entorno laboral; una en el doméstico, y otra en el lúdico. Vale resaltar que tres de las cinco mujeres que aparecen en los temas relacionados con violencia de género, están en el espacio público, una en el doméstico, y otra en el laboral, lo cual da cuenta de que el programa ubica con recurrencia a las mujeres que viven esta problemática por fuera del ámbito privado; sin embargo, como veremos más adelante en lo relacionado con el discurso sobre estereotipos, la situación está marcada por la asignación de lugares comunes y un tratamiento que esponde sobre todo a la espectacularización, que es la lógica de este tipo de programas.

**Entorno, roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas cumpliendo la función de tema**

Nota #	Caso	Tema de la nota periodística	Mujeres en la nota # (Total: 19)	Entorno	Roles	Estereotipos	Discurso sobre estereotipos
1	Un hombre asesinó al novio de su ex pareja, e intentó asesinar a la mujer, que pudo escapar del lugar de la agresión	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	1	Doméstico	Esposas, convivientes, amas de casa / madres / trabajadoras / víctima y sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos /éticos y morales	Los conserva o refuerza
2	Una madre pide ayuda al programa porque dice que su hija fue secuestrada por parte de su ex pareja, quien la violenta constantemente	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	1	Público	Víctima o sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía <b>(desde la gente de la nota)</b>
3	Madre de hombres que son considerados asesinos, les pide que se entreguen a la justicia	Delitos violentos, asesinato	1	Público	Amas de casa / madre / amante / víctima y sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza <b>(desde la suegra que aparece en la nota)</b>
4	Madres de varias niñas hablan sobre el concurso de belleza "Reinas de la Fundación" en	Certámenes de belleza	5	Público	Madres	Físicos	Los conserva o refuerza

	el que participan sus hijas						
5	Mujer uruguaya se lanza al mar	Noticias sobre la mujer, joven, niña, incluyendo actitudes y prácticas	1	Público	Otros	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente
6	Madre denuncia acoso sexual contra su hija	Abuso infantil, violencia sexual contra niñas	2	Laboral	Madre / víctimas y sobrevivientes de violencia de género	No aplica	No aplica
7	Niña electrocutada	Desastres, accidentes	1	Público	No aplica	No aplica	No aplica
8	La nota expone que una mujer fue secuestrada, sin embargo, en el desarrollo de la nota pareciera que la mujer se fugó con su novio	Delitos no violentos, secuestro / relaciones familiares, conflicto intergeneracional	1	Público	Mujer rebelde, transgresora de normas	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía
9	Mujer se lanza al mar y un hombre va en su rescate	Noticias sobre la mujer, incluyendo actitudes y prácticas	1	Público	No aplica	Sociales y psicológicos	Los conserva y refuerza
10	Compradora de motor de tricimoto robada	Delitos no violentos, robo	1	Público	Mujer rebelde, en profesiones no "femeninas", o transgresora de normas	Éticos y morales	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía
11	Mujer va en busca de la suegra de su hija, para reclamarle por los malos tratos que ella está viviendo	Violencia de género, violencia contra las mujeres	1	Público	Esposas, convivientes, amas de casa / madres	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza
12	Mujer atacada por horca	Accidentes	1	Lúdico	Trabajadoras o profesionales	No aplica	No aplica
13	Dueña de casa chocada por un auto	Accidentes	1	Público	No aplica	No aplica	No aplica
14	Se repite la nota sobre la mujer que va en busca de la	Violencia de género, violencia contra las	1		Esposas o convivientes, amas de casa / madres /	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza

	suegra de su hija, para reclamarle por los malos tratos que ella está viviendo	mujeres en el ámbito doméstico		Público	víctima y sobreviviente de violencia de género		
--	--------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------	--	---------	------------------------------------------------	--	--

A 16 (84,22%) de las 19 mujeres temas de las notas, se les asignaron 25 roles de género, a algunas, más de uno. El más recurrente, con 10 casos, es el de madres; cinco mujeres aparecieron en el programa como víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género, y cuatro de ellas en el rol de esposas.

Es necesario destacar que de los cinco casos de mujeres presentadas en el tema de violencia de género, a tres de ellas les asignaron los roles de madres y esposas, o sea, los más tradicionales atribuidos a la condición femenina, pero ello se debe principalmente a que en las notas, los agresores de las mujeres son sus parejas, y ellas aparecen como las responsables de cuidar a los hijos de ambos.

Después están, con dos mujeres en cada caso, los roles de trabajadora y/o profesionales, y mujer rebelde o transgresora de normas. El rol menos frecuente, en el que se ubica solo a una mujer, es el de amante, y otro que no está en la clasificación determinada. Sobre lo primero, como se dijo anteriormente, el programa no privilegia el rol productivo de las mujeres de las notas, ya que aparecen poco vinculadas al ámbito laboral, más bien **son representadas desde sus relaciones afectivas o de parentesco**; mientras que las dos mujeres clasificadas como rebeldes, lo fueron desde un aspecto negativo, ya que la primera fue mostrada desde el desacato a la ley paternal, y la segunda desde el desacato a la norma penal.

Respecto a la mujer como amante, es necesario explicar que la asignación del rol partió de una de las mujeres de la nota, no desde el programa; mientras que aquella ubicada en 'otro rol', es presentada como presunta suicida, y se insinúa su decisión como resultado de una decepción amorosa.

El tratamiento que el programa da a las mujeres de estos y otros casos, se expone a continuación, mediante los estereotipos que se aplican a sus casos y la tendencia del discurso.

Mientras los roles de género estuvieron presentes en 16 mujeres en la función de tema, en el caso de los **estereotipos** estuvieron en 14 (73,69%) de las 19 mujeres. El número de estereotipos aplicados suma 19, de los cuales, ocho son de tipo social y psicológico, seis ético-morales o religiosos, y cinco son de tipo físico.

Los estereotipos sociales y psicológicos son los que más se aplican a las mujeres protagonistas de las notas; están en los temas relacionados con la violencia de género, los delitos violentos y no violentos, y en las notas clasificadas como noticias sobre mujeres; en segundo lugar, los estereotipos ético/morales también en los mismos temas, a excepción de las noticias sobre la mujer; en tanto que los estereotipos físicos se ubican solamente en las cinco mujeres de la nota sobre un certamen de belleza.

El tratamiento periodístico de las mujeres que tienen la función de tema en las notas, se completa con la tendencia del discurso sobre estereotipos. En el programa En Carne Propia, en 14 de las 19 mujeres con estereotipos, el discurso los conserva o refuerza; lo

cual se ejemplifica con la mayoría de mujeres ubicadas en los temas sobre violencia de género, así como en todas las mujeres en certámenes de belleza. Ambos casos son analizados más adelante.

Vale subrayar que en estos dos casos, la tendencia a conservar o reforzar estereotipos vino de las personas que aparecieron en las notas, no de quienes las presentaron; sin embargo, este hecho no exime de responsabilidad al programa, pues la producción decide lo que presentan o no.

Respecto a las notas periodísticas en las que el discurso solo menciona estereotipos, es preciso señalar que en algunos casos fueron consideradas bajo esta clasificación porque al inicio de la nota se los enunció, pero no se pudo conocer si en el resto del discurso la tendencia era otra, debido a que las notas estuvieron incompletas.

### **Estereotipos en temas de violencia de género y cánones de belleza**

Siguiendo los objetivos del presente estudio, centrado en los casos de violencia contra las mujeres cuyo tratamiento alude a la justicia de género -considerada de partida como no discriminación por sexo-; pero también en los patrones estéticos dominantes que remiten, en principio, a un aspecto del *deber ser* de las mujeres, ponemos atención de manera particular en seis notas que abordan estos dos temas.

#### **Entorno, roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos en notas periodísticas con temas de violencia de género y cánones de belleza**

<b>Nota #</b>	<b>Tema</b>	<b>Caso</b>	<b>Bloque</b>	<b>Mujeres #</b>	<b>Roles</b>	<b>Estereotipos</b>	<b>Discurso sobre estereotipos</b>
1	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	Un hombre asesinó al novio de su ex pareja, e intentó asesinar a la mujer, que pudo escapar del lugar de la agresión	3	1	Esposas, convivientes, amas de casa / madres / trabajadoras / víctima y sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos /éticos y morales	Los conserva o refuerza
2	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	Una madre pide ayuda al programa porque dice que su hija fue secuestrada por parte de su ex pareja, quien la violenta constantemente	3	1	Víctima o sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía
3	Certámenes de belleza	Madres de varias niñas hablan sobre el concurso de belleza "Reinas de la Fundación" en el que participan sus hijas	1	5	Madres	Físicos	Los conserva o refuerza
4	Abuso infantil, violencia sexual contra niñas	Madre denuncia acoso sexual contra su hija	5	2	Madre / víctimas y sobrevivientes de violencia de género	No aplica	No aplica
5	Violencia de	Mujer va en busca	1	1	Esposas,	Sociales y	Los conserva

	género, violencia contra las mujeres	de la suegra de su hija, para reclamarle por los malos tratos que ella está viviendo			convivientes, amas de casa / madres	psicológicos / éticos y morales	o refuerza
6	Violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico	Se repite la nota sobre la mujer que va en busca de la suegra de su hija, para reclamarle por los malos tratos que ella está viviendo	2	1	Esposas o convivientes, amas de casa / madres / víctima y sobreviviente de violencia de género	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza

Las cinco notas sobre violencia de género y la una relativa a certámenes de belleza, incluyen un total de 11 mujeres, para quienes, la asignación de roles y el uso de estereotipos ponen en evidencia la forma estereotipada en la que son presentadas.

Es evidente que a la mayoría de las 11 mujeres, se les asigna más de un rol y también más de un estereotipo. Y no llama la atención que a quienes aparecen en el rol de víctimas o sobrevivientes de violencia de género, se las trate con estereotipos de orden social y psicológico y también éticos/morales, en los casos que corresponde a violencia de género; así como físicos, en la información sobre un certamen de belleza.

Se hace notar, sin embargo, que en la información sobre la denuncia de una madre por el acoso sexual que está sufriendo su hija, menor de edad, no aplican estereotipos y tampoco valoración al respecto, pero se debe a que la nota está incompleta<sup>28</sup>

En cuanto a la tendencia del discurso, la predominante es la que conserva o refuerza estereotipos, como se evidencia en el hecho de que así se lo hace en 11 de los 12 estereotipos que se aplican en las 11 mujeres, y que apenas en uno solo se enuncien. En otras palabras, hay una tendencia sobresaliente a presentar a las mujeres víctimas de violencia o en certámenes de belleza, de manera estereotipada y conservadora.

Sobre el tema de violencia de género destaca la nota sobre la mujer que escapó de ser asesinada por su exconviviente. A esta información, el programa llega casi por casualidad, debido a que es presentada como consecuencia de otras notas a las que no se les dio seguimiento. Allí, es posible ver, como en ninguna otra, la violencia a la que fue sometida la mujer que es tema de esa nota periodística: en su rostro y cuerpo se ven golpes y cortes que evidentemente fueron cometidos con odio y saña, para asesinarla, intención que fue consumada con el hombre que era su pareja en ese momento. .

A pesar de las muestras sumamente explícitas de que la mujer fue víctima de violencia y vivió un intento de asesinato, el programa se limita a exponer la situación, recoger testimonios, y presentar a la mujer desde la desesperación, el miedo, y la impotencia. Es que el presentador fue en busca de las versiones de la madre del hombre asesinado, e incluye las acusaciones de esta madre, culpabilizando del asesinato de su hijo e insultando y con estereotipos a la mujer violentada por su exconviviente.

Así presentado, este suceso y su tratamiento no hacen más que afianzar el estereotipo de la mujer como propiedad del hombre, más allá de una relación ya concluida. Esta nota

<sup>28</sup> Se aclara que las notas incompletas se deben no a la producción del programa sino a la grabación que se contrató con objetivos del presente análisis.

en especial, pone en evidencia cuál es el concepto periodístico que prima en el programa: presentar este tipo de casos mostrando evidencias sin miramientos éticos, informativamente hablando, lo cual genera espectáculo, a la vez que banaliza el hecho mismo y sus consecuencias agravantes.

Por lo expuesto, es preciso señalar que el programa estuvo determinado por un tratamiento de los casos de violencia de género a modo de suceso, es decir, que estos no son presentados como resultado de fenómenos históricos y estructurales de la sociedad, el machismo y el paradigma patriarcal, que explican la violencia que viven cotidianamente las mujeres, y que las confina a vivir situaciones de dominación, abuso, y desigualdad; al contrario, a los hechos no se los muestra en su complejidad; se los expone como situaciones aisladas o comunes, problemas de familia y de barrio.

Por ejemplo, en el caso de la madre que reclama por la violencia que vive su hija, José Delgado califica la situación por la que pasa la mujer como resultado del "mal vivir", y atribuye a la suegra la causa de ese y otros muchos problemas. Esta nota periodística es particularmente decidora, puesto que incluye hasta la riña entre la madre de los integrantes de la expareja; incluye discusión, insultos y el enfrentamiento en el que ambas se tiran de los cabellos ante la mirada atenta y pasiva de reportero y camarógrafo, que las retratan en medio de esta situación de violencia, sin perder detalle alguno. Es el espectáculo que vende entre sectores populares urbanos.

Sin embargo, el afianzamiento de estos lugares comunes también viene de las personas que intervienen en la nota, concebidas como "opinión popular", ya que cuando aparece la tía del exconviviente acusado de asesinato, dice que la madre no tiene por qué meterse en "pelea de marido y mujer". Así, se expresa cuán internalizada está la idea de que la violencia de género es asunto cotidiano y privado, en el que nadie más debe interferir.

Es evidente, además, que la intervención de ambas partes externas al conflicto, contribuye a considerar como normal el asunto de la violencia de género, al considerarla como un tema cotidiano y propio de la vida en pareja, que debe ser 'arreglado' en el mismo hogar.

Con respecto a la nota sobre certámenes de belleza, los estereotipos se expresan desde el acto de competencia entre niñas por un reinado de belleza, así como desde el discurso de las madres que buscan que José Delgado elija a sus hijas como ganadoras. El periodista, por su parte, expone el hecho, no lo califica precisamente, pero ello no lo exime de responsabilidad en la inclusión de este tipo de temas, poco o nada relacionados con el carácter del programa, y que contribuyen a afianzarse el estereotipo permanente de la belleza en las mujeres, cultivada desde la infancia como valor preponderante en ellas.

## **5. Algunas conclusiones**

El análisis de En Carne Propia ha permitido develar que se trata de un programa de hechos judiciales y crónica roja que busca impactar y producir emociones en el público televidente. Para ello, y en términos periodísticos, su formato es poco ortodoxo: se mueve entre notas informativas y reportajes de amplia extensión que suelen prolongarse durante toda la emisión, lo cual es característico de este tipo de programas que, al mantener el suspenso, mantienen también la audiencia. Pero, a juzgar por la cantidad de publicidad entre segmentos, la estrategia funciona para conservar el interés del público y mantenerlo a la expectativa.

En cuanto al contenido que es objetivo del presente análisis, resumen, cabe reiterar que en numerosas notas el discurso que asigna roles a las mujeres, aplica estereotipos y los refuerza, viene más bien de las personas que aparecen en la nota periodística. Sin embargo, ello no exime de responsabilidad al conductor y el programa mismo, tanto por los hechos que transmiten, lo cual implica una selección de las informaciones, como por el tratamiento que les dan y el cómo presentan a las mujeres.

En términos generales, el programa expone claramente una tendencia a espectacularizar; y en lo que compete a los casos sobre violencia de género, a mostrarlos también de manera sensacionalista, sin dar el menor indicio de querer contribuir a ubicar causas estructurales de este problema social de alta frecuencia en el país.

Con respecto a otros detalles ubicados en la semana de emisión analizada, se contabilizaron 51 notas periodísticas, de las cuales, 37 (70,58%) incluyeron a 119 mujeres, lo que significa un promedio de más de tres mujeres por nota. De las 119, 29 (24%), fueron presentadas en funciones principales de la nota periodística: como tema, experta o comentarista, y vocera. A partir de estos datos, algunas conclusiones.

1. Los **temas** más recurrentes en las notas dieron cuenta de la especialización del programa, ya que los asuntos abordados se relacionaron con catástrofes, accidentes, hechos delictivos, violencia social, y de género; esto implica que las mujeres aparecen mayormente retratadas desde los conflictos y la desgracia, así como desde la tragedia, la violencia, y el crimen, que aparecen como inherentes a la vida de barrio urbano, ámbito privilegiado de este programa. Al respecto, el sociólogo Patrick Champagne plantea que la televisión funciona como un instrumento encaminado a suscitar emociones colectivas bajo la representación de lo marginal y lo desfavorecido (Champagne, 1995: 54).

2. Las mujeres que aparecen en las notas del programa, están, mayoritariamente, en la **función** de experiencia personal (48), testigos (22), y opinión popular (20), es decir, hablando sobre hechos que ocurrieron en sus vidas o que presenciaron. En las tres funciones consideradas protagónicas, solo están menos de la cuarta parte de ellas: como tema, 19; voceras, cinco; y expertas o comentaristas, también cinco. Por lo tanto, la mayoría de mujeres que aparecen en el programa En Carne Propia no tienen papel protagónico en las notas, sino más bien una participación secundaria; pero cuando son presentadas en una función de mayor importancia, su papel en la nota continúa estando relacionado con su experiencia de vida, como la violencia de género, o sea, en aspectos negativos, más que con sus logros, alcances y resistencias.

3. Aun cuando la **ocupación** de las mujeres no es dato al que el programa le da mayor importancia, cuando esta variable fue identificada, se advirtió que solamente quienes ocupan funciones principales, son presentadas como profesionales; mientras que aquellas que estuvieron en las funciones más recurrentes, como la experiencia personal, testimonio, y opinión popular, desempeñaban actividades de servicio como comerciantes, artesanas, trabajadoras y vecinas, respectivamente. El dato evidencia que las mujeres que aparecen con más recurrencia en las notas no son profesionales, sino que desempeñan actividades de servicio, en empleos de carácter informal.

4. El **grupo étnico** de las 119 mujeres es mayoritariamente el mestizo, seguido por el blanco-mestizo; el indígena fue el menos recurrente, debido a que el programa presenta principalmente notas del ámbito de la Costa ecuatoriana; En la función de tema de las notas periodísticas, se repite la tendencia, pues las mujeres negras y mulatas fueron las menos presentes y no se encuentra ninguna indígena.

5. Los **grupos de edad** más recurrentes fueron, en su orden, de 50 a 64 años, y de 35 a 49 años. Por lo tanto, En Carne Propia presenta mayoritariamente mujeres maduras, y en edad adulta. Las menores de edad son poco incluidas, y se protege la identidad cuando están en una función principal; no así, cuando solo son parte de la nota, pues aparecen en segundo plano y muchas veces se las observa dentro de notas sobre violencia social o de género.

6. El programa no puso énfasis en el **estado civil** de las mujeres de las notas del programa, ni tampoco en aquellas con **capacidades especiales**. En este caso, tan solo una mujer presenta una condición de discapacidad pero En Carne Propia no la acentúa. En cuanto al estado civil, solo en nueve de las 119 mujeres se lo hace conocer, y el más común es el de casadas; después, mujeres en unión libre, y solteras.

Se destaca que entre las mujeres protagonistas de las notas, el estado civil solo es señalado cuando la temática está relacionada con la violencia de género; lo que permite considerar que implícitamente se reconoce que las experiencias de violencia de género que ellas viven, tienen relación con sus parejas o exparejas.

7. En cuanto a las **relaciones** en las que son presentadas las mujeres, se señalan en menos de la mitad de los casos; pero cuando se lo hizo, fue posible determinar que predomina la representación de mujeres como madres y en 'otro tipo de relaciones'. Sobre este dato, es necesario anotar que más mujeres fueron presentadas como madres e hijas, que como esposas y convivientes.

8. Para concluir lo que corresponde a las características de las mujeres que aparecen en el programa, en términos generales se trata de mujeres mestizas, adultas y adultas mayores, sin capacidades especiales, presentadas sobre todo como madres pero sin que se conozca su estado civil.

9. Con respecto a los **temas que presenta el programa**, el más recurrente fue el de desastres, accidentes e inundaciones, seguido, respectivamente, por el de delitos violentos, y el de **violencia de género**. Sobre este último, En Carne Propia contó con varias notas, y el tratamiento dado a las notas sobre este tema puso en evidencia roles y estereotipos de género, que en el discurso fueron mayoritariamente conservados y reforzados. Sin embargo, se destaca que En Carne Propia presentó el tema de un modo sensacionalista y espectacularizante.

10. En relación con el tema de **certámenes de belleza**, En Carne Propia solo contó con una nota de este tipo, que presenta a cinco mujeres en la función de tema, sobre todo como madres de las niñas concursantes. Se trató, entonces, de un concurso de belleza *sui generis*, lo cual incidió en que el programa no sea tan explícito en la aplicación de estereotipos, pues la tendencia del discurso fue solo enunciarlos; sin embargo, al presentar la nota, el programa recogió un viejo paradigma de representación de lo femenino, como es la belleza.

11. Si bien es importante destacar que la inclusión del tema de **violencia de género** en el programa funciona en sí mismo como evidencia de que no se oculta este grave problema de la sociedad patriarcal, las notas al respecto son presentadas con un sentido del espectáculo y el sensacionalismo, más que de información, y menos, de denuncia. Además, como la mayoría de las notas periodísticas corresponden a la zona urbano-marginal de la provincia del Guayas, en la región Litoral ecuatoriana, el programa expone solamente la situación de las mujeres de este segmento poblacional y mestizas, de una

sola provincia o ámbito geográfico, lo cual, en términos de violencia de género, podría dar lugar a interpretaciones tergiversadas, como que las víctimas de esta realidad social existen únicamente en una zona de una provincia y entre estratos socioeconómicos bajos, al contrario de lo que ocurre nacional e internacionalmente: la violencia de género es un problema que se presenta en todos los países de todas las regiones, en zonas urbanas y rurales, independientemente de la edad, el estado civil, el grupo étnico, creencias religiosas o posiciones políticas.

Además, la mirada androcéntrica del programa, se manifiesta mediante un discurso cargado de **roles y estereotipos**, que ubica a las mujeres dentro del conflicto y la pelea, y las muestra violentas y vulgares; pero también como mártires, víctimas de una violencia que muchas veces ellas mismas ocasionan, y de la que, por lo tanto, son culpables en cierta medida. En consecuencia, con su carga de estereotipos, aunque mayoritariamente provengan de las personas que aparecen en las notas, el programa contribuye a reforzarlos, por medio de los periodistas y el conductor.

12. El **entorno** que predomina en las 37 notas analizadas, es el espacio público o la calle, seguido por el laboral, el lúdico y el doméstico. La calle es el espacio en que más aparecen las mujeres víctimas y sobrevivientes de violencia de género, pues se las expone en medio de peleas, disputas, o hablando sobre situaciones particulares de violencia, entre la gente del barrio.

En consecuencia, estos problemas que generalmente ocurren en el interior del hogar, aparecen expuestos desde el espacio público, lo que podría crear la ilusión de que están siendo visibilizados. Sin embargo, el análisis del tratamiento mediático permite concluir que, al exponerlos como espectáculo, no solo reflejan más apropiadamente el carácter del programa, sino que el problema mismo se vacía de contenido: la violencia de género pasa ser considerada como hechos aislados, propios de las pasiones humanas o de parejas, que obedecen a causas circunstanciales; no son abordados, como se dijo anteriormente, desde causas estructurales, de relaciones de poder asimétricas entre hombres y mujeres.

13. Entre los **roles de género** asignados a las mujeres de las notas, el más recurrente fue el de madre; luego el de trabajadoras o profesionales, y en tercer lugar el de esposas, convivientes o amas de casa. En otras palabras, y a excepción del rol de trabajadoras o profesionales, la tendencia de En Carne Propia es a presentar a las mujeres en los roles relacionados tradicionalmente con el deber ser, que implica, además, la función del servicio a otras personas; solo de manera secundaria se las presenta en papeles que pueden significar méritos y logros propios. .

En el caso de las mujeres que tienen la función de tema en las notas periodísticas, se repite el mismo primer lugar del rol de madre, y el mismo tercer lugar de esposas, convivientes o amas de casa. Sin embargo, el segundo rol más frecuente entre las mujeres tema de las notas, es el de víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género. Pero es preciso señalar que estas mujeres también fueron presentadas desde los otros dos roles, lo cual permite inferir que las mujeres de las notas reflejan también la realidad de las estadísticas: la mayoría de mujeres que más conviven con el abuso y la violencia del otro género, están en los roles más tradicionales asociados a lo femenino.

14. En cuanto a los **estereotipos**, no son cuantitativamente significativos en el programa, lo que permite concluir que usarlos no es su característica, pues solo se aplican a 28 de las 119 mujeres que son presentadas en las 24 notas periodísticas. De

cualquier manera, estos pocos estereotipos se expresan, en su orden, como sociales y psicológicos, los más frecuentes; éticos/morales o religiosos, y físicos.

En el caso de las mujeres como tema de las notas, el orden de estereotipos se invirtió pues los mayoritarios fueron los físicos, seguidos por los sociales y psicológicos, y finalmente los éticos/morales.

15. El **discurso sobre los estereotipos** respecto a las 28 mujeres, manifestó una tendencia mayoritaria a conservarlos o reforzarlos, pero lo que se destaca de En Carne Propia es que hay ausencia de un discurso que tienda a cuestionar o desafiar estereotipos, pues los demás estereotipos son enunciados y aludidos, es decir, van de lo explícito a lo implícito, sin valoración. La misma tendencia presentan las notas que tienen a las mujeres como tema.

Hay que reiterar también el hecho de que aunque la tendencia mayoritaria sea a conservar o reforzar estereotipos, el discurso proviene sobre todo de las mujeres presentadas en las notas, más que del conductor o de los periodistas del programa.

16. Finalmente, se concluye que En Carne Propia utiliza en mayor medida el plano medio para retratar a las mujeres desde lo emocional; sin embargo, se utiliza el primer plano para mostrar los rostros golpeados y el llanto de las mujeres víctimas y sobrevivientes de violencia de género, lo cual pone en evidencia la espectacularización que hace el programa de este tipo de hechos.

## III. 2. El programa **SORPRENDENTE**

### 0. Datos de identificación del programa

El programa Sorprendente se transmite de lunes a viernes, en el horario de 19h00 a 20h00, por el Canal Radio Televisión Satelital, RTS, en cuya página web, el programa es presentado como un noticiero, con la siguiente argumentación: “Porque pocos conocen lo que sucede actualmente en nuestro mundo, casos que nos resultarán impactantes y difíciles de creer. Sucesos impresionantes que nos mostrarán cuán cruda es la realidad de nuestra sociedad.”<sup>29</sup> Así expresado, Sorprendente se anuncia bien: informará sobre lo que resulte impresionante para impactar en la teleaudiencia.

El período de análisis fue la semana comprendida entre el 16 al 20 de julio del 2012, es decir, se analizaron cinco programas secuenciales. Durante este período, hubo tres días con cuatro bloques o secciones, y dos, con cinco bloques.

El programa cuenta con dos presentadores: Jonathan Carrera y Adriana Mancero. El primero es periodista conocido como el “Dr. Muerte” o “El poeta de la crónica roja”, debido al estilo de su narrativa periodística, que se caracteriza por el uso de metáforas, con las que pretende dar un barniz literario a las notas sobre crónica roja y las implicaciones de la violencia.<sup>30</sup> En sus expresiones abundan adjetivos y palabras rebuscadas, utilizadas con el objetivo de añadir dramatismo a sus narraciones, y establecer contrastes con la crudeza de los hechos. Es de esta manera, que el periodista

<sup>29</sup> Disponible en <http://www.rts.com.ec/index.php/programacion/sorprendente>.

<sup>30</sup> Este periodista se dio a conocer durante la década pasada, en TC Televisión, canal que incautó el Estado ecuatoriano en el 2009. Él estaba a cargo del segmento de crónica roja de El Noticiero, en horario estelar. En 2010, pasó a TV Canela, y posteriormente a RTS transmitiendo el programa que aquí se analiza.

pretende elevar el estatus de esta especialidad periodística. Un ejemplo de sus narraciones se da en la presentación del asesinato del boxeador Jaime “la bestia” Quiñonez: “Ese oscuro presentimiento rayó de frente la tranquila pasividad del inicio de la jornada, y el vuelco en el alma partía sin saber por qué la quietud del pensamiento. Y la hija no se equivocaba en la amarga premonición, pues el padre moría tristemente y el asfalto miraba como su sangre se regaba por culpa de los sicarios” (Sorprendente, lunes 16 de julio del 2012).

La presentadora es Adriana Mancero, ex estudiante de Derecho convertida en presentadora de TV, se presume que debido a su apariencia física que contrasta con la de su compañero de set; se le calcula una edad aproximada de 30 años, y podría ser considerada étnicamente como blanco-mestiza. Sus rasgos físicos corresponden a los patrones dominantes de belleza femenina, sobre todo en el medio televisivo ecuatoriano: mujer sexy y voluptuosa. Aunque su vestimenta puede ser apreciada como formal, los vestidos ceñidos al cuerpo y los escotes pronunciados eliminan la intención pero consiguen, sin duda, captar la atención del público televidente, sobre todo masculino.

Bajo esta lógica comercial, Mancero se convierte en una estrategia de imagen del programa, pues se encuentra dentro de un patrón estético tradicional, que la ubica del lado de la “mujer objeto”, aquella que despierta deseo y pasiones. Este criterio se sustenta sobre todo, en el hecho de que es Carrera quien tiene el rol principal: él da la pauta, guía las notas, impone su punto de vista en los comentarios, y concluye con una breve reflexión sobre el suceso. En cambio, ella acota, añade algún dato.

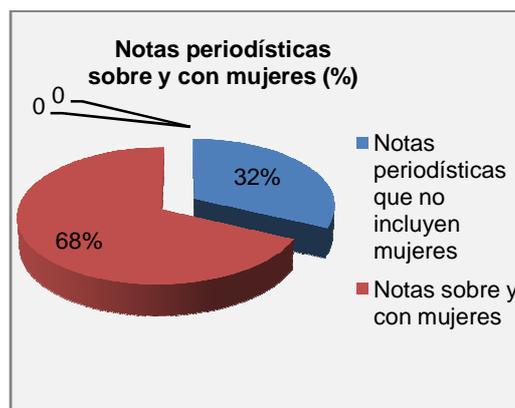
Es, pues, la evidencia del criterio de complementariedad de las mujeres con respecto a los varones. Su tono bajo de voz en muchas ocasiones, denota falta de seguridad. Él suele interrumpir o corregir los comentarios de la presentadora, o sencillamente corta su intervención para concluir las notas y dar paso a las siguientes.

Jonathan Carrera inicia cada emisión con el eslogan “Hacemos lo que somos, para cambiar esto que somos” y, a partir de entonces, marca el ritmo. La presencia de Mancero permite, a nuestro juicio, cumplir más bien con la cuota de alteridad de género que con la función de una profesional que también aporta en la elaboración de las notas informativas y la concepción misma del programa.

Sorprendente no cuenta con personas invitadas en el set, pues es un programa de carácter informativo, no interpretativo o de opinión. La duración pautada es de una hora, incluida la publicidad; sin esta, su extensión oscila entre 43 y 35 minutos. El día de mayor extensión del programa fue el lunes (00:43':05”), y el de menos fue el miércoles (00:35':05”).

A lo largo de la semana se presentaron 50 notas periodísticas, que correspondieron a 10 notas diarias, lo que da cuenta de que hay planificación y organización respecto al número de notas que debe incluir cada emisión del programa. Este hecho marca una diferencia respecto a la estructura periodística de En Carne Propia, programa que no tiene número prefijado de notas, y que por lo tanto, da la impresión de que la información presentada se improvisa.

Con respecto a las **notas sobre y con mujeres, suman 34** en la semana es decir, **68% del total**; mientras que las que no incluyen mujeres son 16 y representan el 32%.



Los gráficos siguientes evidencian que el lunes 16 presentó el mayor número de notas que incluían mujeres (8), correspondientes al 23,52%; los días martes 17 y jueves 19 contaron con siete notas, que representan el 20,59%; mientras que los días miércoles 18 y viernes 20 contaron con el menor número, seis notas sobre y con mujeres cada uno, que corresponden al 17,65%. El promedio de estas notas en la semana fue de siete y su distribución diaria es la siguiente:



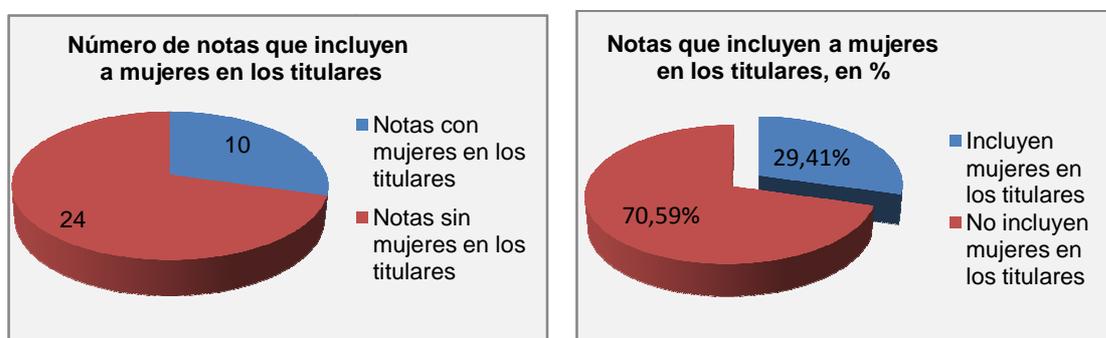
Como se observa, **las notas periodísticas que incluyen mujeres representan más del doble (68%) de aquellas que no las incluyen**. En principio, este dato sugiere un buen nivel de inclusión de las mujeres en Sorprendente; sin embargo, será preciso indagar sobre la representación que el programa les da, análisis que se realizará a continuación.

### 1. Frecuencia y estructura morfológica de las notas periodísticas sobre y con mujeres

Las variables o datos que se buscan en este primer nivel del análisis, se muestran en la siguiente grilla:

Total de notas periodísticas	Total de notas sobre y con mujeres	Mujeres en los titulares	No. Unidad de análisis por nota periodística sobre mujeres	Bloque noticioso	Tema (anexo 2)	Duración de la nota periodística	Género periodístico	Quién presenta la nota periodística	Autoría de la nota periodística	Ámbito geográfico	Zona	Observ.

De las 34 notas sobre y con mujeres que fueron presentadas durante la semana, **10 de ellas incluyen a mujeres en los titulares**, es decir, el 29,41%; mientras que las 24 notas que no las incluyen representan el 70,59%. Por lo tanto, es posible inferir que las mujeres de las notas analizadas no están presentadas como tema, expertas o comentaristas, y voceras; sino como testigos, experiencia personal, o en funciones de menor importancia.



La siguiente tabla muestra la distribución de las 34 notas sobre o con mujeres, así como la distribución diaria de las 10 notas con mujeres en los titulares, donde se expone al lunes 16 de julio como el de mayor número (3), y al martes 17 como el de menor (1).

Mujeres en los titulares de las notas, por día			
Día de análisis	Incluye mujeres en los titulares	No incluye mujeres en los titulares	Total de notas diarias
Lunes 16	3	5	8
Martes 17	1	6	7
Miércoles 18	2	4	6
Jueves 19	2	5	7
Viernes 20	2	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>34</b>

El programa Sorprendente tiene **entre uno y cinco bloques o secciones**, determinados, como ya se dijo, por los cortes publicitarios. Durante los cinco días de la semana el primer bloque presenta el mayor número de notas (17), debido a que se trata del espacio de presentación del programa, con el cual se busca generar interés en la teleaudiencia sobre el contenido de la emisión; el segundo bloque contiene 11 notas, y resulta evidente que en los bloques restantes hay un número bastante menor de notas que incluyen a mujeres.

