

Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena¹

Gender pluralism and sexual diversity in the Chilean television

Pluralismo de gênero e diversidade sexual na televisão chilena

MARÍA CECILIA BRAVO, Universidad de Chile, Santiago, Chile [mcecilia@uchile.cl]

BERNARDO AMIGO, Universidad de Chile, Santiago, Chile [bamigo@uchile.cl]

ANDREA BAEZA, Universidad de Chile, Santiago, Chile [andreaa.baeza@gmail.com]

CRISTIAN CABELLO, Universidad de Chile, Santiago, Chile [cristiansereno@ug.uchile.cl]

RESUMEN

Este artículo recoge los resultados de una investigación realizada para el Consejo Nacional de Televisión de Chile sobre el respeto a la equidad y diversidad de género en programas de televisión chilenos. Se implementó un dispositivo para identificar las recurrencias de estereotipos en una muestra de 167 personas/personajes televisivos, que constató la persistencia de inequidades y sesgos representacionales de género. Se concluye que las representaciones y estereotipos de género presentes en el corpus, lejos de limitarse a reproducir imágenes y sentidos comunes circulantes en la sociedad, producen significaciones que resultan contradictorias con los avances de la discusión social al respecto.

Palabras clave: televisión; pluralismo; estereotipos; género; diversidad.

ABSTRACT

This paper collects the results of a research conducted for the Chilean National Television Council on respect for gender equity and diversity in Chilean television programs. We implemented a device to identify, on a sample of 167 TV person/characters, the recurrence of stereotypes, which confirmed the persistence of inequalities and gender representational biases. The research concludes that the representations and stereotypes present in the corpus, far from being limited to reproducing images and common meanings circulating in society, produce meanings that are contradictory with the advances of the social discussion about this topic.

Keywords: television; pluralism; stereotypes; gender; diversity.

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa para o Conselho Nacional de Televisão do Chile, sobre o respeito a equidade e diversidade de gênero nos programas de televisão chilenos. Em uma amostra de 167 pessoas e personagens de TV, um dispositivo foi implementado para identificar a recorrência de estereótipos. Este estudo confirmou a persistência de desigualdades de gênero e viés de representação. A pesquisa conclui que as representações e os estereótipos presentes no corpus não apenas reproduzem imagens e sentidos comuns que circulam na sociedade, mas também produzem significados opostos ao progresso da discussão social sobre esse tema.

Palavras-chave: televisão; pluralismo; estereótipos; gênero; diversidade.

Forma de citar:

Bravo, M.C., Amigo, B., Baeza, A., & Cabello, C. (2018). Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena. *Cuadernos.info*, (42), 119-134. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1207>

INTRODUCCIÓN

La existencia de organismos reguladores de la televisión en Chile y en muchos países del mundo es un importante indicador de la relevancia e influencia social, política y cultural que los Estados dan a este medio de comunicación. Según Van Cuilenburg y McQuail (2003), las políticas públicas de regulación de los medios varían de manera coherente con las transformaciones de la sociedad, representando el equilibrio de los intereses políticos y económicos involucrados en el sistema mediático, así como de las prácticas culturales de producción, distribución y consumo.

En el caso de Chile, la Ley N°17.377, que creó el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) en 1970, buscó garantizar la diversidad política en las pantallas, en un país que comenzaba a experimentar una incipiente masificación del acceso a la televisión. Sin embargo, no es hasta 1989 cuando el CNTV se constituye efectivamente, a través de la Ley N°18.838, en el contexto del fin de la dictadura militar. Ese cuerpo legal tuvo por misión principal regular la difusión de la propaganda electoral después de dieciséis años de ausencia de debate político en un sistema televisivo que, a esas alturas, estaba ya plenamente consolidado. Después de varias modificaciones y adecuaciones de la regulación durante las dos primeras décadas tras el retorno a la democracia –y en el marco de importantes cambios tecnológicos en la esfera mediática, como la masificación de Internet, la convergencia mediático-tecnológica y el consecuente advenimiento de la televisión digital terrestre– en 2014 se promulgó la Ley N°20.750. Con este cambio en la normativa, el Estado buscó actualizar la legislación, considerando el contexto tecnológico emergente, y recoger los nuevos debates presentes en la sociedad chilena. Uno de sus aspectos más relevantes es la redefinición del concepto de pluralismo, antes asociado casi exclusivamente al ámbito de la discusión política, ideológica, moral y religiosa. En su artículo 1°, inciso tercero, la actual ley entiende el pluralismo como “el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género” (Biblioteca del Congreso Nacional, 2014).

Los conceptos de diversidad cultural, étnica y de género, así como de orientación sexual e identidad de género incorporados en el texto de la ley son temáticas relevantes en la actual discusión pública de nuestro país. Entre estos, el problema de la imagen televisiva de la mujer es uno de los conceptos más abordado por la investigación especializada: existe una extensa

producción bibliográfica al respecto que da cuenta de la persistencia de los sesgos y estereotipos en su representación. Por el contrario, no son muchos los estudios que se enfocan en el problema de la presencia y las formas de representación de la diversidad sexual y de género, en un país en el que la temática está cada vez más presente en el debate público.

Considerando lo anterior, este artículo presenta los resultados de un estudio –solicitado por el CNTV– sobre el respeto a la equidad, la diversidad y la identidad de género en programas de televisión. La investigación se centra en el carácter que adquieren las construcciones simbólicas producidas por el medio televisivo respecto de los roles asignados, las valoraciones explícitas e implícitas, las jerarquías atribuidas, los sentidos comunes y las normas de acción, todas condensadas en los estereotipos de género presentes en la sociedad y que son representados en las pantallas televisivas.

Desde el punto de vista metodológico y de la definición de la muestra, se buscó construir un corpus homogéneo, susceptible de ser analizado con los mismos instrumentos conceptuales. Dado que el posicionamiento enunciativo es completamente distinto en los programas de ficción y en los de no-ficción y, por lo tanto, también son diferentes los puntos de partida teóricos y metodológicos para su análisis (Jost, 2001; Amigo, Bravo, & Osorio, 2014; Marcos, 2014), se decidió focalizar el trabajo en programas de no-ficción.

Adicionalmente, el propósito de este trabajo fue aportar elementos metodológicos y conceptuales que sirvan al diseño de políticas públicas y a la discusión social tendientes a una mejor, más justa, digna y respetuosa representación de la diversidad e identidad sexual y de género en la televisión, que se condiga con los avances y las transformaciones culturales al respecto.

MARCO TEÓRICO

CONCEPTUALIZACIONES EN TORNO AL GÉNERO: DESDE LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES HACIA LA DIVERSIDAD SEXUAL

El género es una categoría de análisis construida sobre la base del sexo. La célebre frase de Simone de Beauvoir (2003) la mujer no nace, se hace es un precedente de cómo se moldean socialmente el cuerpo biológico y la procreación. El sistema sexo/género se entiende como una forma primaria de las relaciones de poder y dominación que el patriarcado ejerce sobre las mujeres (Scott, 1996). Además, desde una perspectiva situada, permite comprender la subordinación de las

mujeres y la división sexual del trabajo que poseen las variadas sociedades en sus distintos momentos históricos (Rubin, 1986).

Considerando las vertientes sociales y culturales, el sistema sexo/género corresponde al conjunto de “prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómo-fisiológica” (de Barbieri, 1993, p. 149). Dicho sistema articula y legitima un modelo de género binario y jerárquico, de cualidades, espacios y prescripciones disímiles entre hombres y mujeres. Sin embargo, la autora sostiene que es preciso deconstruirlo reconociendo las múltiples maneras de ser mujer y hombre, en intersección con la generación, lo étnico-cultural y la clase social. Sin hablar de sistema sexo/género, pero apuntando a esta realidad, Bourdieu (2000) tematiza la dominación masculina: un mundo social basado en principios de visión y división sexuales a partir de pares opuestos y jerárquicos que organizan la percepción y la organización concreta y simbólica de la vida.

