

## **Caracterización de Estereotipos de Género en Telenovelas Chilenas: el caso de Canal 13 y TVN**

Estudio de análisis de contenido de pantalla

Departamento de Estudios

2009

## **Caracterización de Estereotipos de Género en Telenovelas Chilenas: el caso de Canal 13 y TVN**

Estudio cualitativo realizado con la técnica de análisis de pantalla

**Texto: Guido Arenas, Universidad Diego Portales**  
**Profesional guía: Regina Oyanedel**  
**Responsable: María Dolores Souza**

## Contenido

<b>1. Introducción.....</b>	<b>5</b>
1.2 Pregunta de Investigación .....	6
1.3 Objetivos de la Investigación .....	6
1.3.1 Objetivo General .....	6
1.3.2 Objetivos Específicos .....	6
<b>2. Marco Conceptual.....</b>	<b>6</b>
2.1 Medios de comunicación como constructores de sentido y significado.....	6
2.2 La Televisión como constructora de identidad de género .....	7
2.3 La construcción de género desde la televisión: La noción de <i>estereotipo</i> .....	8
2.4 Estereotipos de género femeninos.....	9
2.5 Estereotipos de género masculinos.....	10
2.6 La función de las telenovelas como género televisivo .....	11
<b>3. Metodología .....</b>	<b>12</b>
3.1 Técnica.....	12
3.2 Diseño Muestral .....	12
3.3 Operacionalización del instrumento .....	14
<b>4. Análisis de Resultados .....</b>	<b>14</b>
4.1 <i>La imagen femenina en telenovelas</i> .....	14
4.1.2 La mujer fraternal: madre, esposa, profesional.....	19
4.1.3 Sofisticación a la hora de hablar, vestir y moverse.....	21
4.2. Presentación de la imagen masculina.....	23
4.2.2 La nueva integración de los personajes homosexuales .....	25
4.2.3 Relaciones de dominación y la nueva masculinidad .....	26

<b>4.3 Perspectiva de género comparada: relación entre estereotipos y líneas editoriales ....</b>	<b>28</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>31</b>
<b>6. Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>35</b>

## 1. Introducción

Los medios de comunicación han adquirido en las últimas décadas un importante papel como agente socializador, ayudando de esta manera a establecer los sistemas simbólicos a través de los discursos y del imaginario que transmiten (Belmonte, 2008). En este sentido, la televisión se ha transformado en una de las instancias de difusión de significados más importantes, dentro de las cuales es posible distinguir las significaciones de género, es decir, los elementos que dentro de cada cultura constituyen el *deber ser* de hombres y mujeres, condicionando las relaciones que se desarrollan entre ambos géneros (CNTV, 2007). De acuerdo a esto, las construcciones mediáticas del género repercuten en la construcción de una cultura que legitima un orden social y ciertas convenciones, apoyando así bases culturales y perfilando expectativas acerca de la forma en que hombres y mujeres deben ser y parecer (CNTV, 2008).

Desde esta perspectiva, el género televisivo que permite estudiar de mejor manera estas construcciones y reproducciones mediáticas de género son las telenovelas, debido principalmente a que inciden de manera directa en la elaboración de imaginarios individuales y colectivos, en la validación de creencias y expectativas y en la reconfiguración reiterada de las identidades de género (Orozco, 2006), las cuales perduran por décadas y afloran en los sentires y en los modos que presenta en su audiencia las formas, muchas veces estereotipadas, de presentarse y relacionarse unos con otros.

De acuerdo a lo anterior, la presente investigación se enmarca dentro de una de las principales líneas de preocupación y estudio del CNTV, la cual tiene por objetivo dar cuenta de las formas que tiene la televisión chilena de presentar imágenes de género en su programación. En este sentido, se analizaron telenovelas al existir especial preocupación en aquella programación situada en el horario donde los niños pueden tener acceso a observarlas, convirtiéndose de esta manera en instancias reales de socialización. Por otro lado, se trata de uno de los géneros televisivos más valorados por la audiencia en la última encuesta nacional del CNTV (2008) y de más alta audiencia en los hogares.

Por lo tanto, se caracterizaron las imágenes de masculinidad y femineidad presente en las telenovelas chilenas exhibidas en horario de *todo espectador de alta audiencia*<sup>1</sup> con el objetivo de aportar al debate sobre desigualdades de género en televisión. En este sentido, se requirió elaborar un instrumento de análisis de pantalla que pueda dar cuenta de las imágenes y/o estereotipos presentes en la realización dramática del ser hombre y mujer.

---

<sup>1</sup> Telenovelas que se transmiten entre las 19:30 y las 21:00 horas.

## 1.2 Pregunta de Investigación

*¿De qué manera son presentadas las imágenes de masculinidad y femineidad en las telenovelas chilenas transmitidas en horario todo espectador?*

## 1.3 Objetivos de la Investigación

### 1.3.1 Objetivo General

- Describir las imágenes de masculinidad y femineidad en las telenovelas chilenas transmitidas en horario todo espectador.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar las imágenes y/o estereotipos de género presentes en las telenovelas chilenas.
- Comparar la perspectiva de género presente en las telenovelas a analizar.
- Contribuir al debate sobre desigualdades de género en la televisión chilena propuesto por el CNTV.

## 2. Marco Conceptual

### 2.1 Medios de comunicación como constructores de sentido y significado.

Los medios de comunicación han adquirido en las últimas décadas un importante papel como agente socializador, ayudando a construir identidades y contribuyendo de esta manera, a establecer los sistemas simbólicos a través de los discursos y del imaginario que transmiten. En este sentido, los medios de comunicación en su dimensión histórica y social, funcionan como aparatos de representación, de construcción de la realidad (Belmonte, 2008).

Ahora bien, los medios de comunicación actúan como agentes que refuerzan, acentúan y divulgan determinadas creencias y valores tradicionales, como reflejo de las normas imperantes (Balletbó, 1984). Desde esta perspectiva, debemos considerar la visión de Robert Cathcart y Gary Gumpert (1993) quienes señalan que los medios de comunicación son los responsables también del cambio que se produce en las relaciones interpersonales y funcionan a la vez como instrumentos que influyen en la autoimagen del individuo. De lo anterior se desprende que las identidades no se construyen aisladamente del contexto social sino que se van configurando desde la interiorización o negación de las normas sociales imperantes.

Los medios de comunicación representan actualmente uno de los principales mecanismos por los cuales se interiorizan normas y valores legitimados, convirtiéndose en una plataforma simbólica desde donde se transmiten elementos culturales y sociales a los miembros de la sociedad. De acuerdo a esto, los medios de comunicación se han transformado progresivamente en agentes de socialización y transmisión cultural con un rol fundamental en

los actuales sistemas sociales, dejando atrás los límites de tiempo y espacio para producir y reproducir mensajes de manera global, con una inmediatez y alcance nunca antes visto.

Sin embargo, no todos los medios de comunicación adquieren la misma relevancia y es la televisión la que se ha transformado en una de las instancias de difusión de significados más importantes (CNTV, 2007). La televisión es un poderoso medio de producción de sentido, y en numerosas ocasiones contribuye a normalizar y naturalizar aquello que no es sino fruto de una compleja construcción social (Belmonte, 2008), por lo que dar cuenta de su importancia como mecanismo de representación de realidades posibilitaría comprender los fundamentos ideológicos subyacentes, los cuales socializan a las audiencias en maneras de apreciar la realidad desde una perspectiva distorsionada, naturalizando procesos y concepciones de origen sustancialmente social. La socialización a través de la pantalla se produce mediante un proceso lento pero perseverante de presentación de concepciones estereotipadas de la realidad que se van sedimentando de manera inconsciente en la audiencia (Ferrés, 1996).

## **2.2 La Televisión como constructora de identidad de género**

La socialización, proceso por el cual se transmite generacionalmente la cultura con el objetivo de propiciar la integración social a través del establecimiento de una plataforma normativa y valorativa que sirve de base para el funcionamiento de las dinámicas sociales, se transforma también en el mecanismo por el cual se adquieren los elementos básicos de la identidad de género. En una primera instancia, en la socialización primaria, el entorno familiar y social más cercano es el que transmite sigilosa y silenciosamente las distintas maneras de apreciar el mundo, junto con un entramado de valores, formas de pensar e insertarse en el entorno. La socialización secundaria, en la que tiene lugar la interacción del individuo con las instituciones, a través de la enseñanza y actualmente en los medios de comunicación, confirma y legitima la asunción de la identidad y la adscripción a los roles preestablecidos en función del género (Brullet, 1996).

Ahora bien, la televisión y el género son dos categorías de análisis centrales para la comprensión y desarrollo de las sociedades contemporáneas, los fenómenos que originan y las contradicciones que generan en la discusión acerca de los ideales de la modernidad. En este sentido, los procesos y construcciones simbólicas que dotan de sentido y significado el acontecer humano y social, en especial los que dicen relación con la identidad y construcción del género, se producen y reproducen en las prácticas visibles y los rituales cotidianos, los cuales se encuentran íntimamente ligados al poder e influencia que la televisión ejerce en el imaginario colectivo.