Notas sobre y con mujeres, por orden de bloques						
Bloque	1	2	3	4	5	Total
Número de notas	17	11	4	1	1	34

En cuanto a los **temas** en los que se clasifican las notas sobre y con mujeres, cabe apuntar que **el más recurrente**, con seis notas, corresponde a la clasificación temática de **participación de las mujeres en el proceso económico**; seguido por cinco notas en el tema correspondiente a prácticas de género; y a continuación cuatro notas que abordan el tema de certámenes de belleza, modelos y moda, como se aprecia en el gráfico siguiente.

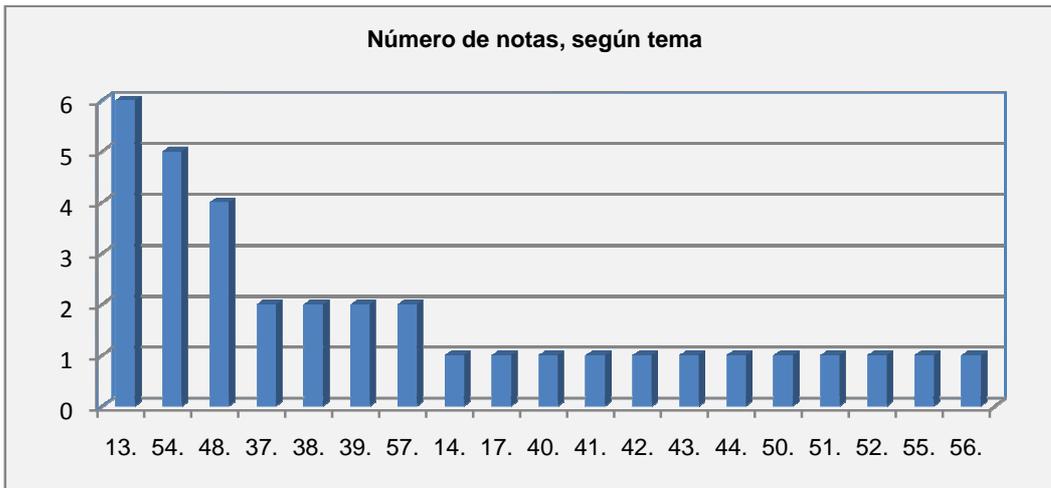
En otras palabras, son 15 notas (44% del total de 34), cuyos temas más recurrentes tienen relación con asuntos de mujeres o de conductas que se consideran inherentes a su condición sexo-genérica, más que con temas de violencia social y de género, accidentes, desastres, calamidades diversas –que por lo general caracterizan al tipo de programas como Sorprendente-.

El gráfico muestra también que hay dos notas en cada uno de los otros cuatro temas relativos a delitos no violentos, robo, drogas; delitos violentos, asesinato, secuestro, asalto; violencia de género, femicidio; y patrones estéticos. Los temas menos recurrentes, con una nota cada uno son: otros temas laborales (No. 14); transporte, tráfico, carreteras (17); abuso infantil, violencia sexual contra niñas (40); guerra, terrorismo, violencia ejercida por el Estado (No. 41); disturbios, manifestaciones, alteración del orden público (42); desastres, accidentes (43); otros crímenes/violencia (No. 44); otras celebridades/artes/medios (No. 50); noticias sobre la mujer, joven, niña (51); otros temas relativos a niña, mujer adolescente y joven (52); prácticas de género (55); y matrimonio y sus diferentes formas, vida en pareja (56).

Los datos sobre frecuencia de los temas ponen en evidencia, además, que Sorprendente se diferencia de En Carne Propia, donde la distribución de los temas presentados da cuenta de que las notas sobre y con mujeres más frecuentes tratan sobre violencia social, accidentes, sucesos varios.

Pero vale indicar también que en Sorprendente se ubica un tema no registrado en el otro programa: concursos de belleza, moda, modelaje, con informaciones donde las mujeres son expuestas, por lo general, como objetos estéticos y sexuales, con lo cual se afianzan estereotipos físicos íntimamente asociados a los roles sociales y culturales asignados a las mujeres. Se trata de certámenes en los cuales las mujeres están vaciadas de otros contenidos que no sean los de objetos de deseo.

Es decir, en el programa aparece como predominante un paradigma masculino, que pasa a ser discriminatorio: las mujeres son, sobre todo seres decorativos, incitadores de lujuria, por decirlo menos. ¿Cuál es, entonces, el discurso al respecto?, ¿Cuáles son los planos de las cámaras con las que las enfocan?, ¿Es evidente que se refuerzan estereotipos?, Lo veremos más adelante, con el análisis de contenidos y de imagen.

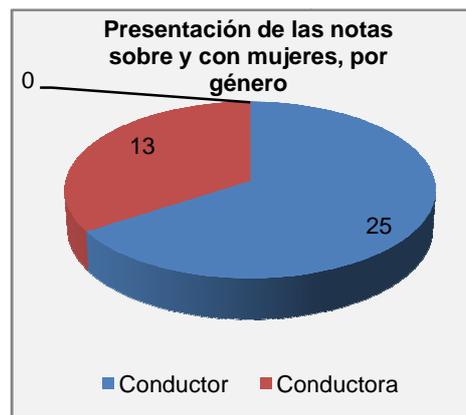
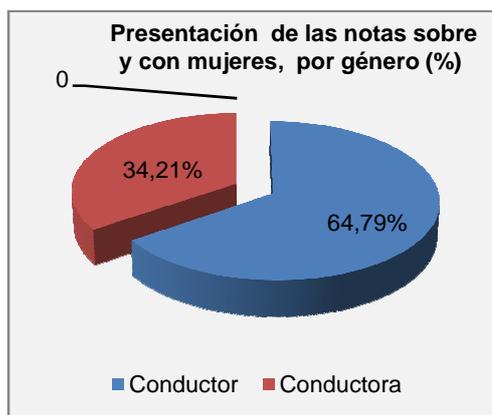


Nota: Ver el anexo correspondiente a la clasificación de temas.

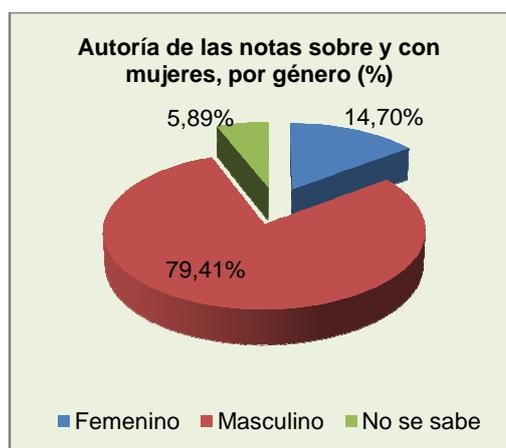
En lo que corresponde a la **duración de las notas** periodísticas, van de uno a 10 minutos. De las 34 notas, 22 (64,7%) tienen entre 3 y 6 minutos; hay 10 (29,4%) que duran hasta 3 minutos; y dos (5,89%), que van de 7 a 10 minutos. Comparando con el programa antes analizado, Sorprendente presenta notas más cortas, pues en el primero se registraron 10 notas de hasta 13 minutos.



En cuanto a los **presentadores o conductores** del programa Sorprendente, un hombre y una mujer, se reparó también en **la frecuencia** con que cada uno presenta las notas informativas. Las cifras ponen en evidencia que Jonathan Carrera aventaja ampliamente a Adriana Mancero, aunque algunas notas son presentadas por ambos; así, se obtiene que las notas presentadas suman 38, no 34, como muestran los gráficos que siguen.



En cuanto a la **autoría de cada nota por género**, los resultados demuestran igualmente, que de las 34 notas, en 27 (79,41%), el responsable fue un reportero. Otras cinco notas (14,7%) fueron elaboradas por una reportera, pero en lo que respecta a dos notas (5,89%) no fue posible determinar la autoría. Estos datos no hacen más que confirmar la evidencia señalada previamente: la participación mayoritaria de varones en el programa, lo cual permite pensar en que también predomina una visión androcéntrica en cuanto a su concepción, al igual que en el programa En Carne Propia.



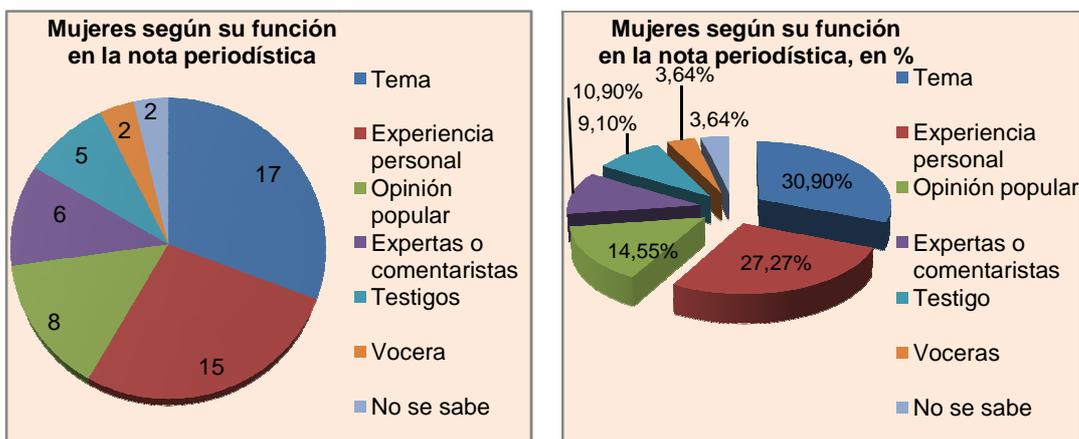
Respecto al **ámbito geográfico** del hecho noticioso, Sorprendente incluye información de varias provincias del país, a diferencia de En Carne Propia, e incluso, internacionales. La mayoría de las notas sobre y con mujeres se ambientan en Pichincha: 9 (26,47%) de las 34; seis (17,65%) son notas internacionales; cuatro (11,76%) provienen de la provincia del Guayas; tres (8,82%) de la provincia del Carchi; dos (5,89%) de Manabí y de una provincia que no pudo ser determinada; y las ocho restantes vienen, cada una, de otras ocho provincias, como se aprecia en la tabla siguiente.

**Ámbito geográfico de las notas sobre y con mujeres**

Provincia	Número de notas	%	Provincia	Número de notas	%
Pichincha	9	26,47%	Cotopaxi	1	2,94%
Guayas	4	11,76%	El Oro	1	2,94%
Carchi	3	8,82%	Esmeraldas	1	2,94%



Es evidente, entonces, que en Sorprendente las mujeres aparecen en mayor medida cumpliendo la **función de tema** en las notas periodísticas; sin embargo, al igual que En Carne Propia, hay una tendencia destacable a que las mujeres sean presentadas transmitiendo experiencias personales. La función de experta o comentarista registra menos mujeres, y en los dos programas, la función de vocera es la menos recurrente en las mujeres de las notas presentadas.

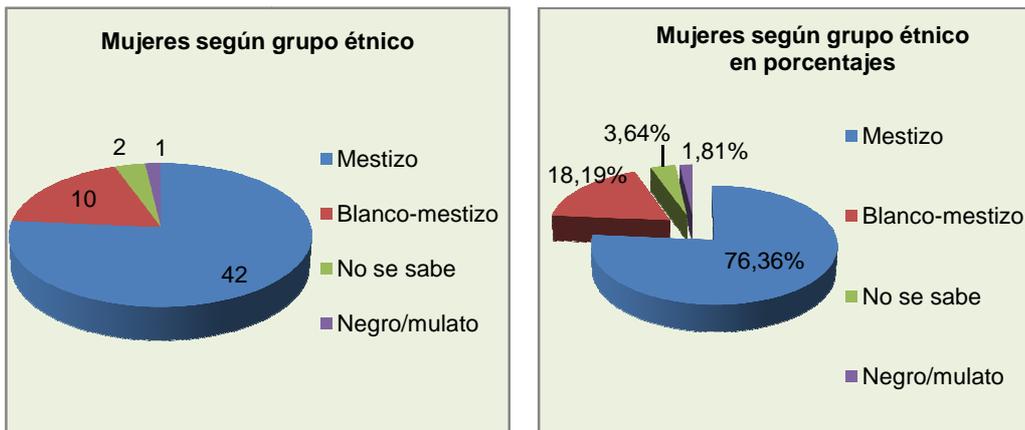


De las 55 mujeres que presentan las notas, se desconoce la **ocupación** de 31 de ellas (56,38%), lo cual hace pensar que para Sorprendente no es muy relevante este dato. Pero en los casos que se presenta la ocupación, fue posible determinar que 13 mujeres (23,65%) son comerciantes, artesanas o trabajadoras; cuatro (7,28%) tienen 'otro tipo de ocupación'; dos (3,64%) son funcionarias de gobierno o políticas; y una mujer (1,81%) está ubicada como empleada de gobierno o empleada pública; académica o profesional de la educación; deportista o atleta; ama de casa; y vecina, respectivamente.

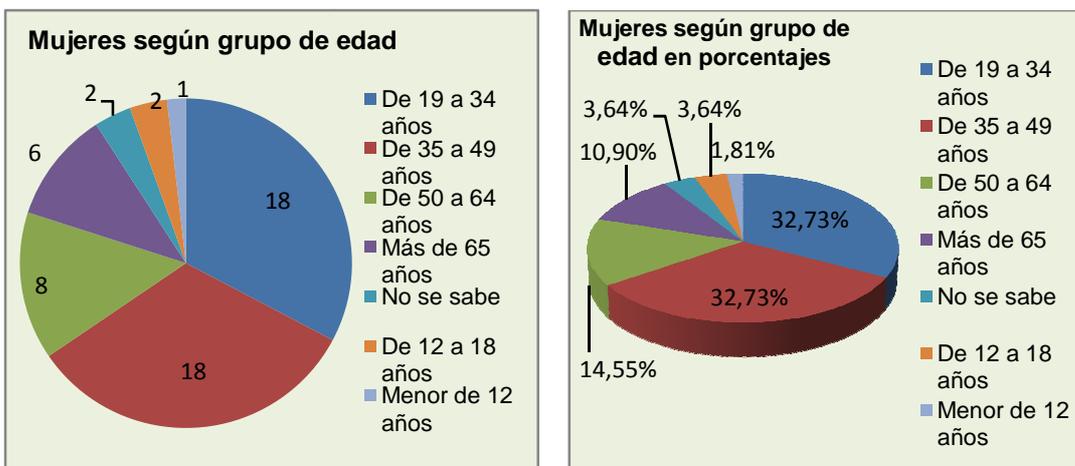
#### Ocupación de las mujeres de las notas

Ocupación	Número de mujeres	Porcentaje
Se desconoce	31	56,38
Comerciantes, artesanas, trabajadoras	13	23,65
Otro tipo de ocupación	4	7,28
Funcionarias de gobierno o políticas	2	3,64
Empleada de gobierno o empleada pública	1	1,81
Académica o profesional de la educación	1	1,81
Deportista o atleta	1	1,81
Ama de casa	1	1,81
Vecinas	1	1,81
<b>TOTALES</b>	<b>55</b>	<b>100,00</b>

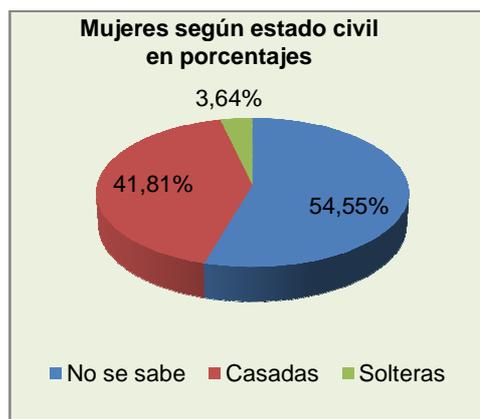
Con respecto al **grupo étnico** de las 55 mujeres, el más común es el mestizo, en 42 mujeres (76,36%); seguido el grupo blanco-mestizo con 10 mujeres (18,19%); en dos casos (3,64%) no fue posible determinar este dato; y se registró una mujer (1,81%) del grupo negro/mulato.



Los **grupos etarios o de edad** en los que se encuentra la mayoría de las mujeres son los que van de 19 a 34 y de 35 a 49 años de edad, con 18 casos (32,73%) cada uno. Ocho mujeres (14,55%) están entre los 50 y 64 años; seis (10,9%) con más de 65. No fue posible identificar el grupo etario de dos mujeres (3,64%); otras dos se ubican en el grupo de 12 a 18 años; y una sola (1,81%), tiene menos de 12 años. Por lo tanto, el programa presenta mayoritariamente a mujeres adultas, mientras que las que menos se presentan son las niñas.



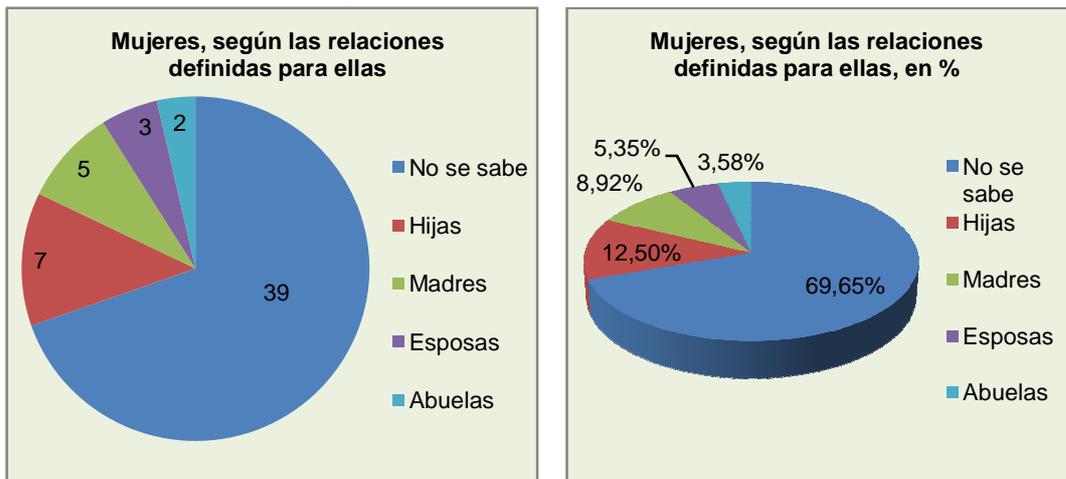
De las 55 mujeres presentes en las notas analizadas, se desconoce el **estado civil** de 30 de ellas (54,55%); 23 (41,81%) son casadas y solo dos (3,64%), solteras. Al igual que En Carne Propia, es posible identificar que Sorprendente tampoco pone énfasis en precisar el estado civil de las mujeres que aparecen en las notas informativas, mientras que las mujeres solteras también representan el menor porcentaje en esta variable.



Respecto a la presencia de mujeres con **capacidades especiales** entre las 55 de las notas periodísticas, se presentan tan solo dos (3,64%), mientras que en otras dos se desconoce este dato, con lo cual se podría inferir que al mostrar una mayoría de mujeres, 51 (92,72%), sin este tipo de características, el programa Sorprendente no se empeña en buscarlas de manera particular para exaltar o sensacionalizar su condición. En los dos programas analizados, las mujeres con capacidades especiales no son tema, sino que esta condición es solamente una característica identificable.

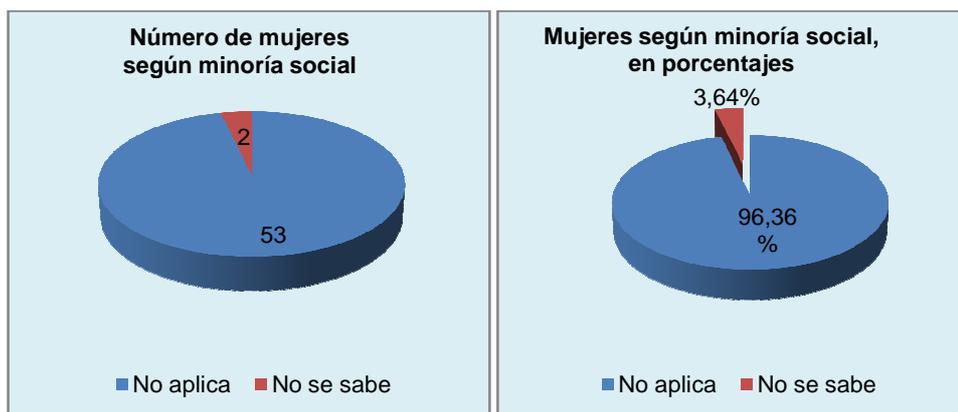


Sobre las **relaciones definidas para las mujeres**, cabe destacar que en algunos casos se señala más de una relación, cuantificadas de la siguiente manera: en 39 casos (69,65%) no se sabe cuáles son esas relaciones; en siete (12,5%), las mujeres aparecen como hijas; cinco de ellas (8,92%) son presentadas como madres; tres mujeres (5,35%) son esposas; y dos (3,58%) son abuelas.



Nota: Los porcentajes son superiores al número de mujeres debido a que en algunos casos a ellas se les asignó más de una relación.

En cuanto a la variable sobre la **minoría social**, de las 55 mujeres que aparecen en las notas, en todos los casos la variable no aplica o no se sabe, puesto que no corresponden a ninguna de las minorías establecidas, como se aprecia en los gráficos siguientes.



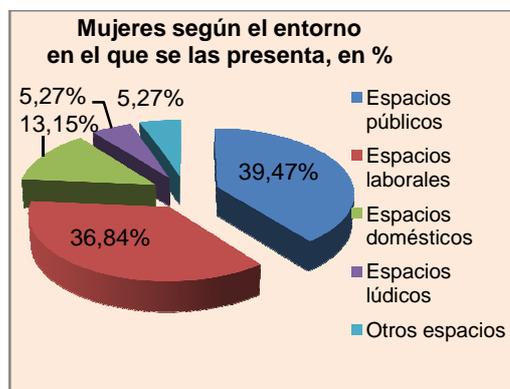
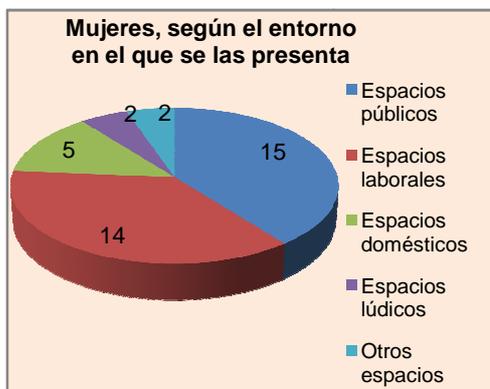
## 2. Características de contenido e imagen por cada nota periodística sobre y con mujeres

En este tercer nivel de análisis, se trata de ver, más allá de las características de cada mujer en las notas periodísticas, cómo se las presenta en las notas, tanto en el discurso verbal como en la imagen. Por esta razón, se comienza clasificando el entorno en el que se desarrolla la nota o en el que se presenta a las mujeres, es decir, si el entorno es público o doméstico, si es un espacio de trabajo o de diversión. También se busca conocer en qué roles son presentadas, si como madre, esposa, ama de casa, o como trabajadora, víctima o sobreviviente de violencia de género, por ejemplo, para luego determinar si hay o no estereotipos en el discurso y si se los refuerza o los cuestiona.

# de Unidad de análisis (por nota)	Titular de unidad de análisis	Entorno o locación de la nota periodística	Roles en que se presenta a las mujeres en nota periodística	Estereotipos sobre mujeres en la nota periodística	Discurso sobre estereotipos	Plano frecuente de mujeres en nota periodística	Observaciones

Respecto a los **titulares** de las notas analizadas, cabe destacar que si bien en 10 de las 34 notas sobre y con mujeres que presenta el programa Sorprendente, las mujeres son nombradas dentro de los titulares, lo que quiere decir que aparecen como tema, expertas o comentaristas, y voceras, se trata de una entrada a manera de lead sobre el tema de la nota, mediante un avance de lo que se va a presentar, pero no se da un título formal; por lo tanto no hay titulares en las notas sobre y con mujeres.

Respecto al **entorno**<sup>31</sup> en el que se desarrollan las 34 notas sobre y con mujeres, 15 (39,47%) se presentan en espacios públicos; 14 (36,84%) se ubican en espacios laborales, cinco notas, es decir el 13,15%, se presentan en espacios domésticos, mientras que dos notas que corresponden al 5,27%, están ubicadas en espacios lúdicos, y otras dos en otros espacios. Cabe destacar que los lugares en los que en mayor medida han sido presentadas las mujeres, pertenecen al espacio público, lo que da cuenta de que el discurso de este programa no las sitúa en el ámbito privado o espacio doméstico.

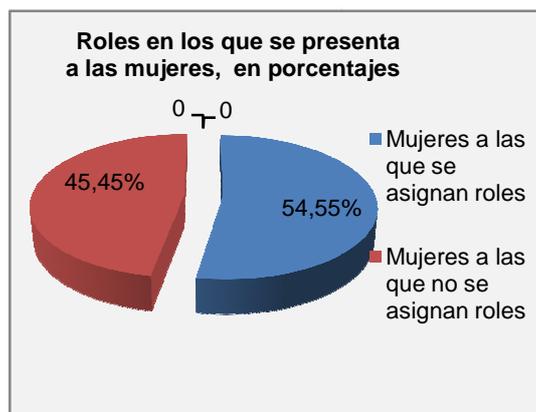
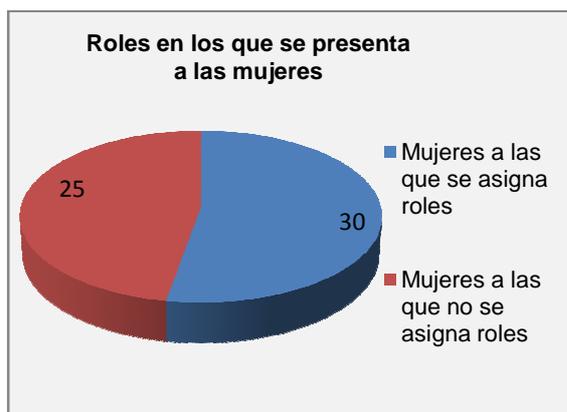


Nota: Los porcentajes son superiores al número de mujeres debido a que en algunos casos, ellas fueron ubicadas en más de un entorno.

En cuanto a los **roles**<sup>32</sup> en los que se presenta a las 55 mujeres que aparecen en las notas, en 30 casos (54,55%) se les asigna un rol, mientras que en 25 (45,45%) no se les da ninguno. Es evidente, entonces, que no a todas las mujeres se las presenta con un rol específico, y ello tiene que ver, sin duda, con la función que ellas cumplen en la nota periodística, como veremos en la segunda parte del presente análisis.

<sup>31</sup> Las cifras del entorno llega a 38 debido a que algunas mujeres en las notas aparecen en más de un espacio.

<sup>32</sup> En algunos casos, las mujeres están tipificadas en más de un rol.



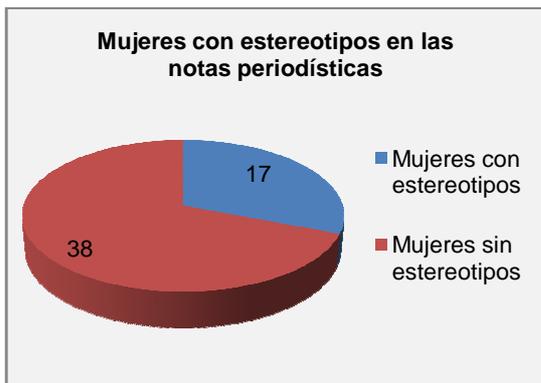
De las 30 mujeres a las cuales se asigna algún rol, en 15 casos (50%) se las ubica como trabajadoras y/o profesionales; cuatro mujeres (13,34%) se presentan como madres; y otras cuatro como modelos. En dos casos (6,66%), respectivamente, ellas aparecen como esposas, como víctimas de violencia de género, y con 'otros roles'; y en uno (3,34%), como mujer en profesiones "no femeninas" o transgresora de normas.

De entre estos casos, y debido al objetivo del presente análisis, destacan dos: la nota en que dos mujeres son víctimas de violencia de género y femicidio, asesinadas e incineradas en su casa de la ciudad de Cuenca; y otra sobre una mujer que trabaja en una vulcanizadora (se la llama la "mujer vulcanizadora" en la nota), y que corresponde a la clasificación de mujer transgresora de normas; la nota habla sobre los prejuicios en torno a su oficio, cuando lo desempeña una mujer.

**Mujeres según roles**

Roles	Número	Porcentaje
Trabajadoras y/o profesionales	15	50,00
Madres	4	13,34
Modelos	4	13,34
Esposas	2	6,66
Otros roles	2	6,66
Víctimas de violencia de género	2	6,66
Mujer rebelde, en profesiones "no femeninas", o transgresora de normas	1	3,34
<b>TOTALES</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

En cuanto a los **estereotipos** con los que se presenta a las 55 mujeres de las notas, estos se aplican solo en **17 mujeres** (30,90%), que constituye menos de la tercera parte del total de ellas, pues para las 38 restantes (69,10%) no se registra alguno.



De las 17 mujeres que son estereotipadas, a 11 (65%), que constituyen la mayoría, se les aplican estereotipos sociales y psicológicos, y a seis mujeres (35%), estereotipos físicos, como se aprecia en los gráficos a continuación.



Sobre este aspecto, comparando con el programa anteriormente analizado, no se registran estereotipos clasificados como ético/morales, como sí ocurre En Carne Propia.

Entre las 13 notas con 17 mujeres a las que se les asignaron estereotipos, en 10 casos el discurso los conserva o refuerza; en seis los enuncia únicamente, es decir, ni los refuerza ni desafía; en dos, los estereotipos son cuestionados o desafiados, según se aprecia en los gráficos que siguen. Se hace notar que esta suma da un total de 18, y no de 17, como se muestra en los gráficos anteriores; esto se debe a que en la misma nota se registran estereotipos psicológicos y sociales, aunque el discurso difiere en relación con la misma mujer “vulcanizadora” que tiene la función de tema en la nota: mientras por un lado, el discurso conserva y refuerza el estereotipo de la mujer madre, que hace cualquier cosa para sacar adelante a sus hijos, por otro, se desafían estereotipos relativos a trabajos que pueden desempeñar las mujeres y, de hecho, la nota se centra en ello.

En cuanto a solo enunciar estereotipos, es decir, ni conservarlos ni desafiarlos, se presenta en la nota sobre una familia que acoge a una bebé abandonada; una de las mujeres cuenta que, debido a que está dando de lactar a su hijo, alimenta también a esta bebé, mientras expresa que el acto de la madre es considerado como antinatural.



También en relación con el programa anterior, Sorprendente encasilla a las mujeres en roles y estereotipos. Sin embargo, hay que reparar en la tendencia a presentar a las mujeres como objetos sexuales, mediante notas con explícitos estereotipos físicos, y planos dirigidos a mostrarlas como sujetos funcionales a la satisfacción de deseos.

Con respecto **al plano** en el que se enfoca a las mujeres, el plano medio es el más recurrente -al igual que en el otro programa- en 20 (36,36%) de las 55 mujeres consideradas; luego están los planos completo, el plano americano y primer plano largo, en ocho casos (14,55%) cada uno; el primer plano, en cuatro casos (7,27%); a continuación, los planos general, gran primer plano y plano detalle, en dos casos (3,64%) cada uno; y para finalizar, el gran plano general con un caso (1,80%).



La utilización del plano medio tiene sentido en este tipo de programas, de sucesos o crónica roja, pues busca resaltar los aspectos emocionales de las personas que aparecen en la nota, así como su interioridad. En este sentido, vale repasar el valor semántico de cada uno de los planos, a fin de comprender el porqué de su uso.<sup>33</sup> El plano completo

<sup>33</sup> Las definiciones han sido tomadas, indistintamente, de los siguientes enlaces:

Cursos100.com, acceso 02/08/12. Disponible en <http://www.cursos1000.com/curso-basico-como-hacer-cortometrajes-tipos-de-plano-c1372.html>

tiene valor descriptivo en la persona presentada; el plano americano, valor narrativo y dramático, mientras que el primer plano largo también muestra la emocionalidad y el estado anímico. No es casual entonces que 44 de las 55 notas sobre y con mujeres en el programa, recurran a estos cuatro tipos de planos, que no son otra cosa que el encuadre de la cámara.

El primer plano en el programa está utilizado para destacar determinadas partes del cuerpo semidesnudo de las mujeres, y enfocar la atención del público en estas zonas corporales; mientras que el gran primer plano y el plano detalle destacan con detenimiento las partes del cuerpo mediante tomas en picado y contrapicado. La recurrencia de estereotipos físicos se expresa también mediante estos planos, que pasan a ser el lenguaje de una imagen televisiva.

El plano general y el gran plano general están usados para integrar a las mujeres dentro del entorno donde aparecen, que son generalmente los espacios públicos.

#### 4. Las mujeres como tema en las notas periodísticas: comparación de algunas variables

Como se estableció previamente, en las 34 notas sobre y con mujeres que presenta Sorprendente durante los días analizados, aparecen 55 mujeres que tienen diversas funciones dentro de la nota periodística.<sup>34</sup> Para los objetivos del presente análisis, y dada la necesidad de relativizar algunos datos haciendo cruces con otros, consideraremos únicamente a las mujeres presentadas en las funciones en las cuales tienen papel protagónico, como son las funciones de tema, expertas o comentaristas, y voceras.<sup>35</sup> En estas funciones se presentan **25 mujeres que se ubican en 17 notas**, es decir, en la mitad del total de notas sobre o con ellas, y el 45,45% del total de mujeres que aparecen en las notas periodísticas cumpliendo otras funciones.

Los siguientes gráficos permiten apreciar la distribución de las 25 mujeres que aparecen en las tres funciones principales de las 17 notas. En estas notas se encuentran **17 mujeres** (68%) en **la función de tema**, es decir que las notas tratan sobre una mujer en particular; las **expertas o comentaristas** son **seis** (24%); y apenas **dos** mujeres (8%), en la función de **voceras**.

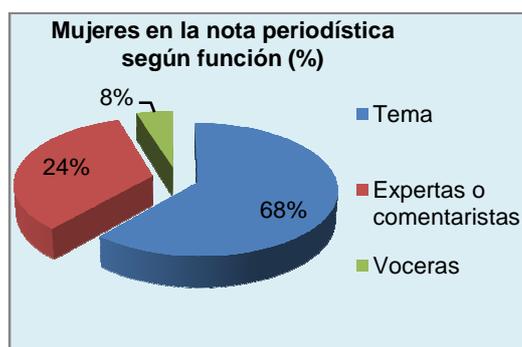
---

Tipología del plano.blogspot.com, acceso 02/08/12. Disponible en <http://tipologiadelplano.blogspot.com/>

Undostresd.wordpress.com, 16/03/09, acceso 02/08/12. Disponible en <http://undostresd.wordpress.com/2009/03/16/plano-general/>

<sup>34</sup> Para conocer la diversidad de funciones, ver al respecto la Guía de codificación en anexos.

<sup>35</sup> Las funciones restantes son: experiencia personal, testigo y opinión popular.



Evidentemente, una mayoría de mujeres tiene función protagónica, aunque cabe anotar que no hay mayor recurrencia a ubicarlas en funciones que requieren algún tipo de conocimiento o grado de representación, como serían las de expertas o comentaristas y voceras. Sin embargo, estas consideraciones se refutan o consolidan por sí mismas a partir de un análisis más exhaustivo, que relativiza los datos mediante el cruce de algunas variables, como veremos a continuación.

#### Mujeres en los titulares,<sup>36</sup> función, tema

Entre las 25 mujeres que se ubican en las tres funciones principales de las 17 notas, **13 mujeres (52%)** del total **aparecen en los titulares de nueve notas**; evidentemente, las 12 restantes no están en los titulares de estas.

En la tabla siguiente se puede apreciar el número de mujeres que están en los titulares, la función que ocupan en la nota periodística, y el tema que esta aborda. Así, presentamos las variables que interesa analizar con más detenimiento.