El concepto de género, acuñado para analizar la situación de opresión de las mujeres respecto de los hombres en términos binarios, ha ido adquiriendo distintos matices e incorporando a otros sujetos que también se ven afectados por estas relaciones sociales de dominación masculina, como las personas del colectivo LGTBI (lesbianas, gays, transgénero, bisexuales e intersexuales). El reconocimiento de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres y de la diversidad sexual es parte de una exigencia constante para alcanzar un horizonte de igualdad en la sociedad y en sus instituciones. La homosexualidad ya no es vista como una enfermedad o como una degeneración propia de una persona criminal que transgrede una normativa moral (Falconí, 2016); hoy, la identidad gay es parte de debates públicos sobre filiación, derechos e igualdad que movilizan una normalización de géneros antes excluidos de la esfera pública (Butler, 2010; Brown, 2006; Bersani, 1998). En las últimas décadas, ha ocurrido un desplazamiento de los grupos de la diversidad sexual desde los márgenes de la representación hasta la legitimación actual de una “homosexualidad nacional” (Puar, 2007) que es parte de las agendas de los gobiernos progresistas (Cabello, 2015; Galindo, 2017). La diversidad sexual instala desafíos epistemológicos porque implica cuestionar una visión binaria del género que no se reduce a dos sexos (hombre/mujer), sino que asume la existencia de otros géneros, como el transgénero (Fraisse,

2016, p. 54). En la actualidad se acepta cada vez más la idea de que el cuerpo (lo biológico), el género (lo sociocultural) y la identidad sexual (la subjetividad individual) no necesariamente están en concordancia con el modelo occidental predominante de identidades dicotómicas, en el que se establecen roles, espacios, estereotipos y valores diferentes y jerarquizados entre los géneros (Mora, Fritz, & Valdés, 2006). Se reconoce, más bien, que existe una multiplicidad de identidades en hombres y mujeres, como múltiples son las formas de ser femenino o masculino (Lamas, 2000; Halberstam, 2013; Tron & Flores, 2013). En su edición de enero de 2017, la revista *National Geographic* publicó un número especial titulado “Género. La revolución”; en su portada aparecían jóvenes y adolescentes bigénero, intersexo, no binarios, transgénero y andróginos, quienes plantean nuevas formas de comprender el género y la sexualidad a nivel global. La igualdad de los sexos está en constante evolución y en el siglo XXI “son las dualidades y lo binario lo que es puesto en tela de juicio por ser considerados por los nuevos investigadores como múltiples y móviles” (Fraisse, 2016, p. 75).

La identidad de género “es la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la experimenta profundamente” (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2013); sin embargo, no siempre existe una correspondencia entre la identidad y el cuerpo de nacimiento. Las personas que no se identifican con un género binario, es decir, que exceden las categorías de gay, lesbiana o trans, han sido categorizadas como *queer* (Butler, 2001; Córdoba, Sáez, & Vidarte, 2005).

La orientación sexual, a veces denominada identidad sexual (Mora, Fritz, & Valdés, 2006), corresponde, en cambio, a la capacidad de una persona de sentirse atraída emocional, sexual y afectivamente por otras personas, independiente de su sexo y de su identidad. Acá se distinguen tres tipos: heterosexualidad (cuando es hacia un género distinto del propio), homosexualidad (hacia el mismo género) y bisexualidad (a más de un género) (Castelo, 2015; Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2013).

Desde esta perspectiva, el género “es el sistema de atribución social de identidades, significados, poderes, funciones y prestigios jerarquizados y excluyentes referidos al cuerpo, al deseo y a la reproducción” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2010, p. 28).

ESTUDIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GÉNERO

El cruce entre los estudios de género y los estudios de comunicación ha sido fructífero, generando un vasto campo de investigación y reflexión crítica que ha permitido “iluminar determinadas dimensiones de la realidad que no se pueden identificar desde otros marcos interpretativos” (Cobo, 2009, p. 37).

Tuchman (1978) acuñó el término aniquilación simbólica para referirse a la representación diferida en términos de aparición y contenido que afecta principalmente a las mujeres. Mattelart (1982) sostuvo que los medios de comunicación apelan y difunden valores femeninos como la pasividad y la dependencia, estableciendo así una imagen estereotipada de la mujer. Entroncado a lo anterior, Wood (2005) ha sistematizado diversos resultados de investigaciones norteamericanas sobre los puntos de vista del género en distintos medios de comunicación, entre ellos, la televisión. En términos generales, los hombres aparecen como sujetos activos, aventureros, poderosos, sexualmente agresivos y ampliamente involucrados en las relaciones sociales. Por el contrario, las mujeres aparecen como objetos sexuales, jóvenes, bellas, delgadas, pasivas, dependientes y a menudo, incompetentes.

Sobre las mujeres, la autora sostiene que los medios han creado dos imágenes estereotipadas: “las buenas mujeres y las malas mujeres” (Wood, 2005, p. 33). Las primeras son bonitas, condescendientes, atentas al hogar, la familia y el cuidado de otros. Subordinadas a los hombres, usualmente son castas y se las representa como víctimas, ángeles, mártires, esposas fieles y buenas compañeras. Dentro de las segundas, encontramos a las brujas, las prostitutas, y todas esas “no-mujeres”, que son fuertes, frías y agresivas, todo lo que una buena mujer no debe ser (Wood, 2005, p. 33). Las mujeres, además, figuran en diversos grados de desnudez, vulnerabilidad y sumisión en comparación con los varones, que permanecen en control y son quienes, finalmente, detentan la autoridad (Menéndez, 2008).

Otro grupo de investigaciones sobre género y comunicación analiza a personajes del entretenimiento en los medios, demostrando cómo las representaciones tradicionales sobre los géneros en la cultura mediática reproducen roles normativos, estereotipos y desigualdades entre hombres y mujeres (Belmonte & Guillamón, 2008; Tortajada & Araña, 2014; Barthes, 2017). Los programas de televisión proponen imágenes y relatos sobre las identidades sexuales que se vuelven muy

reales y compiten con la experiencia de los espectadores (Press, 1991; Núñez, 2005).

Desde otra vereda, los estudios *queer* han aportado a cuestionar el paradigma heterosexual que gobierna muchos relatos de ficción y otras producciones audiovisuales. Se trata de la contribución que han hecho perspectivas analíticas sobre la representación de las diversidades de género en la televisión o el cine. Más recientemente, los estudios *queer* se han interesado también en analizar la dominación de la ideología heterosexual, esto es, la impronta de la heteronormatividad o el mandato social de la complementariedad sexo-afectiva de hombre y mujer con propósitos reproductivos (Warner, 2012). Edelman (2014) analiza los discursos familiaristas que forman parte de las películas infantiles de Walt Disney, donde lo *queer* es representado como lo enemigo infértil. Asimismo, se entiende que estas representaciones del género no perjudican solamente a las mujeres, sino que “devalúa todo lo codificado como femenino” (Fraser, 2008, p. 92). En este sentido, las diversidades sexuales también corren el riesgo de depreciación, exclusión o marginación en las esferas de la sociedad, por ejemplo mediante representaciones trivializadoras, cosificadoras y estereotipadas presentes en los medios (Instituto Nacional de Derechos Humanos [INDH], 2016).