Por un lado se conceptualiza a la *televisión* como un sistema ordenado de mensajes con responsabilidad parcial de las visiones del mundo que entendemos y habitamos, de acuerdo a la función socializadora que se le atribuye. De acuerdo a esto, el *género* como proceso identificador e identitario, se construye en las prácticas cotidianas que incluyen la socialización por la televisión. En otras palabras, ambos conceptos representan procesos sutiles, invisibles y

mediatos, naturalizados en la vida cotidiana, cuyo entendimiento y visibilidad es importante reconocer como prácticas de poder (Huerta Wong, 2006)

Desde esta perspectiva, las construcciones mediáticas del género repercuten en la construcción de una cultura que legitima un orden social y sus respectivas convenciones, apoyando así bases culturales y perfilando expectativas acerca de la forma en que hombres y mujeres deben ser y parecer (CNTV, 2008). De esta manera, la identidad de género alude a la cuestión sobre los modelos masculinos y femeninos que se consideran valiosos y, por tanto, positivos para una sociedad determinada (Bello, 2004). La construcción de esta identidad de género dentro de un contexto social y el significado que se superpone al *ser* hombre y mujer no se constituye como un proceso estático e inalterable, sino que se articula como un proceso dinámico que puede ser reinventado de acuerdo al dinamismo propio de la cultura y la sociedad.

### **2.3 La construcción de género desde la televisión: La noción de *estereotipo***

La televisión contribuye a legitimar modelos de mundo, a construir la significación de una realidad, de manera prerracional, produciéndose esta atribución de significación en una gran parte desde comunicaciones inadvertidas, es decir, pre-lógicas, mediante la intensificación estereotípica y la apelación a las emociones (Ferrés, 1996). En este sentido, una variada gama de investigaciones demuestran que ella no sólo puede generar expectativas estereotipadas de los roles de género, sino también promover o no relaciones de género flexibles y equitativas (Greenfield, 1985).

Ana Sánchez Bello (2004) señala que la diferente percepción de los papeles que han de jugar los sexos en la sociedad se trasluce en la simbología iconográfica y lingüística de los medios de comunicación, ya que estos influyen sobre las ideas que adquieren los individuos. Dicho de otra forma, los medios de comunicación son una instancia más de socialización desde donde se aprehenden distintas formas de ser hombre y mujer a través de elementos simbólicos estereotipados, los que se insertan en la audiencia a través de los contenidos emitidos por la televisión.

Por su parte, Mercedes Charles (2002) señala que la televisión transmite creencias, actitudes y concepciones que llevan a ambos sexos a interiorizar roles diferenciados, los cuales se manifiestan como una expresión simbólica que revela ideologías de género dominante. Estas contendrían significados, ideas y valores que transmiten visiones culturales contradictorias de la diferencia entre los sexos. Desde esta perspectiva, es posible señalar que la diferencia de roles preestablecida se manifiesta en televisión principalmente bajo la forma de *estereotipo*, construcción simbólica que deja de manifiesto las arbitrarias maneras de presentar el género en la sociedad, y que permite seguir reproduciendo su efecto en la sociedad mediante el alcance y poder mediático que la televisión posee.

El *estereotipo* se define como un conjunto de ideas acerca de los géneros que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad. Estas ideas simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los géneros que se basa en marcar las



características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir (Belmonte, 2008). De acuerdo a esto, es determinante el papel de los estereotipos en el mantenimiento de las desigualdades de género, por cuanto realizan la función de asignar a cada género las características de la identidad a incentivar en función del papel social preferente a consolidar (Antón, 2001).

A partir de la socialización, cada cultura otorga unas características y desarrolla unas expectativas distintas para cada sexo y establece unos comportamientos distintos para hombres y mujeres. Es en esa adjudicación de capacidades y carencias donde entran en juego los estereotipos como los diversos modelos posibles para actuar en masculino y femenino que cada cultura presenta en una especie de catálogo atávico a partir del cual se socializa a los individuos (Altés, 2004). De acuerdo a lo anterior, las diferencias biológicas entre hombres y mujeres conlleva a la asunción de roles diferentes, de la que se deriva una división de tareas sociales. En este sentido, para justificar esta división también se atribuyen a mujeres y hombres características psicológicas distintas de manera que todas esas diferencias justifican la atribución de actitudes, comportamientos y funciones distintas a mujeres y hombres, generándose *estereotipos de género* (Núñez, 2004).

## 2.4 Estereotipos de género femeninos

La investigación sobre la mujer en los medios surge en la década de los 70, marcado fuertemente con un tinte reivindicativo y crítico de las imágenes estereotipadas de la mujer tanto en revistas como en los programas televisivos, y el abuso de la exhibición del cuerpo femenino en los mensajes publicitarios. El estereotipo femenino en televisión se constituye al presentar a una mujer siempre buena, pasiva, obediente, servil, tierna, maternal, ama de casa, amable, comprensiva, discreta, delicada, dependiente y sin iniciativa, administradora de parte del dinero del hombre en el ámbito doméstico, temerosa, físicamente, siempre joven, y con apoyo incondicional para el hombre. También se le asocia con la afectividad, dependencia y preocupación por los demás (Suárez, 2007).

Por su parte, el estudio del Consejo Nacional de Televisión denominado *La imagen de la mujer en TV* (2008) concluye que existiría una valoración social desigual de los roles de género en la televisión. En relación a la no-ficción, mientras los hombres representan en lo simbólico la inteligencia, seriedad, discreción y lealtad, la mayoría de las mujeres representarían en cambio, la escasa inteligencia y preparación, la explotación de su cuerpo, la indiscreción y deslealtad. Por otro lado, la ficción televisiva presentaría imágenes o representaciones de la mujer menos estereotipadas y, por lo mismo, más heterogéneas en comparación a la no-ficción, posibilitando así la identificación con personajes más complejos y variados.

De acuerdo a lo anterior, el estudio de la Diputación Foral de Bizkaia (2004) denominado “Medios de Comunicación y Género” señala que los medios utilizan un repertorio de estereotipos que contemplan los modelos tradicionales de las mujeres, como esposa, madre, ama de casa, cuerpo, objeto de deseo, pero también incorpora y reviste de novedad otros

arquetipos, como el que ha aparecido hace poco tiempo: la *amazona*, esa mujer exigente, autosuficiente, que dirige una empresa con la misma energía y eficacia que lleva su casa, que sabe lo que quiere y que parece haber conseguido reunir en sí misma las capacidades del hombre y de la mujer.

## 2.5 Estereotipos de género masculinos

Los estudios sobre la masculinidad surgen a raíz de los estudios de las mujeres y una vez que estas han podido desenmascarse, se ha procedido a desenmascarar los estereotipos masculinos (Suárez, 2007). Diversos estudios sobre masculinidad revelan novedosos planteamientos históricos, psicológicos, antropológicos y especialmente sobre la obsesiva construcción de identidades masculinas agresivas, arrogantes, manipuladoras y/o prepotentes. El estereotipo masculino se asocia a la agresividad, independencia y competitividad. Un informe elaborado por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Asuntos Sociales, destaca que la imagen del hombre representa la autoridad, la sabiduría y la experiencia, así como las grandes realizaciones y profesiones les corresponden a ellos.

Por su parte, Mercedes Charles (2002) señala que los hombres de la pantalla son, por lo general, agresivos, dominantes, independientes y tienen una actividad profesional interesante. Además, son poderosos, competentes, violentos y tienen un buen estatus social. Ellos saben controlar sus emociones y sexualmente tienen una actitud conquistadora.

Ahora bien, José Sixto García (2007) analiza el nuevo tipo de imagen de masculinidad que se ha estado presentando en televisión los últimos años, donde la tipología de *macho* ya no trae consigo una significación positiva, sino que más bien es conceptualizada como problemática. La pérdida de la esencia viril que había caracterizado durante años al hombre en televisión dio lugar a la aparición de nuevas cualidades con las cuales se identificarán las imágenes y estereotipos del *ser hombre*, entre las cuales se pueden contar la sensibilidad, emotividad y estética. Por otro lado, el hombre ya no es el único en decidir, ahora debe negociar cada elección en común, abriéndose una serie interminable de conflictos recurrentes y teniendo que aceptar con frecuencia como un hecho consumado la elección ajena que una mujer decida imponerle.

Por otro lado, se observa como los hombres homosexuales también han subido a la palestra, ocupando buena parte de la parrilla televisiva. Sin embargo, su rol también ha cambiado y ya no se representan como objeto de burla, sino como un miembro más de una sociedad en la que están totalmente integrados y en la que, incluso, gozan de prestigio social (García, 2007). Cabe destacar también que en el caso chileno, la aparición de personajes homosexuales se remite a un pasado reciente con la transmisión de la telenovela *Machos* en el año 2003, presentándose por primera vez la temática en forma explícita a la audiencia bajo un personaje cuidadosamente elaborado, sin recurrir al normal estereotipo del hombre gay afeminado ni con gestos que lo acercan más a una imagen de mujer. Lo mismo ocurrió con la producción “Puertas Adentro” de TVN.