**Mujeres en titulares, funciones principales y tema de la nota**

Nota #	# de mujeres en las notas Total: 25	Mujeres en titulares	Función	Tema de la nota
1	1	Si	Vocera	Delitos violentos, asesinato; violencia de género
2	2	Si	Tema	Femicidio
3	1	No	Experta	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género
4	1	No	Vocera	Delitos violentos, asesinato
5	2	No	Experta	Belleza, moda; participación de las mujeres en el proceso económico
6	2	No	Tema, experta	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género
7	2	Si	Tema	Delitos no violentos, robo; desastres, accidentes
8	1	No	Experta	Otros crímenes
9	1	Si	Tema	Delitos no violentos, drogas
10	2	Si	Tema	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina

<sup>36</sup> Cabe destacar que las notas no tienen titulares formales. Son más bien avances o leads, al iniciar una nota periodística, en los que muchas veces se incluyen mujeres. Sin embargo, para los objetivos del presente análisis, las consideramos como titular debido a que el lead se destaca como tal.

11	2	No	Experta, tema	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género
12	1	Si	Tema	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género
13	1	Si	Tema	Noticias sobre niñas: salud
14	1	No	Tema	Accidentes
15	2	No	Tema	Moda; participación de las mujeres en el proceso económico
16	2	Sí	Tema	Certámenes de belleza, modelos, moda; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina
17	1	Sí	Tema	Disturbios, manifestaciones, alteración del orden público

La cantidad de notas que ubican a las mujeres en los titulares y las que no, es casi similar; sin embargo, las notas con mujeres en titulares se refieren más a temas sobre certámenes de belleza y patrones estéticos con cuatro casos, seguido por tres mujeres que se ubican en los temas de violencia de género, y delitos no violentos, respectivamente.

En consecuencia, Sorprendente presenta a las mujeres en los titulares cuando ellas se ubican en temas relacionados con el deber ser femenino, y la violencia social y la de género, lo cual sugiere que la importancia que ellas adquieren dentro de la nota está en función de su representación desde estereotipos de género, o desde la espectacularización.

#### **Mujeres en la función de tema en titulares: caso, ocupación, edades, grupo étnico**

La tabla anterior pone en evidencia también la función que las mujeres ocupan en las notas periodísticas. En la función de tema, la más relevante de las tres funciones ubicadas como principales, se encuentran 17 mujeres, y como se muestra en los dos primeros gráficos, como expertas están seis de ellas, y como voceras, dos.

Debido a la importancia de la función como tema en la nota periodística, a partir de aquí, el universo de análisis se limita a las 17 mujeres que tienen esa función en la semana de análisis de Sorprendente, con el fin de ubicar la representación de ellas y el tratamiento que reciben, estereotipado o no, y si los estereotipos son reforzados o cuestionados.

De las **17 mujeres** que tienen la **función de tema** en las notas, **solo 11 (64,70%) aparecen en los titulares** o más bien en las entradas o leads de las notas, frente a seis mujeres (35,30%) que no están en titulares. El hecho de que sean solamente 11 mujeres, da cuenta también de que **no todas aquellas que tienen una función relevante en las notas son presentadas en la parte más destacada, como es un titular o un lead.**

En la tabla siguiente, se aprecia cuáles son las características de las 17 mujeres que tienen la función de tema en 12 notas periodísticas, según el tema y el caso que presenta cada nota.

**Características de las mujeres en función de tema en la nota periodística con tema de la nota periodística y caso que presenta**

Nota #	Caso	Tema de la nota periodística	Mujeres en la nota #	Ocupación	Grupo etario	Grupo étnico	Estado civil	Relaciones familiares
1	Asesinato e	Femicidio	2	No aplica				

	incineración de los cuerpos de <b>dos mujeres</b> en el interior de su casa, en la ciudad de Cuenca.				19 - 34 años	No aplica	No aplica	No aplica
2	La nota trata sobre la <b>gastronomía</b> del Carchi, a través de doña <b>Mariana Cevallos</b> , quien prepara papas con tripas asadas.	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Comer-Ciante	50 - 64 años	Mestizo	No aplica	No aplica
3	En un collage de imágenes internacionales, se observa como <b>una mujer es robada por un hombre</b> ; y la forma en la que <b>una niña fue salvada</b> al caer de un edificio.	Delitos no violentos, robo; desastres, accidentes	2	No aplica	50 - 64 años, No aplica	Blanco-mestizo No aplica	No aplica	No aplica
4	<b>Detención de una niña</b> que intentaba ingresar marihuana por la frontera hacia Ecuador.	Delitos no violentos, drogas	1	No aplica	12 - 18 años	No aplica	No aplica	No aplica
5	La nota trata sobre <b>las finalistas del concurso tunning car</b> en Colombia	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	2	Otros (modelos)	19 - 34 años	Mestizo	No aplica	No aplica
6	Una familia lleva casi 150 años preparando el <b>plato típico conocido como chugchucaras</b> . <b>Maribel Calle</b> , habla sobre el negocio familiar.	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Comer-ciante	35 - 49 años	Mestizo	No aplica	Madre
7	La nota es sobre Margarita Peñafiel, una <b>mujer que trabaja como vulcanizadora</b>	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Comer-ciante	35 - 49 años	Mestizo	Casada	Madre
8	La nota expone la <b>ayuda que el</b>	Noticias sobre niñas:	1	No aplica	Menor	Mestizo		

	<b>público le dio a la niña</b> Rocío del Carmen Mera, quien padecía de desnutrición crónica	salud			de 12 años		No aplica	Hija
9	Un video de otro país muestra los <b>golpes que recibe una mujer de avanzada edad</b> al caer de su silla de ruedas en una escalera eléctrica	Accidentes	1	No aplica	65 y más	Blanco-mestizo	No aplica	No aplica
10	Empresa de fabricación de accesorios con CD usados. Antonieta Vizuet y Vilma Buitrón hablan del proceso de creación.	Moda; participación de las mujeres en el proceso económico	2	Comerciantes	50 - 64 años, 35 - 49 años	Mestizo	No aplica	No aplica
11	La nota presenta imágenes de mujeres que concursan en Miss tanga sexy Medellín	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	2	Otros (modelos)	19 - 34 años	Mestizo, blanco-mestizo	No aplica	No aplica
12	<b>Intento de robo</b> de la antorcha olímpica en las Olimpiadas <b>a la mujer que la portaba</b>	Disturbios, manifestaciones, alteración del orden público	1	Deportista	No aplica	Blanco-mestizo	No aplica	No aplica

Como se observa, la presencia de las 17 mujeres que tienen función de tema **es frecuente en asuntos relativos a violencia**, sea **social** (4 notas) o **de género** (una nota), mediante casos destacados por ser impactantes o espectaculares; y es también recurrente en los temas referidos a certámenes de belleza, modelaje, patrones estéticos; y participación de las mujeres en el proceso económico (3 notas). Mientras los casos referidos a certámenes de belleza o modelaje contribuyen a consolidar estereotipos físicos y socioculturales relacionados con el deber ser de las mujeres, pues son notas en las que ellas exponen sus cuerpos, generalmente como objetos de belleza o maniqués; en los relativos a participación de las mujeres en la economía presentan un panorama del aspecto laboral de las mujeres pero sin apartarlas de las actividades históricamente relacionadas con lo femenino, como la cocina o el servicio a otros/as.

Es necesario apuntar que en las notas sobre belleza y patrones estéticos, **se privilegian los primeros planos y los planos detalle** que, al destacar zonas de los cuerpos femeninos consideradas eróticas, contribuyen tanto a incrementar estereotipos sobre las mujeres como a generar espectáculo informativo.

Cabe señalar también que cuando las mujeres en la función de tema están presentes en notas sobre procesos económicos, se destaca su **participación laboral**, incluso dentro de una actividad no tradicional, como es la de “vulcanizadora”, en la cual se rompe con el estereotipo de mujer delicada, frágil o débil físicamente, puesto que se trata de un oficio tradicionalmente practicado por hombres.

Como se dijo anteriormente, en las otras dos notas clasificadas en el tema de participación de las **mujeres en procesos económicos**, estas se relacionan con consuetudinarias prácticas de género, como son la culinaria y la gastronomía, mediante las cuales, las mujeres se convierten también en reproductoras de prácticas culturales de carácter nacional, aunque vale hacer notar que en la recuperación de estos saberes ancestrales, de los cuales las mujeres son, por lo general, transmisoras, se da más énfasis a lo económico: es una forma de ganarse la vida; pero no se lo destaca como un saber profundamente vinculado con prácticas culturales de género.

#### **Características de contenido y de imagen en la nota periodística**

En este eje del análisis, se considera el tratamiento que reciben las mujeres en las notas periodísticas, tomando en cuenta, además de lo ya analizado, los roles en los que ellas son presentadas, el entorno en el que se las ubica, los estereotipos con los que son tratadas, y si los discursos contribuyen a conservarlos o desafiarlos.

La siguiente tabla muestra un acercamiento panorámico sobre estas variables, relativas a las 17 mujeres que tienen la función de tema en las notas periodísticas.

**Entorno, roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas cumpliendo la función de tema**

Nota #	Caso	Tema de la nota periodística	Mujeres en las notas # (Total 17)	Entorno	Roles	Estereotipos	Discurso sobre estereotipos
1	Asesinato e incineración de los cuerpos de dos mujeres en el interior de su casa, en la ciudad de Cuenca	Femicidio	2	Doméstico	Víctima de violencia de género	No aplica	No aplica
2	La nota trata sobre la <b>gastronomía</b> del Carchi, a través de doña <b>Mariana Cevallos</b> , quien prepara	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Laboral, espacio público	Trabajadora	No aplica	No aplica

	papas con tripas asadas.						
3	En collage de imágenes internacionales, se observa como <b>una mujer es robada por un hombre</b> ; y la forma en la que <b>una niña fue salvada</b> al caer de un edificio.	Delitos no violentos, robo; desastres, accidentes	2	Laboral, espacio público	No aplica	No aplica	No aplica
4	<b>Detención de una niña</b> que intentaba ingresar marihuana por la frontera hacia Ecuador.	Delitos no violentos, drogas	1	Laboral	No aplica	No aplica	No aplica
5	<b>Certámenes de belleza</b> , modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	La nota trata sobre las finalistas del concurso <i>tunning car</i> en Colombia	2	Otro	Modelo	Físicos	Los conserva o refuerza
6	Una familia lleva casi 150 años preparando el <b>plato típico conocido como chugchucaras</b> . <b>Maribel Calle</b> , habla sobre el negocio familiar.	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Laboral	Trabajadora	Sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza
7	La nota es sobre Margarita Peñafiel, una <b>mujer que trabaja como vulcanizadora</b>	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	1	Laboral	Trabajadora, mujer rebelde en profesiones “no femeninas”, o transgresora de normas	Sociales y psicológicos	Los cuestiona o desafía / los conserva
8	La nota expone la <b>ayuda que el público le dio a la niña</b> Rocío del Carmen Mera, quien padecía de desnutrición crónica	Noticias sobre niñas: salud	1	Doméstico	Madre	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía
9	Un video de otro país	Accidentes	1		No aplica	No aplica	No aplica

	muestra los golpes que recibe una mujer de avanzada edad al caer de su silla de ruedas en una escalera eléctrica			Espacio público			
10	Empresa de fabricación de accesorios con CD usados. Antonieta Vizúete y Vilma Buitrón hablan del proceso de creación.	Moda; participación de las mujeres en el proceso económico	2	Laboral	Trabajadoras	Físicos	Los conserva o refuerza
11	La nota presenta imágenes de mujeres que concursan en Miss tanga sexy Medellín	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	2	Otro	Modelo	Físicos	Los conserva o refuerza
12	<b>Intento de robo</b> de la antorcha olímpica en las Olimpiadas <b>a la mujer que la portaba</b>	Disturbios, manifestaciones, alteración del orden público	1	Público / lúdico	Otro	No aplica	No aplica

Recordemos que en el análisis general, de las 55 mujeres que aparecen en las notas de la semana analizada, una mayoría de 30 aparecía con **roles**, y que entre estos, el más frecuente en 15 mujeres era el de trabajadoras y/o profesionales.

Entre las 17 mujeres que tienen la función de tema en la nota periodística, solamente en tres notas con cuatro mujeres, los roles no aplican porque no se asignan.<sup>37</sup> Por lo tanto, se presentan 14 roles en 13 mujeres de nueve notas; los más comunes son cinco mujeres como trabajadoras (en cuatro notas), cuatro modelos (en dos notas); dos, como víctimas de violencia de género en una nota, y una en otra nota, en el rol de madre. Hay dos mujeres que presentan los roles menos comunes: uno, que se clasifica dentro de ‘mujer rebelde, en profesiones “no femeninas”, o transgresoras de normas’, y una con roles clasificados como “otros”. Por lo tanto, el porcentaje de mujeres en la función de tema a las que se asignan roles llega al 76,47%.

Se podría concluir entonces que es en la función de tema donde se hacen más evidentes los roles de las mujeres, quizás porque al ser centro de la nota periodística, se trata de desplegar mayor información sobre ellas.

<sup>37</sup>Entre estos casos se encuentra el de una niña detenida portando drogas. La niña no aparece en la nota, solo es referida en el discurso. Al codificar roles, estereotipos y discurso se seleccionó la opción “no aplica”, porque la niña no es ubicada en ninguno; sin embargo, en cuanto al “entorno” se codificó como laboral debido a que la nota se realizó en una oficina del sistema judicial; es pues, el entorno de otras personas que aparecen en la nota cumpliendo otras funciones.

Debido también a que los roles mayoritarios atribuidos a las mujeres tienen relación con el **entorno laboral y el espacio público**, se destaca que las mujeres de las notas periodísticas no aparecen en el entorno doméstico, salvo en el caso sobre violencia de género. El entorno lúdico, que se refiere a entretenimiento, diversión, deportes, se encuentra solo en una nota, la relativa a las Olimpiadas 2012 en Londres, aunque en un hecho que implicó alteración del orden público.

Respecto a **los estereotipos**, en la mitad de las 12 notas no aplican; en las seis notas restantes, que cuentan con nueve mujeres, ellas son tratadas bajo algún presupuesto por el hecho de ser mujeres. De entre estas seis notas, hay estereotipos sociales y psicológicos en tres, que tienen la presencia de tres mujeres; y físicos en otras tres notas, que cuentan con seis mujeres.

En relación con los sociales y psicológicos, en las notas sobre las mujeres que preparan el plato tradicional llamado chugchucaras (típico de la provincia de Cotopaxi), y la madre de la niña con desnutrición crónica, son presentadas, explícita o implícitamente, desde el ideal maternal de la entrega y la devoción. Más adelante se analiza el único caso de mujer transgresora o rebelde, que es el de la mujer vulcanizadora, ubicada también en el rol de trabajadora.

Los estereotipos físicos se hacen presentes en las notas sobre las modelos *tunning* desde la exhibición en primeros planos de determinadas partes de los cuerpos femeninos, enfoques de cámara que contribuyen a presentar a las mujeres como objetos de deseo más que como personas que ejercitan sus cuerpos para la salud o “para estar en forma”.

En la nota sobre la fabricación de joyas, el presentador hace constantemente referencia a que son accesorios destinados a la mujer, para que “resalte su ropa y su figura”, y menciona, también con frecuencia, la vanidad como algo que las caracteriza.

La orientación o la intención que se da al **discurso sobre estos estereotipos**, no aplica en los seis casos en los que no se asignan; pero en cinco de las notas restantes se los conserva o refuerza, y ello corresponde a ocho mujeres; en uno solamente se lo enuncia, y en el de la mujer que trabaja en una vulcanizadora, se cuestiona o desafía, en cuanto a lo laboral, pero se los conserva con respecto a lo doméstico; por lo tanto, la tendencia del discurso en el programa está entre el cuestionamiento y la conservación de estereotipos, como se analiza más adelante.

Cabe señalar finalmente, en cuanto a los **estereotipos** sobre las mujeres, que en Sorprendente parten del discurso del programa, a diferencia de En Carne Propia, donde son enunciados en gran medida por las personas que aparecen en las notas periodísticas.

### **Estereotipos en temas de violencia de género y cánones de belleza**

Siendo las notas sobre violencia de género, y certámenes de belleza, relacionados con patrones estéticos dominantes, las que nos interesan de manera particular en el presente análisis, la tabla a continuación muestra cuatro casos específicos, a fin de conocer el tratamiento que reciben por el programa.

Recordemos, como se dijo en el análisis del programa anterior, que la tendencia del discurso, para conocer si conservan, cuestionan o solo enuncian estereotipos o aluden a estos, no solo tiene que ver con las representaciones sobre las mujeres que estarían propiciando, sino y particularmente con un aspecto de justicia de género, que va más allá

de los temas judiciales y se relaciona directamente con la no discriminación por sexo o género.

Entre las mujeres de estos temas, aquellas que aparecen en el rol de modelos, hacen mayoría: son cuatro mujeres en dos notas; y sumadas a las que aparecen en el de víctimas de violencia de género en una nota, son seis mujeres. Es decir, en estos tres temas, las seis mujeres constituyen el 35% de las 17 mujeres que son tema en las 12 notas analizadas.

Vale reparar, adicionalmente, y por la atención que se da a los estereotipos en el presente análisis, en el rol de mujer rebelde, en profesiones u oficios “no femeninos”, o transgresora de normas, que se atribuye a una mujer de una nota periodística. Este último caso da cuenta, además, de que las representaciones sobre aquellas que están fuera de los patrones socialmente aceptados no son comunes en este tipo de programa.

**Entorno, roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos en notas periodísticas con temas de femicidio y cánones de belleza**

Nota #	Tema	Caso	Bloque	Mujeres #	Roles	Estereotipos	Discurso sobre estereotipos
1	Femicidio	Asesinato e incineración de los cuerpos de dos mujeres en el interior de su casa, en la ciudad de Cuenca	1	2	Víctima de violencia de género	No aplica	No aplica
2	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	La nota trata sobre las finalistas del concurso <i>tunning car</i> en Colombia	2	2	Modelo	Físicos	Los conserva o refuerza
3	Participación de las mujeres en el proceso económico; prácticas de género	La nota es sobre Margarita Peñafiel, una mujer que trabaja como vulcanizadora	1	1	Trabajadora, mujer rebelde en profesiones “no femeninas”, o transgresora de normas	Sociales y psicológicos	Los cuestiona o desafía / los conserva
4	Certámenes de belleza, modelos; patrones estéticos, conceptos de belleza femenina	La nota presenta imágenes de mujeres que concursan en Miss tanga sexy Medellín	1	2	Modelo	Físicos	Los conserva o refuerza

Si bien estas **cuatro notas** se ubican en los dos primeros bloques del programa, cabe destacar que aunque todas aparecen al inicio, solo la nota que trata sobre femicidio se despliega en el bloque en el que aparece; las tres restantes se presentan mediante

avances, que tienen el objetivo evidente de crear expectativa en el público. En otras palabras, son desarrolladas posteriormente a los bloques en que se anuncian.

Los estereotipos más comunes entre **las cuatro notas** son los de tipo físico, y se ubican en las cuatro mujeres modelos que exhiben sus cuerpos para un certamen de belleza. En este sentido, el discurso sobre estos estereotipos tiende a reafirmarlos y conservarlos, ya que presenta a las mujeres no como sujetos sino como objetos exhibibles por su belleza exterior; al hacerlo así, las mujeres expuestas son, de cierta manera, vaciadas de humanidad, pues se destacan, con primeros planos de la cámara, partes específicas de su corporeidad que están cargadas de connotaciones sexuales y eróticas.

En cuanto a la mujer que trabaja como vulcanizadora, fue presentada como ejemplo para romper estereotipos machistas, pero en cuanto al desempeño de las mujeres en cualquier tipo de trabajo. He aquí las palabras del presentador al iniciar la nota. *“... Una historia de coraje, de esfuerzo y empeño. Miren ustedes, una mujer vulcanizadora. ¿Por qué no? Las mujeres también pueden hacer todo tipo de trabajo. Allá, los machistas, a un lado. Van a conocer una mujer vulcanizadora”*.

Sin embargo, ya en el desarrollo de la nota, la valoración que hace de esta mujer y su trabajo, lo lleva a incurrir en otros estereotipos, los de carácter psicológico y social vinculados estrechamente con el rol de madre de familia: *“¿Quién dice que las mujeres no pueden hacer trabajos que decían que eran solo de hombres, qué solo a la cocina se deben dedicar? {...} Esta madre, que se dedica a ayudar en el hogar arreglando llantas en su vulcanizadora”*.

*Y el presentador sigue y cuenta que hay quienes le dicen “deme llamando al maestro. Y usted, vaya nomás a la cocina a preparar un sandwichito, mientras espero”. “Pero, cuidado –añade-, que está hablando con la mismísima reparadora y enllantadora”*.

Para destacar el desempeño de la mujer en cuestión, un cliente de la vulcanizadora es entrevistado: *“Sí, es duro, pero ella {lo hace} con sacrificio y valentía, para sacar los hijos adelante, la familia mismo”*.

*“¿Quién dice, pues que las mujeres no pueden hacer trabajo duro?, repite el presentador para concluir. “¿Quién dijo, pues, que hay cosas que solo los hombres hacen? ... Las damas bien que pueden hacer lo que quieran, por más duro que pueda parecer, porque no hay género a la hora de meterle mano al trabajo para ayudar en el hogar”*.

En otras palabras, para el presentador, el trabajo de esta mujer es “ayuda” para su espacio principal, el hogar. De esta manera, no la separa del rol tradicional en el ámbito doméstico ni deja de ubicarla con respecto a la familia, en relación con las responsabilidades de este espacio históricamente relacionado con lo femenino. Este discurso y el del entrevistado, si bien subrayan las implicaciones económicas de este trabajo distinto de una mujer, insisten en ubicarla dentro del rol tradicional y de lo que histórica y socialmente más se valora en las mujeres: sacrificio y entrega, es decir, estereotipos psicológicos y sociales que han marcado y determinado la vida de las mujeres para cumplir mejor los roles de madre y esposa.

Por lo tanto, aunque no se pueda afirmar que en el programa Sorprendente hay una mayoritaria recurrencia a estereotipar a las mujeres en estas notas, el caso de los estereotipos físicos resulta importante, pues la exhibición de cuerpos no solo constituye una suerte de violencia simbólica más explícita sino que se pone en evidencia como parte de la espectacularización de la noticia, más común en este tipo de programas o de informativos sobre sucesos y/o crónica roja.

Con respecto a si el discurso refuerza o cuestiona estereotipos, se hace notar lo evidente en la tabla anterior: se refuerzan los estereotipos físicos que se explicitan en los concursos de belleza o sesiones de modelaje, estereotipos que enmascaran conceptos sobre los roles sociales de las mujeres y que también las arrinconan psicológicamente, puesto que una mujer bella está destinada a exhibir su belleza en concursos ad hoc.

Sin embargo, en la nota donde una mujer transgrede cánones de belleza y normas de comportamiento habitual en cuanto a oficios para las mujeres, el discurso se encuentra a caballo entre el cuestionamiento a un rol tradicional, el de la mujer delicada, en profesiones “propias” de ellas; y la insistencia en el rol de madre y los estereotipos psicosociales que se les asignan a las mujeres en ese rol.

Así los ponen en evidencia los discursos del presentador y del entrevistado, que destacan el trabajo con el cual se rompen visiones patriarcales, y por otro lado se refuerzan, implícitamente, estereotipos sociales y psicológicos al destacar el rol de madre y la actitud abnegada y, a partir de ello, darle más valor al personaje que es tema de la nota periodística. En resumen, el discurso desafía y cuestiona unos estereotipos pero refuerza otros, aunque solo sea enunciándolos.

Sin embargo, habría que preguntarse si la presentación de este caso no obedecería más bien a la búsqueda de lo ‘espectacular’, que caracteriza a programas de este tipo. Sin duda, una nota así llama la atención de la teleaudiencia, y deja de lado las razones de una mujer que por necesidades económicas, más que por otra, se ha visto obligada a romper cánones imperantes para las mujeres en la esfera laboral.

En síntesis, se podría afirmar que Sorprendente presenta un tratamiento más bien equilibrado de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas; sin embargo, la alerta la determinan los estereotipos, ese 50% de las notas que los presentan, y la tendencia a reforzarlos y conservarlos, sobre todo en términos físicos, alusivos a la belleza femenina como constante de un ‘ideal’ estético de mujer que los medios de comunicación, y la televisión en particular, contribuyen a reforzar.

## 5. Algunas conclusiones

En el análisis de Sorprendente fue posible identificar 50 notas periodísticas, 10 notas cada día, lo que dio cuenta de que a diferencia del programa En Carne Propia, el contenido del programa es planificado y la información que se entrega, se muestra organizada. Las notas sobre y con mujeres sumaron 34 en la semana. A partir de este universo de la muestra, se hizo el análisis, que permitió evidenciar las siguientes conclusiones:

1. El **tema más recurrente**, con seis notas, fue la participación de las mujeres en el proceso económico, aunque vale recordar que algunas notas corresponden a más de un tema, como es el caso de cuatro de las cinco notas sobre prácticas de género; y hay cuatro sobre certámenes de belleza o modelaje. Por los temas de las notas periodísticas, se podría decir que la tendencia del programa es a ubicar a las mujeres en temas relacionados con el *deber ser* determinado socialmente y las características que, por lo mismo, han sido relacionadas con lo femenino; un ejemplo significativo al respecto son los casos en que se destaca la presencia de mujeres en actividades económicas, pero en el campo de prácticas tradicionales de género, como son la moda y la culinaria tradicional del país.

2. En este programa, como en el caso de En Carne Propia, también hay recurrencia a presentar a las mujeres desde los conflictos, contrariedades y desgracias; pero es preciso destacar que Sorprendente presenta tres notas cuyos temas no aparecen en el otro programa, en las cuales, las mujeres son presentadas siguiendo estereotipos físicos impuestos socialmente: en concursos de belleza o modelaje, donde se manifiestan patrones estéticos dominantes.

Es en este tipo de notas donde, de manera más directa, se hace **evidente la violencia simbólica** de la que habla Bourdieu, quien la considera como “un grupo de significados impuestos como válidos y legítimos por la cultura patriarcal, que parten de la supremacía y dominación masculina y, por tanto, tiene estrecha relación con el poder y la autoridad” (Bourdieu citado por Hernández, 2013).

3. El discurso de los presentadores, hombre y mujer, refuerza **estereotipos físicos**, que tienen indudablemente un componente sociocultural que influye en la psicología tanto de las mujeres participantes de la nota periodística como, y sobre todo, de mujeres televidentes en número incalculable.
4. El hecho de que quienes presentan el informativo sean un hombre y una mujer, no incide en la distribución equitativa de la presentación de las notas. A diferencia del programa previamente analizado, Sorprendente cuenta con una pareja mixta de presentadores. Él introduce en 25 notas periodísticas, mientras que ella lo hace en 13, lo cual significa que de las 55 que presenta el programa, 17 son presentadas por los dos al mismo tiempo, lo que de cualquier manera implica una diferencia a favor del periodista.

Esta diferencia numérica, referida al género de quien presenta las notas periodísticas, lleva a afirmar que la presencia de una mujer entre los dos anfitriones del programa parecería responder más que a la búsqueda de paridad entre géneros que incida en el discurso de este espacio televisivo, a la cuota de alteridad presencial que se quiere tener en algunos de estos programas. Al respecto, vale reparar también en la forma de vestir de ambos, pues mientras él viste de manera más bien neutra en relación con el espacio que conduce, ella lleva vestidos más propios de un modelo de programas de entretenimiento que de una profesional del periodismo.

5. En la **autoría de las notas periodísticas** se encuentra la misma disparidad. Los resultados demuestran que de las 34 notas sobre y con mujeres, un reportero varón es responsable en 27; es decir, solo siete están realizadas por una mujer. Por lo tanto, al igual que En Carne Propia, en el programa hay predominancia masculina, con lo todo lo que implica en el ámbito de lo simbólico. En otras palabras, el programa está pensado y elaborado a partir de un universo simbólico masculino, y el androcentrismo se hace evidente en la importancia que se da a algunos temas, como los concursos de belleza, por ejemplo.
6. En cuanto al **ámbito geográfico**, de las 34 notas sobre y con mujeres, Sorprendente se muestra, al contrario de En Carne Propia -cuya cobertura informativa abarca casi exclusivamente la provincia del Guayas- como un programa de carácter nacional, aunque, por provincia, la mayoría de notas se ambientan en Pichincha (9) y de Guayas (4); salvo seis notas que provienen de otros países, las 15 notas restantes corresponden a otras 11 provincias.

7. Las notas sobre y con mujeres tienen, sobre todo, procedencia urbana, pero también urbano-marginal y rural. En este aspecto, Sorprendente incluye información cuyo origen es más diverso en lo que respecta a **zonas poblacionales**, al contrario del programa anteriormente analizado, que no presenta informaciones del ámbito rural durante el período de análisis.
8. Entre las variadas **funciones** que las mujeres tienen en las notas periodísticas, se destaca que **17 aparecen como tema**, número mayoritario en relación con cada una de las otras funciones en las que aparecen las 55 mujeres de las 34 notas analizadas. En otras dos funciones, también consideradas como principales, las de expertas y/o comentaristas (6 mujeres), y voceras (2), suman un total de 25 mujeres; lo cual significa que 30 de ellas aparecen en funciones de menor jerarquía, entre las que se cuentan las de experiencia personal (15), opinión popular (8), testigos (5), mientras que se desconoce la función de dos mujeres. Tener la función de tema en una nota periodística significa que la nota trata sobre una mujer en particular o más de una, aunque sea víctima de violencia de género y/o de femicidio. Sin embargo, es en la función de tema donde, al desempeñar papel protagónico en la nota periodística, se pueden hacer más evidentes estereotipos de género, y si se los refuerza o se los cuestiona, como se aprecia al citar las variables correspondientes.
9. De las 17 mujeres que tienen la función de tema en las notas, solo 11 (64,70%) aparecen **en los titulares** o más bien en las entradas o leads. Es decir que no todas aquellas que tienen función relevante en las notas son presentadas en la parte más destacada. Si este dato se combina con los temas a los que se refieren las notas, se concluye que ellas están mayoritariamente en titulares o leads de notas periodísticas sobre certámenes de belleza y patrones estéticos (4), así como en los temas de violencia de género y delitos no violentos (3 en cada caso).

Estos datos permiten concluir que Sorprendente presenta a las mujeres en los titulares cuando las notas tratan temas relativos al deber ser femenino, y la violencia social y la de género, lo cual sugiere que la importancia informativa que ellas adquieren está en función, implícitamente, de su representación desde estereotipos de género, o desde la espectacularización.

10. De las 55 mujeres que se presentan en las notas, se desconoce la **ocupación** de 31 de ellas, de lo cual se puede deducir que el programa no da mayor importancia a este dato. Sin embargo, cuando se informa sobre la ocupación, fue posible saber que 13 mujeres son comerciantes, artesanas o trabajadoras en general, y que las 11 restantes tienen ocupaciones diversas. Entre las 17 mujeres que están en la función principal de tema, tampoco se da atención a este aspecto pues en siete casos se desconoce la ocupación; cuando la variable se identificó, la ocupación más recurrente fue también la de comerciantes con cinco casos; en cuatro la ocupación se clasifica como 'otra' (y se trata de las mujeres modelos); y en un caso se presenta una deportista. Por lo tanto, las mujeres con la función más importante en las notas periodísticas tienen ocupaciones relacionadas con actividades de servicio, más que profesionales, expertas en alguna área de conocimiento, o representantes de alguna institución.

11. Del total de 55 mujeres que aparecen en las notas periodísticas, el **grupo étnico** más representado fue el mestizo con 41 mujeres, seguido del blanco-mestizo con nueve; en el caso de cuatro mujeres no fue posible determinar este dato, y una mujer pertenece al grupo negro/mulato. La tendencia numérica se repite entre las 17 mujeres que son tema en las notas periodísticas: mestizas son nueve, seguidas de cuatro blanco-mestizas, y en otros cuatro casos la variable no aplica porque no fue posible determinar el grupo étnico. Se destaca, entonces, que entre las mujeres como tema no hay presencia de negras o mulatas.

En consecuencia, Sorprendente, al igual que el programa anterior, representa mayoritariamente en sus notas periodísticas al grupo étnico más representativo del país, en cuanto a número de habitantes, sobre todo de zonas urbanas.

12. Respecto al **grupo etario**, de las 55 mujeres de las notas, los más recurrentes son los de 19 a 34 años, y de 35 a 49 años de edad, por lo tanto hay la presencia de 18 mujeres adultas en cada caso. Entre las mujeres protagonistas de las notas periodísticas, hay también mayoría del grupo de 19 a 34 años, pero seguido de quienes se ubican entre 50 y 64 años de edad. En otras palabras, las mujeres de las notas o las mujeres como tema de estas, son adultas jóvenes, adultas, y adultas maduras. Las niñas ni adolescentes no son mayoría en Sorprendente.
13. El **estado civil** es otra variable que el programa no busca enfatizar, ya que de las 55 mujeres presentes en las notas analizadas, se desconoce el estado civil de 30; cuando se identificó, se ubicó a 23 casadas, y tan solo a dos solteras, número mucho mayor que el presentado por En Carne Propia. En el caso de las mujeres protagonistas de las notas, tampoco fue posible identificar esta variable en un total de 16 casos, pues solamente en uno se presentó a la mujer como casada, ya que se buscaba subrayar la relación que se establece entre ella y su esposo, a pesar de su desempeño laboral en un oficio masculino (“vulcanizadora”).

Se destaca que este dato no fue presentando en la nota sobre asesinatos de mujeres o femicidios, crímenes en los que la relación sentimental de las mujeres adquiere importancia pues con frecuencia son cometidos por la pareja o ex pareja con claras señales de violencia y odio.

14. Las **minorías sociales** no están presentes en las notas periodísticas del programa, por lo menos en el período analizado. En cuanto a personas con **capacidades especiales**, de las 55 mujeres de las notas, en dos se desconoce este dato. En las mujeres como temas de la nota, dos presentan capacidades especiales; y en una de ellas se enfatiza la condición debido a que está relacionada con una ayuda económica canalizada por el programa, hecho que hace pensar en que las mujeres con capacidades especiales participan de las noticias de Sorprendente, por el concepto de beneficencia que quieren promover algunos programas o personajes de TV.
15. Sobre las **relaciones definidas para las 55 mujeres**, cabe destacar que en algunos casos se señala más de una. En una mayoría de 39 (69,65%), no se sabe cuáles son esas relaciones; siete mujeres son presentadas como hijas, cinco como madres, tres como esposas, y dos como abuelas. Entre las 17 que tienen la función de tema, solo en tres casos se las presenta en relación con alguien: en la relación de madre, en dos casos, y en uno, de hija. Por lo tanto, al igual que En

Carne Propia, el programa no registra una tendencia a ubicar a las mujeres en relación con otras personas, o respecto a relaciones afectivas o familiares.

16. Sobre el **entorno** en el que se desarrollan las 34 notas sobre y con mujeres, la mayoría (15) se presentan en espacios públicos, 14 en espacios laborales, cinco en espacios domésticos, dos están ubicadas en espacios lúdicos, y otras dos en otros espacios.

En el caso de las mujeres en la función de tema de la nota periodística, en algunas ocasiones aparecen en más de un espacio, pero en mayor medida en el espacio laboral, luego en el público, el doméstico, y también, aunque en pocos casos, en un ámbito lúdico. Si bien estos datos evidencian que a las mujeres se las muestra en el entorno que les corresponde, de acuerdo con lo que se quiere destacar de ellas cuando son tema de la nota periodística, es necesario poner atención al hecho de que los espacios donde menos aparecen, son los de entretenimiento y diversión. Se podría concluir, entonces, que el programa deja entrever, implícitamente, una realidad demostrada en estadísticas: las mujeres, en su mayoría y sobre todo de sectores populares, tienen menos tiempo para el entretenimiento y la diversión.

17. En cuanto a los **roles** en los que se presenta a las 55 mujeres de las notas periodísticas, a 30 (54,55%) se les asigna alguno: el 50% de ellas (15), son presentadas como trabajadoras y/o profesionales; y luego, como modelos de moda o belleza, y madres; pero también como esposas. Para los objetivos de la presente investigación, vale destacar que dos de ellas, en la misma nota periodística, tienen el rol de víctimas de violencia de género; una es presentada como mujer transgresora o rebelde, ya que se destaca porque realiza un oficio considerado como “no femenino”.