Diversas investigaciones dan cuenta de esta *generización* de la representación mediática. Las mujeres aparecen en el espacio doméstico, asociadas al cuidado de personas dependientes y al ámbito de la salud-belleza, mientras que en los hombres se refuerza el trabajo remunerado y la individualización en los contextos profesionales y políticos (Gallego, 2013; Marco, 1996; Rojas, 2014; Rovetto & Simelio, 2012). Otros estudios feministas sobre medios de comunicación se detienen en el análisis de personajes femeninos más empoderados, que actúan desde la agencia sexual de sus cuerpos y aparecen ya no como víctimas, sino como mujeres que transgreden las normas monogámicas y maternalistas. Las imágenes de mujeres empoderadas, en algunos casos, aparecen a través de acciones que las caracterizan como agresivas y duras en distintas series televisivas, películas y videojuegos (Tortajada & Araña, 2014).

Con una lógica distinta, el Instituto Catalán de las Mujeres (ICD) analizó las representaciones positivas de las mujeres entre 2005 y 2007. La televisión obtuvo la mayor valoración constructiva (44,8%) cuando la representación femenina es plural, alejada de estereotipos y se muestra su subjetivación, evidenciando su

capacidad de agencia e identidad propia. Las autoras recalcan que es importante que en los medios exista un reconocimiento social de los aportes de las mujeres en los diversos espacios profesionales-laborales (ciencia, economía, cultura, deporte competitivo, gestión, otros) (García & Martínez, 2009).

En Chile, Antezana (2011) estudió los roles sexuales presentes en los programas más vistos de la televisión abierta chilena. Aunque reconoce un avance en la representación de las mujeres en el poder político e institucional en programas de ficción (rol profesional y de señorita liberal), señala que se reproduce la subordinación femenina a partir de roles tradicionales (mujer madre, mujer sensual) en los programas de realidad, predominantes sobre los de ficción.

Un reciente estudio sobre el consumo de programas televisivos en adolescentes en España reveló la persistencia de un estereotipo que “vincula a las chicas con el mundo del cotilleo y del ámbito de la vida personal, y a los chicos con el mundo del deporte y la cultura” (Masanet, 2016, p. 45). En otras palabras, los programas más consumidos por adolescentes refuerzan la concepción de que lo femenino gira en torno a los aspectos de la vida privada, mientras que lo masculino, en torno al mundo que nos rodea.

En otro estudio, Mateos-Pérez y Ochoa (2016) analizaron la representación de género en tres series televisivas chilenas de ficción que alcanzaron prioridad en la programación, altos niveles de audiencia y generaron debate social en la última década. Sus resultados señalan que, al comienzo, hubo una actualización de las representaciones tradicionales de género en los personajes y los contenidos abordados: la ruptura de una pareja heterosexual, la impronta política de una joven profesional e independiente y diversas masculinidades. Sin embargo, identifican un giro posterior hacia los estereotipos de género, retomando narrativas convencionales que, además, hicieron disminuir la audiencia.

Los estudios del CNTV también dan cuenta de estas tensiones en la televisión chilena. Las mujeres suelen tener una posición secundaria en los programas de política, conversación y debate. En los de ficción, los estereotipos y las relaciones conflictivas de descalificación y competencia entre ellas les impiden el mutuo reconocimiento. Sin embargo, en algunas series existen avances en materia de representación, enfatizando la vida laboral y profesional y mostrando roles más diversos de las mujeres. Estas representaciones de género tienen importancia para la difusión de normas, conductas y valores y para la configuración de identidades

individuales y sociales (CNTV, 2013a; CNTV, 2013b).

En un estudio sobre la diversidad sexual y su representación en las telenovelas, Amigo, Bravo y Osorio (2014) analizaron el cambio en las formas de representación de los personajes gays en las telenovelas chilenas entre 1981 y 2009. En un principio, su aparición era escasa y altamente estereotipada (feminizado y aislado), pero hubo avances paulatinos en su representación (en pareja y en comunidad). Los autores concluyen que esta transición desde un paradigma muy tradicional a uno más progresista, en casi dos décadas, no se debe al anticipo del medio televisivo, sino que, por el contrario, a su adecuación a las transformaciones de las subjetividades, altamente vinculadas a las discusiones sociales y a las luchas por los derechos LGTBI.

Según el Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH, 2016, p. 38), los estereotipos negativos contra la diversidad sexual son comunes en los medios de comunicación, en los que se divulgan contenidos ofensivos y denigratorios contra personas no heterosexuales. En el escenario mediático chileno existen casos de producciones homofóbicas –en la prensa y en la televisión– que ponen énfasis en el humor para referirse a la diversidad sexual.

En síntesis, las representaciones mediáticas del género son importantes para la difusión de normas, conductas y valores, así como para la configuración de identidades individuales y sociales (CNTV, 2013a; CNTV, 2013b). La televisión, como medio de comunicación masivo, es un agente socializador con un rol clave en el proceso de construcción de significaciones y de roles sociales vinculados a las relaciones de género.

METODOLOGÍA

Considerando las variables de equidad, diversidad e identidad de género, y para describir y caracterizar a los estereotipos contenidos en un corpus de programas de no-ficción de la televisión abierta chilena, se implementó un dispositivo metodológico cuantitativo. Su objetivo fue establecer las regularidades de los estereotipos de género y sexo inscritos en personas o personajes de los programas televisivos del corpus, así como las dimensiones mediante las cuales se producen y reproducen dichos estereotipos. Del mismo modo, se buscó medir y describir los niveles de presencia/ausencia de la diversidad de género y sexual en la muestra de personas/personajes. Para ello, se construyó una grilla de análisis de observación, centrada en la construcción de las personas o personajes de cada programa.

La investigación fue no experimental, ya que no contempló el control de variables o la manipulación de la información producida por los programas televisivos. Por el contrario, se trabajó solamente sobre las informaciones audiovisuales y textuales ofrecidas en estos soportes comunicacionales.

SELECCIÓN DEL CORPUS Y CONSTRUCCIÓN DE LA MUESTRA

Las unidades de análisis fueron las representaciones de personas y personajes, no los programas televisivos. Para esto, se diferenció entre el corpus –constituido por las emisiones– y la muestra, conformada por personas o personajes. Para la definición del corpus de emisiones, se utilizó como criterio de control del respeto a la diversidad de género y sexual la variable programas denunciados y programas no denunciados ante el CNTV. De esta manera, se seleccionó una muestra intencionada de siete programas de no-ficción denunciados ante el CNTV por motivos relacionados con temáticas de género (discriminación, violencia de género, lenguaje inapropiado, etc.) y otra muestra aleatoria de nueve programas de no-ficción, no denunciados en ninguna causal. Dichas emisiones corresponden a cuatro géneros televisivos: *conversación* (programas de entrevistas en estudio); *misceláneo* (emisiones que combinan conversación en estudio, reportajes, entrevistas en exteriores, información, panel de discusión, entre otros); *reportaje* (programas de análisis e investigación periodística); *telerealidad* (producciones destinadas a documentar la realidad a través de su escenificación e intervención explícita. Estas producciones fueron emitidas entre enero de 2014 y enero de 2016 en canales chilenos de televisión abierta. Cada uno de ellos tiene una duración variable pero, para efectos de este estudio, se analizó aproximadamente una hora de grabación.

Los programas de los que se extrajo la muestra fueron siete del año 2014: *Intrusos* (programa misceláneo de La Red), *La mañana de Chilevisión* –dos emisiones– (programa misceláneo de Chilevisión), *SQP* (programa misceláneo de Chilevisión), *Mentiras verdaderas* (emisión de conversación de La Red), *En la Mira* (emisión de reportaje de Chilevisión) y *En su Propia Trampa* (programa de telerealidad de Canal 13). Ocho programas de 2015 fueron también analizados: *Mujeres Glam* (programa de conversación de La Red), *Solteros en busca del amor* (emisión de telerealidad de Canal 13), *Y tú, ¿qué Harías?* (programa de telerealidad de TVN), *En su propia Trampa* –dos emisiones– (programa

de telerealidad de Canal 13), *Informe Especial* (emisión de reportaje de TVN), *Mentiras verdaderas* (programa de conversación de La Red), *Intrusos* (programa misceláneo de La Red), así como un programa de enero 2016, *TOC show* (programa de conversación de UCV).