Los estereotipos surgen del medio social y se aprenden a través de permanentes procesos de socialización. Son, en definitiva, fieles reflejos del sistema de símbolos compartidos de una cultura y una historia, y como tales, van a nacer y mantenerse porque responden a las necesidades que tiene tal contexto de preservar las normas sociales (Altés, 2004). Las sucesivas reformulaciones de los estereotipos pone en juego rasgos, atributos y tipos de conducta que se originan y refuerzan mediante la interacción social, y cuyo objetivo es reflejar los roles que los grupos deben desempeñar en la sociedad.

La fuerza de irrupción y permanencia que tienen los estereotipos como dispositivos que se instalan desde los medios de comunicación en las maneras de construir realidades en las audiencias, no se manifiestan únicamente a un nivel psíquico o simbólico, sino que también a un nivel material, colaborando significativamente con la reproducción y consolidación de las condiciones sociales, políticas y económicas dentro de las cuales son generadas y emitidas.

## **2.6 La función de las telenovelas como género televisivo**

La televisión es, junto con la educación, el principal medio de una nueva forma cultural: una cultura relativamente estandarizada y ampliamente difundida que está a disposición de las mayorías (Brunner, 2003). En este sentido, la televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación (Fuenzalida, 1987). Desde esta perspectiva, las telenovelas juegan un papel fundamental a la hora de explicar los distintos procesos y fenómenos sociales, la forma en que estos se presentan a la audiencia, junto con la transmisión de valores y formas de apreciar y aprehender la realidad que reproducen imágenes arbitrarias de interpretación de la sociedad.

La telenovela es conceptualizada entonces como una ficción melodramática serializada, un producto cultural, que se transmite en horario estelar –es decir, cuando hay la mayor posibilidad de captar audiencia— con una frecuencia usual de cinco días a la semana. La telenovela suele tener entre 180 y 200 episodios y se transmiten entre tres y seis u ocho meses, aunque estas características sean flexibles (Quispe-Agnoli, 2009).

La telenovela en América Latina, ha constituido uno de los espacios de expresión, reconocimiento y recreación cultural por excelencia, a la vez que uno de los productos mediáticos masivos más distintivos y reconocidos de la industria televisiva (Orozco, 2006). La producción, transmisión y recepción de la telenovela ha significado en las culturas latinas un acontecimiento de importancia en la vida cotidiana de sus audiencias, en la construcción de imaginarios individuales y colectivos, en la validación de creencias y expectativas y en la reconfiguración reiterada de esas identidades volátiles, que no obstante dejan sedimentos que perduran por décadas y afloran en los sentires y en los modos de relacionarse unos con otros en los países latinoamericanos.

Como *narrativa cultural*, la telenovela se vuelve punto de convergencia de pasiones y aspiraciones, lágrimas y risas, demandas y gratificaciones, desencantos y alianzas, emociones varias que bordan un espacio imaginario que algunos conceptualizan como *comunidades imaginarias* (Anderson, 1991).

La telenovela conjunta, condensa y recrea, quizá como ningún otro género televisivo, lo popular, característico de las grandes mayorías en los países latinoamericanos, con lo melodramático, en tanto emotividad residual en sus intercambios cotidianos, vigente en la mayoría de las interacciones afectivas, interpersonales (Orozco, 2006). En este sentido, la telenovela ha inducido reconocimientos identitarios en múltiples segmentos de audiencia, a la vez que ha construido, reproducido y recreado estereotipos de clase, de género, de raza y de edad.

En este sentido, las telenovelas funcionan y actúan como agentes que refuerzan y divulgan determinadas creencias y valores tradicionales, convirtiéndose en el espejo que le devuelve una imagen distorsionada al individuo, la cual responde a las arbitrarias maneras que los medios de comunicación articulan para representar las categorías sociales en las cuales se enmarcan las audiencias, resultando ser el género una de las más visibles y significativas a la hora de adentrarse en el estudio de las dinámicas mediante las cuales son conformadas.

### 3. Metodología

#### 3.1 Técnica

##### *Análisis de Contenido de Pantalla*

Dado que el análisis de contenido es útil para obtener información que no está directamente expresada en el mensaje, algunos autores han entendido que esta técnica está ligada a los aspectos de procesamiento de la información que el sujeto debe realizar para adquirir conocimientos sobre el mundo. Así, Paisley (1964) señala que es una fase del procesamiento de la información en la que el contexto de la comunicación es transformado a través de aplicaciones objetivas y sistemáticas de reglas de categorización en datos que puedan ser analizados.

#### 3.2 Diseño Muestral

La muestra está compuesta por 10 capítulos de telenovelas nuevas (no repeticiones en pantalla) de producción nacional exhibidas en horario para todo espectador. Las producciones escogidas fueron *Cuenta Conmigo* de Canal 13 y *Los Exitosos Pells* de TVN, donde se analizaron 5 capítulos de cada una.

**10 capítulos** de una duración aproximada de 40 minutos.

**400 minutos y 24.000 segundos** de telenovelas analizadas.

## a) Selección de capítulos

Se realizó mediante una muestra compuesta que abarca 3 semanas de emisión durante el primer mes de transmisión –marzo-, debido principalmente a que es en las primeras semanas donde las telenovelas presentan a los personajes y sus principales tramas en las que se desenvuelven. Por lo tanto, es en este tramo de tiempo donde sería posible identificar de mejor forma la presencia de estereotipos de género en los personajes a analizar.

Semana de Marzo	Cuenta Conmigo	Los Exitosos Pells
<b>1</b>	Lunes 2, Jueves 5	Martes 3, Jueves 5
<b>2</b>	Martes 10, Viernes 13	Martes 10, Viernes 13
<b>3</b>	Viernes 20	Viernes 20

## b) Selección de personajes

Se realizó un mapeo de los personajes según Sexo, Edad, Protagonismo, Identidad de Género (observación de presencia de algún estereotipo) y Condición laboral. Los datos se obtuvieron a través de lo que los propios canales informan en la página web de las telenovelas.

Telenovela / Sexo Personaje	Hombres	Mujeres	
<b>Cuenta Conmigo</b>	10	13	
<b>Los Exitosos Pells</b>	11	5	
<b>Total Personajes</b>	21	18	<b>39 Personajes</b>

Una vez realizada la selección de personajes para la aplicación del instrumento, utilizando la relevancia en la trama y la identidad de género/orientación sexual como criterios de selección, es posible establecer el diseño muestral de los personajes a analizar.

Telenovela / Sexo Personaje	Hombres	Mujeres	
<b>Cuenta Conmigo</b>	4	6	
<b>Los Exitosos Pells</b>	6	4	
<b>Total Personajes</b>	10	10	<b>20 Personajes</b>

### 3.3 Operacionalización del instrumento<sup>2</sup>

<i><b>Variables</b></i>	<i><b>Dimensiones</b></i>
Sexo Rol en la telenovela Edad Estado Civil Orientación Sexual Estrato Socioeconómico Trabajo/Ocupación	<b>Socioculturales</b>
Contextura Física Tipo de Vestimenta Uso del lenguaje Tipo de gestos	<b>Físicas, kinéticas y gestuales</b>
Habilidades/destrezas del personaje Tipo de Personalidad Relación e interacción con distinto género Relaciones de pareja Relaciones laborales Relaciones familiares Tipo de Conflicto.	<b>Dimensiones psicológicas y psicosociales</b>

## 4. Análisis de Resultados

### 4.1 La imagen femenina en telenovelas

Las imágenes femeninas de las telenovelas analizadas presentan por un lado a mujeres cuya principal preocupación es conseguir el éxito profesional, y por otro, aquella que persigue el bienestar familiar por sobre los demás. Desde esta perspectiva, se hace clara la diferencia entre una y otra telenovela al momento de querer presentar imágenes novedosas y contingentes de las mujeres actuales, articulando distintos tipos de características y estereotipos femeninos que intentan transmitir a la audiencia las maneras de ser mujer en la actualidad.

<sup>2</sup> El instrumento es el complemento del utilizado en el estudio “Las relaciones de género en los dibujos animados de la TV chilena” elaborado por Patricio Cabello y Carolina Ortega, el cual ya fue testado por el CNTV.

#### 4.1.1 La mujer amazonas: trabajo, poder y reconocimiento

“Los Exitosos Pells” (LEP) presenta imágenes femeninas relacionadas al éxito, al poder y a la ambición, dejando de lado las temáticas tradicionales relacionadas a la consecución del amor, formación de familia y la crianza de los hijos que caracterizaban a las mujeres en telenovelas anteriores. En este sentido, concuerda con los resultados obtenidos en el estudio que realizaron en conjunto el MINEDUC, la Universidad Diego Portales y el Consejo Nacional de Televisión (2006) denominado “Discursos sobre la sexualidad”, donde caracterizan al estereotipo femenino a través de determinados atributos presentes en su representación dramática, tales como joven, atractiva, activa, autosuficiente, competitiva, astuta y calculadora, a la que denominan *amazonas*.