La misma frecuencia de roles se repite entre aquellas 17 mujeres que son protagonistas de las notas periodísticas. Por lo tanto, el más común de los roles asignados a las mujeres que aparecen en las informaciones de este programa, tiene que ver con la actividad productiva de ellas más que con sus relaciones de parentesco o afectividad, al contrario de En Carne Propia.

Sin embargo, hay que reparar en el hecho de que Sorprendente ubica a las mujeres en roles que no aparecen en el otro programa, como es el caso de las mujeres modelos, y las mujeres en profesiones no femeninas, pero también, menos casos de ellas como **víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género**. En esta nota, hay que destacar que no se asigna rol alguno a las dos mujeres sobre las que se trata, y que tampoco se aplican estereotipos; la nota es de carácter informativo y el tema es abordado sin espectacularizar.

En consecuencia, se podría afirmar que si bien Sorprendente presenta a las mujeres de sus noticias en mayor diversidad de roles, entre lo tradicional y lo diferente o transgresor, sigue dando mayor importancia a lo tradicional femenino, en la medida que busca resaltar aspectos de las mujeres que históricamente las han encasillado y restringido como personas, como son los concursos de belleza.

18. Con respecto a los **estereotipos** que se aplican a las 55 mujeres, en 17 casos se recurre a alguno. De estos 17, en la mayoría (12) se presentan estereotipos que

corresponden a los clasificados como sociales y psicológicos; los cinco restantes son físicos. En las mujeres que son tema de las notas periodísticas, la proporción se invierte: físicos (6), y sociales y psicológicos (tres); no se registran estereotipos éticos/morales o religiosos, ni intelectuales.

19. De las 17 mujeres que son tratadas con estereotipos en 13 de las notas periodísticas, la **tendencia** mayoritaria, en siete (53,8%) notas, es a **conservarlos o reforzarlos**; en cuatro, los enuncian únicamente; y solo en dos, los cuestiona o desafía. En cuanto a las mujeres que son tema de las notas, se repite la misma tendencia, pues se conservan o refuerzan los estereotipos en cinco notas; en una solo se los enuncia, y en otra, se los cuestiona o desafía, sin olvidar que hay casos en que no aplica este discurso.
20. Para finalizar, y en comparación con el programa anterior, también Sorprendente asigna roles y aplica estereotipos a las mujeres, e igualmente, la tendencia a conservar o reforzar estereotipos es mayoritaria. Sin embargo, cabe destacar una diferencia: en este programa, se registra la tendencia a cuestionar o desafiar estereotipos, lo que no ocurre en el programa anterior.

Además, los roles y estereotipos provienen más bien de la dirección o la producción, no desde las personas que aparecen en las notas periodísticas, como es el caso de En Carne Propia. La diferencia, relativa a los emisores de los discursos, es importante en términos de quién tiene el control de la palabra y el cómo orientarla: no es lo mismo que la gente común, consultada como opinión popular, aplique y repita estereotipos, que quien conduce el programa los utilice y con tendencia a conservarlos o reforzarlos.

Hay que reparar también en el hecho de que en Sorprendente es visible la tendencia a ubicar a las mujeres en roles tradicionales vinculados con la belleza, es decir, con una visión androcéntrica que las convierte en sobresalientes objetos de deseo, mediante primeros planos de la cámara, lo cual implica estereotipos físicos tanto en imágenes como en discurso, pues las notas están dirigidas a enfocar sus cualidades estéticas o partes específicas de sus cuerpos, con claras connotaciones sexuales.

21. Por lo expuesto, se concluye que el discurso de un programa como Sorprendente, tanto mediante la palabra como la imagen y los temas escogidos, marca contrastes, si no contradicciones, en lo que compete a representaciones de mujeres, pues si por un lado se aplican menos estereotipos, por el otro, presenta temas que ponen de relieve lo tradicional femenino y a algunas mujeres como objetos sexuales. Si por una parte, asigna roles también tradicionales, por otra, presenta a mujeres en desempeños que cuestionan estereotipos sociales, relativos a posibilidades laborales.

El único caso de una mujer transgresora de normas en lo laboral, pasa a ser la nota llamativa o espectacular del programa cuya intención apunta, evidentemente, a desafiar estereotipos que subsisten en cuanto al tipo de trabajo para las mujeres, pero los conserva en cuanto al rol de madre, por lo cual esta nota no se convierte en contrapeso simbólico frente a aquellas informaciones o reportajes que destacan el *deber ser* de las mujeres y refuerzan estereotipos físicos y sociales.

### III.3. El programa *ASÍ SOMOS*

#### 0. Datos de identificación del programa

Así somos nació en el 2009 bajo el concepto propuesto por Ana Cecilia Alvarado, vicepresidenta de producción de Ecuavisa, productora de programas como Recetas para el alma, y mentora de lo que ella denomina “la mujer del milenio”. La presentación del programa en la página web es la siguiente: “Érase un país donde las mujeres no tenían voz. Relegadas históricamente por costumbrismos machistas. Un país lleno de máscaras...” (Ecuavisa, 2012). El programa es por tanto, desde la perspectiva de su productora, el que abre la posibilidad de que las mujeres hablen. Y sin máscaras.

Para quienes hacen Así somos, el programa es “el lugar propicio para que la mujer (...) cuente sus conflictos, denuncie la violencia y aporte a la reflexión social y al cambio en la mentalidad ecuatoriana” (Ecuavisa, 2012). La propuesta, plantea romper esquemas de género, acabar con los estereotipos sobre las mujeres, terminar con los “costumbrismos machistas” y “cambiarlo todo” a través de una “televisión incluyente” (Ecuavisa, 2012). Pero ¿será que el fin es únicamente el de dar voz a las mujeres para cambiar la mentalidad de la gente en el país? El análisis realizado trata de dar respuesta a esta interrogante y otras implícitas.

Para ello se analizó el contenido de Así Somos durante los días martes 3, miércoles 11, viernes 13 de julio, y lunes 13 y jueves 16 de agosto del 2012, que corresponden a una semana completa, pero no secuencial. Se optó por esta modalidad de monitoreo debido a que más que analizar el programa, que no tiene carácter informativo, el objetivo era observar el tratamiento de los temas desde los criterios de su producción, expuestos previamente: “terminar con los costumbrismos machistas” y “cambiarlo todo”.

La sección más importante del programa se desarrolla a partir de un panel con varias presentadoras o anfitrionas, que rotan durante los días de la semana, pero se incluye también la participación de un hombre. En cada emisión se aborda un tema en particular, para el cual tienen una persona invitada, generalmente del mundo de la televisión y la farándula, pero también gente conocida en ámbitos como la actuación y el periodismo.<sup>38</sup>

De las diez mujeres presentadoras que estuvieron indistintamente durante la semana, ocho de ellas corresponden al patrón estético predominante para presentadoras de televisión con las características físicas correspondientes, no en vano la presencia de tres ex reinas de belleza, además de que en algunas se destaca la voluptuosidad. Sin embargo, hay dos presentadoras que no corresponden al modelo estético requerido, pero en la una destaca la inteligencia y juicio crítico, y el sentido del humor en la otra.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Hay que indicar que desde octubre 2012, cuando se dio inicio a la cuarta temporada, la modalidad y el horario del programa cambiaron. Desde esa fecha, se transmite de lunes a viernes a las 14h00, y cuenta con dos varones presentadores de manera permanente.

<sup>39</sup> Durante las fechas del monitoreo, la nómina de las presentadoras y el presentador es la siguiente:

- María Mercedes Cuesta: periodista y presentadora de televisión.
- Gloria Gallardo: diputada del Partido Renovador Institucional Acción Nacional (Prián) y presentadora de televisión.
- Juana Guarderas: comedianta, actriz de teatro, cine y televisión.
- Patricia Loo: actriz de teatro, cine y televisión.
- Juan Sebastián López: más conocido como Juancho, presentador de televisión, bailarín, modelo y participante en certámenes de belleza masculinos, se dio a conocer públicamente tras declarar su

Sobre el presentador, vale subrayar que su popularidad surgió a partir de la aceptación pública de su homosexualidad en un *reality* del que participó y fue ganador. Así, alcanzó simpatías entre la televidencia, con lo cual se ubicó como una de las pocas figuras públicas que ingresa a ese medio sin ocultar su condición homosexual ni travestirse ni recurrir a actitudes desafiantes rayanas en la grosería, como en otros casos; al contrario, ha participado en una campaña nacional contra la discriminación por orientación sexual.

Como ya se dijo, este programa se halla estructurado a modo de un foro de debate en el que la producción plantea un tema y designa a una de las presentadoras para guiar la discusión dentro del set. En este debate puede o no haber invitados/as, quienes tienen la oportunidad de opinar sobre el asunto, aunque sus reflexiones no son ubicadas por el programa en el mismo nivel de importancia que las de los presentadores y el presentador.

Respecto al público, es necesario destacar que en su mayoría son mujeres mestizas de estrato socioeconómico medio; pero hubo días en los que también se registró presencia masculina, como el lunes, que contó con gran cantidad de varones, y otros como el martes en el que no asistió ninguno. Suele ocurrir que alguna de las presentadoras se ubica entre el público asistente al set del programa, y realiza preguntas abiertas desde allí, pero no se registra participación directa del público respecto a lo planteado.

En estos paneles o foros de debate se plantean temas relacionados con las mujeres, como su situación social, económica, política, cultural y de derechos-sexuales y reproductivos. Su tratamiento se da con base en la opinión, el criterio y las consideraciones de presentadores e invitados, pero en los días monitoreados hubo escasa participación de un/a especialista en los temas abordados.

Durante la semana de análisis no se nombró el título de las **secciones o segmentos del programa**, pero, por la nómina de los segmentos que aparece en la página web, se deduce que el espacio inicial, en el que presentadoras y personas invitadas dialogan diariamente sobre un tema específico, corresponde al segmento Invitados. Los que pudieron ser identificados son los siguientes: Top Ten (diez casos relevantes en diversos temas), Sabor en el barrio (sobre cocina y gastronomía popular ecuatoriana), La profe Carlota (segmento de humor, actuado por una de las presentadoras), y Los colores de los sueños; este último fue el único que se presentó dos días: miércoles y viernes; y aunque

---

homosexualidad en el reality El Gran Hermano del Pacífico (2005), con sede en Bogotá, del cual fue ganador.

- Karol Noboa: modelo, locutora y presentadora de televisión.
- Michelle Oquendo: licenciada en Comunicación y Literatura, y estudiante de maestría en Salud Mental, Ciencias Humanas y Sociales.
- Cristina Reyes: ex Reina de Guayaquil, ex Miss Mundo Ecuador, reportera y presentadora de televisión, y ex asambleísta socialcristiana.
- Patricia Terán: periodista y presentadora de televisión.
- Erika Vélez, ex Reina de Manta, su ciudad; actriz, modelo y presentadora de televisión.
- Paola Vintimilla Moscoso: empresaria, presentadora de televisión y radio, modelo, ex Reina de Quito y ex Miss Sudamérica.
- En uno de los segmentos participa una niña blanco-mestiza de aproximadamente diez años de edad, de quien se desconoce la identidad. Ella está disfrazada de hada madrina y participa como presentadora de esta sección del programa, las panelistas aluden varias veces a su belleza.

en la página web del programa no se lo nombra, su objetivo es cumplir los sueños de niños enfermos de cáncer, con lo cual, el programa cumple un objetivo humanitario.

En la página web constan los nombres de los demás segmentos, que suman un total de diez: Sexo en el sofá, La máscara (entrevistas a mujeres sobre sus vidas con recurrencia a los temas sobre violencia de género), Cupido (perfiles de mujeres que buscan pareja), Pasarela (informaciones sobre estética, auspiciada por una marca cosmética), Relaciones (relaciones afectivas de pareja, y de las de gente famosa), Heroínas (vida de mujeres que han roto esquemas o estereotipos, y superado prejuicios), En tus zapatos (las presentadoras se ponen, por un día, en el lugar de personas de profesiones diversas, y presentan el reportaje).<sup>40</sup>

Secciones o segmentos	Días de análisis				
	Lunes 13/08/2012	Martes 03/07/2012	Miércoles 11/07/2012	Jueves 16/08/2012	Viernes 13/07/2012
Invitados	Invitados	Invitados	Invitados	Invitados	Invitados
Top Ten	(No se menciona)	(No se menciona)	(No se menciona)	(No se menciona)	(No se menciona)
(No se menciona)	Sabor en el barrio	Los colores de los sueños			Los colores de los sueños
	Profe Carlota				

En el segmento Top Ten del día lunes 13 de agosto, se expuso el tema “Los diez más guapos de las Olimpiadas Londres 2012”, con respecto a este acontecimiento deportivo que tuvo lugar entre junio y julio de ese año.

El martes 3 de julio en el segmento Sabor en el barrio, un recorrido que las presentadoras hacen por los lugares que ofrece la gastronomía popular más destacada del país, se transmitió un resumen de los momentos más sobresalientes en esta sección. Ese mismo día, la Profe Carlota (Juana Guarderas, con disfraz de maestra antigua), salió a las calles quiteñas a entrevistar humorísticamente a la gente sobre la muerte de El Solitario George, una tortuga gigante de las Islas Galápagos única en su especie, que sobrepasó los cien años de edad y murió sin haberse reproducido.

El día miércoles 11 de julio, Los colores de los sueños presentó a una niña disfrazada de hada madrina que habló sobre el segmento, mientras que el viernes se hizo el lanzamiento de la canción oficial del segmento.

Durante el período de análisis, hubo un total de **12 personas que presentaron o condujeron** el programa. El miércoles se registraron **seis**, el mayor número de la semana; mientras que en los cuatro días restantes hubo **cinco**, para conducir el programa, pero no fue posible identificar la razón de esta diferencia numérica con respecto a personas por días.

<sup>40</sup> Disponible en la URL: <http://www.ecuavisa.com/asisomos/quienes-somos.html>, visitada el 8 de junio de 2012. Cabe destacar que el segmento Los colores de los sueños no se incluye en esta página.



Del total de 12 personas que conducen el programa, 11 (91,67%), son mujeres blanco-mestizas, de estrato socioeconómico medio alto y alto; a excepción de la niña cuya identidad se desconoce, las demás mujeres han tenido estudios superiores, y son figuras públicas en lo mediático por su trabajo en los medios de comunicación y sus ex reinados de belleza. El presentadores del mismo grupo étnico y aparentemente del mismo estrato socioeconómico; y, como sus compañeras, era ya figura mediática antes de formar parte del *staff* del programa.

La participación intelectual activa y principal de las mujeres en Así Somos, es una de las características que lo diferencian respecto a programas de formato similar, donde las mujeres ocupan un papel más ornamental que protagónico, y sus intervenciones están autorizadas y normadas por el presentador varón.



Si bien históricamente, las mujeres han ido visibilizándose en los medios de comunicación, que han estado encargados de uniformar la opinión pública y de este modo mantener el *habitus*<sup>41</sup> androcéntrico, la inclusión de las mujeres en los medios no es una condición inherente a un cambio de paradigma en el tratamiento de la información y la representación de sus congéneres; condición que será analizada con detenimiento más adelante.

<sup>41</sup> Para Pierre Bourdieu, el *habitus* representa un conjunto de relaciones históricas depositadas como esquemas mentales y corporales de asimilación de poder, "esquemas que son de género y engendran género" (Bourdieu: 1972: 178).

El **segmento** más importante de Así Somos, con el que se inicia el programa, está estructurado a modo de panel o mesa de debate en el que las presentadoras e invitados/as comentan y reflexionan en torno a un tema previamente escogido por la producción del programa.

En la semana de análisis fueron **14 personas que asistieron como invitadas**, el día jueves contó con seis personas, el mayor número en la semana, seguido del miércoles, con cuatro, y el lunes con dos. Los días martes y viernes tuvieron un invitado y una invitada, respectivamente, lo que significó el menor número de la semana. Tampoco se identificaron las razones que dan lugar al número diferenciado de personas invitadas, según los días.



De ese total de 14 personas, **nueve son mujeres** (64,29%), es decir que la presencia femenina también constituye mayoría entre la gente invitada al programa. Cabe destacar que invitados e invitadas suelen participar desde el inicio, y durante todo el programa, en los paneles de discusión, y solo en algunos casos interviene más de una invitada o invitado en el tema abordado.

Entre estas personas, hubo tres personajes conocidos en el ámbito televisivo: Carlos Luis Andrade, actor, productor y conductor de programas<sup>42</sup>; Pablo Aníbal Vela, comentarista deportivo en radio y TV y figura controvertida de la farándula ecuatoriana; y Marisol Romero, actriz y ex presentadora de televisión ecuatoriana.

También se incluyeron seis personas profesionales o expertas en el tema de discusión, y cinco ciudadanos que aportan al programa con sus testimonios acerca de la temática abordada. Por lo tanto, se destaca que las personas llamadas a participar del programa no son únicamente populares mediáticamente sino también especialistas en algún campo de conocimiento, y ciudadanía 'de a pie'. Sin embargo, cabe destacar que estas personas participan en uno o dos segmentos, mientras que Carlos Luis Andrade, Pablo Aníbal Vela y Marisol Romero lo hacen a lo largo de toda la emisión del programa.

Más adelante se analizan las jerarquías de los invitados e invitadas, y las implicaciones de su presencia en el desarrollo del programa.

<sup>42</sup> Para la cuarta temporada, iniciada en octubre 2012, Juan Carlos Andrade es uno de los dos hombres que conducen Así somos.



Así Somos tiene **una hora de duración**, pero, para el presente análisis no se consideró el tiempo de espacios publicitarios, por lo cual el programa registró una duración máxima de casi 47 minutos, correspondiente al martes, y una mínima de cerca de 34 minutos, el viernes. Todos los días de análisis, el programa finalizó con la presentación de un grupo musical.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<b>Duración del programa sin publicidad</b>	00:39':07"	00:46':40"	00:36':05"	0:35':00"	00:33':47"

Con estos antecedentes, veremos a continuación el tratamiento y el enfoque que se da a los distintos temas propuestos, a fin de desvelar el planteamiento de este programa, realizado y conducido principalmente por mujeres, con respecto a estereotipos y esquemas de género y si los refuerza o los cuestiona.

### **1. Características del contenido de cada tema, desde quienes presentan el programa y/o el tema**

Para este eje del análisis, y dadas las particularidades de este programa de opinión, más que informativo, se consideró pertinente elaborar una hoja de recolección de datos para registrar las características del contenido de cada tema desde quienes presentan el programa y, luego, desde las personas invitadas, a fin de conocer de qué manera se contraponen o no criterios, si existe una misma matriz de pensamiento y si, como se presenta el programa, constituye en verdad un espacio de deconstrucción del "costumbrismo machista" para "cambiarlo todo".

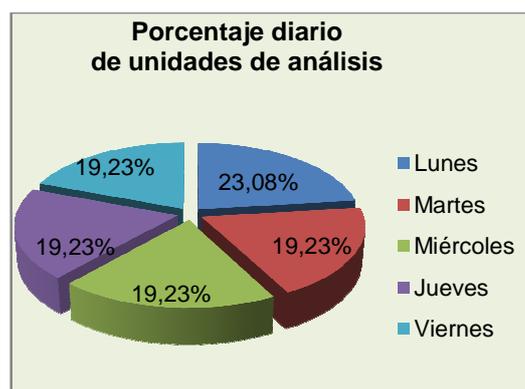
El objetivo de monitoreo de Así Somos era precisamente identificar cuán real o efectiva es su propuesta de cambio y, si en un programa que se presenta como transformador, se cuestionan o se refuerzan los estereotipos sobre las mujeres, en relación con los otros dos programas analizados. Así, este segundo nivel del análisis permitirá acercarse más a lo subyacente del discurso de presentadoras, y advertir el trabajo a favor o en contra de la consolidación de roles, estereotipos y prácticas de género asignados a las mujeres.

En este nivel de análisis, la hoja de codificación permitió recopilar los siguientes datos:

Tema Abordado	No. Unidad de análisis (por tema)	Duración del tema (minutos)	Quién presenta el tema	¿Tiene nota periodística el tema?	Autoría de la nota periodística	Total mujeres en nota periodística <sup>43</sup>	Total hombres en nota periodística <sup>44</sup>
(ver anexo 2)	(#)	Duración	(H, M)	(Sí, NO)	(H, M)	(#)	(#)

Roles en que se representa a las mujeres en tema y nota periodística	Estereotipos sobre mujeres en tema o nota	Discurso sobre estereotipos	Plano frecuente	Observaciones
(Ver guía de codificación)	(Guía de codificación)	(Guía de codificación)	(Guía)	Anotar

Comenzando por numerar las unidades de análisis según el tema abordado, durante los días del monitoreo se presentaron **26 unidades de análisis**: el lunes contó con seis notas (23,08%), y el resto de la semana se presentaron cinco (19,23%) por día. Se desconoce el porqué de esta disparidad numérica de notas diarias.



En cuanto a los **temas abordados**, y antes de clasificarlos y numerarlos, veamos qué ofreció el programa, según los días:

#### Segmentos y temas abordados en Así Somos, por día

SEGMENTO / TEMAS	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Invitados/as	Ante una ofensa pública: ¿es mejor no contestar o defender tu honor?	Embarazarse para retener a un hombre: ¿es una estrategia vigente?	¿Cuándo decir te amo?	Relaciones consentidas entre un mayor y un adolescente: ¿es justo que el adulto	Preguntas que no se deben hacer a una mujer en una entrevista de trabajo

<sup>43</sup> Para mayor precisión, ver la Guía de Codificación.

<sup>44</sup> Solo se anota el número de hombres para comparar con el de mujeres, y en los roles señalados para mujeres.

				vaya preso?	
Invitados/as	Es mejor esconder ciertas cosas a los hijos para no distraerlos de su objetivo	¿Cuánto afecta el qué dirán?	¿A las mujeres nos cuesta más ser sinceras entre amigas?	Si tu hijo tiene una enfermedad catastrófica, ¿se lo dirías o le ocultarías?	¿Tu mascota define tu personalidad y la de tu familia?
Invitados/as	Hechos sucedidos a Edith Bermeo, más conocida como Sharon la Hechicera <sup>45</sup>	Las peleas de parejas: ¿son un mal necesario?	¿Quieren ver cómo una mujer se arriesga a maquillarse en el bus?	Los que no migramos del Ecuador: ¿Hemos sido patriotas o miedosos y cómodos?	Ceder a los deseos en el inicio de una relación: ¿los retiene o los aleja?
Invitados/as (lunes, martes, miércoles) No se menciona (jueves y viernes)	¿Qué tan bueno es tener un plan "B" en el amor?	¿Las mujeres musculosas son sexis?	¿Las mujeres de antes eran más fuertes?	La publicidad en el Ecuador: creativa y exitosa	Un día de Karol Noboa en el papel de mamá
Invitados/as (lunes, martes, miércoles) No se menciona (jueves) Los Colores de los sueños (viernes)	Carlos Luis Andrade y su secreto para ser feliz: "Memorias de un gordo"	El papel de la primera dama Angélica Rivera, actriz y esposa del actual mandatario mexicano.	Los niños que le ganaron la batalla al cáncer	El cáncer en las mujeres	Presentación de la canción oficial del segmento Sueños
Top Ten	Top Ten, repaso por lo mejor de las Olimpiadas Londres 2012 (Los más guapos)				

Debido a que algunas de las 26 unidades de análisis se adscriben a más de un tema, la tabla a continuación muestra el número de notas que correspondería a cada clasificación temática. El **número de temas** abordados durante la semana de análisis **suma 17**. El tema más recurrente, con cinco unidades, es el de prácticas de género; luego se ubica el de vida en pareja con cuatro notas.

Se ubicaron notas sobre salud, y celebridades en tres casos, cada uno; seguido de dos en los temas respectivos de educación, cuidado de los hijos; patrones estéticos; control natal; y rol de la familia. Los temas de deportes; función de esposas de mandatarios y gobernantes; otros aspectos de política nacional; abuso infantil; noticias sobre niñas; migración; medios; enfermedades propias de las mujeres; participación de las mujeres en el proceso económico; y no aplica, se presentan en un caso, respectivamente.

<sup>45</sup> Es una conocida cantante de tecnocumbia, género de música popular; también publicista y productora musical.

Tema	Número de notas por tema
<b>Prácticas de género</b>	<b>5</b>
<b>Vida en pareja</b>	<b>4</b>
Salud	3
Notas sobre celebridades	3
Educación, cuidado de los hijos	2
Patrones estéticos	2
Control natal	2
Rol de la familia	2
Deportes	1
Función de esposas de mandatarios y gobernantes	1
Otros aspectos de política nacional	1
Abuso infantil	1
Noticias sobre niñas	1
Migración	1
Medios	1
Enfermedades propias de las mujeres	1
Participación de las mujeres en el proceso económico	1
No aplica	1

Considerando tan solo la enunciación de los temas, como se muestra en las dos tablas precedentes, se podría pensar que el programa Así Somos ubica a las mujeres y los criterios sobre ellas dentro de parámetros tradicionales, pues continúan apareciendo en relación, sobre todo, con el *deber ser* femenino, prácticas consideradas inherentes a las mujeres, el matrimonio, la maternidad, los roles en el hogar, por lo tanto son ubicadas como un ser para otros, al servicio de los demás.

Para este criterio abona también el hecho de que no solo se tratan temas sobre ellas o relacionados directamente con su condición de género, sino otros como el de los niños con cáncer y el cumplimiento de sus sueños, que apelan a los sentimientos maternos y humanitarios, considerados como inherentes y naturales a su condición de mujeres.

Lo dicho también se hace evidente en la clasificación temática, conforme a la guía seguida para el presente análisis (ver anexo correspondiente): los **temas de mayor frecuencia** en las unidades de análisis son los que **ubican a las mujeres en relaciones como esposas y madres, además de prácticas de género consideradas como parte del *deber ser***, y actitudes y funciones establecidas como consustanciales a su condición sexo-genérica.

Las mujeres también aparecen **en temas relacionados con celebridades**, es decir, del espectáculo o la farándula (tres unidades de análisis), con lo cual, se destacaría mayormente su participación en temas que hacen el entretenimiento.

Con relación a lo anterior, es oportuno señalar que, como exponen Paola Bonantta y Jimena de Garay, *“las representaciones sociales constituyen un proceso de reconstrucción de lo real, de las relaciones entre sujetos y sociedad, gracias a las cuales las personas hacen inteligible la realidad”* (2011: 18). Por lo tanto, las representaciones de género se fijan, reproducen, o modifican en función de esa reconstrucción de lo real que hacen medios de comunicación y programas como el analizado.

En este punto del análisis, **podríamos preguntarnos qué esquemas de género se pretende romper si se continúa insistiendo en el rol de las mujeres dentro del ámbito de lo doméstico, que el ámbito público,; o más como esposas y madres que como profesionales o trabajadoras, por ejemplo.**

El conjunto de temas presentados en el período de análisis del programa tienen una **duración** de 2:35':55". Durante la semana de análisis el día en que el programa tuvo mayor duración fue el jueves, con 00:35':25", sin espacios publicitarios'; no obstante, este día no fue el que contó con mayor número de notas; mientras que el día en que el programa duró menos fue el viernes con 00:26':20". La nota de mayor extensión estuvo en el día jueves (00:16':05") y fue sobre el cáncer de seno; mientras que la nota más corta del día viernes fue la presentación oficial del segmento Los colores de los sueños, con 00:04':00".

La participación de las/los invitados generalmente se extiende en todo el programa, excepto cuando se presentan otras secciones o se plantean temas específicos como el cáncer de seno, o los niños con cáncer, en los que participan especialistas o personas que cuentan su propia experiencia relacionada con el tema.

Los segmentos tienen generalmente una duración de entre cuatro y seis minutos. La nota que menos duración tuvo fue un video sobre la forma en que una mujer quiteña logra maquillarse mientras viaja en bus, con un minuto y 20 segundos; por lo tanto, se trata de una nota ligera, que actúa como entremés entre una nota o segmento, para dar respiro, pero que se relaciona, evidentemente, con aquello que se ha considerado como parte del *deber ser* femenino, la belleza y su cuidado, y constituye un tema estereotipado sobre su representación. La nota de mayor duración (16':05") fue, en cambio, el cáncer en las mujeres, que pasa a ser un tema de salud pública y se presenta como alerta ante la necesidad de políticas públicas para una pronta detección y atención a las mujeres con esta enfermedad.

No se identificó el criterio con el que se establece la duración de cada emisión del programa, pero es posible inferir que se define por su nivel de interés para las mujeres, pues las notas más largas tienen que ver con el cáncer, su prevención, diagnóstico, tratamiento, la situación de quienes lo sobreviven diariamente, así como sobre quienes la han superado. Evidentemente, los **aspectos que atañen a cambios en imaginarios y representaciones sobre las mujeres y los hombres, tienen menos notas y, en consecuencia, menos tiempo.**

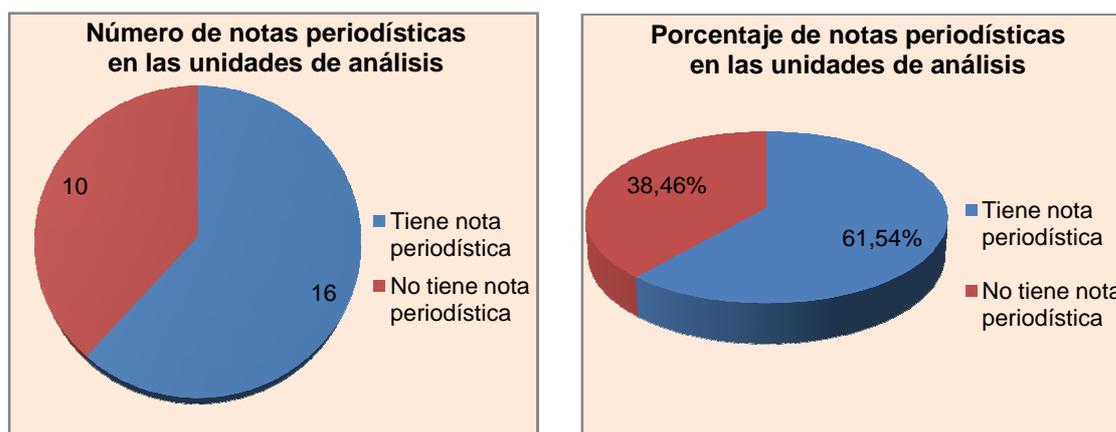
**Las presentadoras participan de las 26 unidades** de análisis, y de este número de unidades, **el presentador solo participa de cinco**, que corresponden al programa de un día. Ellas se encargan de presentar tanto el tema de debate como al invitado o la invitada, y actúan como integrantes del panel con esta persona que opina sobre los diferentes temas abordados en el día. Presentadoras y presentador plantean la línea de discusión, algunas veces dan paso a una nota al respecto, intervienen en la

conversación, concluyen el tema con una idea que no siempre recoge, a modo de síntesis, lo que se ha discutido dentro del set, sino que muchas veces parecería una reflexión elaborada por la producción del programa.

Debido a que no hay organización en el orden de participación dentro del debate sobre los temas planteados, muchas veces pasa a ser una discusión en la que las presentadoras se interrumpen o interrumpen a la persona invitada, levantan la voz, y hasta pueden molestarse cuando alguien corta su intervención. Sin embargo, todas las personas integrantes del panel llegan a participar en similares proporciones.

Es preciso preguntarse, en este punto, si la participación mayoritaria de mujeres en la elaboración y presentación de un programa televisivo representa condición favorable para el mejor tratamiento de la información, así como para determinar el tratamiento y la representación que la persona invitada hace de las mujeres de las notas y los temas abordados. Ambos aspectos se analizan más adelante.

De las 26 unidades de análisis, **16 (61,54%) cuentan con notas periodísticas** sobre el tema planteado; mientras que 10 (38,46%) no presentan notas.



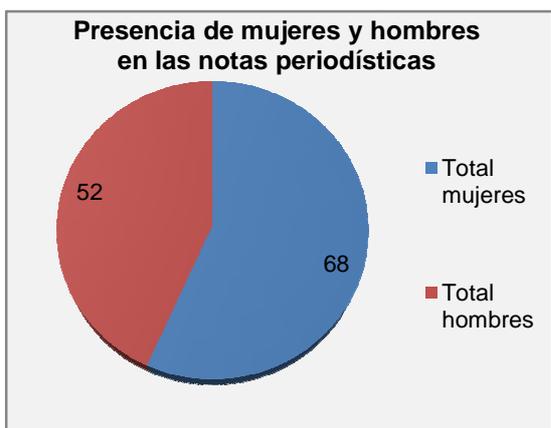
Dado que, como ya se dijo, este programa es más bien de opinión y entrevistas, se creyó pertinente identificar si el tratamiento de un tema era acompañado de alguna nota periodística de carácter informativo. Consideramos que una nota periodística es, en este caso, una información de apoyo, recogida antes del programa, que puede basarse en datos relativos al tema abordado, entrevistas a especialistas, sondeos al público televidente, o todos estos elementos a la vez.

En este sentido, las notas periodísticas según el género de sus autores se presentan de la siguiente manera: de las 16 unidades de análisis que poseen notas periodísticas, ocho (50%) fueron elaboradas por un hombre; cinco (31,25%) por una mujer; y de tres notas (18,75%) no se pudo determinar la **autoría**.



Estas cifras hacen pensar que aunque el programa sea hecho para mujeres y conducido por ellas, una parte importante de su realización está construida por hombres, como se puede deducir del hecho de que la **mayoría de las notas periodísticas están elaboradas por profesionales varones**, condición que no necesariamente determina una visión androcéntrica en el programa, pero que hace pensar en el porqué de esta particularidad. Podría deberse a que tras cámaras existe una mayoría de profesionales de la comunicación conformada por hombres o que en su defecto, por alguna razón, se los considere más cualificados para la elaboración de las notas. Esta constatación plantea interrogantes que dilucidaremos más adelante, analizando el discurso sobre los estereotipos en las notas.

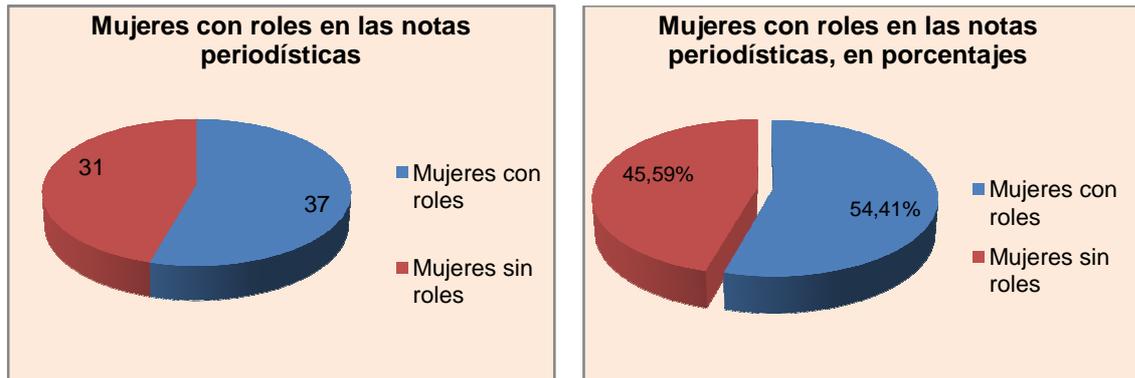
Respecto a la participación y aparición de personas por género en las notas, se logró determinar que hay mayoría de mujeres, pero que también los hombres están presentes en ellas. Las notas periodísticas dentro de cada unidad de análisis permitieron identificar la intervención de un total de 120 personas, divididas en una mayoría de **68 mujeres**(56,66%), y **52 hombres**(43,34%), número también considerable.



Ahora bien, las mujeres pueden estar presentes en las notas como en el caso del tema sobre los conflictos de pareja, o intervenir en algún momento mediante su reflexión o testimonio, como en la nota sobre el cáncer y sus sobrevivientes; sin embargo, debido a

que los temas abordados las ubican en papeles tradicionales, mediante las variables que siguen es posible identificar los **estereotipos** que podría conllevar la representación de las mujeres en estos roles.