A partir del corpus se extrajo la muestra exhaustiva, constituida por 167 personas/personajes participantes de los programas ya definidos. El principal criterio para su selección fue que dichos sujetos hicieran uso de la palabra, fueran objeto de la enunciación televisiva o su imagen apareciera reiteradamente en el programa.

PRODUCCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el análisis del material audiovisual seleccionado se construyó una grilla cuantitativa centrada en la descripción de los atributos sociales, comportamentales y representacionales de los sujetos de la muestra.

La aplicación de la grilla consideró tanto aspectos morfológicos y físicos objetivables como aquellos derivados de los saberes culturales socialmente inscritos (sentido común intersubjetivo compartido). Se confeccionó un manual de códigos, aunando los criterios de valoración objetivables y los intersubjetivos, se testeó con una submuestra y se realizaron correcciones a la grilla y al manual.

DIMENSIONES PARA EL ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS DE PERSONAS/ PERSONAJES

Se definieron seis dimensiones para la caracterización de la representación de las personas/personajes de la muestra, cada una de las cuales se desagregó en subdimensiones específicas.

1. **Dimensión de la representación biológica:** corresponde a la percepción de las características morfológicas de los sujetos representados: sexo biológico, edad, talla, estatura y apariencia étnica atribuida u observada.
2. **Dimensión de la representación sociocultural:** contempla las características reconocibles o atribuibles respecto del nivel socioeconómico y nicho cultural de los sujetos representados a partir de indicadores de clase social, formas de expresión, vestimenta, profesión o actividad, lugar de residencia, entre los más importantes.
3. **Dimensión de la representación identitaria:** corresponde a las formas en que las personas o

personajes son asociados, por el relato televisivo o por sus propias características, a grupos de referencia e identidades específicas que les dan arraigo material y simbólico. En este caso, los estereotipos identitarios se condensan en la adscripción a una identidad sexual, de género, cultural o a una nacionalidad.

4. **Dimensión de la representación psicológica:** indica las formas en que los sujetos se comportan o la manera en que el relato televisivo les atribuye un comportamiento. Enfocados en los objetivos del estudio, se definieron dos subdimensiones: una relativa a los rasgos de la personalidad de los sujetos representados y otra respecto de su actitud.
5. **Dimensión de la representación actancial:** señala los roles asignados por el relato televisivo a las personas/personajes. En este caso, se utilizaron las categorías actanciales canónicas, simplificadas de la siguiente manera: héroe; villano; coadyudante; antagonista; neutro; narrador; víctima (Amigo, Bravo, Sécaïl, Lefébure, & Borrell, 2016).
6. **Dimensión de la representación normativa:** las normas sociales constituyen la materialización del consenso hegemónico en la sociedad. En este sentido, los marcos normativos que abordan temáticas de género cristalizan sistemas normativos de valores, éticas y morales al respecto.

RESULTADOS

A continuación, presentamos los principales resultados de la investigación. Dado el gran número de dimensiones y subdimensiones abordadas, hemos seleccionado solo aquellos donde la relación entre la representación televisiva, el pluralismo y la diversidad de género resulta más evidente. Es importante señalar que estos resultados corresponden al conjunto de la muestra de 167 personas/personajes, extraídas del corpus, puesto que las diferencias entre los datos que surgen de los programas denunciados y los no denunciados no fueron significativas para efectos de este estudio. En este sentido, la diferencia entre ambas submuestras (denunciados y no denunciados) se relaciona más con la intensidad del abuso o transgresión en el tratamiento mediático que con la presencia, ausencia y recurrencia de elementos estereotipados en la representación televisiva.

REPRESENTACIÓN BIOLÓGICA

Respecto de esta dimensión del corpus, se pudo establecer lo siguiente:

- **Sexo biológico:** se observa un 53% de mujeres y un 47% de hombres. Es decir, la presencia de mujeres respecto de hombres no es significativamente superior en relación con la composición de la sociedad chilena.
- **Talla:** un 62% de las personas/personajes representados tienen una *Talla Delgada, Muy Delgada o Atlético*, mientras que 34% corresponde a *Talla Media*. En este sentido, parece razonable concluir que los discursos, imágenes y relatos televisivos de los programas del corpus, privilegian la representación de cuerpos ajustados a la norma estética hegemónica.
- **Apariencia étnica:** un 66% de los sujetos representados en la muestra es reconocido como *Blancos* (nórdicos o caucásicos), cuestión que difiere con la supremacía mestiza de la población chilena (Vanegas, Villaón, & Valenzuela, 2008; Fuentes et al., 2014). Solo 28% de las personas/personajes de la muestra fue identificado como *Mestizos*. Dado que no existen razones para pensar que el corpus de programas y la muestra de personas/personajes puedan estar sometidos a un sesgo particular en lo relativo al aspecto étnico, es posible construir la hipótesis de que los discursos, imágenes y relatos televisivos prefieren la representación de sujetos de características étnicas ajustadas a la norma estética y social dominante.

REPRESENTACIÓN SOCIOCULTURAL

Apariencia de clase social: se pudo establecer que, a diferencia de lo que ocurre en la sociedad chilena, donde la clase alta corresponde, aproximadamente, al 10% más rico de la población, las personas y personajes representados como pertenecientes a dicho grupo social tienen una presencia de un 54% en la muestra. Las personas/personajes identificados como pertenecientes a la clase media aparecen subrepresentados, con un 32%, en circunstancias que constituyen el grupo social de mayor peso en la población chilena (Barozet & Fierro, 2014).

REPRESENTACIÓN IDENTITARIA

Identidad sexual y de género: un 94% de los sujetos de la muestra es representado bajo las claves de una

identidad heterosexual. Esto permite afirmar que el mundo de referencia al cual están asignadas las personas/personajes de la muestra no es comparable con la diversidad sexual y de género presente en la realidad chilena. Salvo por la presencia de diez sujetos no heterosexuales, el resto de las personas son construidas y sobreentendidas dentro de esa identidad. La diversidad sexual y de género se expresa en muy pocos casos: ocho personas homosexuales (siete gais y una lesbiana) y dos personas transexuales, que en su conjunto representan solo 6% del total. Dentro de este contexto de ausencia relativa de la diversidad, resulta relevante la mínima representación de la identidad sexual de las lesbianas.

SÍNTESIS

Respecto de los aspectos generales del análisis de la representación del conjunto de personas/personajes de la muestra, es posible constatar lo siguiente:

- Los sujetos representados son preferentemente de clase alta, blancos y blancas, delgadas y delgados, jóvenes o adultos/as jóvenes y casi exclusivamente heterosexuales.

REPRESENTACIÓN COMPARADA

Junto con lo anterior, y dado el enorme predominio de las identidades heterosexuales en la muestra, nos interesó indagar sobre los desequilibrios que surgen en la representación de hombres y mujeres. Dichas diferencias se pudieron observar, preferentemente, en las dimensiones representación psicológica, representación actancial y representación normativa.

- **Representación psicológica:** desde el punto de vista del rasgo de la personalidad (*Autoritaria*, *Simétrica* o *Sumisa*), si bien un 55% de mujeres y un 54% de hombres son representados como simétricos, es posible advertir una representación de los hombres siendo más autoritarios (40% contra 19%) y mucho menos sumisos que las mujeres (6% contra 26%). En la mayor parte de los programas de *conversación* y *misceláneos* de la muestra, son hombres los conductores principales. Son ellos los que administran la palabra y hacen las preguntas. Son los que juzgan y dan opinión. Es decir, se les asigna un espacio de poder (aunque éste se limite a las acciones señaladas), que a las mujeres se les confiere en menor proporción. Respecto de la sociabilidad, la mayor parte de los hombres y de las mujeres de la muestra

es representada con una personalidad *Pacífica* (hombres: 72%; mujeres: 67%). Sin embargo, las mujeres aparecen levemente más beligerantes y menos pacíficas que los hombres. Por ejemplo, un rasgo predominante en los programas *misceláneos*, donde se producen discusiones entre los y las panelistas, es que las mujeres del panel adoptan, con mayor frecuencia que los hombres, un rol problemático y cuestionador, siendo protagonistas de discusiones más agresivas y opiniones más controvertidas.