De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que los personajes protagónicos femeninos, caracterizados por Claudia di Girolamo<sup>3</sup> y Luz Valdivieso<sup>4</sup>, representan al tipo de mujer profesional, exitosa, cuya forma de realización personal se logra a través de la realización profesional. Ambos personajes se identifican con valores tradicionalmente asociados a hombres, ya sea por la ética de trabajo, carácter o las relaciones de dominación que establecen tanto con personajes de su mismo género, como en la cotidianeidad con la pareja, compañeros de trabajo y su familia. También se pueden apreciar estas imágenes en personajes secundarios, como los interpretados por Amparo Noguera –Lili Tokman, la productora del noticiario- y Paz Bascuñán –Daniela Caminero, maquilladora de alto nivel-.

Tabla de contingencia p14b * Sexo				
Recuento		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
p14b	Falta de inteligencia	5	1	6
	Inteligencia	5	9	14
Total		10	10	20

Por otra parte, estos personajes rompen con el circuito “casa-trabajo-casa” que tradicionalmente se le atribuye a la mujer que trabaja. En el caso de LEP, los personajes femeninos realizan su presentación dramática la mayor parte del tiempo en el trabajo, desarrollando todos los conflictos en el lugar donde se desempeñan laboralmente, no dejando a entretener facetas de su vida privada relacionadas con proyectos familiares. En este sentido, las mujeres de esta telenovela, casi todas profesionales y sofisticadas, movilizadas mayormente por la acumulación de dinero y poder, entremezclan conflictos amorosos con los relacionados al trabajo, muchas veces no pudiendo diferenciar las prioridades y objetivos principales de su puesta en escena. Tal es el caso de Sol Costa, interpretada por Luz Valdivieso,

<sup>3</sup> Interpreta a Franca Andrade, mujer sofisticada, glamorosa, manipuladora, inescrupulosa y amante de la buena vida, ambición de poder que ocupa dentro del mundo de las comunicaciones. Envidiada por Esteban Núñez, su ex marido y competencia.

<sup>4</sup> Interpreta a Sol Costa, la conductora del noticiario. Mujer atractiva, inteligente, trabajadora e irónica.

la cual presenta conflictos en el trabajo al ser la presentadora estrella del noticiario y una de las principales rivales de su esposo, Martín Pells. Por otra parte, también presenta conflictos en el ámbito sentimental, teniendo una relación amorosa con un compañero de trabajo y luchando para que lo laboral no se interponga entre ella y su pareja extramarital.

Tabla de contingencia p14g * Sexo				
Recuento		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
p14g	Dependiente	4	2	6
	Autonomo	6	8	14
Total		10	10	20

#### 4.1.1.1 El trabajo como nuevo espacio público

Como ya se señaló, el trabajo se constituye como un elemento fundamental al momento de conocer el proceso de construcción de la imagen de género presente en los personajes. En este sentido, el trabajo es posicionado como un elemento que configura el ser de los personajes, y principalmente como un fin en sí mismo. Mediante el trabajo, los personajes pueden llegar a obtener beneficios tanto sociales como económicos, pero la importancia que adquiere no es tan solo como un mecanismo que permite acceder a ellos, sino que se transforma en el objetivo per sé. De acuerdo a esto, la importancia del trabajo es superlativa a la hora de analizar la manera en que se comportan tanto mujeres como hombres en torno a él, y como manifiestan su identidad de género en relación a su desempeño e importancia del trabajo en sus vidas. El trabajo sigue siendo uno de los principales ejes organizadores de la vida cotidiana y soporte identitario. Hay que pensar en la centralidad del trabajo en un nuevo orden flexible, más individualizado y diferenciado, generando cambios en los patrones de sociabilidad y por consiguiente, de género. La experiencia de trabajar es valorada ya que permite la realización de proyectos personales y profesionales y el acceso a mayores niveles de autonomía, dignidad, utilidad social y reconocimiento.

En efecto, además de sus funciones económicas y sociopolíticas, el trabajo ha sido históricamente un referente central de las identidades personales y colectivas donde ha operado como un campo de diferenciación entre los sexos y como elemento constituyente de las identidades de género (Todaro y Yáñez 2004), de ese sentimiento de pertenencia a uno u otro género que constituye una dimensión fundamental en la identidad personal y que interviene en la representación, interpretación y evaluación de los acontecimientos y del propio auto concepto, así como en la regulación y direccionalidad de las acciones (Barberá, 1998).

En el caso de LEP, y en relación directa con la importancia del trabajo en la vida de los personajes, podemos dar cuenta de la dicotomía –y a veces mutua negación- entre vida



pública y vida privada desde una perspectiva de género. En este sentido, los personajes femeninos están abocados a desempeñar labores profesionales para conseguir algún tipo de reconocimiento, ya sea económico o social, por lo que los demás ámbitos de la vida privada quedan relegados a una casi nula presentación. Se aprecia entonces la incapacidad de las mujeres para compatibilizar sus roles de madre, hija, hermana y pareja con su labor y desempeño profesional, negando la dimensión privada, y por consiguiente, la división entre vida pública y vida privada.

Desde esta perspectiva, si bien se ha podido dilucidar un cambio en la relación entre las mujeres y el dinero –reconocimiento, estatus, poder-, donde cada vez más los personajes femeninos adquieren mayor protagonismo como profesionales que asumen riesgos, toman decisiones, ocupan puestos gerenciales y se desenvuelven de igual a igual con los hombres, dejando de lado los rasgos tradicionales con los que anteriormente eran identificadas, este cambio no ha permeado en su vida privada, mostrándolas como incapaces de manejar adecuadamente relaciones amorosas, familiares y laborales, especialmente si tienen trabajo, dinero y poder.

En este sentido, la caracterización de este tipo de imagen femenina se considera como *unidimensional*, ya que solamente se presentan personajes enfocados a la obtención de logros profesionales, dejando de lado la dimensión privada, es decir, la que abarca la vida familiar, pareja y amigos. La mujer que se presenta como unidimensional mantiene estrechas relaciones con el dinero y el poder, pero no puede articular relaciones familiares, amorosas, maternas ni de amistad con los demás.

#### **4.1.1.2 Ellas primero: la postergación de la maternidad**

Siguiendo con lo anterior, es posible encontrar en este tipo de imagen/estereotipo femenino un fenómeno social contingente y con total prevalencia en el discurso pos-moderno imperante como eje analítico de nuestras sociedades, y del rol e imaginario de la mujer actual. Nos referimos a la maternidad y a su postergación, la cual se origina como respuesta a la contradicción entre crianza intensiva del niño, la cual ha predominado históricamente, y desde la cual se elaboraron muchos de los atributos con los que se caracteriza el *ser mujer*, y el ethos de las relaciones impersonales y competitivas en la búsqueda de ganancias individuales. Desde este punto de vista la maternidad empieza a ser contraria a la realización personal, por lo que se disminuye el número de hijos y la opción laboral y actividades fuera del hogar aumentan como tema de la mujer y las madres (Molina, 2006).

Esta complejización de las concepciones en torno a la maternidad y la apertura de posibilidades para la mujer empieza a considerar a la función materna como menos positiva y menos atractiva que en otras épocas (Molina, 2006). No solo no queda claramente establecido como un rol que valoriza a la mujer, sino que además los propios hijos empiezan a ser vistos como carga y obstáculos en las motivaciones de realización profesional (Araya & Bitrán, 1995; Burin, 1998), lo que incide directamente en las posibilidades de éxito de su proyecto vital.

#### ***4.1.1.3 La instrumentalización de las relaciones sociales como parte del proyecto individualizador***

De acuerdo a lo anterior, se posiciona como un elemento analítico fundamental a la hora de caracterizar los personajes de LEP la base valórica desde donde se articulan las estrategias para conseguir los objetivos propuestos por cada uno de los personajes en su presentación dramática. En este sentido, los valores que están asociados a los atributos mencionados anteriormente pueden ser relacionados con la falta total de escrúpulos, conductas anti éticas y alejados de un bien colectivo, movilizandoy utilizando los medios que sean necesarios para conseguir los fines estipulados con anterioridad, los cuales están permeados por el afán de poder, dinero y reconocimiento. Desde esta perspectiva, los personajes protagónicos –tanto femeninos como masculinos- de LEP son presentados explícitamente como carentes de toda base ética, a los cuales no les importa pasar a llevar al resto con tal de lograr el éxito en las distintas aristas en que este se pueda presentar, y que sin embargo, aún sin esta base ética-valórica, lo logran. De lo anterior se desprende entonces, que actualmente en las instancias superiores de toma de decisión las cargas éticas-valóricas son prescindibles, y más aun, innecesarias para alcanzar el éxito. Los personajes principales adolecen de preceptos morales y éticos para conseguir los objetivos presupuestos, y son ellos los que se encuentran mejor posicionados que el resto. Por lo tanto, la pregunta que surge de manera implícita es ¿Si actúo de manera poco ética es posible conseguir los objetivos? En LEP al parecer la respuesta es positiva, debido precisamente a que son los personajes que carecen de esta eticidad los que están mejor posicionados económica y socialmente, reflejando quizás las dinámicas mediante las cuales son articulados los sistemas de distribución de incentivos en altas instancias de dinero y poder.