Entre las 68 mujeres que aparecen o participan de las notas periodísticas, **37 son presentadas con diversos roles de género**, algunas en más de uno, es decir que el 54,41%, más de la mitad, están representadas bajo algún rol.



Los roles más comunes en los que se ubican a las mujeres son los de esposas, convivientes o amas de casa; y madres, madres solteras. En otras palabras, los más tradicionales roles de género están representados en 10 casos (27,03%) cada uno, es decir, un total de **20 mujeres presentadas en los roles más tradicionales**, como veremos en la tabla que sigue.

Debido a que las mujeres han sido socializadas como seres para otros, y que el matrimonio se constituyó en nuestro país y en muchos otros de América Latina como un estado casi ineludible para reafirmar la identidad femenina y otorgarle a la mujer presencia social de 'completud' bajo la forma de propiedad del varón,<sup>46</sup> **el programa representa a las mujeres por fuera de una identidad propia**, en relación con los otros, y así sustenta el paradigma, convertido en estereotipo, de la mujer, sobre todo, como pareja del hombre, y menos como persona autónoma, lo que significa, implícitamente, la mujer al servicio de intereses o necesidades de otros.

Si a los 10 casos en los que las mujeres son representadas en el rol señalado, se le añaden los otros 10 en los que aparecen en el **rol de madres de familia** (casadas o solteras), la cifra cobra más significado, pues el ser esposa y madre constituye una especie de unidad significativa en sí misma y simbólicamente representativa del tradicional papel social asignado a las mujeres. No es casual entonces que los **dos roles estén presentes en 20 casos** de los 37, es decir, 54,06 % del total.

Al respecto, vale mencionar que la maternidad ha sido también construida como un destino inherente a las mujeres mediante valores provenientes sobre todo de diversas religiones y que han sido impulsados por instituciones sociales como la familia; son valores que no disocian feminidad de maternidad, y sostienen el criterio de que las mujeres confirman su feminidad si son madres, rol considerado como el ideal de mujer

<sup>46</sup> Para Pierre Bourdieu, el matrimonio es un dispositivo en que las mujeres, como capital simbólico, son objeto de transacción para reafirmar el poder hegemónico (2000: 59).

realizada. En ambos casos, como esposa y/o como madre, se trata de la “servidumbre erótica” o la “sexualidad maternal”, como plantea Marcela Lagarde (Camacho, 2001: 145).

A continuación de estos roles, se ubican el de trabajadoras y/o profesionales con siete casos (18,92%); le siguen cinco casos (13,52%) en los que los roles en las mujeres no aplican; y cinco de ellas están representadas como amantes; en dos casos (5,40%), en los roles de artistas, personajes de farándula; y mujer rebelde o transgresora de normas. Finalmente, se ubica una nota (2,70%), donde la mujer está en el rol de víctima y/o sobreviviente de violencia de género

Por lo tanto, **el rol de mujeres que ‘desobedecen’ las normas dominantes** está entre los menos frecuentes, pero destaca sobre todo que **el rol en que menos se las presenta** en la semana analizada **es el que visibiliza y denuncia la violencia contra las mujeres**. Por otro lado, solo en los pocos casos en los que ellas son representadas como trabajadoras o profesionales e incluso artistas de farándula, se las ubica como personas de superación y conquistas propias. Los investigadores Ana Tamarit, Nuria Quintana y Juan Plaza, con respecto a la imposición de roles como esposa, madre y amante, consideran que están derivados de conceptos como fragilidad, preocupación por los demás, debilidad, atribuidos a las mujeres (Tamarit, Quintana, Plaza, 2011:255).

Relacionado con los roles en los que se representa a las mujeres que aparecen en las notas, está el tratamiento de los temas por las panelistas, debido a que la posición de varias de ellas restringe el papel de las mujeres a la maternidad y dota de valor sus actos en función de ello, plantea la idea de la dependencia de los hijos/as con respecto a la madre, el sacrificio absoluto de esta por ellos/as, el ideal de familia nuclear, el cumplimiento del rol como esposas (incluyendo el tradicional desempeño de la ‘primera dama’ de un país), y la reafirmación de la mujer en su papel dentro del hogar.

Adicionalmente, se plantea la **importancia del aspecto físico y el afianzamiento del patrón estético** impuesto en temas como lo sexy en las mujeres musculosas, en el cual la mayoría de panelistas critica explícitamente los cuerpos de estas mujeres, mediante comentarios alusivos a lo que ellas consideran como antifemenino. Cabe destacar que los comentarios están cargados de tantos prejuicios que otra de las panelistas interpela a sus colegas y dice: "Nosotras, que hablamos de romper estereotipos, ¿por qué no empezamos también? ¿Por qué las estigmatizamos?"; y otra, con la intención de reafirmar lo dicho, acota: "Todas podemos ser sexis, finalmente el hombre es el que decide".

A la par, algunas panelistas se muestran en contra de la libertad sexual y cuestionan que las relaciones sexuales se den por fuera del matrimonio, pues las ubican como un mecanismo para buscar compromisos, no conocimiento de la pareja, afianzamiento de la relación, o placer, simplemente. Este es el caso del tema sobre el denominado “Plan B”, en el que una de las panelistas evidencia la molestia que le produce la “falta de seriedad” con el matrimonio: le dice a una de sus compañeras que la va a llevar a la iglesia para que la absuelvan, se indigna y juzga a las mujeres que optan por este tipo de relación. Además, hay quien considera como “fregado” que una mujer decida quedarse soltera y sin hijos/as; por lo tanto, no ubican el celibato femenino como una opción personal sino, implícitamente, el matrimonio como destino ineludible de las mujeres.

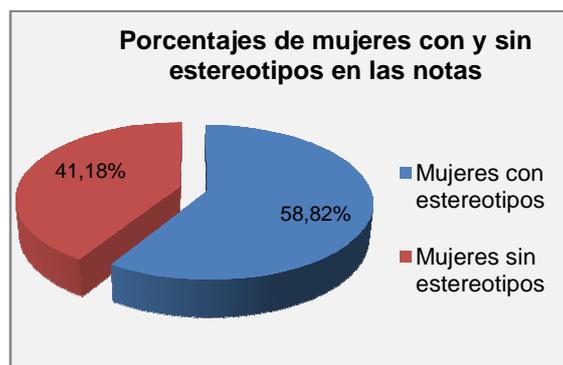
El humor también juega un papel importante en el afianzamiento de un persistente modelo machista en las presentadoras. El día viernes, una de las panelistas bromea con un invitado sobre la violencia de género contra los hombres,<sup>47</sup> pues le dice que su mujer lo maltrata; el invitado al principio la ignora, pero ante la insistencia en el comentario, se ríe y lo niega, el público ríe también ante lo planteado. Mientras, la invitada, disfrazada de anciana, hace un chiste sobre la violencia que vivía, diciendo: "A mí, una vez me dijeron si tengo la línea de la quijada partida, yo dije que no, que eso es puñete", comentario que provoca risas entre las panelistas. Así, un tema como el de la violencia de género queda naturalizado y justificado, no se ubican las diferencias de las causas entre la violencia de los hombres contra las mujeres, que es generalizada, y la que puede existir de ellas contra ellos, que continúa siendo poco común.

Distribución de roles en que se representa a las mujeres en temas y notas periodísticas		
Roles	Número de mujeres	Porcentaje
Esposas, convivientes, amas de casa	10	27,03%
Madres, madres solteras	10	27,03%
Trabajadoras y/o profesionales con siete casos	7	18,92%
Amantes	5	13,52%
Artistas o personajes de farándula	2	5,40%
Mujer rebelde o transgresora de normas	2	5,40%
Víctima o sobreviviente de violencia de género	1	2,70%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

La variable que viene a continuación da cuenta, precisamente, de **la recurrencia a los estereotipos**, que se aprecia en Así Somos, como esquemas que buscan clasificar a las mujeres dentro de ciertas características, supuestamente inherentes y que definen también el *deber ser* femenino.

Mientras hay 20 casos en los que se representa a las mujeres con los roles tradicionales de esposas/convivientes, madres o amas de casa; en 40 casos, es decir el doble, se recurre a algún estereotipo sobre las 68 mujeres que aparecen en las 26 notas periodísticas y en los 33 temas abordados. Cabe destacar que algunas de ellas están tipificadas bajo más de un estereotipo.

<sup>47</sup> Jorge Belmonte y Silvia Guillamón consideran que uno de los rasgos de la sociedad patriarcal es considerar la dicotomía como una característica profunda que separa a los hombres de las mujeres, que ha derivado en un discurso cómico en la denominada *guerra de sexos*, propuesta en la televisión como único recurso posible para la comunicación entre ambos géneros (Belmonte; Guillamón; 2008: 119).



Los **estereotipos** se presentan de la siguiente manera: en 20 casos (50%) se las representa con estereotipos psicológicos y sociales;<sup>48</sup> en 12 (30%) con estereotipos éticos/morales o religiosos; en seis (15%), son físicos; y en dos (5%), se trata de estereotipos intelectuales.



El análisis permite identificar que los **estereotipos a los que más se recurre** en Así Somos son de tipo **social y psicológico**, como es el caso en que las panelistas debaten sobre Angélica Rivera, actriz y esposa del actual mandatario mexicano. Al respecto, una de las panelistas dice admirar a la esposa del actual presidente ecuatoriano, por haberse negado a ser la primera dama de la nación. Una de las presentadoras comenta: "Ella ocupa el lugar de primera dama en su casa", y otra completa: "Es una obligación moral, no legal", con lo que implícitamente la primera panelista ubica a la esposa del Presidente dentro del ámbito doméstico, considerado como lugar inherente a su condición de esposa y madre; la segunda, por su parte,, expresa su desaprobación ante lo que aparentemente considera una falta al "deber ser" con respecto a su marido.

En segundo lugar se ubican los casos en los que **se estereotipa ética y moralmente**, representados por el tema "Embarazarse para retener a un hombre ¿es una estrategia vigente?". Algunas de las panelistas culpabilizan a sus congéneres de engaño en una

<sup>48</sup> Con respecto a este punto, ver el Anexo con la Guía de codificación que agrupa los estereotipos en cuatro rangos, con lo cual se busca reunir algunos estereotipos que se repiten de manera diversa, pero remiten a una misma matriz conceptual. Así, se han establecido estereotipos físicos, intelectuales, psicosociales y ético/morales.

relación afectiva, al quedar embarazadas, con lo cual consideran que la concepción es responsabilidad exclusiva de las mujeres, y una práctica supuestamente realizada con astucia y con el ánimo de perjudicar a un hombre.

Respecto a los **estereotipos físicos**, en el discurso de Así Somos destaca la temática de discusión sobre el "Top 10 de las Olimpiadas Londres 2012", un video en el que se observan diez hombres deportistas; los comentarios están dirigidos a su aspecto físico e incluso a su condición económica, más que a sus logros o capacidades. Esto vuelve evidente una tendencia a reproducir estereotipos físicos que priman con respecto a los seres humanos, en general. En otras palabras, la belleza física, algo que históricamente ha estereotipado a las mujeres, las panelistas la convierten en un valor en sí mismo, extensible también a los varones.

Sin embargo, al presentar el tema ¿Las mujeres musculosas son sexis?, que se podría considerar como el otro lado de la medalla, la mayoría de panelistas, como se expuso previamente, critica la estética corporal de las mujeres que hacen halterofilia, es decir, recurren a un estereotipo de belleza femenina. La presentadora que dijo, por ejemplo, que una mujer musculosa le parece totalmente antifemenina, nada sexi, dijo también admirar a la deportista Alexandra Escobar,<sup>49</sup> aunque no puede considerarla como una mujer.

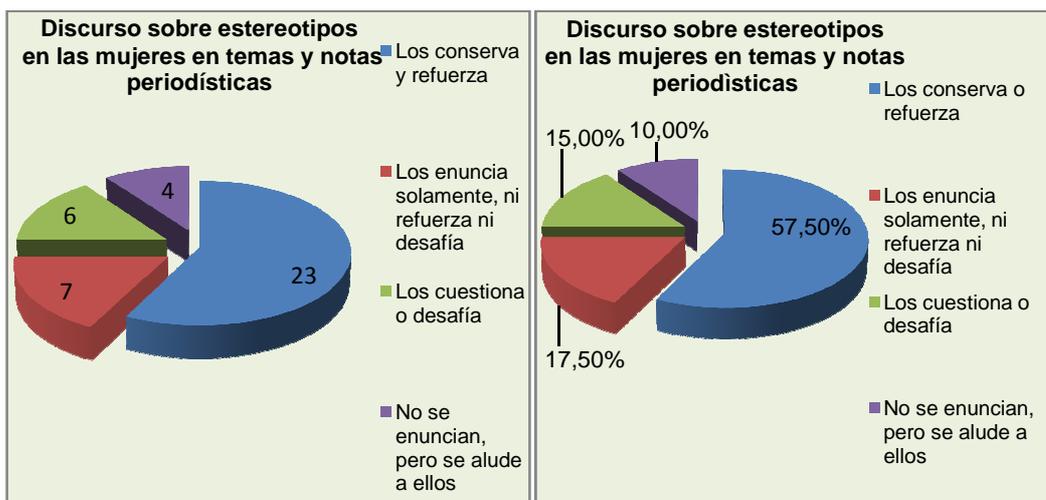
En cuanto a **estereotipos intelectuales**, un ejemplo es el debate sobre los comentarios emitidos por figuras públicas en la red social Twitter: una de las presentadoras comenta una publicación errada de una cantante y cuenta que la gente la calificó de "animal, burra, bruta, estúpida"; con indignación se refiere al nivel de agresividad que se expresa en estos medios, mientras otra de las presentadoras los justifica.

Pero el afianzamiento de estereotipos también va de la mano con afirmaciones tales como que a "las mujeres les gusta pelear", "son conflictivas", "les cuesta ser sinceras". La siguiente variable permite identificar qué tipo de discurso sobre estereotipos prima en el tratamiento de los esquemas mencionados.

El análisis del **discurso sobre estereotipos**, con el fin de verificar si se los conserva o refuerza o se los cuestiona o desafía en los 40 casos señalados, establece que en 23 mujeres (57,05%) el discurso conserva o refuerza los estereotipos; en siete (17,50%), se los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía; en seis mujeres (15%) son cuestionados o desafiados; y en cuatro (10%) no se enuncian, pero se alude a ellos, es decir, están implícitos.

---

<sup>49</sup>Alexandra Escobar es campeona ecuatoriana de ese deporte, participante en varios campeonatos nacionales, sudamericanos y mundiales, donde ha obtenido varias medallas, En las más recientes Olimpiadas, Londres 2012, ella fue parte de la delegación ecuatoriana.



A esta lógica de asignación de estereotipos en las mujeres, los investigadores Tamartit, Quintana y Plaza la comprenden como una reproducción de lo que consideran que hacen los medios de comunicación al desempeñarse como agentes de socialización y constructores de realidades, en la que los estereotipos de género se mantienen sin modificación alguna, incluso cuando la información está construida tanto por hombres como por mujeres (Tamartit et al 2011: 251); es decir que, se produce una visión tópica, independientemente del género de quien concibe la información.

**El plano que se utiliza en mayor medida es el plano medio, con una frecuencia de 25 casos.** Se trata de un plano de retrato que otorga importancia a los aspectos emocionales, plasma la interioridad humana y la respuesta a los estímulos del ambiente.<sup>50</sup> A continuación se ubican tres casos de primer plano, cuyo uso aproxima a la comprensión de la psicología de la persona, pues sirve para mostrar sus emociones, su estado anímico y sus reacciones.<sup>51</sup>

En dos casos se recurre al plano general, utilizado para integrar a la persona dentro del contexto;<sup>52</sup> y en un caso se usa el plano completo, que posee valor descriptivo pues permite apreciar las características generales del personaje.<sup>13</sup>

Por lo tanto, el programa trabaja con planos que buscan remitir al lado humano de las personas presentadas, mediante cierta emocionalidad y emotividad que las ubica como seres que sienten y se relacionan con su contexto.

Para finalizar este nivel del análisis, por lo que muestran las cifras en esta parte cualitativa relacionada con estereotipos y discursos al respecto, se puede decir que **en Así Somos hay recurrencia a conservar y reforzar estereotipos de género, desde las presentadoras o conductoras del programa**, aun cuando se plantea acabar con ellos. Por lo tanto, se ha podido identificar que el objetivo de propiciar “cambio en la

<sup>50</sup> Disponible en [tipologiadelplano.blogspot.com](http://tipologiadelplano.blogspot.com) Visitada el 2 agosto 2012.

<sup>51</sup> Cursos100.com, Disponible en <http://www.cursos1000.com/curso-basico-como-hacer-cortometrajes-tipos-de-plano-c1372.html>. Visitada el 2 agosto 2012.

<sup>52</sup> Undostresd.wordpress.com Disponible en <http://undostresd.wordpress.com/2009/03/16/plano-general/>. Visitada

mentalidad ecuatoriana” no logra ser cumplido porque, en primera instancia, **el concepto del programa continúa ubicando a las mujeres desde los roles tradicionales y estereotipándolas mediante los temas que se escogen para el debate.** Y en segunda, a que las panelistas y presentadoras que lo conducen son, mayoritariamente, mujeres que mantienen conceptos más bien patriarcales, marcados también por la religión y el paradigma androcéntrico dominante; no en vano, en el programa son pocas las panelistas que, durante los días analizados, disienten de la visión dominante en el grupo, y muestran mayor apertura y pocos prejuicios, y en sus puntos de vista se aprecia mayor reflexión y análisis.

**La construcción de una lógica de representación diferente en las mujeres y sobre ellas exige cambio de paradigma en los medios de comunicación,** ya que va de la mano no solo de la decisión de los ejecutivos y altos mandos del medio, ni de la elaboración de un buen concepto como programa, sino que pasa tanto por el profesionalismo y la conciencia social como por la mentalidad de quienes están dentro y fuera de un canal.

Más adelante, contrastaremos este discurso, que en principio se puede calificar de tradicional, con lo que sostienen las personas invitadas.

## 2. Características de los contenidos desde las personas invitadas (por cada tema)

En este último nivel del análisis, nos acercamos al tratamiento de los temas planteados por el programa desde fuera, es decir, desde las representaciones de género que tienen las nueve mujeres y los cinco hombres invitados, pues recordemos que 14 son las personas que acompañaron a las presentadoras en el panel.

Veamos la hoja de codificación de datos en esta parte del análisis:

No. Unidad de análisis (por tema)	Ocupación de la persona invitada	Jerarquía de la persona invitada	Grupo étnico	Grupo etario	Roles en que se representa a las mujeres en discurso	Estereotipos sobre mujeres en discurso	Discurso sobre estereotipos	Plano frecuente <sup>53</sup>	Observaciones

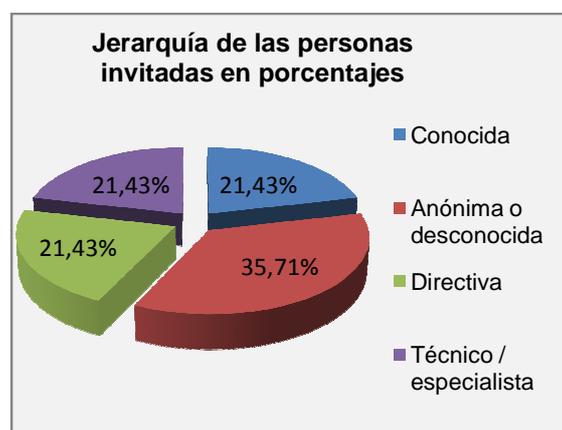
Con respecto a la **ocupación de estas personas**, tres están en cada una de las siguientes clasificaciones: celebridades, artistas, actores, cantantes; personas de negocios, ejecutivos, financieros; niños, jóvenes o alguna ocupación no mencionada; salud o servicio social profesional, doctores, respectivamente. Dos personas son profesionales de los medios o periodistas; se desconoce la ocupación de una, y otra presenta más de una ocupación.

<sup>53</sup> Hacer capturas de pantalla de aquellos planos que refuercen estereotipos sobre las mujeres.



Esta variable da cuenta de que la mayoría de personas invitadas al programa son, por un lado, gente conocida, mujeres y hombres públicos; y por otro, profesionales, especialmente de las áreas de salud y economía, sin embargo, estos últimos no tienen una participación en los temas que motivan debate sino que su intervención es puramente informativa y/o explicativa.

Entre las 14 personas invitadas, la **jerarquía** social que tiene cada una es la siguiente: cinco (35,7%) son anónimas o desconocidas; tres son conocidas; tres son directivas; y tres técnicas o especialistas, que representan el 21,43% respectivamente; sumadas estas personas que tienen alta o mediana jerarquía social, dan una mayoría de nueve; es decir, el 64,3%, como se aprecia en los gráficos siguientes.

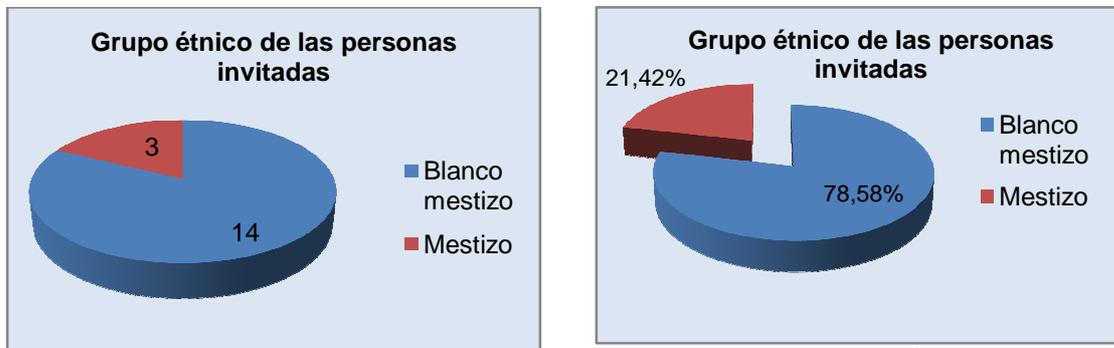


Los datos expuestos muestran que Así Somos privilegia una mayor participación de técnicos y profesionales, cuya inclusión en el programa puede estar motivada por el aporte de argumentos especializados que dan en las discusiones, los cuales pueden generar en el público mayor grado de confianza, pues se trata de puntos de vista menos empíricos, o quizás solamente más formales.

La participación de gente desconocida puede, tal vez, sugerir la intención de que el público se sienta identificado; mientras que la participación de gente mediáticamente conocida tiene, posiblemente, el objetivo de generar cierta cercanía entre el público y la gente del espectáculo ecuatoriano, la idea de que no hay un espacio demasiado grande que los separe.

Las siguientes dos variables no están presentes en el nivel de análisis anterior, pero debido a que son datos que pueden permitir saber si a la selección por jerarquía social se añade una selección por grupo étnico, se podría conocer también cuán incluyentes son las realizadoras.

El **grupo étnico** predominante entre las 14 personas invitadas es el blanco-mestizo<sup>54</sup> con 11 casos (78,58%), mientras que el otro grupo étnico recurrente es el mestizo con tres casos que representan el 21,42%.



Esta variable da cuenta de que el blanco-mestizo es el grupo étnico predominante entre las personas invitadas, de la misma manera que entre las presentadoras o conductoras; al contrario, el público es mayoritariamente mestizo. Por lo tanto, las personas que el programa incluye responden a un arquetipo social que representa una minoría, pues el país está compuesto mayormente por gente mestiza.<sup>55</sup> En la semana analizada, -el programa no incluye ni un/a solo/a representante de origen indígena, negro o mulato

En lo que respecta a **grupos de edad**, las personas de entre 31 y 60 años son las que más aparecen como invitadas al programa de Así Somos, con 10 casos correspondientes al 71,43%. Tres invitados/as (21,43%) se ubican en el rango de 19 a 30 años de edad, y por último está una invitada (7,14%) de más de 60 años.

<sup>54</sup> Con respecto a esta clasificación de blanco-mestizo, fue definida en el análisis del programa En Carne Propia. Recordamos que aunque esta clasificación no es aceptada totalmente en el ámbito académico, la adoptamos porque así se identifica en Ecuador, a la persona de piel clara, generalmente urbana, y en cuyos rasgos faciales no son muy evidentes los antecedentes genéticos indígenas..

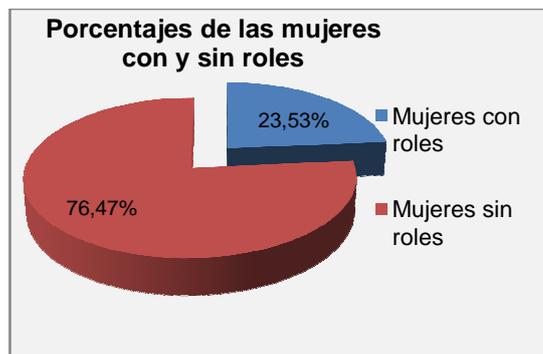
<sup>55</sup> Como tal se reconoce el 71,99% de la población ecuatoriana, según el Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en 2011.



Los grupos de edad permiten determinar que el programa no incluye como invitadas a niñas/os, ni adolescentes. El hecho de que la mayoría absoluta esté en la edad adulta, más o menos joven, se corresponde con la jerarquía social que ocupan estas personas, pues hay que tener presente que se trata de gente conocida, con una profesión o un trabajo en el ámbito del espectáculo y la TV.

La siguiente variable de análisis tiene que ver con los **roles con los que se representa a las mujeres desde el discurso** de los invitados e invitadas, quienes se constituyen como mayoría frente al número de presentadoras/es; por lo tanto, resultará importante constatar si la representación que hacen de las mujeres se alinea con la de las panelistas, o responde a un criterio propio.

De las 68 mujeres que aparecen en Así Somos, las presentadoras y el presentador les asignan roles en 37 casos; los invitados o invitadas lo hacen, al contrario, en 16 casos (23,53%).



Este dato permite constatar que la asignación de roles a las mujeres surge en mayor medida de las panelistas que de las personas invitadas.

En lo que corresponde a los roles con los que están representadas las mujeres por las personas invitadas, son los siguientes:

Roles en los que se representa a las mujeres en discurso de las personas invitadas		
Roles	Número	Porcentaje
Esposas o convivientes / amas de casa	6	37,5%
Madres	3	18,75%
Amantes	3	18,75%
Trabajadoras y/o profesionales	1	6,25%
Artistas, personajes de farándula	1	6,25%
Víctima y/o sobreviviente de violencia de género	1	6,25%
Mujer rebelde o transgresora de normas	1	6,25%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Cabe destacar que a excepción de un invitado, quien recurre constantemente en su discurso a la asignación de roles y estereotipos, las demás personas procuran no emitir juicios de valor sobre las mujeres, y no ubicarlas en roles tradicionales. Por ejemplo, en relación con el tema del debate sobre la función de una primera dama, en respuesta a una de las panelistas que cita el caso de la esposa del actual presidente ecuatoriano, el invitado del panel expresa: "Si la esposa del presidente Correa (Rafael) ha decidido ser la primera dama de su hogar, bien hecho".

Este comentario es compartido por una de las panelistas. Sin embargo, al contrario de lo que podría entenderse como respeto a una decisión personal, se desconoce el hecho de que la esposa del presidente es extranjera y optó por seguir desempeñando su profesión de maestra, por estar en desacuerdo, además, con la denominación y el papel de 'primera dama'. Esta decisión es cuestionadora en sí misma, pero ni las panelistas ni el invitado la ubican como tal, sino, al contrario, la interpretan desde el estereotipo con respecto a uno de los roles tradicionales y excluyentes de las mujeres: esposa, madre, ama de casa.

Con respecto a los **estereotipos**, sucede algo parecido a los roles, pues mientras las panelistas asignan esquemas de conducta y comportamiento predefinidos a las mujeres en 40 casos de las 68 mujeres que aparecen en el programa, invitadas e invitados lo hacen en 14, lo cual representa menos de la cuarta parte de los casos (29,6%).

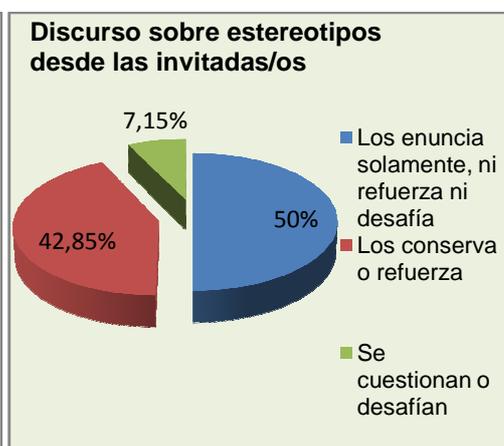


Nuevamente, la recurrencia a estereotipos por las personas invitadas es baja, en comparación con la realizada por las panelistas.



Sobre un estereotipo social y psicológico, cabe hacer referencia al mismo ejemplo relacionado con la función de “primera dama en el hogar”, y lo que implica en el discurso del invitado mencionado anteriormente. La misma persona deja ver, en varios momentos de su participación, estereotipos éticos y morales; dice, por ejemplo, que cuando una mujer quiere retener a un hombre mediante el embarazo, muchas veces ese hijo no es del hombre al que se busca responsabilizar. Este comentario insinúa que las mujeres son infieles, deshonestas y aprovechadas. Además, expresa que la audacia es una característica puramente femenina, que nada tiene que ver con el hombre. Varias de las panelistas critican este comentario.

Aunque en menor medida que entre las panelistas, también es evidente que hay recurrencia a estereotipar por las personas invitadas. Pero veamos, en la cuantificación de la siguiente variable, cuánto de esos discursos refuerzan o desafían los estereotipos.



En el mayor número de casos en los que invitados o invitadas exponen estereotipos, estos se enuncian solamente, sin conservarlos o reforzarlos; en contraste, hay solamente uno que los cuestiona o desafía. Por lo tanto, el discurso sobre estereotipos de invitados e invitadas no dista significativamente del de presentadoras y presentador del programa.

Finalmente, **el plano** que se utiliza con más recurrencia para enfocar a las personas invitadas es el mismo que con respecto a las presentadoras: plano medio en 18 casos; es decir, también se pueden destacar los aspectos emocionales de la persona.

Mientras que los otros planos son utilizados en una ocasión cada uno: el general, que sirve para integrar al personaje o personajes dentro de su contexto (Undostresd.wordpress.com); americano, que tiene un valor narrativo y dramático (Tipología del plano.blogspot.com); y el primer plano, que “nos acerca a la comprensión de la psicología del personaje y nos lo hace más próximo” (Cursos1000.com).

Este último plano es utilizado para presentar el rostro afligido de una mujer que presenta su testimonio sobre la muerte de su sobrina a causa de un cáncer, y de otra que cuenta su experiencia con el cáncer de seno. Por lo tanto, en ambos casos, el primer plano es utilizado para retratar emocionalmente a las personas invitadas y mostrarlas desde el dolor y la aflicción.

### **3. Roles asignados y estereotipos aplicados: comparación entre emisores**

Como se estableció, las notas periodísticas que acompañaron el tratamiento de los diversos temas durante el período analizado, mencionaron a un total de **68 mujeres**, de las cuales, las presentadoras o conductoras de Así Somos asignaron **roles a 37**. Por su parte, las personas invitadas a este programa, desarrollado a partir de un panel de discusión sobre un tema preestablecido, asignaron roles **a 16**. Así, de las 68 que aparecen en las notas periodísticas, **53 son presentadas con algún tipo de rol**.

El interés se centra ahora en hacer visible, mediante tablas comparativas, las similitudes o diferencias entre presentadoras y personas invitadas, cuando sus discursos se refieren a roles y estereotipos con los cuales se presenta a las mujeres, explícita o implícitamente, y la tendencia que muestra cada uno de estos emisores, con respecto a conservar o poner en duda los estereotipos.

Vale señalar que la **diferencia entre emisores** ha sido considerada como fundamental, para efectos del presente análisis, pues de los tres programas analizados, este es el único cuyo objetivo son las mujeres y, por ende, algunos de los temas vinculados con su condición de género. Además, es también el único entre los tres analizados que se presenta como programa de opinión más que de información. Y en la opinión, evidentemente, se halla un discurso valorativo sobre los estereotipos, que no es el mismo entre presentadoras y personas invitadas.

Asimismo, y de acuerdo con los objetivos de Así somos, se trataba de ver si, en efecto, el discurso el programa trataba de “acabar con los costumbrismos machistas” y “cambiarlo todo”, como aparece su objetivo. ¿Será que, en efecto, el programa apunta a ese cambio total? En la parte anterior, quedó establecido cuantitativamente, que en el programa y desde las presentadoras, se aplica algún estereotipo bajo alguna de sus formas, en 40 casos, es decir, en más del doble de las 68 mujeres presentadas en las notas periodísticas que acompañan los temas de debate en los paneles,

En cuanto a las personas invitadas, solo en 14 de las 68 mujeres se opina con algún estereotipo, lo que significa casi la cuarta parte de los casos. Conclusión evidente es que desde la producción y la realización del programa se estereotipa más que desde las personas invitadas a los diferentes paneles.

¿Cómo se relacionan roles, estereotipos, formas de estereotipos y el mismo discurso al respecto y en qué temas de los abordados durante los días de la muestra? Es lo que se analiza en esta parte, para saber con respecto a qué y en qué se estereotipa más.

## Roles de las mujeres en el programa

La tabla siguiente permite apreciar los roles con los que presentan a las mujeres tanto las once conductoras del programa<sup>56</sup> como las personas invitadas a los distintos paneles que constituyen el eje de Así Somos.

**Roles de mujeres, según presentadoras y personas invitadas**

Roles	Mujeres con roles asignados por presentadoras	Mujeres con roles asignados por los invitados/as	Total de mujeres con roles asignados en el programa	% de total de mujeres con roles asignados, en el programa
Esposas, convivientes, amas de casa	10	6	16	30,18
Madres	10	3	13	24,52
Trabajadoras o profesionales	7	1	8	15,10
Amantes	5	3	8	15,10
Artistas o personajes de farándula	2	1	3	5,66
Mujer rebelde o transgresora de normas	2	1	3	5,66
Víctima o sobreviviente de violencia de género	1	1	2	3,78
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>16</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Las cifras mostradas en la tabla son decidoras, no solo en cuanto a las diferencias numéricas entre los dos tipos de emisores sino también cuáles son los roles que tienen más frecuencia. En términos porcentuales, las presentadoras asignan roles en bastante mayor medida que las personas invitadas: 69.82% frente 30.18% de los casos.

Recordemos que entre las 12 personas que conducen Así Somos, hay un solo varón, quien participó del programa apenas un día durante la semana analizada pero, al contrario de sus compañeras, él no asignó rol alguno a las mujeres sobre las que se habló en las notas periodísticas; por esta razón, nos referimos únicamente a *las presentadoras*.

Evidente es, asimismo, que los roles mayoritariamente asignados por los dos tipos de emisores son los tradicionales de esposas/convivientes y amas de casa, así como el de madres; es decir, roles que las ubican en el ámbito doméstico, por sobre todo. Comparando entre conductoras y personas invitadas, se aprecia también que las primeras asignan estos roles con más frecuencia que las segundas, y que de los 37 casos, en 20 (54%) se insiste en estos dos roles, lo cual sugiere que quienes hacen cotidianamente el programa ubican sobre todo a las mujeres desde el *deber ser* y las prácticas sociales consideradas como inherentes a lo femenino.

Los roles de mujeres como profesionales o trabajadoras están en tercer lugar sobre el de amantes, lo que da cuenta de que aquellas activas en lo productivo, aparecen con cierta regularidad en el discurso de las presentadoras, no así en el de invitadas/os. El rol de artistas y personajes de farándula, y las mujeres rebeldes o transgresoras, aparecen en igualdad de proporción, pero en ambos casos son las conductoras quienes más los

<sup>56</sup> Son doce las personas que conducen el programa, pero del único varón que forma parte del grupo, no se registró la asignación de roles a las mujeres de las notas periodísticas.

asignan. Finalmente, se hace notar que el rol de víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género es el menos común entre las 26 unidades de análisis.<sup>57</sup>

### Estereotipos con los que se presenta a las mujeres

El tratamiento estereotipado de las mujeres que aparecen en el programa, también corresponde en mayor medida a quienes presentan Así Somos. En la tabla siguiente se muestra, como ya se dijo, que de las 68 mujeres que aparecen en las notas periodísticas, en 40 casos son presentadas con estereotipos; al contrario, las personas invitadas estereotipan solo en 14 casos, lo cual significa un **total de 54 casos en los que ellas son tratadas con algún estereotipo**. Como en los roles asignados, hay significativas diferencias entre los dos tipos de emisores: 74,07% frente 25,93%, como se aprecia en la tabla siguiente.