- **Actitud corporal:** otros de los resultados refieren al uso y representación del cuerpo. En este indicador, se constataron tres modos actitudinales: *Erótico*, *Neutro* y *Púdico*. El 95% de los sujetos hombres representados en la muestra puede ser clasificado dentro del rango *Neutro* de la actitud corporal. Sin embargo, en el caso de las mujeres, 28% fue percibido como *Erótico*, mientras que solo el 2% de los hombres fue representado con este indicador. En algunos de los programas de *conversación* nocturnos de la muestra, se incorporan mujeres en ropa interior, cuestión que no ocurre en ningún caso para la representación de figuras masculinas. A diferencia de la representación televisiva de los hombres, el cuerpo de las mujeres resulta mucho más objetualizado, reproduciendo la heteronorma que define, no solo los roles diferenciados de hombres y mujeres, sino que también el ideal de cuerpos femeninos para ser expuestos y deseados.
- **Representación actancial:** si bien el comportamiento de la representación respecto de los roles actanciales es relativamente similar en hombres y mujeres, los primeros se distinguen por jugar más el de *Héroe*, aquel orientado a solucionar los problemas y restituir el orden (27% contra 6% en mujeres), coincidiendo con el sesgo patriarcal que ubica al hombre como un sujeto activo y poderoso, respecto de una mujer pasiva, sumisa y débil. En cuanto al rol de *Villano*, la diferencia es solo de 4% (16% mujeres; 12% hombres).
- **Rol televisivo:** en esta dimensión se buscó determinar el estatus de los sujetos en función de su relevancia en el discurso televisivo y no necesariamente en su función en el relato. Las categorías indicadas, corresponden a *Principal* (rol

protagónico), *Secundario* (rol subalterno), *Terciario* (rol suplementario) y *Genérico* (rol incidental). Del total de hombres de la muestra, 63% asumió un rol protagónico, 28% un rol secundario y 9% un rol terciario. En el caso de las mujeres, los roles principal y secundario se distribuyeron de manera muy similar: 43% y 45% respectivamente. Las mujeres en el rol terciario llegaron a un 11% y el genérico, a un 1%. Del mismo modo que en la sociedad, donde persistentemente son los hombres los que ocupan los roles principales en las más diversas dimensiones del poder, la representación televisiva de los sujetos de la muestra tiende ubicar más a los varones en los roles principales y a las mujeres, más en los roles secundarios. No parece haber otra razón para este desequilibrio en la asignación de roles, que una reproducción, en las pantallas de televisión, de las inequidades de género presentes en la sociedad.

REPRESENTACIÓN NORMATIVA DE LA PERSONA-PERSONAJE

- **Valoración moral:** otro aspecto de la representación de personas/personajes de la muestra dice relación con la valoración del comportamiento en función de lo que se considera normal. En este caso, se focalizó sobre la valoración que construye el discurso televisivo respecto de las conductas en los niveles *Inofensivo*, *Peligroso* y *Patológico*. El nivel *Inofensivo* corresponde a la norma social adecuada y deseable de comportamiento, mientras que el *Peligroso* representa su transgresión. El nivel *Patológico*, a diferencia del *Peligroso*, conlleva una desacreditación ontológica de la conducta, no regulada por la lógica y el sentido común. Pese a que 79% de las mujeres y 87% de los hombres son representados teniendo un comportamiento pacífico, existe una leve tendencia a representar a las mujeres ejerciendo conductas que las hacen más peligrosas: 17% de mujeres, contra 10% de hombres. Dichas conductas se expresan, por ejemplo, en el tratamiento dado por un reportaje del programa *La Mañana de Chilevisión*, a un grupo de trabajadoras sexuales, señalándolas como el problema, sin mencionar a los clientes como parte del mismo. La tendencia es representar a las mujeres, más que a los hombres, excedidas y problemáticas, siendo los personajes masculinos quienes caracterizan, preferentemente, la normalidad.

SÍNTESIS

Respecto de la representación comparada de hombres y mujeres de la muestra, es posible constatar lo siguiente:

- El estereotipo del hombre los representa como más simples, con mayor liderazgo, más cuerdos y serenos, más adecuados a la norma social, menos asociados a valores negativos y mucho más homogéneos, seguros y confiables que las mujeres.
- Por su parte, el estereotipo que se desprende del análisis representa a las mujeres como más erotizadas, más conflictivas y confrontadas con las normas, mayormente en roles subalternos, más asociadas a valores negativos y mucho más problematizadas, complejas y sometidas a juicio que los hombres.

CONCLUSIONES

UN MUNDO HETEROSEXUAL POR DEFECTO

Las lógicas de funcionamiento simbólico del conjunto de personas y personajes analizado construyen un mundo de referencia donde la heterosexualidad se comprende como natural y dada por defecto, pese a ser una construcción social (Butler, 2003). De las 167 personas/personajes analizados, solo 10 escapan de la norma heterosexual (6%).

La ausencia de la diversidad sexual en la muestra, versus una heterosexualidad de facto, reproduce lógicas e interacciones de lo que Sedgwick denomina “clóset”: pequeño espacio que omite la experiencia de muchas personas LGBTI en la sociedad y que reduce las posibilidades del habla pública de gays y lesbianas (Sedgwick, 1998). Según la autora, el clóset legitima un orden social desigual entre la identidad heterosexual y la identidad homosexual. A gays y lesbianas se les sugiere no hablar, no decir públicamente su sexualidad y mantener en recato sus diversas expresiones de género y del deseo. El clóset se expresa en las regulaciones sobre los modos de comunicar con sesgos heteronormativos la identidad homosexual, y explicaría el silencio y la reducida participación en el espacio público de las diversidades sexuales. El clóset aísla y silencia el habla homosexual, ya que ser “conocido públicamente como homosexual nunca es lo mismo que ser conocido públicamente como heterosexual” (Warner, 2012, p. 58). De esta manera, el riesgo de reconocerse públicamente como homosexual supone asumir, en

algunos casos, estigmas patologizantes y ser objeto de burla y de violencia.

Por otra parte, el predominio heterosexual parece estar asociado a otras desigualdades. Se constató la existencia de dimensiones en las que las recurrencias y divergencias no obedecían a una distinción de género, sino a las de clase social, origen sociocultural y apariencia física. Hombres y mujeres son representados mayoritariamente como pertenecientes a la clase alta, principalmente de tez blanca, residentes en la capital, de cuerpos delgados, jóvenes y heterosexuales. Esta interseccionalidad es coherente con las características propias de la hegemonía cultural dominante, que opera bajo la norma de la estética blanca, la norma social del privilegio de clase, la norma política del poder y la norma heterosexual patriarcal (Amigo et al., 2016).