Por otro lado, cabe preguntarse también por aquellos personajes que no presentan estas características –roles secundarios-, y cual es finalmente su posición respecto a tales dinámicas. Por lo que se puede apreciar, en LEP la respuesta es más bien simple: el que moviliza su actuar en relación a imperativos éticos y morales, preservando los elementos valorativos en la disposición a conseguir objetivos, puede optar a trabajos y ocupaciones más bien técnicas dentro del canal, más no preponderantes en las cúpulas de poder y de toma de decisión, debido principalmente a que las lógicas que operan dentro de éstas carecen del código ético y valórico que estos personajes intentarían introducir.

Uno de los ejemplos más representativos de esta tendencia a la individualización y la consiguiente utilización de los medios necesarios para lograr los objetivos propuestos es la instrumentalización de las relaciones sociales, ya sea a nivel familiar como de amistad. En LEP se muestra a los personajes principales, tanto femeninos como masculinos, movilizandotodo tipo de recursos para lograr el reconocimiento necesario para asegurar la posición social en la que se están o mantener una trayectoria ascendente dentro de la estructura ocupacional y simbólica, dentro de los cuales se encuentran sus propios amigos y familiares, estableciendo relaciones netamente instrumentales con los demás personajes en forma de vínculo o acercamiento entre sus aspiraciones y las potenciales posibilidades que estas relaciones le otorgan para lograrlas.

En este sentido, la marcada soledad que se manifiesta entre los personajes principales de LEP, y los determinantes socioeconómicos y culturales que posibilitan esta soledad, logran transmitir la imagen de una sociedad cada vez más atomizada e individualizada, donde las relaciones interpersonales se instrumentalizan a un nivel donde las personas ya no cuentan con nadie más que ellos mismos en su entorno más cercano, utilizando los vínculos sociales como vectores de posibilidades aun no exploradas dentro de la lógica de obtener beneficios con cada movilización de recursos en pos de un objetivo en particular. Desde esta perspectiva, el imaginario social que se transmite para este tipo de personas, con altos grados de responsabilidad y ocupando puestos decisivos en empresas importantes, es el de la anulación de toda relación afectiva, ya sea a nivel amoroso como de amistad, instrumentalizando cualquier tipo de vínculo interpersonal para satisfacer necesidades individuales articuladas por expectativas relacionadas a la posición social en la que se encuentran. Un ejemplo es la relación que mantiene Sol Costa con Daniela Caminero, periodista estrella y maquilladora, respectivamente. A primera vista, ambas mantienen una relación de amistad, confidenciándose secretos de toda índole, aconsejándose mutuamente y tejiendo un lazo afectivo considerable. Sin embargo, con el paso de los capítulos se puede observar como Sol Costa utiliza a su maquilladora únicamente cuando tiene problemas, no generando respuestas frente a las mismas solicitudes afectivas que Caminero tiene para con ella, siendo utilizada como *válvula de escape* cuando Costa se siente aprisionada. Entre ambas existen diferencias en relación a la posición social que ocupan y, posiblemente, si no existiera el vínculo laboral que las unifica las posibilidades de entablar amistad disminuirían radicalmente.

Por otro lado, personajes que ocupan posiciones más bajas en la estructura social, como es el caso de Gonzalo Redolés<sup>5</sup> y su mánager, Lili Tokman y su equipo, efectivamente son capaces de mantener y desarrollar relaciones de amistad y afecto en cierta medida más puras. En este sentido, existe una relación directa entre posición social –ocupacional- y tipo de vínculo interpersonal manifestado entre los personajes.

#### **4.1.2 La mujer fraternal : madre, esposa, profesional**

*“Cuenta conmigo”* (CC) presenta una imagen femenina fraternal, la cual se observa con los personajes protagónicos caracterizados por María Izquierdo<sup>6</sup> y Carolina Arregui<sup>7</sup>, quienes si bien trabajan y se desempeñan exitosamente en lo laboral, su principal objetivo es alcanzar el amor, consolidar una familia y luchar por los hijos. En este sentido, se puede apreciar el denominado circuito “casa-trabajo-casa” en las protagonistas, siendo determinante en su realización dramática la consecución de objetivos emocionales o sentimentales antes que los ligados al éxito profesional, al dinero y reconocimiento.

De acuerdo a lo anterior, se mantiene la separación entre vida privada y vida pública, manteniéndose la atención dramática en el desarrollo de conflictos dentro de la dimensión privada, otorgándole una importancia reducida a las labores profesionales de los personajes y

<sup>5</sup> Actor auto-gestionado. Holgazán, extremadamente sensible, amante de la buena mesa y también de los placeres etílicos (al contrario del sofisticado Martín Pells), No ve más allá de su día a día.

<sup>6</sup> Psicóloga y exitosa escritora de libros infantiles. Está casada con Camilo y le acaban de diagnosticar cáncer.

<sup>7</sup> Secretaria personal de Camilo, el gerente de la Empresa, del cual está secretamente enamorada.

su relación con elementos propios de la dimensión pública, como son las luchas por el reconocimiento, dinero y poder, las cuales articulaban tanto la trama como a los mismos personajes de LEP. En este sentido, la imagen femenina predominante -de acuerdo a los personajes protagónicos- en CC, es la que presenta a la mujer en sus roles más tradicionales, con rasgos y estereotipos definidos comúnmente entre las expectativas sociales que se tienen del *ser mujer*. En relación a esto, se pueden categorizar distintos tipos de roles de mujer fraterna, entre los que se encuentra en primer lugar, el de la *madre abnegada*.

María Izquierdo personifica a Josefina, una mujer casada, profesional y con cinco hijos, a la cual le detectan cáncer, por lo que está dispuesto a todo para que su marido y sus hijos queden en buenas manos una vez que ya no esté con ellos. Josefina representa a la *madre abnegada*, la cual superpone a la familia por sobre todo, no dudando en postergar sus propias necesidades para servir y asegurarles el bienestar a los demás -hijos, cónyuge-, caracterizándose por tener una buena disposición para solucionar los problemas de quienes la rodean, especialmente mediante el sacrificio, consejo y apoyo emocional. Otra característica que presenta es el optimismo y un marcado instinto maternal que se refleja en el comportamiento y trato hacia sus hijos y familia en general.

Por otra parte, Carolina Arregui representa la imagen de la mujer que persigue un sueño de amor imposible, idealizando y amando en secreto al hombre que es su jefe. En este sentido, se le adjudican a este personaje una serie de atributos y características psicológicas más bien tradicionales en la articulación de su imagen de mujer: dubitativa, temerosa, conservadora, de valores tradicionales, de buen aspecto, haciendo uso de accesorios y adornos que protegen sus atributos femeninos, sin caer en lo sensual o provocativo. Al igual que la madre abnegada, el lenguaje y comportamiento es suave y cariñoso.

De acuerdo a lo anterior, las imágenes femeninas presentes en la realización dramática de CC superponen la dimensión privada/afectiva de los personajes, por sobre la pública/laboral. Sin embargo, dentro de esta lógica, las mujeres orientan sus acciones preferentemente a lograr la estabilidad emocional primero como madres y esposas y luego como mujeres, es decir, priorizan la maternidad y la seguridad familiar en desmedro de su realización profesional.

Por último, una imagen femenina que CC proyecta es la de la *mujer sensual*, tradicionalmente asignada a las mujeres en el género ficción. Este tipo de imagen dice relación a la utilización que hace la mujer de su cuerpo ya sea como medio o instrumento para lograr un objetivo, o para decorar determinadas situaciones. Tal es el caso de Paloma, interpretado por María José Bello, una brasileña recién llegada a Chile cuya sensualidad le permite tomar el control de las situaciones en las que se desenvuelve. Este tipo de personajes reproduce el estereotipo de la *femme fatale*, ya que sin grandes aportes narrativos y dramáticos a la telenovela, su incursión responde a exigencias por mostrar belleza, sensualidad y desenfreno, osadía y atrevimiento a la audiencia.

Desde esta perspectiva, se puede analizar el uso del cuerpo como una herramienta de poder, la cual se utiliza tradicionalmente para estereotipar la imagen femenina que se presenta tanto en la ficción como en la realidad. En este sentido, el cuerpo es instrumentalizado por las mujeres con el objetivo de acceder a posibilidades/posiciones que no podrían obtener

mediante otro mecanismo, manifestándose claramente rasgos de la dominación patriarcal presentes en la construcción de este estereotipo. Lo anterior se infiere al reconocer en el cuerpo de las mujeres un objeto que le posibilita acceder y obtener ciertos beneficios que con la ausencia de belleza física no podrían, y que, por lo tanto, no poseen otros mecanismos que les permita acceder por otro tipo de méritos a tales reconocimientos y posibilidades, como por ejemplo, la inteligencia, el trabajo, el esfuerzo, comúnmente asociados a las formas que tienen los hombres de sobresalir y posicionarse de mejor manera en las estructuras de oportunidad.