Estereotipos	Mujeres con estereotipos asignados desde las presentadoras	Mujeres con estereotipos desde personas invitadas	Mujeres con estereotipos en el programa (TOTAL)	% de mujeres con estereotipos, en el programa (TOTAL)
Físicos	6	3	9	16,67%
Intelectuales	2	0	2	3,70%
Sociales y psicológicos	20	9	29	53,70%
Éticos, morales o religiosos	12	2	14	25,93%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>14</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

En la tabla también se aprecia que los estereotipos de carácter social y psicológico, así como los éticos, morales y religiosos, son los más recurrentes, pero los primeros, en acentuada mayor proporción que los otros, y bastante más entre presentadoras que entre invitadas e invitados.

Estos datos sobre estereotipos van a la par que los relativos a roles asignados, pues si el programa ubica a las mujeres sobre todo como esposas, amas de casa y madres, hay correspondencia con estereotipos sociales y psicológicos, principalmente, y con éticos, morales o religiosos, que son los estereotipos que siguen en frecuencia. No resulta extraño, entonces, que en el tratamiento de los temas sobre y con mujeres dentro del programa, ellas aparezcan representadas desde el **paradigma tradicional de lo femenino**.

Un ejemplo de estereotipo social y psicológico es el sostenido por una de las presentadoras en el tema sobre “El plan B en el amor”, al considerar, como ya se expuso, la no conveniencia de que una mujer se quede sola y sin hijos. Desde ese punto de vista, hay un estereotipo claramente enunciado sobre el rol de las mujeres y que predomina socialmente, que es el de esposas y madres. Al contrario, y con respecto al papel de una “primera dama”, uno de los varones invitados, al reconocer la libertad de decisión que puede tener la esposa de un mandatario para asumir o no ese papel, considera implícitamente que nada debe estar predeterminado; de esta manera, desafía el estereotipo con el que se aborda el rol de la esposa de un presidente.

<sup>57</sup>En la información que aparece en la página web del canal que transmite el programa, se incluye el segmento La máscara, que presenta entrevistas a mujeres sobre sus vidas, con recurrencia a los temas sobre violencia de género, pero en los días analizados no se incluyó el segmento. Y si hay alguna mujer que aparece en el rol de víctima o sobreviviente de violencia de género, se debe a lo enunciado en el discurso de presentadoras e invitadas/os.

En cuanto a los estereotipos éticos y morales, que por lo general juzgan el comportamiento de la mujer dentro de normas rígidas, contrapuestas a reglas más laxas vigentes para los varones; que tienen estrecha relación con los valores que rigen el *deber ser* para ellas, o que desestiman determinado accionar por considerarlo ajeno al comportamiento de una “buena mujer”, son también numerosos. No obstante hay diferencias marcadas entre emisores del discurso: 12 casos desde las conductoras del panel, y solo dos desde las personas invitadas.

Para ilustrar esta clasificación de los estereotipos, una de las panelistas argumenta sobre la función de las denominadas primeras damas de la nación, diciendo que se trata de “una obligación moral, no legal”. Implícitamente, desaprueba la posibilidad de elección que puede tener una mujer, y alude así al *deber ser* de una esposa, considerado desde un punto de vista más moral que social. En tanto que el mismo invitado mencionado anteriormente expone su criterio sobre el tema “Embarazarse para retener a un hombre, ¿es una estrategia vigente?”, al decir que cuando una mujer quiere retener a un hombre mediante el embarazo, muchas veces ese hijo no es de aquel que ella quiere responsabilizar, con lo cual insinúa que las mujeres son, muchas veces, infieles, deshonestas, aprovechadas. En otras palabras, son estereotipos implícitos.

Los estereotipos físicos, que aluden sobre todo a características de belleza y sensualidad que históricamente se han considerado propias de las mujeres, pero también a criterios como que las mujeres son débiles o no tienen fuerza física; se ubicaron en tercer lugar entre las presentadoras y en segundo entre los invitados e invitadas. Una de las panelistas dijo sobre el tema “¿Las mujeres musculosas son *sexis*?”, que una mujer así le parece “totalmente antifemenina, nada *sexy*”, pero que admira a la deportista Alexandra Escobar, aunque no puede considerarla como una mujer. Mientras que el mismo invitado aconseja que no es bueno llevar amigos a la casa, porque de él dicen que “está buena” su esposa. En ambos discursos son evidentes los estereotipos, aunque de distinta naturaleza. En el primer caso, es indudable que, para una de las presentadoras, sin sensualidad no hay feminidad; en el segundo, hay estereotipos implícitos sobre lo que puede provocar el físico de una mujer: posible “tentación” para un acto de infidelidad.

Los estereotipos intelectuales, relacionados justamente con la capacidad de inteligencia y aprendizaje de las mujeres, y el tipo de preparación que ellas pueden alcanzar, así como su supuesta predisposición para estar solamente en determinadas profesiones, son los menos recurrentes desde el programa, y desde invitados e invitadas no se registra ningún caso. En el tema sobre una *vedette* ecuatoriana, en la nota se menciona que “los chistes sobre su intelecto fueron todo un hit”, con lo que implícitamente se justifican las bromas que la ubican como una mujer poco culta, ingenua, y quizás de poca inteligencia.<sup>58</sup>

No obstante, en la recurrencia a presentar a las mujeres en sus roles más tradicionales, y bastante menos en su roles de trabajadoras y/o profesionales, se podría interpretar un implícito estereotipo generalizado en el programa, y manifiesto explícitamente en el discurso del *deber ser*, acerca de que las mujeres son sobre todo madres y esposas.

---

<sup>58</sup> Se referían a Edith Bermeo, o Sharon la Hechicera, que destacó como cantante y *vedette* de tecnocumbia, desde fines de los años noventa. Sin embargo, es una de los pocos personajes femeninos de la farándula que tiene título universitario en Relaciones Públicas y que lo utilizó para su propia promoción, con notable éxito.

## El discurso sobre estereotipos

Pero, como también se dijo, no basta con clasificar los estereotipos para conocer cuáles predominan más que otros; es necesario conocer la tendencia del discurso, es decir, si estos se enuncian o se aplican para conservarlos o reforzarlos, cuestionarlos o desafiarlos, enunciarlos o solo aludir a ellos.

La **tendencia predominante** del discurso en el programa es la que tiende a **conservarlos o reforzarlos, con un total de 29 casos**: 23 desde las presentadoras, y seis desde las personas invitadas.

Como vemos en la tabla siguiente, el discurso que solo enuncia los estereotipos presenta siete casos en cada emisor, pero en el discurso de las personas invitadas es el de mayor frecuencia. Este último dato sugiere que estas personas conocen los estereotipos y por ello los mencionan, aunque sin aplicarlos a mujer o situación alguna, pero es evidente que tampoco los desafían, pues de las 14, solo una de ellas lo hace.

Discurso sobre estereotipos	Desde las presentadoras	Desde las personas invitadas	El discurso sobre estereotipos en el programa TOTAL
Los conserva o refuerza	23	6	29
Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía	7	7	14
Los cuestiona o desafía	6	1	7
No se enuncian pero se alude a ellos	4	0	4
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>14</b>	<b>54</b>

Entre las presentadoras, al contrario, hay seis casos en que cuestionan o desafían estereotipos. Y si bien esta es la tendencia menor dentro del programa, cabe subrayar el hecho de que son ellas, las anfitrionas, las que en más casos rompen la tendencia mayoritaria del programa, que es la conservación o el reforzamiento de estereotipos. ¿Una aproximación, bastante tímida, hacia el objetivo de “cambiarlo todo”?

Esta diferencia entre uno y otro emisor no contribuye, sin embargo, a alterar la tendencia en cuanto al discurso que cualifica estos parámetros rígidos de comportamiento o criterios, que son los estereotipos, sino que hacen visibles los pocos casos en que se trata de cuestionarlos.

Finalmente, la tabla anterior también evidencia que en el discurso hay alusión a los estereotipos pero únicamente desde las presentadoras; es decir, no se los enuncia sino que están implícitos en el mensaje. Estos casos podrían añadirse a la tendencia predominante, pues forman parte de lo subyacente del mensaje.

De cualquier manera, considerando los dos tipos de emisores, la **tendencia mayoritaria** en cuanto a **estereotipos, con 29 de los 54 casos**, es a conservarlos o reforzarlos.

Veamos ahora cómo se presenta el conjunto de asignación de roles y aplicación de estereotipos, según los emisores del programa: presentadoras y personas invitadas.

### **Roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos desde las presentadoras**

Recordemos que en Así somos se presentaron 26 notas periodísticas, a las que llamamos unidades de análisis. La siguiente tabla permite apreciar de manera panorámica en qué roles se presenta a las mujeres, sobre qué temas, con respecto a qué se estereotipa o no, cómo se clasifican los estereotipos y cuál es la tendencia de estos.

**Roles y estereotipos asignados a las mujeres y tendencia del discurso desde las presentadoras**

# de nota o unidad de análisis	Tema	Caso	Roles en mujeres desde presentadoras	Estereotipos en mujeres desde presentadoras	Discurso sobre estereotipos en mujeres desde presentadoras <sup>59</sup>
1	Notas sobre celebridades, mujeres en la farándula	Ante una ofensa pública: ¿es mejor no contestar o defender tu honor?	Trabajadoras y/o profesionales	Intelectuales	No se enuncian pero se alude a ellos (1 vez)
2	Educación, cuidado de los hijos	Es mejor esconder ciertas cosas a los hijos para no distraerlos de su objetivo	Madres	Sociales y psicológicos / éticos y morales	No se enuncian pero se alude a ellos (2)
3	Notas sobre celebridades, mujeres en la farándula	Hechos sucedidos a Edith Bermeo, más conocida como Sharon la Hechicera	Artistas, personajes de farándula	Físicos / intelectuales / sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza (3)
4	Vida en pareja, prácticas culturales sobre el matrimonio	¿Qué tan bueno es tener un plan "B" en el amor?	Esposas o convivientes / madres / amantes / mujer rebelde y transgresora de normas	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
5	Salud	Carlos Luis Andrade y su secreto para ser	No aplica	No aplica	

<sup>59</sup> Entre paréntesis se anota el número de veces en que se aplica una o más de las clases de estereotipos que hemos establecido: sociales y/o psicológicos; físicos; intelectuales; ético, morales y/o religiosos.

		feliz: "Memorias de un gordo"			No aplica
6	Deportes, eventos	Top Ten, repaso por lo mejor de las Olimpiadas Londres 2012 (Los deportistas más guapos)	No aplica	No aplica	No aplica
7	Control natal, embarazo / Prácticas de género	Embarazarse para retener a un hombre: ¿es una estrategia vigente?	Esposas o convivientes / madres	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
8	Prácticas de género	¿Cuánto afecta el qué dirán?	No aplica	No aplica	No aplica
9	Vida en pareja (conflictos)	Las peleas de parejas: ¿son un mal necesario?	Esposas o convivientes	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
10	Patrones estéticos	¿Las mujeres musculosas son sexis?	Trabajadoras y profesionales / mujer rebelde o transgresora de normas	Físicos / sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza (2)
11	Función de esposas de gobernantes o funcionarios / Notas sobre celebridades, bodas, mujeres en la farándula	El papel de la primera dama Angélica Rivera, actriz y esposa del actual mandatario mexicano.	Esposas o convivientes / madres / trabajadoras y/o profesionales / artistas, personajes de farándula	Sociales y psicológicos / éticos, morales y religiosos	Los conserva o refuerza (2)
12	Vida en pareja, prácticas culturales sobre el matrimonio	¿Cuándo decir te amo?	Amantes	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía (1)
13	Prácticas de género	¿A las mujeres nos cuesta más ser sinceras entre amigas?	Esposas o convivientes / madres / amantes	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)

14	Prácticas de género / Patrones estéticos	¿Quieren ver cómo una mujer se arriesga a maquillarse en el bus?	Esposas, convivientes, amas de casa / trabajadoras y/o profesionales	Físicos / sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza (2)
15	Medicina, salud	¿Las mujeres de antes eran más fuertes?	Esposas, amas de casa / madres / trabajadoras y/o profesionales	Físicos / sociales y psicológicos / éticos y morales	Los cuestiona o desafía (3)
16	Salud	Los niños que le ganaron la batalla al cáncer	No aplica	No aplica	No aplica
17	Abuso infantil, violencia sexual y doméstica contra niñas / Noticias sobre niñas	Relaciones consentidas entre un mayor y un adolescente: ¿es justo que el adulto vaya preso?	Víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los denuncia solamente, ni refuerza ni desafía (2)
18	Cuidado de los hijos	Si tu hijo tiene una enfermedad catastrófica, ¿se lo dirías o le ocultarías?	Madres	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los denuncia solamente, ni refuerza ni desafía (2)
19	Otros aspectos de política nacional, gobierno / Migración	Los que no migramos del Ecuador: ¿Hemos sido patriotas o miedosos y cómodos?	Esposas, convivientes, amas de casa / amantes	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
20	Medios	La publicidad en el Ecuador: creativa y exitosa	Esposas, convivientes, amas de casa / madres	Sociales y psicológicos	Los denuncia solamente, ni refuerza ni desafía (1)
21	Salud Enfermedades propias de las mujeres / Efectos en la salud de las cirugías	El cáncer en las mujeres	Madres	Físicos / sociales y psicológicos	Los conserva y refuerza

	estéticas				(2)
22	Participación de las mujeres en el proceso económico, trabajo de las mujeres	Preguntas que no se deben hacer a una mujer en una entrevista de trabajo	Trabajadoras y profesionales	Físicos / sociales y psicológicos / éticos y morales	Los cuestiona o desafía (3)
23	Rol de la mujer en la familia	¿Tu mascota define tu personalidad y la de tu familia?	Amas de casa	Sociales y psicológicos	No se enuncian pero se alude a ellos (1)
24	Prácticas de género / Vida en pareja	Ceder a los deseos en el inicio de una relación: ¿los retiene o los aleja?	Amantes	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
25	Rol de la mujer en la familia	Un día de Karol Noboa en el papel de mamá	Madre / trabajadoras y/o profesionales	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía (1)
26	No aplica	Presentación de la canción oficial del segmento Sueños	No aplica	No aplica	No aplica

Aparte de señalar que hay cinco casos en los que no aplica la asignación de roles ni estereotipos, puesto que el tema de la nota no se refiere a mujeres, de entre estos, cabe reparar en la unidad de análisis No. 6, sobre el Top Ten de las Olimpiadas Londres 2012. Al contrario de lo que se podría pensar, no se refiere a los diez más destacados deportistas, sino a los “hombres más guapos” de este exclusivo certamen mundial.

Analizando el programa en función de su target principal, las mujeres, se podría interpretar la intencionalidad de la nota como parte de lo destinado a entretener o divertir a las audiencias; sin embargo, es evidente que por medio del destaque de la belleza masculina, más que del desempeño deportivo, se refuerzan los estereotipos de carácter físico con los que también se encasilla a las mujeres. Es decir, en este caso, hay una tendencia marcada a valorar a los deportistas en relación con su aspecto físico más que por sus aptitudes y capacidades, lo mismo que generalmente se aplica a las mujeres.

Debido a que el discurso de las presentadoras tiende a reproducir los estereotipos comúnmente asignados a las mujeres, vale el caso anterior, también a modo de ejemplo, para ilustrar el cómo se generalizan los patrones socialmente aprendidos, y su aplicación independientemente del género de las personas. En otras palabras, se trata de un *habitus* que se repite y que resulta favorable al mantenimiento de un status quo en el cual la belleza pasa a ser factor de discriminación.

Pero entre las presentadoras se registra también el discurso que tiende a cuestionar o desafiar estereotipos, tendencia minoritaria que, no obstante, vale destacar porque, como ya se dijo, entre ellas hay quienes se atreven a cuestionar o desafiar ideas o imaginarios sociales dominantes, al contrario de entre las personas invitadas. En el tema ¿Las mujeres de antes eran más fuertes?, por ejemplo, las presentadoras mostraron posiciones divididas: una de ellas sostenía que las mujeres de épocas anteriores cumplían su papel de madres, amas de casa, trabajaban y nunca estaban cansadas, pero que ahora las mujeres hacemos menos, contamos con más facilidades y estamos cansadas permanentemente. Este argumento es refutado por otra de las panelistas: no es que las de antes no se cansaban sino que no tenían derecho de quejarse, cumplían con todo lo que se suponía debían hacer; las mujeres no tenemos ya ocho hijos, expresó, pero sí tres empleos para solventar los gastos. Una más opina que las mujeres de hoy han tomado nuevas responsabilidades sin deslindarse de los roles tradicionales como los de amas de casa y madres.

Este es ejemplo evidente del cuestionamiento que se hace sobre estereotipos aún existentes con respecto a las mujeres y los roles tradicionales de madres y amas de casa, así como a las obligaciones que son, supuestamente, inherentes a esos roles; además, se rompe un viejo criterio de que las “mujeres son incansables”, con el cual se naturaliza y se pretende valorar la imposición de un rol discriminatorio e injusto en sus consecuencias.

Como bien lo anotó una de las presentadoras, lo cierto es que antes no había alternativa, pues los roles estaban tajantemente divididos entre los géneros: el hombre proveía y la mujer se encargaba de lo doméstico; en torno a estos roles se construyeron estereotipos relativos al *deber ser* para las mujeres. Hoy, aunque ellas trabajen fuera de casa, poco ha cambiado la situación con respecto al trabajo doméstico, con lo cual la presentadora aludió, de paso, a la llamada doble jornada.

Criterios como estos, que discrepan de la tendencia dominante en el programa analizado, son los que, en comparación a otros espacios dirigidos a las mujeres en la televisión ecuatoriana, permiten hacer pensar a ciertas audiencias en que sí es posible cambiar roles y maneras de pensar con respecto a las mujeres, que es lo que busca el programa.

### **Roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos desde personas invitadas**

Ya se dijo que a pesar de que el número de invitadas/os al programa supera el de presentadoras, esas personas expresan un discurso con menor número de roles y estereotipos, como es posible observar en el cuadro que sigue.

Hay que señalar previamente que de las 26 unidades de análisis, hubo cuatro en las que no se contó con personas invitadas, pero de estas 22, solo en 12 casos asignaron roles o aplicaron estereotipos, por lo cual, este es el número de notas que aquí se presentan.

También vale indicar que el número de notas periodísticas varió según los días: el lunes hubo seis notas, de las cuales solo en dos la persona invitada asignó roles y/o aplicó estereotipos; el martes, en las cinco de las cinco notas; el miércoles no se registraron ni roles ni estereotipos, aunque hubo cinco notas; el jueves, en dos de las cinco; y el viernes, en tres de las cinco. He aquí las 12 notas que presenta la tabla, a continuación.

#### Roles, estereotipos, discurso sobre estereotipos desde las personas invitadas

# de nota o unidad de análisis	Tema	Caso	Roles en mujeres desde invitados/as	Estereotipos en mujeres desde invitados/as	Discurso sobre estereotipos en mujeres desde invitados/as
1	Notas sobre celebridades, mujeres en la farándula	Hechos sucedidos a Edith Bermeo, más conocida como Sharon la Hechicera	Artistas, personajes de farándula	No aplica	No aplica
2	Vida en pareja, prácticas culturales sobre el matrimonio	¿Qué tan bueno es tener un plan "B" en el amor?	Mujer rebelde y transgresora de normas	No aplica	No aplica
3	Control natal, embarazo / Prácticas de género	Embarazarse para retener a un hombre: ¿es una estrategia vigente?	Esposas o convivientes / madres / amantes	Sociales y psicológicos / éticos y morales	Los conserva o refuerza (2)
4	Prácticas de género	¿Cuánto afecta el qué dirán?	Esposas, convivientes, amas de casa	Físicos / sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía (2)
5	Vida en pareja (conflictos)	Las peleas de parejas: ¿son un mal necesario?	Esposas o convivientes, amas de casa	No aplica	No aplica
6	Patrones estéticos	¿Las mujeres musculosas son sexis?	Esposas o convivientes, amas de casa / amantes	Físicos / sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía (2)
7	Función de esposas de gobernantes o funcionarios / Notas sobre celebridades, bodas, mujeres en la farándula	El papel de la primera dama Angélica Rivera, actriz y esposa del actual mandatario mexicano.	Esposas o convivientes, amas de casa	Sociales y psicológicos / éticos, morales	Los conserva o refuerza (2)
8	Cuidado de los hijos	Si tu hijo tiene una enfermedad catastrófica, ¿se lo dirías o le	Madres	Sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía

		ocultarías?			(1)
9	Enfermedades propias de las mujeres / Efectos en la salud de las cirugías estéticas	El cáncer en las mujeres	Madres	Físicos / sociales y psicológicos	Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía (2)
10	Participación de las mujeres en el proceso económico, trabajo de las mujeres	Preguntas que no se deben hacer a una mujer en una entrevista de trabajo	Trabajadoras y profesionales / víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género	Sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza (1)
11	Rol de la mujer en la familia	¿Tu mascota define tu personalidad y la de tu familia?	Amas de casa	Sociales y psicológicos	Los conserva o refuerza (1)
12	Prácticas de género / Vida en pareja	Ceder a los deseos en el inicio de una relación: ¿los retiene o los aleja?	Amantes	Sociales y psicológicos	Los cuestiona o desafía (1)

A pesar de que, como ya se dijo, entre las personas invitadas no se registra mayor recurrencia ni a roles ni a estereotipos, hay que reparar, sin embargo, en que su discurso sobre los estereotipos presenta una tendencia que difiere ligeramente de la de ellas: el discurso más frecuente entre los invitados e invitadas es el que solo enuncia los estereotipos (7), aunque es en apenas un caso superior al discurso que los conserva o refuerza (6).

En consecuencia, si bien el discurso sobre estereotipos que mantienen invitadas e invitados representa un menor porcentaje frente al de las presentadoras, individualmente demuestra que la tendencia a ubicar y representar a las mujeres en parámetros rígidos o lugares comunes, mediante alusión o abierta consolidación, es también bastante recurrente. Es decir que, este tipo de discurso en el programa, aunque en distintas proporciones, vienen de ambas partes.

#### 4. Algunas conclusiones

Por lo expuesto y analizado en términos cuantitativos y cualitativos, una de las primeras conclusiones que aparecen, está en función de los objetivos que se plantea Así somos, que es “cambiarlo todo”, partiendo del “costumbrismo machista”; y en función, asimismo, de la presencia de dos tipos de emisores y de las características de programa, más de opinión que de información.

En consecuencia, la opinión que predomina sobre el tratamiento de diversos temas relacionados y no relacionados con mujeres, es la de las presentadoras, ni siquiera del único hombre que forma parte del grupo de conductores del programa.

Entre las presentadoras, y considerando la asignación de roles a las mujeres y la aplicación de estereotipos para interpretar comportamientos o criterios, la tendencia

predominante es a presentar a las mujeres en los roles tradicionales de madres de familia, esposa, amas de casa, y de aplicar los estereotipos, particularmente sociales y/o psicológicos, que generalmente van asociados a los roles señalados. Cuando hubo la presencia de un/a especialista, su participación debió limitarse a la exposición de conocimientos formales sobre el tema, no al debate planteado en el panel.

Por el peso numérico de las presentadoras, la tendencia a asignar roles tradicionales y a aplicar estereotipos es la que prima en el programa, y muchas veces va en detrimento de la opinión de las personas invitadas que, aunque pretendan hacerla protagónica, pasa a segundo plano debido a que ninguna de las presentadoras del día (cinco o seis) se queda sin intervenir en el panel, mientras que hay una sola persona invitada.

Entre las personas invitadas se registra la tendencia mayoritaria a aplicar menos estereotipos de género en el tratamiento de los diversos temas, así como a asignar menos roles, aunque esta tendencia supera solo en un caso a la de conservar o reforzar estereotipos. Además, solo una de ellas cuestiona o desafía algún estereotipo.

Desde este punto de vista, se puede concluir, entonces, que la apuesta de romper esquemas de género es solo una presentación discursiva de buenas intenciones, pues Así somos reproduce roles y estereotipos de género, sobre todos desde las conductoras.

No obstante, y si se considera la minoritaria tendencia de una o dos presentadoras a cuestionar y desafiar estereotipos, se puede subrayar un acercamiento tímido al objetivo del programa, tendencia que, de cualquier manera, se puede destacar en el panorama de los programas dirigidos a mujeres y/o sobre ellas que ofrece la TV ecuatoriana, aunque no contrapesa la tendencia a conservar y/o reforzar estereotipos que, entre presentadoras y personas invitadas, muestra el programa.

Desde la dirección de programa, el análisis evidencia asimismo que ha sido pensado más para competir en términos televisivos con otros programas de igual rango, que para cumplir con los objetivos planteados en el discurso de presentación.

En otras palabras, se podría afirmar que el programa no cumple con sus objetivos porque la presencia de mujeres conductoras o presentadoras, no es el único factor que cuenta para buscar cambio de mentalidades, como dicen en la presentación del programa. Es requisito indispensable que las conductoras, la dirección y producción del programa tengan conocimientos acerca de los cambios que se quieren lograr, de las bases que sustentan el sistema patriarcal, de los mensajes que corresponden al objetivo de "cambiarlo todo", que en teoría persiguen; de quiénes son las personas necesarias para contribuir a ello, tanto entre las presentadoras como entre las personas invitadas.

Vale repasar algunas de las conclusiones que ya se anotaron:

1. Respecto a las 14 personas invitadas, son generalmente conocidas, particularmente en el ámbito de la televisión y otros medios de comunicación, y la farándula o el espectáculo; menos, en algunas artes y profesiones. Su participación en los temas de debate se limitó solo a lo informativo y/o explicativo, pues sus opiniones fueron poco consideradas por las presentadoras a la hora de exponer o repasar posturas y reflexiones sobre el tema abordado. En otras palabras, se podría concluir también que el propósito de dar voz a las mujeres y de quitar las máscaras, no se evidencia como la tendencia mayoritaria del programa.

2. La opinión que queda en el imaginario del público televidente, es sobre todo la de quienes conducen el programa y de quienes lo producen. El panel de discusión concluye con reflexiones que rara vez sintetizan lo que se ha discutido en el set, pues por lo general aparecen como reflexiones preelaboradas por la misma producción del programa.
3. **En cuanto a los contenidos** para el debate, y considerando los mismos temas seleccionados, estos ubican a las mujeres desde lugares comunes y en función del arquetipo histórico de madre, esposa, y ama de casa. Estos temas no se cuestionan o desafían durante la discusión; al contrario, son afianzados mediante comentarios muchas veces moralizadores, que corresponden casi exclusivamente a las presentadoras, y poco a las personas invitadas.
4. **Los temas más frecuentes** ubicaron a las mujeres en relaciones tradicionales, prácticas de género consideradas inherentes a lo femenino, y en actitudes y funciones establecidas como consustanciales a su condición sexo-genérica.
5. Las mujeres también fueron ubicadas en temas relacionados con el espectáculo que como profesionales o expertas. Esto, bajo un paradigma que naturaliza las relaciones de poder entre hombres y mujeres, y consolida el *habitus* patriarcal, como llama el francés Pierre Bourdieu al sistema de prácticas socioculturales de signo masculino que se reproducen en los discursos sociales.<sup>60</sup>
6. En el período analizado, en el programa aparece un total de 120 personas de las cuales 68 mujeres y 52 hombres. De entre las 68, a 53 se les asignaron distintos **roles de género**: las presentadoras, a una mayoría de 37 (69,82%), y las personas invitadas a 16 (30,18%), es decir, menos de la mitad de lo que las presentadoras asignan.
7. **El rol más frecuente asignado a las mujeres** fue el de esposas, convivientes o amas de casa, seguido por el de madres, y en tercer lugar, el de trabajadoras. Por lo tanto, las tres representaciones que aparecen con más frecuencia tienen que ver con actividades relacionadas con el *deber ser* de las mujeres, es decir, los roles sociales y/o psicológicos que incluyen el estar al servicio de otras personas, llámense esposo o descendencia. El de trabajadoras o profesionales es un rol que, a pesar de no ser el tradicionalmente asignado a las mujeres, es ya bastante extendido entre ellas, sobre todo entre las mujeres de sectores medios y populares, sectores que registran, estadísticamente, un buen número de jefas de hogar.
8. Entre los **roles menos asignados** están los de artistas y personajes de farándula, y mujer rebelde o transgresora de normas, aunque este hecho habría que relativizarlo con la presencia frecuente, entre personas invitadas, de representantes de estos sectores.
9. El rol que menos se asignó a las mujeres de las notas fue la de víctima o sobreviviente de violencia de género; al respecto, cabe anotar que durante la semana de análisis no se incluyó el segmento *La máscara*, en el cual se presentan entrevistas a mujeres que han vivido los diversos tipos de violencia.

---

<sup>60</sup> De acuerdo con Bourdieu el *habitus* se define como un "sistema de disposiciones durables y transferibles -- estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funcionan en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes de cara a una coyuntura o acontecimiento que él contribuye a producir" (Bourdieu, 1972: 178). El *habitus* patriarcal representa entonces un conjunto de relaciones históricas depositadas en las personas como esquemas mentales y corporales de asimilación de poder, "esquemas que son de género y engendran género" (Bourdieu, 1972: 179), que determinan cómo las mujeres asumen e introyectan el orden simbólico y se ubican en el mundo.

10. La tendencia del programa es, entonces, a ubicar a las mujeres desde lugares comunes, más que desde sus logros, alcances, problemáticas que atraviesan, o la visibilización de sus condiciones de lucha y resistencia.
11. La participación de mujeres, tanto entre presentadoras como entre personas invitadas, fue superior a la de varones. Esta es característica particular de *Así somos*, pues en la mayoría de programas televisivos ecuatorianos, la aparición de las mujeres en su conducción tiene más carácter ornamental, que profesional. Es excepcional, entonces, encontrarlas en la dirección o de un programa; si lo hacen, es porque son acompañantes del presentador o presentadores, y ellos llevan la batuta de la conducción.
12. En la realización de las notas periodísticas, se destaca, al contrario, que los varones superan a las mujeres; por lo tanto, aun cuando en la conducción participe una mayoría de ellas, un componente importante en la producción del programa, como es la reportería, que se traduce en la elaboración de notas periodísticas, está integrado por hombres.
13. En general, la propuesta de *Así somos* no se concreta, debido a que en la construcción misma del programa se continúa insistiendo en los roles tradicionales, al ubicar temas de debate sobre mujeres dentro del ámbito de lo doméstico, y más como esposas y madres que como profesionales o trabajadoras, pocas veces como personas autónomas.
14. En función de sus objetivos, el programa podría plantear algunos temas cuyo solo tratamiento desafiaría criterios dominantes y estereotipos de género, pero en la práctica no trasciende el concepto sobre las revistas televisivas diarias, ni los conceptos mismos sobre roles y estereotipos femeninos. Los temas abordados siguen ubicando a las mujeres desde el *deber ser*, en relación y al servicio de otras personas, desde un enfoque moralizante en el que implícitamente se plantea una moral religiosa, que conserva y refuerza roles y estereotipos de género.
15. Casi todas las presentadoras, al emitir sus criterios en la mayoría de temas, reforzaron estereotipos y lugares comunes sobre las mujeres. Muy pocas, de entre las 11, mostraron discrepancias ante los criterios mayoritarios; menos, las que cuestionaron abiertamente posturas patriarcales y conservadoras de sus colegas de panel. Sin embargo, es preciso destacar estas posiciones que, aunque minoritarias, mostraron divergencias con respecto a los criterios dominantes en el panel, ya que ellas, al cuestionar ciertos paradigmas de la sociedad patriarcal, hacen que el programa se acerque a sus objetivos.
16. **En cuanto a estereotipos**, de las 68 mujeres que aparecen en las notas periodísticas o los temas del programa, 79% son presentadas con algún estereotipo; los mayoritarios son los psicológicos y sociales, que contribuyen a naturalizar los roles de las mujeres como amas de casa, esposas, madres de familia, y continúan ubicándolas en implícitas actitudes de sumisión, subordinación, dependencia.
17. El análisis del discurso sobre **otras formas de estereotipos** (éticos y morales, físicos e intelectuales), muestra que también mayoritariamente se los conserva o refuerza. Solo en siete casos se los cuestiona o desafía, y esta tendencia proviene, sobre todo, de las pocas presentadoras que se atreven y rompen, aunque tímidamente, la tendencia mayoritaria del programa, pues entre las personas invitadas se registra tan solo una postura divergente.
18. Entre presentadoras y personas invitadas del programa, quienes más estereotipos asignan, y que con más recurrencia los conservan y refuerzan, son las primeras. Entre las invitadas y los invitados, se aprecia, al contrario, la tendencia a no ubicar a las mujeres desde roles tradicionales, a excepción de solo un invitado, conocido

presentador y comentarista deportivo de TV, de más de 60 años de edad, en cuyo discurso hay recurrencia frecuente a asignar roles y usar estereotipos.

19. El análisis anterior pone en evidencia que el objetivo de propiciar cambios en “el costumbrismo machista” no logra ser cumplido por el programa porque su concepción parte, sobre todo, de ubicar a las mujeres desde roles tradicionales, no para desafiar o cuestionar estereotipos sino para conservarlos. También, mediante los temas escogidos para el debate; en parte, debido a que las presentadoras, en su mayoría, adhieren a paradigmas androcéntrico se incluso los refuerzan; y de igual manera se oponen a las dos únicas presentadoras que disienten y plantean posturas distintas a las tradicionales y socialmente aceptadas.

#### **III.4. Similitudes y diferencias entre los tres programas de TV**

Como se dijo oportunamente, las características de forma y contenido difieren entre los tres programas analizados, aunque dos de ellos sean similares por el carácter informativo sobre sucesos y hechos judiciales. El tercero es un programa de opinión dirigido sobre todo a las mujeres, que cuenta diariamente con personas invitadas en el set, lo cual lo diferencia sustancialmente de los otros dos, además de que implica dos tipos de emisores claramente establecidos, pues el uno representa al programa mismo, y son las conductoras y el conductor, y el otro son las personas invitadas, distintas cada día.

Considerando esta diferencia de partida, para el análisis del programa Así somos se elaboró una matriz de recolección de datos distinta a la que sirvió para los otros dos programas. En Así somos era necesario analizar variables según dos tipos de emisores: conductoras/conductor y personas invitadas, puesto que no es lo mismo que quienes pertenecen al programa emitan diariamente un discurso con una tendencia determinada, y que un invitado o invitada exprese la tendencia igual o diferente tendencia. Al respecto, la repetición de significados en los emisores cotidianos añade peso simbólico a los estereotipos ubicados en los discursos de ambos emisores, e inciden con mayor eficacia que los otros en los imaginarios de la teleaudiencia.

De cualquier manera, y en función de los objetivos del presente estudio, en los tres programas se analizó la asignación de roles, la aplicación de estereotipos y la tendencia del discurso sobre esos estereotipos, partiendo de los temas abordados.

Así, se pueden establecer tanto encuentros o similitudes como diferencias entre los tres programas analizados durante una semana de emisión de cada uno, con el fin de ubicar las representaciones sobre las mujeres en cada caso; si los programas analizados se apegan o no al concepto de justicia de género del que hemos partido: la justicia no se refiere a la aplicación de leyes en el sistema de de Justicia del país, sino que se refiere, de manera fundamental, al ámbito de lo simbólico -que tiene en los medios de comunicación un principal escenario- en la medida en que la permanencia de estereotipos de género repercute tanto en la discriminación como en la violencia contra las mujeres, antónimos de una justicia de género. También, por este concepto, se reparó en el tratamiento que recibieron las notas periodísticas que abordaron casos referidos a esa violencia. Veamos, entonces.