BINARISMO DE GÉNERO Y DEVALUACIÓN DE LO FEMENINO

Cuando se profundiza en las dimensiones psicológicas, actanciales y valóricas (plano del comportamiento), surgen diferencias e inequidades entre lo masculino y lo femenino. De acuerdo a los resultados, los discursos y estereotipos sobre lo masculino construyen hombres más seguros y confiables que el modelo femenino, más adaptados a la norma y, por lo mismo, más simples en su constitución comportamental. Hombres con mayor liderazgo, comprometidos en tareas más importantes y menos asociados a valores negativos, encargados de conducir programas y moderar las discusiones como en el caso de los programas *En su propia trampa* (Canal 13) y *SQP* (Chilevisión). Las diferencias de género entre personajes masculinos y personajes femeninos son exaltadas; así, la televisión es un referente que aún sigue produciendo estereotipos sexistas que dificultan el acceso a la igualdad y la equidad de género por parte de las mujeres e, inversamente, mantienen en una posición de autoridad a los hombres. La desigualdad de género se expresa de modo evidente en la sexualización del cuerpo femenino en programas de entretenimiento, lo que ubica a las mujeres en un lugar de desventaja frente a personajes masculinos que no se ven forzados a mostrar sus cuerpos para conseguir posiciones de poder en los programas. La erotización del cuerpo femenino –en programas *misceláneos* de media tarde– se expresa mediante la exhibición de ropa interior, escotes y trajes de baño por parte de modelos mujeres, bailarinas o strippers de cuerpos muy delgados, que recalcan una mirada masculina que objetiviza el cuerpo de las mujeres. El erotismo y

la creación de relaciones marcadas por la sensualidad entre hombres y mujeres es una característica propia de algunos programas de entretenimiento en la televisión (Moreno-Díaz & Medina, 2017).

Por su parte, las mujeres de la muestra resultan más problematizadas, complejas y sometidas a observación, ocupando preferentemente roles subalternos, más confrontadas con la norma social y, por lo tanto, mayormente puestas en tela de juicio. A diferencia de la actitud corporal de los hombres, casi exclusivamente neutra, el estereotipo construido para 28% de las mujeres de la muestra las representa erotizadas. En una pequeña proporción, solo las mujeres son representadas en ropa interior o semidesnudas en la muestra, lo que concuerda con los planteamientos de Wood (2005).

Algunas investigaciones advierten sobre la violencia de género que se legitima debido a la exhibición del cuerpo de la mujer como objeto sexual en la pantalla, imágenes que comercializan con un sexo y que normalizan estereotipos de belleza femenina caracterizados por la delgadez extrema y algún tipo de desnudez, reduciendo cualquier tipo de comunicación con perspectiva de derechos de género (Jeffreys, 2011; INDH, 2016).

HETEROSEXUALIDAD AMPLIADA Y GÉNEROS AUSENTES

Como se ha señalado, las operaciones de construcción de estereotipos de género en el corpus indican una marcada tendencia que privilegia la representación de los sujetos heterosexuales. Sin embargo, existe una pequeña proporción de otras identidades de género presente en la muestra. Diez personas/personajes no responden la heteronorma o a la ideología de género: siete de orientación gay, una lesbiana y dos transgénero. Sin embargo, resulta interesante observar que, pese a lo reducido de la representación de estas diez identidades sexuales diferentes a la heterosexual, las formas discursivas y simbólicas a través de las cuales son representadas difieren de manera significativa.

En uno de los casos de representación gay parece operar una norma valórica y comportamental positiva. Se trata del panelista del programa de farándula y espectáculos *Intrusos*, representado de manera equivalente a la mayoría de los sujetos heterosexuales que cumplen con la condición de representación socioeconómica clase alta y étnica blanca.

En otros seis casos de representación gay, la norma valórica y comportamental también es positiva. Sin embargo, difiere de la anterior en cuanto al carácter cómico que se asigna al comportamiento de estos

sujetos (transformistas), los cuales no cumplen con la condición de representación ni socioeconómica de clase alta, ni étnica blanca. En algunas ocasiones, los estereotipos negativos homofóbicos confirman que la diversidad sexual es un insumo para el humor en los medios de comunicación (INDH, 2016). En este sentido, cuando en los medios de comunicación se presenta a la diversidad sexual en situaciones de “burla”, muchas veces estas se sustentan en representaciones estereotipadas que naturalizan los procesos de discriminación hacia los diferentes colectivos sexuales y de género (Martínez, Mier, Guerrero, Vizuet, & Díaz, 2016, p. 22).

En el caso de las representaciones de los dos sujetos transgénero presentes en el corpus, también parece operar una norma diferenciadora, en la que la clase social define su carácter positivo o negativo. En el caso de la entrevista a una persona travesti e inmigrante afrocaribeña que ejerce el trabajo sexual—expuesta en el programa matinal de Chilevisión— se construye un contexto simbólico que la representa bajo la norma valórica y comportamental negativa y peligrosa, tal como a las mujeres que se apartan de la norma hegemónica femenina heterosexual. Otro caso, es el de la transgénero del *star-system* norteamericano Caitlyn Jenner, ex-atleta, cuya representación televisiva en el programa de conversación *Toc Show*, se concentra en destacar su belleza y atractivo femenino. En este caso, la mujer transexual del espectáculo estadounidense se ajusta a los cánones estéticos heteronormativos de lo femenino y su aceptación depende de su condición socioeconómica implícita de clase alta y étnica blanca, siendo positiva la norma valórica de su representación, ya que constituye un ejemplo exitoso e idealizado de transición de género de un personaje del entretenimiento en los Estados Unidos.

A partir de esto, es posible pensar que podría estar operando una *heterosexualidad ampliada* que, en ciertos casos, acepta identidades distintas en la medida en que estas se ajusten a las normas de clase social o de origen de clase o de apariencia física pero, por sobre todo, a las del modelo femenino/masculino, tal como lo hacen los sujetos gay y una transgénero de la muestra; sin embargo, se rechaza, hace invisible o castiga a quien no las cumple, como es el caso la transgénero que ejerce el trabajo sexual. Otro elemento que podría reafirmar esta hipótesis de inclusión/exclusión heteronormativa es el hecho de que, del conjunto de 167 personas/personajes presentes en la muestra, solo una corresponde a una identidad de género lesbiana (0,6%).

Se trata del testimonio presentado en un reportaje periodístico de *Informe Especial* (TVN) de una joven lesbiana violentada por un taxista en el barrio Bellavista. Como diría Bourdieu (2000), la dominación simbólica no solo va unida a los signos sexuales, sino también a la práctica sexual.

PLURALISMO EN LA SOCIEDAD, ¿PLURALISMO EN LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS?

El análisis realizado sobre los datos generados por la investigación evidencia que las representaciones televisivas respecto del género en los programas del corpus no son un reflejo de lo que sucede en la sociedad. Existen muchos hechos que nos llevan a reconocer que, en Chile, estamos aún muy lejos de superar discriminaciones, sesgos, prejuicios, agresiones simbólicas y materiales contra los diferentes individuos y grupos sociales que no se encuadran en la norma heterosexual o a quienes, como las mujeres, se les ubica de manera subordinada a la masculinidad dominante.

Sin embargo, si consideramos los datos secundarios que nos entregan encuestas y estudios de opinión, la sociedad chilena parece avanzar más rápido que las representaciones y discursos televisivos en lo referente a los temas de equidad y respeto a la identidad de género, tanto en el debate público como en el privado (Amigo et al., 2014). Respecto de lo anterior, los resultados que arroja la encuesta semanal CADEM de septiembre de 2017 señalan que 63% de las personas está de acuerdo con que las parejas homosexuales tengan derecho a casarse, porcentaje que ha ido en aumento desde 2014, cuando el número de encuestados que aprobaba correspondía a 50% (CADEM, 2017). De acuerdo a lo señalado, los estereotipos de género presentes en los programas del corpus no se corresponden con las imágenes y sentidos comunes que circulan en la sociedad respecto de la diversidad de género, siendo las representaciones televisivas de no ficción bastante más conservadoras que las presentes en la sociedad chilena.