#### 4.1.3 Sofisticación a la hora de hablar, vestir y moverse.

Una dimensión del estudio que ayuda de sobremodera a caracterizar y analizar la imagen femenina que se presenta en las telenovelas es la que dice relación con la vestimenta, las formas de hablar y moverse que tienen los personajes. En este sentido, la mayor parte de los atributos asignados histórica y socialmente a la mujer tienen que ver con la presentación física de éstas, debido a que hasta no hace muchos años, el rol de la mujer en la ficción reflejaba el relegamiento que existía por parte del mundo de los medios de comunicación para con los personajes femeninos, siendo posicionados mayormente como un elemento decorativo y ornamental, abusando muchas veces de la sensualidad y las prestancias físicas que las mujeres otorgan para presentarlas a la teleaudiencia, negándoles espacios de desarrollo dramático y, por ende, de demostrar otro tipo de cualidad externa al cuerpo en sí.

Tabla de contingencia Contextura * Sexo				
Recuento		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Contextura	Delgado	6	8	14
	Atlético/Escultural	4	2	6
Total		10	10	20

Ahora bien, actualmente las telenovelas presentan personajes femeninos en su mayoría acordes al estereotipo presentado por el MINEDUC, la UDP y el CNTV (2006), denominada *amazonas* -joven, atractiva, activa, autosuficiente, competitiva, astuta y calculadora-, tanto a nivel protagónico como secundario, por lo que esta representación exige también una caracterización física, lingüística y kinética que dé cuenta de la imagen femenina que se quiere proyectar, a sabiendas que debe ir acorde también a la realidad social en la que este tipo/imagen de mujer se desenvuelve. En este sentido, la caracterización presente en las telenovelas analizadas en relación al estereotipo de *amazona* es muy similar. Sin embargo, cabe destacar que existen más personajes de estas características en LEP que en CC, debido principalmente a la composición social de las telenovelas.

En LEP los personajes femeninos son en su mayoría profesionales de clase alta o media alta, las cuales presentan hábitos, gestos, lenguaje y vestimenta acorde a su posición social. Se caracterizan por un buen y variado uso del lenguaje, por presentar una contextura delgada y atlética/escultural y por vestirse con trajes sofisticados y ceñidos, pero sin caer en la sensualidad desmesurada. La imagen que se proyecta es la de mujeres exitosas, que se visten a la moda y que poseen las cualidades físicas para hacerlo, pero también porque su nivel ocupacional así lo exige, al estar dentro de un entorno laboral y social que valida y legitima ciertas maneras de hablar, comportarse y vestirse. Entre estos personajes encontramos a Sol Costa, Franca Andrade, Daniela Caminero, Lili Tokman.

Tabla de contingencia Tipovestimenta * Sexo				
Recuento		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Tipovestimenta	Sofisticado/Casual/ Elegante	5	5	10
	Ceñido/Escotado	3	4	7
	Alternativo	2	0	2
	Tradicional	0	1	1
Total		10	10	20

Por otra parte, los personajes femeninos de CC se pueden categorizar más bien en distintas clases sociales, no solamente en una clase acomodada como el LEP. En este sentido, los personajes conllevan heterogeneidad social y presentan mayores matices en cuanto a la presentación del género y su identidad, existiendo desde jefas de hogar, profesionales,

estudiantes y empleadas domésticas. Si bien ninguna de ellas presenta características que permitan asociarlas a una clase social determinada y específica, se aprecia la existencia de una mayor heterogeneidad en la composición social de la telenovela, por lo que su presentación física irá variando de acuerdo a la pertenencia a su categoría social y ocupacional. Desde esta perspectiva, si bien existen personajes que presentan las características de la mujer *amazona* y son retratadas físicamente de similar manera que en LEP, existen también imágenes femeninas que no están en directa relación con tal estereotipo. Ejemplificando esta variación, se encuentra el personaje de María Izquierdo, la madre abnegada, la cual no viste atuendos sofisticados, o Blanca, la empleada doméstica.

Recuento		Telenovela		Total
		Los Exitosos Pells	Cuenta Conmigo	
Tipovestimenta	Sofisticado/Casual/Elegante	4	6	10
	Cefido/Escotado	5	2	7
	Alternativo	1	1	2
	Tradicional	0	1	1
Total		10	10	20

Cabe hacer la diferencia entre aquellos personajes que se visten y comportan de manera sofisticada, aludiendo a su posición y condición social/ocupacional, y a aquellas que efectiva y directamente provocan con sus vestimentas y gestualidad. Sin embargo, en ninguna telenovela analizada se presentan personajes cuya única función sea la decorativa, ya que si bien existen presentaciones más bien sensuales y provocativas por parte de algunas mujeres –Adella Secall, Elvira López, Antonella Ríos–, éstas no opacan la intención dramática de cada una de ellas, siendo un sustento para el desarrollo de la historia desde su posición de apoyo a los personajes principales.

## 4.2. Presentación de la imagen masculina

### 4.2.1 El hombre tradicional

Los personajes masculinos analizados en ambas telenovelas no presentan variaciones en relación a los atributos tradicionalmente asignados a los hombres tanto en la realidad como en la ficción. Sin embargo, se alejan del estereotipo del *niño grande*, resultado del estudio en conjunto entre el MINEDUC, la Universidad Diego Portales y el Consejo Nacional de Televisión, donde los personajes masculinos son conceptualizados como joven, atractivo, pasivo, dependiente, inseguro, emocionalmente frágil e ingenuo.

De acuerdo a esto, en ambas teleseries los personajes principales masculinos ocupan altos puestos en la estructura organizacional de las empresas donde trabajan. Tanto Martín Pells<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Conductor de noticias más exitoso del país. Creíble y serio, casado con Sol Costa, pero mantiene una relación homosexual con Tomás Aldunate, que permitió que Pells se transformara en una gran figura mediática.



como Camilo<sup>9</sup> son caracterizados como personajes exitosos, líderes en sus profesiones y con una carga de responsabilidad superlativa. En este sentido, representan al hombre trabajador pero acomodado, con un trabajo que les permite mantener un buen nivel de vida y luchar más que nada por el reconocimiento de su medio y de sus pares, así como también en la realización personal a través de la consecución del proyecto vital, ya sea a través del trabajo –LEP- o la estabilidad familiar –CC-.

Ahora bien, en LEP existen imágenes de masculinidad que resaltan los valores tradicionales asociados al hombre exitoso de clase alta: frío, calculador, que utiliza cualquier medio que esté a su alcance para lograr sus objetivos, junto con una estética y kinética que reúne un buen habla, vestuario sofisticado y elegante, gestos dominantes y habilidades tanto intelectuales como sociales. En este sentido, la mayoría de los personajes pertenecen al mismo círculo social, por lo que la descripción es aplicable a los personajes masculinos en general –Guido Wedell<sup>10</sup>, interpretado por Alfredo Castro, Esteban Núñez<sup>11</sup>, interpretado por Marcelo Alonso-.

Por otra parte, también destaca la importancia del rol desempeñado por Gonzalo Redolés –Ricardo Fernández-, el cual es un sujeto al que le ha ido mal en la vida, que no posee recursos económicos y que sustenta su vida sobre la base de ideales y objetivos bastante difíciles de conseguir de acuerdo a la realidad socioeconómica que posee. Se le caracteriza como un artista o bohemio, al cual se le presenta la oportunidad de surgir debido a un fortuito atropello por parte de Franca Andrade, la cual al percatarse de su increíble parecido con Martín Pells, le ofrece un contrato millonario que lo enriquece y le permite vivir la vida que nunca ha vivido. El lenguaje que ocupa es más bien juvenil, y su vestimenta cercana a lo alternativo. En este sentido, cuando ya es caracterizado como Martín Pells, Redolés debe adecuar su lenguaje a formas más sofisticadas y precisas de habla, así como también adoptar un vestuario que le es totalmente ajeno, sofisticado y lujoso. Un detalle bastante particular es que se niega a usar zapatos, precisamente como forma de protesta frente a la caricaturización de la que está siendo parte, y utilizado en la telenovela como una forma de protesta frente al encasillamiento físico y estético que caracteriza al rubro televisivo y al entorno social y simbólico que lo rodea.

Por otra parte, CC cuenta con una mayor heterogeneidad social entre sus personajes, por lo que se puede dar cuenta de diferencias tanto en el uso del lenguaje como de los gestos y la vestimenta de éstos. En relación a lo anterior, se pueden apreciar diferencias entre Camilo –gerente de la empresa, interpretado por Bastián Bodenhof-er-, Daniel –jefe de proyectos de la consultora de Camilo, interpretado por Héctor Morales- y Waldo –el junior, interpretado por Pablo Schwarz-, no tan sólo por la ocupación de los dos primeros, sino que por el lenguaje, gestualidad, vestimenta y tipos de personalidad, situación no muy recurrente en LEP –únicamente el mánager de Gonzalo Redolés-. En este sentido y siguiendo con el ejemplo, Camilo y Daniel se presentan como profesionales exitosos, vistiendo ropa elegante y sofisticada, manejando un gran vocabulario, manifestando habilidades tanto intelectuales como sociales y emocionales, y con una personalidad más bien independiente, activa y

<sup>9</sup> Dueño de Media Link, una empresa de estudios de opinión. Hombre frío, trabajólico y exitoso. Casado con Josefina y padre de 6 hijos.