## Temas abordados

A pesar de que en teoría, **Así Somos** busca desafiar criterios dominantes y discriminatorios sobre roles y estereotipos de género; en la práctica, el modo en que el programa presenta los diversos temas y el discurso al respecto, propicia el afianzamiento tanto de roles tradicionales como de estereotipos. Es que los temas son ubicados, por lo general, desde los mismos lugares comunes que se pretenden cuestionar, y sitúan a las mujeres, casi por lo general, desde el *deber ser* femenino, subrayando su papel de madres y esposas, sobre todo; siempre *en relación a, al servicio y/o en dependencia* de otras personas; además, la tendencia mayoritaria del discurso es considerarlas desde una moral tradicional incluso religiosa, con destacados rasgos de conservadurismo.

El panel que se presenta en cada programa no trasciende, ni en forma ni fondo, el formato de las revistas televisivas femeninas, en las cuales, los mismos temas seleccionados sugieren cuáles son los imaginarios sociales dominantes, sujetos al paradigma patriarcal que ubica a las mujeres sobre todo como seres de servicio, dependientes, poco autónomas.

Sin embargo, cabe destacar que entre las presentadoras o conductoras, que son quienes aplican estereotipos y tienden a conservarlos, al contrario del único conductor, hay una o dos voces diferentes, en la medida que suelen cuestionar estereotipos o poner otros puntos de vista, distintos a los que emite la mayoría de ellas e incluso las personas invitadas. Aunque en minoría, ellas se convierten en la disidencia sobre estereotipos y tendencia dominantes, disidencia poco o nada representada en otros espacios televisivos del mismo o de otro carácter.

En el programa **Sorprendente**, los temas más recurrentes fueron la participación de las mujeres en el proceso económico, prácticas de género, y certámenes de belleza o modelaje. Si bien, se da particular importancia a la actividad laboral y productiva de las mujeres, lo cual las reubica socialmente también como personas decisivas para la economía de la familia y, por ende, del país, la tendencia se repite: su labor productiva también se destaca desde el *deber ser femenino*, pues las mujeres trabajadoras se desempeñan en actividades económicas relacionadas con prácticas tradicionales de género, como la moda y la culinaria.

Considerando, además, los otros dos temas, la tendencia es también a destacar roles tradicionales: las prácticas de género están relacionadas con tradicionales saberes femeninos; y los certámenes de belleza y el modelaje se asientan sobre estereotipos físicos de las mujeres que constituyen pilares del llamado *eterno femenino* y, en consecuencia, de un rol históricamente restrictivo y también discriminatorio. Para muestra, está el tratamiento de las notas periodísticas: marcada tendencia a asignar estereotipos y presentar los cuerpos de las mujeres de manera fragmentada, en primeros planos de la cámara que al dejarlas ver como claros objetos de deseo, las cosifican.

**En Carne Propia** presenta, como temas más frecuentes, los relativos a la especialización del programa: notas periodísticas sobre accidentes, catástrofes, hechos delictivos, violencia social, y violencia de género. Esta selección de temas alude también al aspecto del tratamiento informativo que marca el programa: sensacionalismo y espectáculo. Esta mirada mediática, atravesada por el criterio de exponer los hechos crudamente, que

impresionen a la televidencia, da lugar a que las mujeres aparezcan retratadas desde los conflictos, las tragedias, las desgracias, la violencia, el crimen.

En consecuencia, las mujeres aparecen como víctimas de un contexto en el que los sucesos trágicos les son casi inherentes; mientras que cuando aparecen en situaciones de violencia de género, destacan dos imágenes con las que generalmente son presentadas y representadas: o como responsables, en cierta medida, de los hechos que les tocan vivir; o como vulgares y violentas, en medio de peleas y conflictos de barrios de zonas urbano-marginales de Guayaquil, sobre todo, pues el ámbito geográfico al que se limita el programa es la provincia del Guayas, principalmente, y alguna que otra localidad de la región Costa ecuatoriana.

### **Mujeres como tema en las notas periodísticas**

En el análisis precedente se registró también la función que las mujeres tenían en la nota periodística, es decir, la jerarquía en la que fueron presentadas. Esta consideración fue principal para el análisis, pues tampoco es lo mismo aparecer en una información televisada como testigos de sucesos diversos o como parte de la opinión popular, que como tema mismo de la nota o como experta o comentarista, o vocera de algún evento o grupo de personas; en estas últimas funciones, una mujer tiene papel protagónico, sobre todo cuando es tema central de la noticia o el reportaje.

Por lo expuesto, las mujeres que aparecieron como temas de las notas periodísticas fueron particularmente observadas, poniendo atención a las variables que para los objetivos de la presente investigación se consideraron fundamentales: roles, estereotipos y tendencia del discurso al respecto, que permitió conocer si se conservan o refuerzan estereotipos o si, por el contrario, se los cuestionan o desafían.

En el programa **En carne propia**, entonces, aparecen 119 mujeres que cumplen diversas funciones en las notas periodísticas, pero como tema solo están 19 de ellas, es decir, apenas el 15,97% del total; en las otras dos funciones protagónicas, la presencia de ellas es menor. Por supuesto, la mayoría de mujeres forma parte de la opinión popular

En **Sorprendente** aparecen, en cambio, 55 mujeres, 17 de las cuales se ubican como tema, lo que significa el 30,90% del total. Se puede afirmar, entonces, que este programa, en comparación con el anterior, jerarquiza más a las mujeres. Sin embargo, lo importante es saber cómo son presentadas, cuál es el tratamiento que reciben periodísticamente.

La particularidad de **Así somos** como programa de opinión, no permitió registrar la función de las mujeres en las notas periodísticas, ya que estas fueron realizadas eventualmente, como apoyo informativo para algún tema del panel de discusión. Recordemos, además, que roles y estereotipos, así como la tendencia del discurso al respecto, fueron registrados a partir de lo dicho por los dos tipos de emisores, conductoras y personas invitadas, y no de las notas periodísticas, como se hizo con los dos programas que abordan sucesos y hechos judiciales.

### **Roles de género en las mujeres de las notas**

Funciones, actitudes, comportamientos, que se consideran como inherentes a la condición de las mujeres, y lo que implica la noción de lo femenino, se expresan en el discurso de los paneles de debate en los que se basa la programación de **Así Somos**,

mediante los criterios o puntos de vista que parten de las presentadoras, principalmente, y menos de las personas invitadas. Estos argumentos ubican a las mujeres en tradicionales prácticas sociales atribuidas a su género: aquellas que aparecen en el programa pertenecen al ámbito de lo privado, y están como esposas o convivientes y madres o amas de casa, por encima de representaciones como profesionales y trabajadoras, autónomas o independientes.

En consecuencia, las mujeres no son representadas de manera alternativa, cumpliendo roles distintos a los que históricamente les fueron asignados, sino desde sus tradicionales funciones sociales, que las siguen ubicando como personas de servicio y entrega a los demás, en ese *deber ser* restrictivo, impuesto por el sistema patriarcal.

Se podría afirmar, entonces, que el programa se proyecta coherente entre los temas que propone para el debate diario y los roles en los que se presenta a las mujeres. En ambos casos prevalece una perspectiva que contribuye a reafirmarlas en ancestrales papeles sociales, aun cuando haya ciertos criterios disidentes entre las presentadoras.

El programa **Sorprendente** ubica a un poco más de la mitad de las mujeres de las notas periodísticas con algún rol de género. Entre los roles, el más asignado fue el de trabajadoras y profesionales, hecho que da lugar a la ilusión de que la mayor representación es sobre mujeres independientes, autónomas, preparadas para enfrentar la vida por medio de un oficio o una profesión.

Se trata, en efecto, de una ilusión pues cuando las mujeres son presentadas en estos últimos roles, es en actividades relacionadas con tradicionales prácticas de género como la cocina, por ejemplo. Por lo tanto, las mujeres económicamente activas que presenta el programa, siguen siendo asociadas con saberes u oficios considerados femeninos, es decir, como correspondientes a los roles que les fueron asignados culturalmente. Y si se presenta a una mujer cuyo trabajo no corresponde a un oficio habitual para ellas, el discurso no deja de destacarla como madre que hace cualquier tarea por sus hijos, como para añadir más valor simbólico a su desempeño laboral.

En Sorprendente destacan, además, algunas mujeres ubicadas en el rol de modelos de moda o belleza, en notas periodísticas a las cuales se da relevancia. En estas, como se dijo previamente, ellas aparecen mostrando sus cuerpos mediante tomas de cámara en primeros planos, que adquieren claras connotaciones sexuales. En otras palabras, a un rol tradicional dentro de un desempeño laboral, se añade un significado que reitera criterios estereotipados sobre las mujeres. **Así se va tejiendo el entramado del discurso, en este y los otros programas, para constituir las representaciones mediáticas sobre mujeres.**

Los roles de género que aparecen con más frecuencia en el programa **En Carne Propia** son los mismos de madre y esposa de Así Somos, y el de trabajadoras o profesionales, mayoritario en Sorprendente. Entre estos dos roles, el programa hace sobresalir la misma tendencia tradicional de ubicar, en primer lugar, a las mujeres desde sus funciones biológicas y del servicio a otras personas, pilares del *deber ser* femenino; por el otro, pero de manera secundaria, en funciones económicamente activas, que tampoco son excepcionales debido a que cada vez más las mujeres son parte del mercado de trabajo y más, en los sectores urbano-marginales en los que se desarrollan las notas periodísticas.

No obstante, se debe señalar que entre los roles de las mujeres protagonistas de las notas de En Carne Propia, destaca el de víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género, al cual se sumaron simultáneamente los de madre, y esposa o conviviente. Esta representación se vuelve más significativa porque el programa no incluye, por lo general, el estado civil de las mujeres de las notas, pero en casos de violencia, este dato es necesario, pues alude al hecho de que la violencia de género se presenta sobre todo en la relación de pareja.

Asimismo, se puede destacar que este programa, al contrario de Sorprendente, es el único que muestra imágenes impactantes de una mujer, en el rol de víctima de violencia de género, agredida por su exconviviente; los planos de las tomas no solo subrayan el rol, sino que además develan la intención de espectacularizar el hecho, lo cual es característica de En Carne Propia.

### **Esteretipos de género y tendencias del discurso sobre estereotipos**

Los estereotipos, es decir, esos criterios convertidos en lugares comunes, repetidos y estáticos, con los que se interpreta a las mujeres y sus roles en la sociedad, que fueron ubicados en las notas de **Así Somos** llegan a casi el 80% del total de mujeres, y fueron asignados en la mayoría de casos por las presentadoras.

A los roles de madres o esposas que en el programa se asignan mayoritariamente, corresponden los estereotipos más comunes, que son los sociales y psicológicos, pero también los ético/morales o religiosos; los de tipo físico, si bien no se expresan de la manera cosificadora como lo hacen los otros dos programas, sí de una muy tradicional al considerar que las mujeres deben tener un solo tipo de cuerpo, el que la identifica claramente como 'femenina'. En último lugar, por número, están los estereotipos intelectuales, con lo cual se completan las clasificaciones establecidas para ubicar los estereotipos.

El discurso del programa sobre estos estereotipos tuvo la tendencia mayoritaria de conservarlos o reforzarlos; solo en tercer lugar aparece la tendencia a cuestionarlos o desafiarlos, después de los estereotipos solo enunciados, es decir que no tuvieron valoración. También se aludió a los estereotipos pero en menor medida, y lo hicieron sobre todo las personas invitadas.

En **Sorprendente**, los estereotipos de género se aplicaron en el 31% de las mujeres de las notas; la mayoría nuevamente fueron de tipo social y psicológico, pero a continuación se presentaron los estereotipos físicos, lo que reafirma lo ya expuesto en lo correspondiente a los temas abordados en el programa, y los roles en los que se presentó a las mujeres. Sin embargo, en aquellas que fueron presentadas en la función de tema de la nota periodística, la recurrencia de estereotipos se invierte, ya que la mayoría son de tipo físico, precisamente porque hay varias mujeres en notas sobre concursos de belleza y modelaje; en segundo lugar están los sociales y psicológicos.

En este programa, la tendencia mayoritaria del discurso es la misma de Así Somos, ya que los conserva o refuerza; también en última instancia los cuestiona o desafía. En consecuencia, si bien puede decirse que este programa estereotipa en menor medida que el anterior, la tendencia es la misma: consolidar los lugares comunes con los que históricamente se ha encasillado y clasificado a las mujeres, en función del paradigma androcéntrico que rige en el sistema patriarcal.

Los estereotipos aplicados a las mujeres de **En Carne Propia**, aparecen en casi la cuarta parte (24%) de aquellas presentadas en las notas periodísticas. Asimismo, la mayoría de estereotipos fueron los clasificados como sociales y psicológicos, seguidos por los éticos/morales o religiosos, y solo en último lugar los estereotipos físicos. En este programa ocurre lo mismo que en Sorprendente, ya que cuando las mujeres tuvieron la función de tema los estereotipos de tipo físico superaron a los sociales y psicológicos, y los éticos/morales quedaron en último lugar.

La similitud en los estereotipos aplicados en uno y otro programa, refleja, a su vez, el cómo se informa sobre las mujeres que aparecen en certámenes de belleza o en modelaje: en ambos casos, la tendencia es no solo a reforzar estereotipos físicos sino a mostrar ciertas imágenes en las cuales se fragmentan los cuerpos femeninos, habitual recurso de cosificación, por el cual las mujeres son convertidas más que en modelos de belleza, en puros objetos de deseo. Se vio en Sorprendente, sobre todo.

El discurso sobre estos estereotipos, al igual que en Así Somos y Sorprendente, fue a conservarlos y reforzarlos, en segundo lugar fueron enunciados solamente, y por último no se enunciaron, pero se aludió a ellos. Se subraya, no obstante, que este programa, en ningún caso ni con respecto a ninguna mujer de sus notas, cuestiona o desafía estereotipos.

En consecuencia, si bien los estereotipos con las que se presenta a algunas mujeres que aparecen en los programas, difieren numéricamente en cada uno, hay un fundamental punto de encuentro entre los tres: la tendencia mayoritaria del discurso es a conservarlos y reforzarlos, con lo cual se evidencia que aún la televisión, en el tipo de programas analizados (dos informativos diarios sobre sucesos y hechos judiciales; y uno, también diario, que es revista de opinión dirigida a las mujeres), sigue expresando una tendencia que históricamente ha marcado, incluso caricaturizado, la vida de las mujeres, al limitarlas a roles específicos y fijar, en general, normas de conducta rígidas para ellas.

Así presentadas en roles, comportamientos, conductas, e interpretadas con criterios estáticos y rígidos, se tiende a mantener esas relaciones sociales de supremacía y dominación de los hombres sobre las mujeres. Hay cuestionamiento de estereotipos, es cierto, pero en general los programas lo hacen tímidamente -incluso Así somos, cuyo objetivo de realización es propiciar cambios de mentalidad-, mientras la tendencia a conservarlos sigue inclinando la balanza hacia el mismo lado.

He aquí, para evidencia, algunas cifras:

**Así Somos** aplicó estereotipos al **79%** de las mujeres sobre las que se habló en el programa. De estos, casi las tres cuartas partes (74%) vinieron de alguna presentadora, el resto (26%), de una persona invitada.

Los conserva o refuerza: en 54% de los casos. Desde el discurso de las presentadoras, la tendencia se eleva al 57,5%, mientras que entre las personas invitadas es el 43%, Los cuestiona o desafía, 13% del total. Desde las presentadoras, 15%; desde los invitados e invitadas, 7%%

**En Carne propia** aplicó estereotipos al **23,50%** de las mujeres que aparecen en las notas periodísticas de la semana analizada. La tendencia es únicamente a conservarlos o reforzarlos, en el 57,14% del total de estereotipos; en el resto, solo se los enuncia o se alude a ellos, pero no se los cuestiona o desafía en caso alguno. Cuando las mujeres son temas de las notas, el porcentaje se eleva al 74%, y se repite la misma tendencia

mayoritaria a conservarlos o reforzarlos. Si bien la mayoría de estereotipos proviene de la gente que aparece en las notas, consideramos que, de cualquier manera, es el programa el que los transmite.

En **Sorprendente**, las mujeres a las cuales se aplicaron estereotipos fue el **31%**, pero se repite la tendencia a conservarlos o reforzarlos, en el 56% de los casos; el 11%, los cuestiona o desafía. Entre las mujeres que son temas de las notas periodísticas, el 53% recibe alguna forma de estereotipo; y también mayoritariamente se tiende a conservarlos.

En conclusión, si bien la tendencia a conservarlos o reforzarlos es mayoritaria en los tres programas, hay que destacar que la mayoría de estereotipa se encuentra en Así Somos, en parte, porque su característica es la opinión. En Carne Propia presenta el menor porcentaje de estereotipos, aunque entre las mujeres que son tema de las notas, el porcentaje se incrementa de manera considerable y repite la tendencia a conservarlos. En lo que respecta a cuestionarlos o desafiarlos, Así Somos es el que más lo hace, pero En Carne Propia destaca la ausencia total de esta tendencia.

### **El tratamiento de la violencia de género en las notas periodísticas**

Uno de los objetivos del presente estudio fue conocer el tratamiento periodístico que se le da a los hechos sobre violencia de género. He aquí lo que se concluye de los programas:.

**En Sorprendente**, apenas dos de las 34 notas con mujeres, analizadas durante la semana, abordan el tema que se menciona, pero solo una de estas se encuentra entre las notas que tienen a las mujeres como tema. Se trata de un femicidio, del cual dos mujeres resultaron asesinadas con saña, lo cual caracteriza este tipo de crímenes; se destaca, no obstante, que el tratamiento es neutro, pues no se aplican estereotipos y, consecuentemente, tampoco se registra una tendencia.

**En Carne Propia** presenta cinco notas periodísticas que tratan sobre violencia de género, entre el total de 39 que incluyen a mujeres; son las mismas cinco notas en las cuales las mujeres son temas. En lo que corresponde a estereotipos y la tendencia que expresan los discursos, los resultados es que en cuatro de esas notas se los aplica, y en una, no se presentan estereotipos. La tendencia de las cuatro es a conservarlos o reforzarlos. En estos últimos casos, se aplican estereotipos sociales y psicológicos, que corresponden a comportamientos que se consideran apropiados para las mujeres, pero también, en tres casos, se usan estereotipos éticos/morales, es decir, que además se califica a las mujeres víctimas de la violencia desde puntos de vista morales.

Se recuerda que la tendencia a aplicar estereotipos y a conservarlos, proviene sobre todo de la gente participante de las notas en este programa, hecho que pesa, de cualquier manera, en la tendencia del discurso sobre estereotipos.

**En Así somos**, a pesar de que el programa tiene un segmento específico en el cual se aborda con frecuencia el tema, este no fue parte de la programación en los días analizados para el presente estudio.

Del tratamiento de la violencia de género en los tres programas, se podría concluir, entonces, que en solo uno se aborda el tema con mayor frecuencia, es decir, En Carne Propia, pero es el mismo que ha revelado una tendencia mayor al espectáculo y el sensacionalismo; de hecho, las mujeres que aparecen en estas notas, son representadas como agresivas o groseras, que fácilmente forman parte de peleas de barrio.

---

Este hecho lleva a preguntarse si un programa que tiene, al parecer, alto nivel de audiencia,<sup>61</sup> sobre todo en Guayaquil y el Litoral pero que llega a todo el país por la señal nacional del canal que lo emite, no contribuye a banalizar el tema, a que se lo siga considerando como parte de los conflictos cotidianos de la gente que habita los sectores urbano-marginales, que tiene formas culturales propias de resolución de conflictos, en que suele sacarlos del ámbito privado, generalmente, y ventilarlos frente al vecindario. Pero no se trata del hecho imprescindible de considerar que la violencia contra las mujeres no puede seguir oculta o disimulada en el ámbito de lo privado; la consecuencia en casos como estos, que son también presentado de manera sensacionalista, para atraer audiencias, es que esta violencia se naturaliza: es propio del hecho de ser mujeres y de vivir en pareja, además de la pobreza o las carencias en que viven los sectores llamados deprimidos económicamente o vulnerables. Pero todas las investigaciones sobre la violencia de género evidencian que esta atraviesa todas las clases sociales, culturas, grupos étnicos y de edad, incluso creencias religiosas y posiciones políticas.

El otro tema que refleja imaginarios dominantes en relación con las mujeres es el de la belleza, expresado en los certámenes al respecto y de modelaje, que presenta mayoritariamente el otro programa, Sorprendente. También podríamos preguntarnos el porqué este tipo de eventos forma parte de un programa destinado a sucesos o hechos judiciales. Indudablemente, se debe a que tiene un fuerte componente de espectáculo, que cautiva a las audiencias; pero, también sin duda, a que la belleza es considerada como inseparable de las mujeres o de una noción de lo femenino, asociada íntimamente a la televisión, y a la ecuatoriana en particular.

Se trata, además, de un tema que expresa con fidelidad una consideración estereotipada sobre las mujeres o la pretensión de imponer un modelo determinado sobre la llamada feminidad. No en vano, por ejemplo, en el programa Así somos, al abordar el tema de las mujeres que practican halterofilia, el discurso mayoritario desde las presentadoras responde al estereotipo físico tanto de la belleza como de 'una forma' específica del cuerpo de las mujeres, correspondiente a una vieja noción de lo femenino que resulta de un estereotipo, a la vez que lo reconstruye de cara a un nuevo referente: el de los cuerpos musculosos en las mujeres, rechazado porque son propios de la noción de lo masculino.

Esta constatación permite recordar a Teun van Dijk (2004) cuando sostiene que quienes controlan, también en los media, "los temas preferidos del discurso público, controlan la definición de la situación tal como ésta se representa en los modelos mentales. Además, los que controlan la formación de los modelos mentales probablemente definirán nuestras representaciones sociales."

Y las representaciones sociales, tal y como las definen Paola Bonantta y Jimena de Garay (2011: 18), "constituyen un proceso de reconstrucción de lo real, de las relaciones entre sujetos y sociedad, gracias a las cuales las personas hacen inteligible la realidad". En este "proceso de reconstrucción de lo real entre sujetos y sociedad" no se puede pasar por alto el cómo se dan y representan las relaciones entre hombres y mujeres, y la manera en que influyen en la reconstrucción de lo real.

Los modelos mentales, vale añadir, se constituyen a partir de universos simbólicos dominantes que se reflejan, de distintas maneras, en y a través de los media. Se trata de

---

<sup>61</sup>Se lo deduce por los abundantes espacios publicitarios, que prolongan, por lo general, el horario destinado al programa.

un universo simbólico que expresa, a la vez que la refleja, una cultura dominada por paradigmas patriarcales y androcéntricos que influyen decisivamente en los productos de las llamadas industrias culturales, y en cuanto a las representaciones sobre mujeres, suelen expresarse de manera estereotipada, rígida, fija.

Recordemos a Sandra Araya (2002: 45), quien afirma: “Los estereotipos son categorías de atributos específicos a un grupo, que se caracterizan por su rigidez. En este sentido son más dinámicas las RS (representaciones sociales) pues éstas se modifican constantemente en la interacción diaria de las personas. Asimismo la R S se diferencian de los estereotipos por su función: los estereotipos son el primer paso en el origen de una representación; cuando se obtiene información de algo o de alguien se adscribe en el grupo o situación a las cuales ese grupo o situación pertenece, o sea los estereotipos cumplen una función de “economía psíquica” en el proceso de categorización social.”

Finalmente, y de acuerdo con Araya, de los tres programas analizados, se puede colegir que las representaciones sobre las mujeres transmitidas por estos, continúan respondiendo a estereotipos sobre ellas y lo femenino, sobre violencia de género y otros temas que les atañen, a pesar incluso de ciertos cambios que se expresan, por ejemplo, en el objetivo que se ha planteado el programa Así somos, y en la presentación de notas periodísticas que desafían algunos estereotipos sociales sobre las mujeres, como en Sorprendente. Si bien no todas las notas periodísticas con mujeres cumpliendo diferentes funciones dentro de estas, principalmente en la función de tema, presentan estereotipos, se destaca la tendencia mayoritaria a conservarlos, evidente en los tres programas. Y si no es por notas periodísticas, lo es por los temas seleccionados para la discusión, como ocurre en Así somos: la mayoría corresponden al *deber ser* de las mujeres,

Con este panorama, la justicia de género, definida por Anne Marie Goetz “(...) como el *final de las desigualdades entre mujeres y hombres, así como el tomar medidas para reparar las desventajas que llevan a la subordinación de las mujeres ante los hombres*”, está lejos de ser observada y, en consecuencia, representada por la televisión ecuatoriana. Nos arriesgamos a generalizar, salvo muy contadas excepciones, porque los tres programas se constituyen en ejemplo de lo que muestra la mayoría de la TV ecuatoriana: estereotipos diversos y tendencia a conservarlos y aun reforzarlos, con lo cual, las representaciones sociales sobre las mujeres siguen apegadas a parámetros propios de sistemas patriarcales, pensamiento androcéntrico, e incluso en cierto casos, comportamientos sexistas, no solo machistas. CIESPAL

---

## Referencias bibliográficas y documentales

- Araya Umaña, Sandra. "Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión". Cuaderno de Ciencias Sociales 127. Sede Académica, Costa Rica. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2002. Disponible en: <http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127.pdf> (Visitada el 23 mayo 2012).
- Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos. [www.aedep.org.ec](http://www.aedep.org.ec), visitada el 28 de enero de 2012.
- Ayala Marín, Alexandra. "Género, mujer y comunicación", en *Revista Chasqui* No. 57, pp. 4 - 7. Quito: CIESPAL, 1997.
- Belmonte, Jorge; Guillamón, Silvia. Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. En *Revista Comunicar*, Vol. 16, N°31. Andalucía, Grupo Comunicar, 2008.
- Bonantta, Paola; De Garay, Jimena. De estereotipos, violencia y sexismo. La construcción de las mujeres en medios mexicanos y argentinos. En revista *Anagramas*, Vol. 9 N.- 18. Medellín, Universidad de Medellín, 2011.
- Bourdieu, Pierre. *Esbozo de la Teoría a la Práctica*. París, Éditions du Seuil, 1972.
- Cursos100.com, Disponible en <http://www.cursos1000.com/curso-basico-como-hacer-cortometrajes-tipos-de-plano-c1372.html> Visitada 02 agosto 2012.
- CAMACHO, Gloria. *Relaciones de género y violencia*. Quito: FLACSO Sede Ecuador, 2001.
- [www.eltelégrafo.com.ec](http://www.eltelégrafo.com.ec), Censo revela que los ecuatorianos aceptan sus orígenes étnicos, En *Sociedad*. Disponible en [http://eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=18071&Itemid=16](http://eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=18071&Itemid=16) (Visitada 29 octubre 2012).
- "El Telégrafo busca apuntalar su circulación en el aparato estatal". Publicado el 8 de julio de 2012. Disponible en: [http://www.elcomercio.com/politica/Telegrafo-apuntalar-circulacion-aparato-estatal\\_0\\_732526863.html](http://www.elcomercio.com/politica/Telegrafo-apuntalar-circulacion-aparato-estatal_0_732526863.html), Visitada 28 enero 2013.
- Gómez, Manfry; Celedón, Nohora. Los estereotipos de la mujer y los contenidos de la televisión. En *Cuadernos de Comunicación N°7, Mujer, sexo y familia*. Bucaramanga, Publicaciones UNAB, 2011.  
  
"Grandes marcas Ecuador 2011" en *Revista Ekos*, edición de 2011. Disponible en: <http://www.ekosnegocios.com/marcas/marcasEcuador.aspx?idMarca=105>, Visitada el 31 enero 2012.
- Hallo, Wilson. *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*. Quito, Ediciones del Sol, 1992.
- Hernández Hormilla, Helen. *Violencia simbólica: Los peligros de lo "natural" femenino*. La Habana, 2013. Disponible en <http://www.comunicarigualdad.com.ar/violencia-simbolica-los-peligros-de-lo-natural-femenino>
- Krippendorff, Klaus. *Metodología de Análisis de Contenido*. Buenos Aires, Paidós, 1990.

- "La cifra de circulación de los periódicos es un enigma". Publicado el 7 de febrero de 2012. Disponible en: <http://www.telegrafo.com.ec/actualidad/item/la-cifra-de-circulacion-de-los-periodicos-es-un-enigma.html>, Visita 28 enero 2013.
- "Llegando a más lectores". Publicado el 19 de noviembre de 2009. Disponible en: <http://www.vistazo.com/ea/100marcas/?elmpresa=1014&id=2976>, Visitada el 28 de enero de 2013.
- Moreno, Amparo. *El arquetipo viril protagonista de la historia*. Barcelona: Ediciones de les Dones, 1986.
- Quiénes somos, en Así Somos, Ecuavisa, 2012. En línea <http://www.ecuavisa.com/asisomos/quienes-somos.html>. Citado 28/10/2012.
- Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate, Debate S.A., 1998
- Tamarit, Ana; Quintana, Nuria; Plaza, Juan. ¿Quién habla de las mujeres en las noticias donde ellas son las protagonistas? Revista Palabra Clave. Chía, Colombia, Universidad de La Sabana, Diciembre 2011.
- Tipología del plano.blogspot.com, acceso 02/08/12. Disponible en <http://tipologiadelpiano.blogspot.com/>
- Van Dijk, Teun A. (2004) "Discurso y Dominación". Universidad Nacional de Colombia. Sede Bogotá. Facultad de Ciencia Humanas. Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas, N° 4, Febrero de 2004. Disponible en la URL: [http://www.bajofuego.org.ar/textos/Discurso\\_y\\_dominacion.pdf](http://www.bajofuego.org.ar/textos/Discurso_y_dominacion.pdf) Visitada el 23 mayo 2012.
- ----- (2003) "La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad". Ruth Wodak & Michael Meyer, Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, 2003., pp. 143-177..
- Undostresd.wordpress.com, 16/03/09, acceso 02/08/12. Disponible en <http://undostresd.wordpress.com/2009/03/16/plano-general/>
- Wikipedia 2012, Ecuavisa. En línea <http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuavisa> Visitada el 28 octubre 2012.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### GUÍA DE CODIFICACIÓN DE PRENSA

#### Portadas

##### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Fecha: dd/mm/aaaa
2. Diario:
  1. El Comercio
  2. Hoy
  3. El Universo
  4. Expreso
  5. El Telégrafo
  6. Extra
3. Total de notas: número
4. Total de notas con mujeres: número<sup>62</sup>
5. Total de notas con mujeres en titulares:
6. Observaciones: Información cualitativa que de cuenta de los roles de hombre y mujeres en portada.

#### Secciones

##### II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Fecha: dd/mm/aaaa
2. Diario:
  1. El Comercio
  2. Hoy
  3. El Universo
  4. Expreso
  5. El Telégrafo
  6. Extra
3. Total de notas: número
4. Total de notas con mujeres: número<sup>63</sup>
5. Total de notas con mujeres en titulares:
6. Observaciones: Información cualitativa que de cuenta de los roles de hombre y mujeres en la sección.

#### Para notas periodísticas

---

<sup>62</sup> Aquellas notas, a partir de la clasificación de la Guía de Monitoreo de la WACC, en las cuales la mujer aparezca como: tema (la historia es sobre ella, o sobre algo que ha hecho, dicho); vocera (representa, o habla en nombre de otra persona, de un grupo u organización); experta o comentarista (provee información adicional, opiniones o comentarios, basados en su conocimiento como especialista o experta); experiencia personal (provee una opinión o comentario, basado en su experiencia personal o individual; la opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio); testigo (da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa (por ejemplo por que ha estado presente en un evento); opinión popular (la persona es tomada para reflejar la del "ciudadano común" (por ej. en una entrevista en la calle, vox populi, etc); está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio de personas). También se incluyen las notas que tengan un recurso visual donde las mujeres sean centrales.

<sup>63</sup> Aquellas notas, a partir de la clasificación de la Guía de Monitoreo de la WACC, en las cuales la mujer aparezca como: tema (la historia es sobre ella, o sobre algo que ha hecho, dicho); vocera (representa, o habla en nombre de otra persona, de un grupo u organización); experta o comentarista (provee información adicional, opiniones o comentarios, basados en su conocimiento como especialista o experta); experiencia personal (provee una opinión o comentario, basado en su experiencia personal o individual; la opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio); testigo (da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa (por ejemplo por que ha estado presente en un evento); opinión popular (la persona es tomada para reflejar la del "ciudadano común" (por ej. en una entrevista en la calle, vox populi, etc); está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio de personas). También se incluyen las notas que tengan un recurso visual donde las mujeres sean centrales.

### III. ESPECIFICACIONES

7. (A) Unidad de análisis: Número en orden sucesivo
8. (B) Diario:
  1. El Comercio
  2. Hoy
  3. El Universo
  4. Expreso
  5. El Telégrafo
  6. Extra
9. (C) Temas presentados
  - Política y gobierno
  - Economía
  - Ciencia y salud
  - Social y jurídico
  - Crimen y violencia
  - Celebridades, arte, medios, deportes
  - Mujer joven-niña
  - Otros temas relativos a niña, mujer, adolescente y joven
  - Sociedad y cultura
10. (D) Autoría:
  1. Mujer
  2. Hombre
  3. Equipo
  99. No aplica
11. (E) Ámbito geográfico:
  1. Azuay
  2. Bolívar
  3. Cañar
  4. Carchi
  5. Chimborazo
  6. Cotopaxi
  7. El Oro
  8. Esmeraldas
  9. Galápagos
  10. Guayas
  11. Imbabura
  12. Loja
  13. Los Ríos
  14. Manabí
  15. Morona Santiago
  16. Napo
  17. Orellana
  18. Pastaza
  19. Pichincha
  20. Santa Elena
  21. Sto. Domingo de los Tsáchilas
  22. Sucumbíos
  23. Tungurahua
  24. Zamora Chinchipe
  25. Nacional
  26. Nacional y otros
  27. Internacional
12. (F) Zona:
  1. Urbana
  2. Urbano-marginal
  - 3 Rural
  99. NA (cuando no se menciona o no se identifica el lugar del suceso)
13. (G) Total de mujeres en la nota periodística: Número
14. (H) Total de hombres en la nota periodística: Número

#### Características de las mujeres

15. (I) Función de la persona:
  1. Tema: La historia es sobre esa persona, o sobre algo que esa persona ha hecho, dicho, etc.
  2. Vocera: La persona representa, o habla en nombre de otra persona, de un grupo u organización.
  3. Experta o comentarista: La persona provee información adicional, opiniones o comentarios, basados en su conocimiento como especialista o experto.
  4. Experiencia personal: La persona provee una opinión o comentario, basado en su experiencia personal o individual; la opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio.