La ausencia de diversidad de género y sexual que se puede observar a partir de los resultados y del análisis realizado en este trabajo es contradictoria con la creciente aceptación pública y privada que existe en la sociedad chilena respecto de estos temas. El contraste entre la realidad de la representación televisiva del género y la realidad social que es posible observar en este acotado trabajo permite evidenciar los desajustes entre una y la otra y, con ello, señalar los grandes desafíos que enfrenta la regulación de un medio de tanta relevancia social y cultural como la televisión.

NOTAS

1. Este artículo recoge algunos de los resultados de una investigación denominada *Análisis de pantalla sobre el respeto a la equidad, diversidad e identidad de género en programas de televisión*, solicitada por el Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales del Consejo Nacional de Televisión de Chile, institución a la cual agradecemos por todo el apoyo brindado.

REFERENCIAS

- Amigo, B., Bravo, M. C., & Osorio, F. (2014). Telenovela, recepción y debate social [Soap operas, reception and social debate]. *Cuadernos.Info*, (35), 135-145. <https://doi.org/10.7764/cdi.35.654>
- Amigo, B., Bravo, M. C., Sécaïl, C., Lefébure, P., & Borrell, A. (2016). Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia [Television, diversity and cultural hegemony: A comparative study of the dominant ethnic stereotypes in the television systems of Chile and France]. *Cuadernos.info*, (39), 151-164. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.754>
- Antezana, L. (2011). La mujer en la televisión: el caso chileno [Women in television: The Chilean case]. *Cuadernos de Información*, (29), 105-116. <https://doi.org/10.7764/cdi.29.240>
- Barozet, E. & Fierro, J. (2014). La clase media en Chile. Algunas implicancias sociales y políticas [Middle class in Chile. Some social and political implications]. *Revista Paraguaya de Sociología*, 51(145), 147-158. Retrieved from <http://www.coes.cl/publicaciones/la-clase-media-en-chile-algunas-implicancias-sociales-y-politicas/>
- Barthes, R. (2017). La *vedette*: ¿encuestas al público? [The *vedette*: surveys to the public?]. In R. Barthes, *Un mensaje sin código. Ensayos completos en la revista Communications* [A message without code. Complete essays in Communications]. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- Belmonte, J. & Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV [Co-educating the gaze against gender stereotypes in TV]. *Comunicar*, 16(31), 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>
- Bersani, L. (1998). *Homos* [Homos]. Buenos Aires: Manantial.
- Biblioteca del Congreso Nacional (BCN), Chile (2014). *Ley N° 20.750. Permite la introducción de la Televisión Digital Terrestre* [Law N° 20.750. Allows the introduction of Terrestrial Digital Television]. Retrieved from https://www.bcn.cl/catalogo/detalle_libro?bib=253342&materia=Televisi%C3%B3n%20digital%20--%20Chile
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina* [Masculine domination]. Barcelona: Anagrama.
- Brown, W. (2006). *Regulating Aversion. Tolerance in the Age of identity and Empire*. New Jersey: Princeton University Press.
- Butler, J. (2001). El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad [Gender trouble: feminism and the subversion of identity]. Mexico, D.F.: Paidós.
- Butler, J. (2003). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"* [Bodies that Matter: On the Discursive Limits of "sex"]. Buenos Aires: Paidós.
- Butler, J. (2010). *Marcos de Guerra. Vidas Lloradas* [Frames of War: When is Life Grievable?]. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Cabello, C. (2015). No hay cuerpo sin imagen. Visualidad gay y política virtual en tiempos liberales [No body without image. Gay visual and virtual politics in liberal times]. *Universitas Humanística*, (81), 59-87. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.ncsi>
- CADEM. (2017). *Gobierno de Michelle Bachelet y las Reformas. Encuesta N° 190*. [Government of Michelle Bachelet and the Reforms. Survey N°190]. Retrieved from <http://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2017/09/Track-PP190-Septiembre-S1-VF.pdf>

- Castelo, S. (2015). *Identidad de género, sexo biológico, expresión de género y orientación sexual. Explicando las diferencias* [Gender identity, biological sex, gender expression and sexual orientation. Explaining the differences]. Retrieved from <http://www.unitedexplanations.org/2015/03/02/identidad-de-genero/>
- Cobo, R. (2008). Segunda Parte. El paradigma feminista en las ciencias sociales [Second part. The feminist paradigm in the social sciences.]. In M. Aparicio, B. Leyra, & R. Ortega (Eds.), *Cuadernos de género: Políticas y acciones de género. Materiales de formación* [Gender notebooks: Gender policies and actions. Training materials] (pp. 37-47). Madrid: Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV). (2013a). Discusión Internacional sobre Género y Televisión [International discussion about gender and television]. Retrieved from https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/g__nero_y_tv.pdf
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV). (2013b). La representación de la Mujer en Televisión [The representation of women in television]. Retrieved from https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20131108/asocfile/20131108111931/resen__a_10_mujer_y_tv.pdf
- Córdoba, D., Sáez, J., & Vidarte, P. (Eds.) (2005). *Teoría Queer: políticas bolleras, maricas, trans, mestizas* [Queer Theory: dike, fag, trans, half-breed politics]. Madrid: Editorial Egalés.
- De Barbieri, T. (1993). Sobre la categoría género. Una introducción teórico-metodológica [About the gender category. A theoretical-methodological introduction]. *Debates en Sociología*, (18), 145-169. Retrieved from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/6680/6784>
- De Beauvoir, S. (1949/2003). *El Segundo Sexo* [The Second Sex]. Buenos Aires: De bolsillo.
- Edelman, L. (2014). *No al futuro. La teoría queer y la pulsión de muerte* [No future: Queer Theory and the Death Drive]. Barcelona: Editorial Egales.
- Falconí, D. (2016). *De las cenizas al texto. Literaturas andinas de las disidencias sexuales en el siglo XX* [From ashes to text. Andean literatures of sexual dissidence in the 20th Century]. La Habana: Fondo Editorial Casa de las Américas.
- Fraisse, G. (2016). *Los excesos del género. Concepto, imagen, desnudez* [Gender's excesses: Concept, image, nakedness]. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Fraser, N. (2008). La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación [Social justice in the age of identity politics: redistribution, recognition and participation]. *Revista de Trabajo*, 4(6), 83-99. Retrieved from http://trabajo.gob.ar/downloads/igualdad/08ago-dic_fraser.pdf
- Fuentes, M., Pulgar, I., Gallo, C., Bortolini, M. C., Canzales-Quinteros, S., Bedoya, G., ... & Rothhammer, F. (2014). Geografía génica de Chile. Distribución regional de los aportes genéticos americanos, europeos y africanos [Gene geography of Chile: Regional distribution of American, European and African genetic contributions]. *Revista Médica de Chile*, 142(3), 281-289. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872014000300001>
- Galindo, M. (2017). *No hay libertad política si no hay libertad sexual* [There's no political freedom if there's no sexual freedom]. La Paz: Mujeres Creando.
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* [From queens to citizens: Media, driving force or a hindrance to equality?]. Barcelona: Aresta Mujeres.
- García, N. & Martínez, L. (2009). La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios [The positive representation of the image of women in the media]. *Comunicar*, 16(32), 209-214. <https://doi.org/10.3916/c32-2009-03-002>
- Halberstam, J. (2013). *Gaga feminism. Sex, gender, and the end of the normal*. Boston: Beacon Press.
- Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH). (2016). *Manual de Derechos Humanos para comunicadoras y comunicadores* [Human Rights Handbook for Communicators]. Santiago: INDH.
- Jeffreys, S. (2011). *La industria de la vagina. La economía política de la comercialización global del sexo* [The industrial vagina: the political economy of the global sex trade]. Buenos Aires: Paidós.