<sup>10</sup> Un ejecutivo y casi dueño de TV News. Amante de Franca Andrade.

<sup>11</sup> Dueño de la competencia que quiere desbancar al canal ganador.



realista. Por su lado, Waldo es el junior de la oficina comandada por Camilo, con una vestimenta más bien tradicional o alternativa, con un lenguaje más bien coloquial y juvenil, presentando habilidades más que nada físicas. En su tiempo libre, Waldo piratea películas y realizar hackeos por Internet, y el rasgo identitario que lo caracteriza es su pintoresca personalidad, la cual se define por los piropos y cumplidos que realiza a las mujeres, sus modismos y forma idealista de enfrentar la vida.

#### 4.2.2 La nueva integración de los personajes homosexuales

Únicamente en LEP se desarrollan personajes con marcada orientación homosexual, específicamente tres. En este sentido, son solamente dos –Tomás Aldunate<sup>12</sup> y Charly Ubilla<sup>13</sup>– los que son explícita y abiertamente homosexuales, habiéndolo declarado tanto en su entorno laboral como familiar. El tercer personaje, Martín Pells, debe mantenerlo en secreto para no afectar su credibilidad en pantalla y asumir una falsa relación sentimental y matrimonial con Sol Costa, su compañera en el noticiario. Sin embargo, son muy pocas las personas que conocen su verdadera tendencia, entre las cuales se incluye su jefa Franca –Claudia di Girolamo–, por lo que esconder su verdadera opción se transforma en un problema en sí.

De acuerdo a esto, el imaginario que se transmite con la aparición de personajes con una orientación sexual distinta a la tradicional, y, en un entorno socioeconómico y cultural de estas características, puede caracterizarse desde una primera aproximación como alusivo a la tolerancia de personas con distinta opción a la propia, ya sea a nivel laboral como social. No existe discriminación evidente dentro del entorno en el cual se desempeñan y desenvuelven normalmente estos personajes, lo que hace que se normalice y hasta naturalice su orientación sexual por parte de su entorno laboral, a diferencia de producciones dramáticas anteriores donde se reflejaba la discriminación que sufrían las personas con opciones distintas.

Ahora bien, los personajes con reconocida orientación homosexual se construyen como caracterizaciones más bien impulsivas, ingenuas, idealistas, expresivas y dependientes. Asumen rasgos físicos, kinéticos y psicológicos de personajes femeninos, al poseer una vestimenta más bien ajustada y ceñida, gestos feminizados y una personalidad más acorde a una caricaturización de lo que se entiende por ser mujer. Sin embargo, si bien existe una imagen caricaturizada en la presentación personal y gestual, es posible apreciar una versión más realista en la caracterización de la cotidianeidad y vida en pareja, no existiendo diferencias con parejas heterosexuales en los hábitos y formas de comportarse como tal.

En este sentido, es una verdadera apuesta la de TVN ya que pocas veces se habían presentado personajes homosexuales que no fuesen caricaturizados o que reconociesen abiertamente su homosexualidad al entorno, llevando relaciones sentimentales tal y como lo realiza una pareja heterosexual, naturalizando las distintas opciones y abarcando realidades que se mantuvieron escondidas y postergadas del debate público a través de los medios de comunicación durante años.

---

<sup>12</sup> Esteticista del canal de TV e hijo de la dueña del canal. Presenta una orientación homosexual y se manifiesta caprichoso, fóbico y detallista

<sup>13</sup> Asistente de Martín Pells. Homosexual, enamorado de Tomás Andrade.

### 4.2.3 Relaciones de dominación y la nueva masculinidad

Una de las principales dimensiones del instrumento elaborado, y cuya riqueza analítica nos permite profundizar en las imágenes y/o estereotipos de género que se presentan en las telenovelas, es aquella que dice relación con las relaciones que mantienen los personajes con los demás, ya sea con otros de distinto género, con la pareja, con compañeros de trabajo y con familiares. Se caracterizó el tipo de relaciones que mantienen los personajes seleccionados y se pudo constatar que se siguen reproduciendo las tradicionales formas de dominación, pero que ahora son articuladas en relación a la jerarquía ocupacional más que por el género de los personajes. Desde esta perspectiva, se pudo apreciar que existe una marcada diferencia entre LEP y CC en el tipo de relaciones que se establecen entre los personajes, siendo marcadamente verticales en LEP y más bien horizontales en CC.

Tabla de contingencia Reldistgenero * Telenovela				
Recuento		Telenovela		Total
		Los Exitosos Pells	Cuenta Conmigo	
Reldistgenero	Vertical/Jerárquico dominante	6	2	8
	Vertical/Jerárquico dominado	2	0	2
	Horizontal	2	7	9
Total		10	9	19

Los personajes de LEP se ven inmersos en relaciones de dominación, presentándose jerarquías a nivel sentimental, laboral y familiar. Diferencias entre ser Gerente -hombre o mujer- y empleado o entre cónyuges o pareja, reproducen relaciones tradicionales de dominación que dan cuenta de las diferencias. Un ejemplo de relaciones verticales de dominación en lo laboral es el presentado por Martín Pells, el que debido a su posición de estrella y líder del canal de televisión presenta comportamientos altaneros y verticales hacia los demás empleados y trabajadores, inclusive hacia su compañera de labores Sol Costa, a la cual recrimina constantemente por errores, sacando a relucir su estatus de estrella. Por otro lado, este mismo personaje mantiene relaciones verticales en la relación sentimental que mantiene con Tomás Aldunate, haciéndole sentir constantemente que el que tiene el control de la relación es él. Por otra parte, Franca Andrade y Sol Costa también mantienen relaciones verticales de dominación ya sea con sus compañeros de labores, subordinados y con sus respectivas parejas, Esteban Núñez –más tarde Guido Wedell - y Diego Planes, respectivamente.

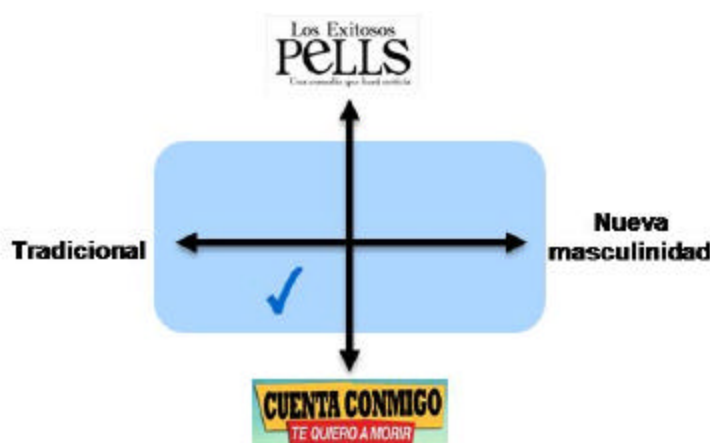
Por su parte, CC presenta relaciones horizontales en todos los ámbitos, sobresaliendo el nuevo tipo de hombre/jefe/padre interesado y dispuesto en mantener este tipo de relación con los personajes que le rodean. La imagen de la nueva masculinidad es representada por Camilo, el protagonista masculino de CC. Este personaje mantiene la horizontalidad en las relaciones ya sea con su esposa Josefina, sus hijos y con los trabajadores de la consultora. No presenta en casi ningún momento signos de verticalidad en sus interacciones, se reparte el cuidado de los hijos con la esposa, ayuda en los quehaceres del hogar y su principal preocupación es la

familia, más no el trabajo. De acuerdo a lo anterior, el personaje de Camilo representa la imagen positiva y equilibrada de un hombre que instrumentaliza el trabajo como una forma de otorgarle estabilidad económica a su familia, volviéndose un medio, a diferencia de LEP, donde era conceptualizado como un fin en sí mismo.

Lo anterior se comprende en el marco de la lógica que otorgan las teorías de la *nueva masculinidad*, la cual ha insertado en la sociedad la creencia de que los varones a medida que pasan los años se encuentran realizando cada vez más labores domésticas y de crianza, generándose de esta manera relaciones más igualitarias con las mujeres y de cercanía con los hijos. Sin embargo, Olavarria (2005) señala que establecer tan certeramente aquella afirmación como válida, sería una ingenuidad. Si bien han surgido términos como *hombre nuevo*, *nueva masculinidad* o *nuevo padre*, el autor señala que creer en su consistencia como generalizada en la totalidad de nuestra sociedad sería, por lo menos, erróneo.