- 5. Testigo: La persona da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa (por ejemplo por que ha estado presente en un evento).
- 6. Opinión Popular: La opinión de la persona es tomada para reflejar la del "ciudadano común" (por ej.en una entrevista en la calle, vox populi, etc); está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio de personas.
- 7. Otros: Se emplea sólo como último recurso (se describe la función en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación.
- 99. No aplica (la función de la persona no está clara)

10. (J) Ocupación (ver anexo 3):

11. (K) Grupo etario:
- 1. Menor de 12 años
  - 2. 12 – 18 años
  - 3. 19 – 34 años
  - 4. 35 – 49 años
  - 5. 50 – 64 años
  - 6. 65 y más
  - 99. No se sabe o no aplica

12. (L) Estado civil:
- 1. Soltera
  - 2. Casada
  - 3. Divorciada/ separada
  - 4. Unión libre
  - 5. Viuda
  - 99. No aplica/ no se identifica/ no menciona

13. (M) Capacidades especiales:
- 1. Sí
  - 2. No
  - 99. No aplica/no se identifica/ no se menciona

14. (N) Relaciones familiares en las que se presenta a las mujeres
- 1. Madre
  - 2. Abuela
  - 3. Esposa
  - 4. Hija
  - 5. Conviviente
  - 6. Amante/ "moza"
  - 7. Otra (especificar)
  - 99. No aplica/no se menciona/ no corresponde

15. (O) Minoría social:
- 1. Grupos LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, intersexos)
  - 2. Tribus urbanas (grupos musicales alternativos, de rock, hip hop)
  - 3. Grupos políticos (agrupaciones por la defensa del medio ambiente, por ejemplo)
  - 4. Otros (especificar)
  - 99. No aplica

#### **Estructura morfológica**

16. (P) Mujeres en los titulares:
- 1. Sí
  - 2. No
  - 3. No aplica
17. (Q) Jerarquía:
- 1. Apertura
  - 2. Secundaria/adjunta
  - 3. Cortos/breves
  - 4. Avances
  - 5. Otros
18. (R) Ubicación en la página:
- 1. Encabezado

- 2. Superior izquierda
  - 3. Superior derecha
  - 4. Medio
  - 5. Parte inferior
  - 6. Otras
19. (S) Género periodístico:
- 1. Reportaje
  - 2. Informe
  - 3. Nota informativa
  - 4. Crónica
  - 5. Entrevista
  - 6. Testimonio
  - 7. Perfil
  - 8. Fotohistoria
  - 9. Otros
20. (T) Recurso visual:
- 1. Foto
  - 2. Caricatura
  - 3. Infografía
  - 4. Tabla/gráfico
  - 5. Facsímil
  - 99. No aplica

**Tratamiento informativo**

21. (U) Roles en los que se presenta a las mujeres:
- 1. Esposas o convivientes/ amas de casa
  - 2. Madres / madres solteras
  - 3. Amantes
  - 4. Trabajadoras y/o profesionales
  - 5. Modelos (de moda, belleza)
  - 6. Artistas, personajes de farándula
  - 7. Trabajadoras sexuales/ prostituida
  - 8. Víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
  - 9. Mujer rebelde en profesiones no “femeninas” o transgresora de normas
  - 10. Otras

**Estereotipos sobre mujeres:**

- 1. Físicos (debe ser bella, voluptuosa, exuberante, artificial, maquillaje en exceso)
- 2. Intelectuales (rubia tonta, mujer carente de preparación y cultura, mujer con bajo coeficiente intelectual, profesional competitiva, mujeres que no sirven para la ciencia y más la educación y la comunicación)
- 3. Sociales y psicológicos (solo amas de casa, madres de familia, prostitutas, sumisas, sometidas, subordinadas, seductoras, sensuales/sexis, dependientes, abnegadas, tradicionales, sensatas y prudentes, religiosas/piadosas...)
- 4. Éticos/morales o religiosos (mujeres arribistas, renuncian a su dignidad por dinero o ascenso social y/o profesional, ambiciosas, envidiosas, competitivas por los hombres, dispuestas a “jalarse de los pelos” por ellos)
- 5. Otros
- 99. No aplica

**Discurso sobre estereotipos**

- 1. Cuestionar o desafiar estereotipos
- 2. Conservarlos o reforzarlos
- 3. Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía
- 4. No se enuncian pero se alude a ellos
- 99. No aplica/ no se enuncian

**Proposición principal**

- Ubicación de la proposición principal:**
- 1. Título
  - 2. Lead

- 3. Cuerpo
- 99. No aplica

**Tendencia de la proposición principal:**

- 1. Positiva
- 2. Negativa
- 3. Neutra
- 99. No aplica

**¿La proposición desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre mujer y/u hombre?**

- 1. En desacuerdo. La nota definitivamente no desafía estereotipos.
- 2. De acuerdo. La nota definitivamente desafía estereotipos.
- 99. No aplica

**¿La proposición principal enfatiza temas de igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres?**

- 1. Sí, claramente resalta igualdad/desigualdad
- 2. No, claramente no resalta igualdad/desigualdad
- 99. No aplica

**Análisis fotográfico**

- Entorno físico**
- 1. Doméstico
  - 2. Laboral
  - 3. Lúdico
  - 4. Neutro
  - 99. No aplica

- Fisonomía**
- 1. Blanca/Mestiza
  - 2. Morena
  - 3. Negra
  - 4. Indígena
  - 5. Montubia
  - 6. Otra
  - 99 No se identifica

**Observaciones**

## ANEXO 2

### GUÍA DE CODIFICACIÓN PARA PROGRAMAS DE TV

#### 0. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

La primera coordenada de la hoja de codificación está destinada a anotar las características generales del programa y describirlas, por esto está es numerada cero.

##### Columnas o variables:

1. **Fecha** (DD/MM/AA).
2. **No. de Unidad de análisis**, en este caso, del programa, en orden cronológico.
3. **No. de secciones o bloques** de la unidad de análisis. Hay que nombrar las secciones o bloques que tiene el programa en general, o en particular en esa fecha. .
4. **Quién conduce el programa**. Se codifica como sigue:
  0. Mujer
  1. Hombre
  2. M y H

En la columna de observaciones se pondrá el número de hombres y mujeres que conducen o presentan el programa.

#### 5. Personas invitadas en el set

1. Sí
  2. No
99. No aplica (se codifica así en el caso en que el programa nunca incluya invitadas/os).

#### 6. Número de mujeres invitadas

Si se responde Sí en la variable anterior, se llena esta columna.

#### 7. Duración de programa sin publicidad, señalado en horas y minutos: HH:MM

No se cuenta el tiempo de duración del titular, si es que es anunciada al inicio del programa, solo la nota desarrollada, incluyendo cortes publicitarios que se presenten durante la transmisión de la nota periodística.

#### 8. Observaciones

Se incluirá el número de mujeres y de hombres conductores y quién dirige, si un hombre o una mujer. Se anotarán también las características físicas de conductoras/es, algo de los perfiles biográficos, su forma de vestir (casual, formal, muy *fashion* o no tanto), y algún otro aspecto que se considere relevante para identificar el programa, sea en el perfil, en la actitud o en el físico. Reparar también en las diferencias estéticas entre mujeres y hombres y en los planos o enfoques de la cámara en relación con los varones y con las mujeres; y en el rol de unos y otras en cuanto a la conducción y/o presentación del programa, si el varón es conductor principal y la mujer apoyo, o viceversa. Estos aspectos también pueden ser parte de la presentación descriptiva del programa.

## 1. FRECUENCIA Y ESTRUCTURA MORFOLÓGICA DE LAS NOTAS PERIODÍSTICAS SOBRE Y CON MUJERES

Se repara en las notas periodísticas que incluyan mujeres, sea como protagonistas, sea como parte del público. Este dato es importante porque el análisis de contenido se hará con las notas que tengan a las mujeres como tema, es decir, donde ellas sean protagonista o tengan una función destacada dentro de la nota periodística.

### Columna o variables

1. **Total de notas periodísticas.** Se refiere a la cantidad de notas periodísticas (noticias, reportajes, crónicas, etc.) que se publiquen en la edición de esa fecha. Nota periodística es una denominación genérica, que trata de abordar los diversos géneros periodísticos en los que se publican informaciones y opiniones.
2. **Total de notas sobre y con mujeres.** En relación con la variable anterior, se incluirá aquí el número de notas periodísticas que incluyan mujeres en las diversas funciones, y en particular, cuando el tema o el personaje central sea una mujer. De acuerdo con lo que señala la Guía de Monitoreo de la WACC, las mujeres aparecen en las siguientes funciones:
  - TEMA: cuando la historia es sobre ella o algo que ha hecho o dicho;
  - VOCERA: representa o habla en nombre de otra persona u otras personas, de grupo u organización, empresa, etc.);
  - EXPERTA O COMENTARISTA: cuando entrega información adicional, comenta, opina, con base en sus conocimientos especializados;
  - EXPERIENCIA PERSONAL: entrega una opinión o comentario, basado en su experiencia individual. La opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio;
  - TESTIGO: da testimonio o comenta algo que ha observado directamente; por ejemplo, porque ha presenciado un accidente o ha estado presente en un evento;
  - OPINIÓN POPULAR: la persona es tomada para reflejar la opinión del “ciudadano común”, por ejemplo, en una entrevista en la calle, o como vox pópuli (lo que dice la gente), etc. Está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio.

También se incluyen las notas que tenga un recurso visual donde las mujeres sean centrales o aparezcan en número indefinido. En la columna de observaciones, se hará notar cuántos hombres y qué función aparecen en las notas sobre y con mujeres.

3. **Mujeres en los titulares.** Se codifica: 1. SI; 2. NO.
4. **No. de unidad de análisis.** Se refiere a la nota periodística que es la unidad de análisis; en este caso, toda nota periodística que tenga a una mujer como tema y en las demás funciones mencionadas en la variable anterior. También será unidad de análisis una nota periodística que aborde temas relacionados con ellas, como violencia de género, todas las formas de abuso, etc. Se numera de acuerdo con el orden de apareamiento en el programa. En el caso de que una de esas notas sea un reportaje secuenciado, que se anuncia en titulares o en el primer segmento del programa, y después se desarrolla, se le pondrá el número que corresponde cuando se lo anuncia por primera vez.
5. **Bloque noticioso.** Se especifica dentro de qué bloque o sección del programa se encuentra la nota, si es que hay secciones. De lo contrario, se considerará cada bloque según el número de cortes publicitarios que presente el programa.
6. **Tema abordado.** Se codifica de acuerdo con el Anexo 2, donde se encuentra la lista de la WACC, revisada e incrementada por el Área de Investigación.

7. **Duración de la nota periodística:** Se registra el tiempo (en minutos), que dura la transmisión de cada nota, desde que comienza a transmitirse. Al contar minutos, se excluye el tiempo de los titulares, pero se incluye el de la publicidad entre el desarrollo de la nota periodística, si la hubiera. Se codifica como sigue:
  1. 0 – 3 minutos
  2. 3 – 6'
  3. 7 - 10'
  4. 10 - 13'
  5. + de 13'
  
8. **Género periodístico.** Se codifica como sigue:
  1. Informativo
  2. Reportaje
  3. Crónica
  4. Entrevista
  5. Informe
  6. Testimonio
  7. Perfil biográfico
  8. Otros (especificar)

Para el caso, ver definición de los diferentes géneros periodísticos. Sin embargo, cabe precisar que para el caso de los programas analizados, toda **nota informativa** se desarrolla generalmente con tomas en el lugar de los hechos, y preguntas rápidas que se hacen a testigos luego del hecho.

Un **reportaje** se considerará como tal, cuando se aborda un tema con planificación y se realiza con base en la investigación; las entrevistas a diferentes personas añaden significados al tema investigado, con base en el conocimiento sobre la materia de personas expertas o de quienes puedan contar experiencias personales. Trata de presentar 'objetivamente' un tema

La **crónica**, en cambio, generalmente encierra la visión personal de quien presenta o narra el hecho; puede hacerse en orden cronológico, o alterando el orden secuencial de los acontecimientos. Como dice el periodista Orlando Gamboa: "El reportaje es una fotografía de la realidad, mientras la crónica, una pintura"<sup>64</sup>, definición que trata de significar la diferencia entre el análisis y la interpretación, o la presentación de la realidad y la interpretación subjetiva de ella.

La **entrevista** es definida como género y como técnica; en este caso, se usa para investigar sobre un hecho o apoyar la narración de ese hecho; en el primer caso es el género que sirve para presentar a un personaje, sea sobre un tema específico sobre el cual tiene experticia, o sobre él mismo.

El **informe** se diferencia del reportaje en que solo pone al descubierto datos empíricos sobre un hecho.

**Testimonio** pasa a ser un género en la medida en que una persona es entrevistada para testimoniar sobre algo presenciado por ella, o para dar a conocer un hecho o varios de su vida.

El **perfil biográfico** se centra en una persona y da a conocer los datos más importantes de su vida, que la destacan o la describen sintéticamente.

**9. Formato de la nota:** Se codifica así:

---

<sup>64</sup> Donado Vilorio, Donaldo. "Diferencias entre reportaje y crónica". En <http://www.redactores.org/noticias.html> (Visitada el 15 agosto 2012).

1. Entradilla (tiene una extensión de no más de 30 segundos. Puede ser empleado en noticias de última hora).
2. Entradilla + DLS<sup>65</sup> (se refiere a lo anterior pero la imagen del presentador/a se tapa, ligeramente, con una imagen fija).
3. Entradilla + OFF<sup>66</sup> (quien presenta comienza a relatar y al poco tiempo es tapado con secuencias de imágenes y continúa su voz en off).
4. OFF (comienza la presentación con secuencia de imágenes y voz de la presentadora o presentador en OFF).
5. Entradilla + video del /la periodista
6. Comentario en ON (presentador/a)
7. Comentario en OFF (presentador/a)
8. Conexión en directo
9. Entrevista en el set
10. Otro (especificar)

**10. Quién presenta la nota periodística:**

1. Conductor.
2. Conductora.
3. Ambos.
99. NA (no aplica en caso de no haya presentación).

**11. Autoría de la nota periodística:**

1. Mujer
2. Hombre
3. Ambos
99. NA (no se dice de quién es la autoría).

**12. Ámbito geográfico.** Interesa ubicar la procedencia de la nota periodística, es decir, dónde ha ocurrido el hecho que produce la información, si en el ámbito nacional y en qué ciudad o provincia, específicamente, o fuera del país, o en el país y en otros.

Para el caso del Ecuador, se codifica por provincia en orden alfabético, y finalmente, entre nacional e internacional, como sigue:

- |                                   |               |                     |                 |
|-----------------------------------|---------------|---------------------|-----------------|
| 1. Azuay                          | 2. Bolívar    | 3. Cañar            | 4. Carchi       |
| 5. Chimborazo                     | 6. Cotopaxi   | 7. El Oro           | 8. Esmeraldas   |
| 9. Galápagos                      | 10. Guayas    | 11. Imbabura        | 12. Loja        |
| 13. Los Ríos                      | 14. Manabí    | 15. Morona Santiago | 16. Napo        |
| 17. Orellana                      | 18. Pastaza   | 19. Pichincha       | 20. Santa Elena |
| 21. Sto. Domingo de los Tsáchilas | 22. Sucumbíos | 23. Tungurahua      |                 |
| 24. Zamora Chinchipe              |               |                     |                 |

25. Nacional: Cuando el hecho ha ocurrido en el país pero no se ubica el sitio preciso.

26. Nacional y otros: Ha ocurrido el país y en otros específicos, que se mencionan.

27. Internacional. Se refiere a otros países o al mundo en general, como por ejemplo la información o reportajes sobre la celebración del Día Internacional de la Mujer en Ecuador y el mundo.

**13. Zona** Se refiere a zona urbana o rural del país. Este dato es relevante porque se dice, generalmente, que los hechos violentos pasan más en los sitios aislados que en las urbes, o en estas, con mayor intensidad en las zonas marginales. Se codifica como sigue:

<sup>65</sup> Se refiere a lo anterior pero la imagen del presentador se tapa, ligeramente, con una imagen fija.

<sup>66</sup> Comienza la presentación con secuencia de imágenes y voz de la presentadora o presentador en OFF.

1. Urbana
3. Rural

2. Urbano-marginal
99. NA (cuando no se menciona o no se identifica el lugar del suceso).

#### 14. Observaciones

Se incluyen aquí las observaciones sobre todos los datos relevantes o que llamen la atención, en particular sobre las personas que conducen, las diferencias entre hombre y mujer presentadores, si las hay; sobre las notas que sean sobre o con mujeres. Estas observaciones pueden servir para llenar las variables de las siguientes coordenadas.

#### 2. CARACTERÍSTICAS DE CADA MUJER EN LAS NOTAS PERIODÍSTICAS

Con el total de notas que incluyen mujeres en las diferentes funciones, las variables de esta coordenada apuntan a descubrir el cómo los programas analizados representan a las mujeres.

**1. Número de unidad de análisis.** Corresponde el mismo número que se le dio previamente, según el orden de apareamiento.

**2. Función de la mujer en la unidad de análisis.** Aquí se codifica cada función indicada en la segunda variable de la coordenada anterior.

Se determina cada mujer en la unidad de análisis, pero se analizará con mayor detenimiento las notas periodísticas en las cuales las mujeres estén en las cinco primeras funciones. Las que sean presentadas en estas funciones pueden ser enumeradas, según el orden de apareamiento, en la columna de observaciones. Se codifica así:

- |                          |            |                            |
|--------------------------|------------|----------------------------|
| 1. TEMA;                 | 2. VOCERA; | 3. EXPERTA O COMENTARISTA; |
| 4. EXPERIENCIA PERSONAL; |            | 5. TESTIGO;                |
| 6. OPINIÓN POPULAR;      |            | 7. OTROS <sup>67</sup>     |
|                          |            | 99. NA <sup>68</sup>       |

#### 3. Ocupación de las mujeres en la nota periodística

Se codifica según la Guía de la WACC

#### 4. Grupo étnico

1. Blanco-mestizo
2. Mestizo
3. Indígena
4. Negro/mulato
5. Montubio
6. Otro (especifique)
99. NA (No se identifica)

#### 5. Grupo etario

0. No se sabe (la persona no puede verse claramente)
1. menor de 12 años
2. 12 – 18 años

---

<sup>67</sup>Se marca "otros" cuando la mujer o las mujeres sean presentadas como recurso visual y se especifica la función en la columna de Observaciones.

<sup>68</sup>No aplica solo cuando la función de una mujer, o de varias, no esté clara..

3. 19 – 34 años
4. 35 – 49 años
5. 50 – 64
6. 65 y +

#### **6. Estado civil**

1. Soltera
2. Casada
3. Divorciada / separada
4. Unión libre
5. Viuda
99. NA (no se identifica/no se menciona)

#### **7. Capacidades especiales**

1. Sí
2. No

En la columna de Observaciones se definirá qué tipo de capacidad especial.

#### **8. Relaciones familiares en las que se presenta a las mujeres**

1. Madre
2. Abuela
3. Esposa
4. Hija
5. Conviviente
6. Amante / “moza”
7. Otra (especificar)
99. NA (no se menciona, no corresponde).

#### **9. Minoría social**

Para codificar esta característica, partimos del concepto siguiente: “Se denomina ‘minoría’ a todos los grupos sociales cuyas experiencias y valores vitales (culturales, sexuales, políticos, etc.) se oponen a los valores dominantes”.<sup>69</sup>

Se codifica de la manera siguiente:

1. Grupos LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, intersexos).
2. Tribus urbanas (grupos musicales alternativos, de rock, hip hop, etc)
3. Grupos políticos (agrupaciones por la defensa del medio ambiente, por ejemplo).
4. Otros (especificar)
99. NA (no corresponde a ninguna minoría).

En Observaciones, incluya cualquier especificación de alguna de las minorías codificadas.

#### **11. Observaciones**

Aparte de lo expresamente señalado en las variables, incluir en esta columna todo lo que sea de relevancias sobre las características de las mujeres en las notas periodísticas. Servirá para el análisis cualitativo.

---

<sup>69</sup> Disponible en la URL:

<http://www.uasb.edu.ec/padh/revista12/documentos/orientación%20sexual.htm>

(Origen: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista12/documentos/orientacion%20sexual.htm>). Visitada el 30 mayo 2012.

### 3. CARACTERÍSTICAS DE CONTENIDO Y DE IMAGEN POR CADA NOTA PERIODÍSTICA CON O SOBRE MUJERES

En esta parte se trata de ver el tratamiento que reciben las mujeres que aparecen en las notas periodísticas, tanto en la imagen como en el discurso; es decir, en qué roles son presentadas, qué estereotipos de hallan o no en el discurso, se los refuerza o se los desafía; si enfoque de la cámara, mediante los diversos planos de enfoque, contribuye o no a reforzar o a cuestionar estereotipos.

**1. Número de la unidad de análisis.** Será el mismo determinado en la coordenada anterior.

**2. Titular.** Se escribe textualmente, con el fin no solo de ubicar la nota y la presencia o no de mujeres en el titular, sino para saber también qué se destaca de la nota. El titular puede estar en los avances, y según el orden de apareamiento del titular en los avances, si los hay, será el número dado a la nota periodística o unidad de análisis.

#### 3. Entorno o locación de la nota periodística

Se trata de ver en qué lugar aparecen las mujeres en la nota periodística, pues también el entorno o la locación de la toma podría contribuir a reforzar o no estereotipos. Se codifica como sigue:

1. Doméstico (la casa, el hogar)
2. Laboral (oficina, fábrica, etc)
3. Espacios públicos (la calle)
4. Lúdico (parques, cines)
5. Otro (especificar)
99. NA (no se identifica).

#### 4. Roles en los que se presenta a las mujeres

1. Esposas o convivientes / amas de casa
2. Madres / madres solteras
3. Amantes
4. Trabajadoras y/o profesionales
5. Modelos (de moda, de belleza)
6. Artistas, personajes de farándula
8. Trabajadoras sexuales / prostituida
9. Víctimas y/o sobrevivientes de violencia de género
10. Mujer rebelde, en profesiones no “femeninas”, o transgresora de normas,
11. Otras (especificar)

En la columna de Observaciones se determinará qué tipo de violencia de género sufre la mujer de la unidad de análisis, y si es presentada solo como víctima o como sobreviviente; también se especificará, en el caso de otro tipo de violencia (ya determinada al codificar los temas), en qué rol o roles es presentada. Asimismo, con el número 10 se codificará a una trabajadora y/o profesional que ejerce una actividad tradicionalmente masculina, y si esto se destaca o no en la nota periodística; se precisará el particular en la columna de Observaciones.

Hay que anotar, además, que en el concepto de **sobreviviente**, desde el feminismo, trasciende el hecho de resultar sobreviviente de un accidente de tráfico, por ejemplo; el concepto implica una noción de resistencia, de vencer dificultades y decidirse a participar o ser parte de algún grupo u organización para prevenir el problema en otras personas. También desde el feminismo, se privilegia el uso del término sobreviviente en vez de **víctima**, a fin de evitar la llamada re victimización, que es frecuente en casos de abuso sexual, violación y violencia doméstica -sobre

todo cuando se hacen denuncias para sancionar a los agresores- o para no “patologizar el sufrimiento”, como dice Alfonso Rodríguez González.<sup>70</sup>

## 5. Estereotipos sobre mujeres

1. **Físicos**<sup>71</sup> (M debe ser bella, voluptuosa, exuberante, artificial, maquillaje en exceso...);
2. **Intelectuales** (rubia tonta, M carente de preparación y cultura, mujeres tienen bajo coeficiente intelectual, son profesionales competitivas, no sirven para la ciencia, más para la educación, la comunicación...);<sup>72</sup>
3. **Sociales y psicológicos:** solo amas de casa, madres de familia, prostitutas, sumisas, sometidas, subordinadas, seductoras, sensuales/sexys, dependientes, abnegadas, tradicionales, sensatas y prudentes, religiosas/piadosas...;
4. **Éticos/morales o religiosos:** mujeres arribistas, renuncian a su dignidad por dinero o ascenso social y/o profesional, ambiciosas, envidiosas, competitivas por los hombres, dispuestas a “jalarse los pelos” por ellos...;<sup>73</sup>
5. Otros (especificar)

En la columna de Observaciones se precisará cuál es exactamente el estereotipo en que se ubica a la mujer o las mujeres de la unidad de análisis; si se marca la codificación 3, se dirá si se la ubica como sumisa y/o sexy; si es la 4, se precisará si renuncia a su dignidad por dinero o se la ubica como competitiva, por ejemplo, pues son diferentes los ámbitos en que se le podrían aplicar estos estereotipos.

## 6. Discurso sobre estereotipos

Se trata de analizar si el discurso de quienes presentan o han elaborado la nota periodística, tiene a:

1. Cuestionar o desafiar los estereotipos
2. Conservarlos o reforzarlos.
3. Los enuncia solamente, ni refuerza ni desafía.
4. No se enuncian pero se alude a ellos.
99. No aplica (cuando no se enuncian)<sup>74</sup>

---

<sup>70</sup> “El empleo del término ‘víctima’ puede cristalizar una identidad anclada en el pasado y peor situada para el cambio, mientras el de ‘sobreviviente’ sitúa al individuo en una mejor posición para la psicoterapia y para el trabajo de recuperar el control vital”, dice Rodríguez González en su artículo “El concepto de víctima”. Ver <http://documentacion.aen.es/pdf/libros-aen/coleccion-estudios/violencia-y-salud-mental/parte1-algunos-conceptos-sobre-la-violencia/37-el-concepto-de-victima.pdf> Visitada el 22 agosto 2012.

Ver igualmente el artículo de María Suárez, titulado “Violencia sexual: Más casos en querrela internacional contra miembros del clero”, en *Cuadernos Feministas*, del 4 junio 2012, en el que se hace conocer que el CCR (Centro de Derechos Constitucionales de los EEUU **es dirigido por sobrevivientes "para proteger a niños y adultos vulnerables, poner fin a la violencia sexual e impedir que otros vivan los graves daños sufridos por víctimas y sobrevivientes y los riesgos que corren muchos católicos mientras no se haga justicia..."** En <http://cuadernosfem.blogspot.com/2012/06/violencia-sexual-mas-casos-en-querrela.html> Visitada el 22 agosto 2012

<sup>71</sup> Se refiere a los criterios de selección de la industria televisiva con relación a las mujeres que aparecen en pantalla. Por ejemplo, tener medidas corporales de modelo, o haberse hecho cirugías estéticas, o haberse puesto silicona para transformar el cuerpo. Esto es el indicador de belleza artificial, por ejemplo. El estereotipo es considerar que una mujer tiene que estar siempre bella para agradar a su esposo, o ser sexy para conquistar a los hombres.

<sup>72</sup> Un estereotipo intelectual es creer, por ejemplo, que las mujeres se desempeñan bien en ciertas profesiones, no para otras como la tecnología, por ejemplo.

<sup>73</sup> Las mujeres son expuestas a partir del conflicto, la envidia y con la evidente intención de causar daño a otras personas. Por ejemplo, vecinas que se pelean entre sí.

<sup>74</sup> Enunciar significa decir, expresar. Cuando hay un implícito, se trata de una alusión; en este caso, no se enunciarían los estereotipos, y se codificaría como 99; sin embargo, habría que aclarar este particular en la columna de observaciones, si es que hay alguna alusión, algún comentario que aluda a uno, o varios, estereotipo sin nombrarlo.

## 7. Plano frecuente

Al anotar el plano más frecuente en el que se enfoca a presentadoras y presentadores, se trata de ver también si la cámara contribuye a cuestionar o reforzar estereotipos, en concordancia con la variable anterior. Para ello hay que saber para qué se usan o para qué sirven los diferentes planos, los cuales se codifican así:

1. GPG (gran plano general);
2. PG (plano general);
3. PC (plano completo);
4. PA (plano americano);
5. PM (plano medio);
6. PPL (primer plano largo);
7. PP (primer plano);
8. GPP (gran primer plano);
9. PD (plano detalle).
10. Otro (especificar).

Para mostrar qué planos conservan o refuerzan estereotipos o, al contrario, qué otros contribuirían a cuestionarlos, habrá que hacer capturas de pantalla de esas tomas o enfoques de las cámaras en las mujeres de la nota periodística. Asimismo, en las presentadoras o periodistas, lo cual puede servir de ejemplo.

## 8. Observaciones

En esta columna, la final de las hojas de codificación, se trata de hacer un resumen de los temas abordados y anotar lo que llame la atención en cuanto a las características de contenido y de imagen sobre las mujeres. Observar también aspectos destacables, en particular del discurso de presentadores y presentadoras: en dónde son más, o menos, evidentes, si en la presentación o en el desarrollo de la nota periodística, por ejemplo.

Es importante observar cómo se proyectan quienes presentan el programa y/o la nota periodística, qué diferencias o similitudes hay entre unos/as y otros/as; por ejemplo, si la cámara los enfoca de frente o les busca el ángulo más estético, sobre todo en las mujeres, y qué enfoca en ellas. Es importante precisar cómo son comentadas y narradas las mujeres. También cuál es el rol, en la nota, de hombres. 

## **ANEXO 3**

### **TEMAS**

(Según Guía de Periódicos de la WACC (2009 - 2010))

#### **Política y Gobierno**

1. Mujeres en el poder político y toma de decisiones (local, regional, nacional)
2. Mujeres candidatas a puestos de elección (local, regional, nacional). Función de esposas de gobernantes o funcionarios.
3. Paz, negociaciones, tratados (local, regional, nacional)
4. Otros aspectos de política nacional, gobierno (local, regional, nacional), elecciones, discursos, el proceso político...
5. Acuerdos internacionales (comercio internacional y sistemas financieros, por ejemplo, OMC, FMI, banco Mundial, deuda...)
6. Política exterior/internacional, relaciones con otros países, negociaciones, acuerdos, procesos de paz con intervención de NU...
7. Defensa nacional, gasto en defensa, entrenamiento militar, desfiles militares, seguridad interna...
8. Otras historias sobre política y gobierno (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

#### **Economía**

9. Políticas Económicas, estrategias, modelos (nacional, internacional)...
10. Indicadores Económicos, estadísticas, negocios, comercio, mercado de valores...
11. Crisis económica, rescate de empresas por parte del Estado, adquisición de empresas y fusiones...
12. Pobreza, vivienda, asistencia social, ayuda a los necesitados...
13. Participación de las mujeres en el proceso económico (trabajo informal, empleo remunerado, desempleo, trabajo no remunerado, trabajo de las mujeres, doble jornada, remuneraciones diferente, jubilación).
14. Otros temas laborales, huelgas, sindicatos, negociaciones, empleo, desempleo...
15. Economía rural, agricultura, prácticas agrícolas, políticas agrícolas, derechos sobre la tierra...
16. Temas de consumo, protección al consumidor, reglamentación, precios, estafas al consumidor...

17. Transporte, tráfico, caminos...

18. Otras historias en la economía (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **Ciencia y Salud**

19. Ciencia, Tecnología, Investigación, Descubrimientos, Desarrollos...

20. Medicina, salud, higiene, seguridad, discapacidad, investigaciones médicas, descubrimientos (que no sean HIV-Sida)...

21. HIV-sida, incidencia, política, tratamiento, personas afectadas, enfermedades de transmisión sexual (ETS), enfermedades propias de las mujeres (cánceres de seno y útero, por ejemplo), incidencia de algunas enfermedades más en mujeres que en hombres.

22. Otras epidemias, virus, contagio, influenza, BSE, SARS...

23. Control de natalidad, fertilidad, esterilización, amniocentesis, interrupción del embarazo, derechos sexuales y reproductivos, aborto, enseñanza de sexualidad, maternidad (efectos en la salud), embarazos, embarazo adolescente, cirugías estéticas y efectos en la salud de las mujeres..

24. Ambiente, naturaleza, contaminación, calentamiento global, ecología, turismo...

25. Otras noticias sobre ciencia o salud (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **Social y Legal**

26. Temas de desarrollo, sustentabilidad, desarrollo de la comunidad

27. Educación, asistencia a la infancia, parvulario, pre-escolar a universidad, educación para adultos, alfabetismo...

28. Relaciones familiares, conflictos inter-generacionales, padres solteros...

29. Derechos humanos, derechos de la mujer, derechos de los niños, derechos de gays y lesbianas, derechos de las minorías...

30. Religión, cultura, tradición, controversias, enseñanzas, celebraciones, prácticas...

31. Migraciones, refugiados, demandantes de asilo, conflictos étnicos, integración, racismo, xenofobia...

32. Movimientos femeninos, activismo, eventos, demostraciones, defensa de la igualdad de género...

33. Cambios en las relaciones de género, roles y relación entre la mujer y el hombre dentro y fuera del hogar...

34. Legislación sobre familia, códigos familiares, legislación sobre propiedad, derechos y legislación sobre herencia...

35. Sistema Legal, Sistema Judicial, Legislación (además de legislación familiar, de propiedad y de herencia)...

36. Otras noticias o temas sociales o legales (especifica en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **Crimen y Violencia**

37. Delitos no violentos, sobornos, robos, venta de drogas, corrupción (incluyendo corrupción política/ negligencia)...

38. Delitos violentos, asesinatos, raptos, secuestros, violencia relacionada a la droga...

39. Violencia de género, acoso, violencia doméstica, violación, tráfico, femicidio, mutilación genital, violación contra mujeres en conflictos armados, suicidios por violencia de género, violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico..

40. Abuso infantil, violencia sexual contra niñas, negligencia, violencia doméstica contra niñas y niños.

41. Guerra, guerra civil, terrorismo, violencia de Estado...

42. Disturbios, demostraciones, desorden público...

43. Desastres, accidentes, hambrunas, terremotos, inundaciones, huracanes, accidentes aéreos, accidentes de vehículos...

44. Otras noticias sobre crimen y violencia (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **Celebridades, Arte y Medios**

45. Noticias sobre Celebridades, cumpleaños, bodas, defunciones, necrológicas, personas famosas, realeza...

46. Arte, entretenimiento, diversión, cine, teatro, libros, danza...

47. Medios, incluyendo los Nuevos Medios (ordenador, internet), representación de la mujer y/o del hombre, pornografía...

48. Concursos de belleza, modelos, moda, belleza, cirugía estética...

49. Deportes, eventos, jugadores, instalaciones, entrenamiento, políticas, fondos...

50. Otras historias sobre celebridades, artes, medios (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **La niña**

51. Noticias sobre niñas, incluyendo actitudes culturales y prácticas que afectan a las niñas, educación, salud, explotación económica, violencia (ÚNICAMENTE CUANDO EL ÉNFASIS SE HACE EN EL SUJETO NIÑA/S)

52. Otros temas: usa sólo si ninguno de los códigos de temas arriba mencionados se adapta (especifica el tema en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación).

### **Sociedad y cultura**<sup>75</sup>

53. Rol de la mujer en la familia (madre, esposa, hija, nieta, abuela, etc.).

54. Prácticas de género (actitudes, costumbres consideradas como propias de las mujeres).

55. Matrimonio y sus diferentes formas, vida en pareja (conflictos), prácticas culturales sobre el matrimonio.

56. Divorcios (índices estadísticos, prácticas culturales, consecuencias del divorcio en las mujeres (en lo económico, social, cultural, en hijas e hijos).

57. Patrones estéticos (moda, modelaje, cosmética, gimnasia, cirugías estéticas, conceptos de belleza femenina).

---

<sup>75</sup> La categoría Sociedad y cultura para la clasificación de temas, ha sido aporte del equipo de investigación del Ciespal para el presente estudio, con el fin de registrar algunas particularidades propias de las mujeres en este ámbito. Asimismo, en el tema de violencia de género y de salud, se hicieron aportes específicos con el mismo fin.

## ANEXO 4

### OCUPACIÓN

(Según Guía de Periódicos de la WACC 2009 - 2010)

- 1 Realeza, monarcas en el poder o depuestos, etc.
- 2 Funcionarios del gobierno, políticos, presidente...
- 3 Figuras religiosas, sacerdotes, monjes, rabinos...
- 4 Empleados de gobierno, empleados públicos, burócratas, diplomáticos, etc.
- 5 Policía, militares, grupos paramilitares, seguridad...
- 6 Académicos, profesionales de la educación
- 7 Trabajadores en la agricultura, minería, pesca...
- 8 Activistas o trabajadores en organizaciones civiles...
- 9 Trabajadores del sexo, prostitutas
- 10 Celebridades, artistas, actores, cantantes...
- 11 Deportistas, atletas, jugadores, árbitros
- 12 Amas de casa, padres, ya sean mujeres u hombres sólo si la ocupación no está mencionada
- 13 Salud o servicio social profesional, doctores...
- 14 Profesionales de las ciencias o tecnología
- 15 Abogados, jueces, magistrados, defensores...
- 16 Personas de negocios, ejecutivos, financieros, etc.
- 17 Trabajadores de oficina, no estén en la gestión
- 18 Comerciantes, artesanos, trabajadores
- 19 Niños, jóvenes otra ocupación no mencionada
- 20 Profesionales de los medios, periodistas
- 21 Vecinos, residentes otra ocupación no mencionada
- 22 Jubilado, pensionado otra ocupación no mencionada
- 23 Delincuentes, etc. otra ocupación no mencionada
- 24 Desempleados otra ocupación no mencionada
- 25 Otros. Usa sólo como último recurso (especifica).
- 26 Estudiantes, alumnos, escolares
- 99 No aplica