- Jost, F. (2001). *La télévision du quotidien. Entre Réalité et Fiction* [Daily television. Between Reality and Fiction]. Paris: INA/De Boeck Université.
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual [Differences of sex, gender and sexual difference]. *Cuicuilco. Revista de Ciencias Antropológicas*, 7(18), 1-24. Retrieved from <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/cuicuilco/article/view/360/335>
- Marco, A. (1996). Las mujeres en prensa [Women in the press]. In A. M. Portugal & C. Torres (Eds.), *Por todos los medios. Comunicación y género* [By all media. Communication and gender] (pp. 79-89). Santiago, Chile: ISIS Internacional, Ediciones de las Mujeres.
- Marcos, M. (2014). Principales estudios realizados sobre la representación de las minorías en la ficción televisiva [Main studies on the representation of minorities in the TV fiction]. *Chasqui*, (126), 96-108. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.268>
- Martínez, A., Mier, D., Guerrero, V., Vizúete, C., & Díaz, J. (2016). Humor y naturalización de estereotipos hacia personas con orientación sexual diversa [Humor and naturalization of stereotypes towards people with diverse sexual orientation]. In *Cuadernos del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (CORDICOM)* [Handbooks of the Council for the Regulation and Development of Information and Communication (CORDICOM)] (pp. 13-24). Ecuador: CIESPAL.
- Masanet, M. J. (2016). Pervivencia de los estereotipos de género en los hábitos de consumo mediático de los adolescentes: drama para las chicas y humor para los chicos [Persistence of gender stereotypes in the media consumption habits of adolescents: Drama for girls and humor for boys]. *Cuadernos.Info*, (39), 39-53. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.1027>
- Mateos-Pérez, J. & Ochoa, G. (2016). Contenido y representación de género en tres series de televisión chilenas de ficción (2008-2014) [Chilean television series. Themes, content and gender representation (2008-2014)]. *Cuadernos.info*, (39), 55-66. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.832>
- Mattelart, M. (1982). *Mujeres e industrias culturales* [Women and the cultural industries]. Barcelona: Anagrama.
- Menéndez, M. I. (2008). *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión* [Fiction discourses and construction of gender identity in television]. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Mora, L., Fritz, H., & Valdés, T. (2006). *Igualdad y Equidad de Género: Aproximación teórico conceptual. Herramientas de Trabajo en Género para Oficinas y Contrapartes del UNFPA. Volumen I.* [Equality and Gender Equality: Conceptual theorist approach. Gender Work Tools for UNFPA Offices and Counterparts. Volumen I]. Retrieved from <http://www.entremundos.org/databases/Herramientas%20de%20trabajo%20en%20genero%20UNFPA.pdf>
- Moreno-Díaz, J. & Medina, E. (2017). La producción de concursos en las cadenas de TV españolas: la espectacularización del formato (1990-2000) [The production of game contests in the Spanish TV channels: the spectacularization of the format (1990-2000)]. *Comunicación y Medios*, (35), 64-79. Retrieved from <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/45111/48398>
- Núñez, S. (2005). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo [Gender and Television. Stereotypes and power relations in TV]. *Comunicar*, (25). Retrieved from <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=25&articulo=25-2005-092>
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2013). *Orientación sexual e identidad de género en el derecho internacional de los derechos humanos* [Sexual Orientation and Gender Identity in International Human Rights Law]. Retrieved from <http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/11/orentaci%C3%B3n-sexual-e-identidad-de-g%C3%A9nero2.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2010). *Género: los desafíos para la igualdad. Informe de Desarrollo Humano en Chile* [Gender: the challenges for equality. Human Development Report in Chile]. Santiago: PNUD.
- Press, A. (1991). *Women Watching Television: Gender, Class, and Generation in the American Television Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Puar, J. (2007). *Terrorist assemblages. Homonationalism in queer times*. Durham: Duke University Press.
- Rojas, M. S. (2014). La violencia contra las mujeres en las noticias de México: El tratamiento acrítico y dispar de un grave problema social [Violence against women in the news in Mexico: uncritical and dissimilar treatment of a serious social problem]. *Acta Sociológica*, (65), 37-64. Retrieved from <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras/article/view/46664>
- Rovetto, F. & Simelio, N. (2012). Diferencias de género en los medios de comunicación. Análisis de la invisibilización del trabajo de las mujeres en la prensa española [Gender differences in the media. Analysis of the invisibility of women's work in the Spanish press]. *Enfoques*, 24(1), 31-52. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1669-27212012000100004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Rubin, G. (1986). El tráfico de mujeres. Notas para una "economía política del género" [The traffic in Women: Notes on the 'political economy' of sex]. *Nueva Antropología*, 8(30), 95-145. Retrieved from <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/nueva-antropologia/article/view/15478/13814>
- Scott, J. W. (1996). El género, una categoría útil para el análisis sociohistórico [Gender, a useful category for sociohistorical analysis]. In M. Lamas (Comp.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* [Gender: the cultural construction of sexual difference] (pp. 235-302). Mexico: PUEG.
- Sedgwick, E. (1998). *Epistemología del armario* [Epistemology of the Closet]. Barcelona: Tempestad.
- Tortajada, I. & Araúna, N. (2014). Mujeres, violencia y posfeminismo en los videos de Madonna [Women, violence and postfeminism in Madonna's music videos]. *Área Abierta*, 14(3), 23-41. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.45851
- Tron, F. & Flores, V. (2013). *Chonguitas: masculinidades de niñas* [Chonguitas: girls' masculinities]. Neuquén: La Mondonga dark.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. New York: The Free Press.
- Van Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003). Media Policy Paradigm Shifts Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 181-207. <https://doi.org/10.1177/0267323103018002002>
- Vanegas, L., Villalón, C., & Valenzuela, Y. (2008). Consideraciones acerca del uso de la variable etnia/raza en investigación epidemiológica para la Salud Pública: A propósito de investigaciones en inequidades [Ethnicity and race as variables in epidemiological research about inequity]. *Revista Médica de Chile*, 136(5), 637-644. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872008000500014>
- Warner, M. (2012). *Público, públicos, contrapúblicos* [Public, publics and counterpublics]. Mexico City: Fondo de Cultura Económica.
- Wood, J. T. (2005). Gendered media: The influence of media on views of gender. In *Gendered lives: Communication, gender and culture* (pp. 231-244). Wadsworth: Thompson Learning.

SOBRE LOS AUTORES

María Cecilia Bravo, doctora en Ciencias Sociales, Université Catholique de Louvain, Bélgica. Profesora y directora de pregrado del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Investigadora del Laboratorio Cultura Mediática (www.culturamediatica.cl), Chile, investigadora asociada del Laboratoire Communication et Politique del CNRS (<http://www.lcp.cnrs.fr>), Francia. Sus líneas de investigación son: historia de los medios; metodología de investigación en comunicación, y comunicación, democracia y ciudadanía.

Bernardo Amigo, doctor en Ciencias Sociales, Université Catholique de Louvain, Bélgica. Profesor titular del departamento de Sociología de la Universidad de Chile. Investigador y coordinador del Laboratorio Cultura Mediática (www.culturamediatica.cl) Chile, investigador asociado del Laboratoire Communication et Politique del CNRS (<http://www.lcp.cnrs.fr>), Francia. Sus líneas de investigación son: sociología de la comunicación y los medios, socioantropología de la tecnología y comunicación política.

Andrea Baeza, socióloga, Universidad de Chile. Coordinadora de Análisis de los Mecanismos de Seguimiento de Docencia de Pregrado, Universidad Autónoma de Chile. Miembro del Laboratorio Cultura Mediática y del Núcleo de Género y Sociedad Julieta Kirkwood, ambos de la Universidad de Chile. Sus líneas de investigación son: género, medios de comunicación y educación.

Cristian Cabello, magíster en Comunicación Política, Universidad de Chile. Profesor del Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. Editor asistente de la revista Comunicación y Medios. Integrante del Colectivo Universitario de Disidencia Sexual (CUDS). Sus líneas de investigación son: comunicación, feminismos y diversidades de géneros.