Por otra parte, señala que pese a que la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado ha ido creciendo de manera sostenida en los últimos años, no existe un correlato proporcional de los hombres en la incorporación al espacio doméstico. En este sentido, se continúa sobrecargando a la mujer con una doble jornada de trabajo –productivo- remunerado y reproductivo -familiar-, lo que se ve disminuido únicamente en las clases sociales más privilegiadas al contratar servicio doméstico con el objetivo de alivianar la carga de las mujeres, en este caso, personificado claramente por Blanca<sup>14</sup> –Gabriela Hernández-. Sin embargo, ya en sectores menos acomodados las posibilidades de contratar estos servicios se ven cada vez más disminuidas. De esta manera, señala que el trabajo doméstico invisibiliza el dominio patriarcal, debido principalmente a que no estaría permitiendo el involucramiento de los hombres en los aspectos domésticos, reproduciendo sus derechos y ventajas asociadas a una posición privilegiada en la sociedad. De esta manera, la familia se posiciona como un deber ser individual y social, una matriz no solo simbólica, sino profundamente ideológica.

### Imagen Masculina



<sup>14</sup> Empleada doméstica. Lleva trabajando más de cuarenta años en la casa de Eugenia, la madre de Josefina.

#### 4.3 Perspectiva de género comparada: relación entre estereotipos y líneas editoriales

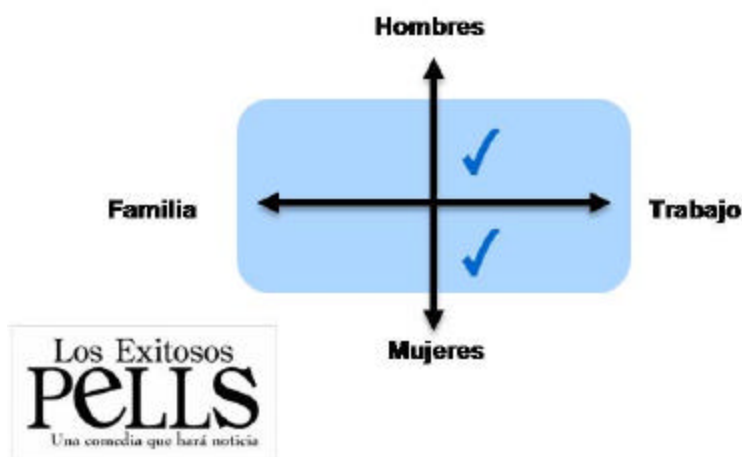
Las imágenes masculinas y femeninas presentes en las telenovelas analizadas se encuentran en concordancia con las líneas editoriales y visiones de la realidad que los canales que las producen intentan transmitir a la teleaudiencia. En este sentido, las perspectivas de género tanto de Televisión Nacional de Chile como de Canal 13 guardan estrecha relación con las directrices, misión y valores que sirven de base para la generación del contenido que emiten.

Ahora bien, TVN manifiesta abiertamente su intención de *“proveer criterios comunes de referencias, no pretendiendo desconocer ni mucho menos ocultar la diversidad de la sociedad y los distintos enfoques de quienes viven esos mismos valores de distinta manera, al mismo tiempo que declara no ser neutral ni ajena al debate público, sino que aspira a estimular la adecuada expresión de los distintos sectores de la sociedad dentro del respeto al marco valórico que se ha trazado como medio”*<sup>15</sup>. Desde esta perspectiva, y dando cuenta de los resultados obtenidos, podemos señalar que efectivamente se hacen cargo de la diversidad en lo que refiere a orientación sexual, presentando personajes homosexuales, sin llegar a caricaturizaciones absurdas y burlescas, sino que más bien haciéndose cargo de las dinámicas específicas que rodean a esa parte de la sociedad, de una manera sutil pero realista, llegando incluso a naturalizar dicha condición.

Por otra parte, el rol de las mujeres en LEP es preponderante dentro de la realización dramática, llevando el protagonismo de los conflictos presentados en la telenovela, no siendo exclusivamente un adorno como tradicionalmente lo fueron. En este sentido, tanto Sol Costa como Franca Andrade son personajes bien articulados y con una presentación dramática superlativa, la cual es equivalente al de los personajes masculinos. Desde esta perspectiva, no existen diferencias de importancia o preponderancia entre ambos géneros en LEP, donde los puestos de poder son ocupados tanto por hombres como por mujeres, posicionando al género femenino como parte de las lógicas que antes eran exclusivamente atribuidas a los hombres. De acuerdo a esto se le adjudican características tradicionalmente masculinas a personajes femeninos, tales como la ambición, avaricia, racionalidad en el actuar, instrumentalización de relaciones interpersonales, etc.

---

<sup>15</sup> Línea Editorial de Televisión Nacional de Chile. Disponible en <http://www.tvn.cl/corporativo/2009/lineaeditorial.html>



Por su parte, Canal 13 señala que su misión como medio de comunicación es *“entreteener e informar a las personas a través de contenidos y servicios de excelencia inspirados en valores cristianos”*<sup>16</sup>. Ahora bien, es posible detenernos a analizar el conflicto principal con el que se articula la realización dramática de *Cuenta Conmigo*, al tener como personaje principal una secretaria que se enamora secretamente de su jefe, el cual está casado, y tiene una familia bien constituida. En este sentido, sería cuestionable desde el punto de vista valórico que una mujer –u hombre- deseara sentimentalmente a una persona casada y con una familia a cuestas, contradiciendo los fundamentos sobre los cuales Canal 13 emite sus contenidos, alejándose del ideal católico que promulgan como base de su línea editorial. Por otro lado, la manera en que vaya desenvolviéndose la trama puede que se vincule al posicionamiento de la familia como institución social básica e inquebrantable.

A pesar de esto, la perspectiva de género presente en Canal 13 es congruente con la línea editorial sobre la cual emite los mensajes. Realiza la presentación de los personajes tanto masculinos como femeninos desde una perspectiva lúdica pero respetando los valores tradicionales del ser hombre y mujer, con un especial y superlativo énfasis en la familia. Desde esta perspectiva, a diferencia de lo analizado en LEP, la estabilidad familiar –y todos los valores relacionados con la familia nuclear- se constituye como el objetivo central a partir de los conflictos dramáticos, lo que va en consecuencia con los valores que señalan como articuladores de sus producciones y mensajes.

Ahora bien, en CC los personajes femeninos tampoco son presentados como decorativos, sino que más bien potencian de sobremanera el conflicto dramático al ser dos las protagonistas principales –María Izquierdo y Carolina Arregui-. En este sentido, las imágenes que representan dicen relación con la importancia de la maternidad y la consecución del amor a toda prueba, siempre dentro de los marcos de la familia nuclear tradicional, con ambos padres involucrados en la crianza y desarrollo de los hijos.

Desde esta perspectiva, existen marcadas diferencias en la perspectiva de género presente en las telenovelas analizadas, pasando desde la mujer *amazona* en TVN, donde los personajes

<sup>16</sup> Misión de Canal 13. Disponible en [http://www.canal13.cl/corporativo/corporativo\\_788.htm](http://www.canal13.cl/corporativo/corporativo_788.htm)

femeninos presentan las mismas características que los masculinos, por lo que no existen diferencias de género, ya sea en ocupación o en lógicas de desenvolvimiento, hacia la madre abnegada y dedicada a la familia, institución fundamental dentro de las directrices éticas y valóricas cristianas que Canal 13 intenta transmitir.



## 5. Conclusiones

En la presente investigación se lograron caracterizar las imágenes de género presentes en Los Exitosos Pells de TVN y Cuenta Conmigo de Canal 13 como forma de aproximarse a las distintas maneras que tienen la televisión de presentar a hombres y mujeres en el ámbito de la ficción. Ahora bien, una vez presentados los resultados, estamos en condiciones de responder a la pregunta de investigación que articula nuestro estudio:

*¿De qué manera son presentadas las imágenes de masculinidad y femineidad en las telenovelas chilenas transmitidas en horario todo espectador?*

En primer lugar, se pudo constatar la presencia de dos imágenes femeninas presentes en ambas producciones dramáticas. La primera de ellas es de la denominada *mujer amazonas*, la cual se encuentra en concordancia con el estereotipo elaborado por el MINEDUC y la Universidad Diego Portales (2006), donde se caracteriza a la mujer presentada en telenovelas como jóvenes, atractivas, activas, autosuficientes, competitivas, astutas y calculadoras. De acuerdo a esto, se pudo apreciar en esta imagen una identificación femenina con valores tradicionalmente asociados a hombres, ya sea por la ética de trabajo, carácter y estar únicamente abocadas a la obtención de logros profesionales, dejando de lado la dimensión privada, es decir, la que abarca la vida familiar, de pareja y de amigos. En este sentido, la mujer que se presenta como *amazonas* mantiene estrechas relaciones con el dinero y el poder a través del trabajo, pero no es capaz de articular ni de mantener relaciones familiares, amorosas, maternales ni de amistad con los demás, negando la dicotomía y separación entre vida pública y vida privada desde una perspectiva de género, presentándose unidimensionalmente frente a la audiencia.

Por otra parte, se pudo apreciar la imagen de la *mujer fraternal*, la cual *si* bien trabaja y se desempeña positivamente en el ámbito laboral, presenta como principales objetivos la consolidación familiar, la lucha por el bienestar de los hijos y el amor verdadero. En este sentido, se prioriza la consecución de objetivos emocionales o sentimentales antes que los ligados al éxito profesional, al dinero y reconocimiento, manteniéndose la separación entre vida privada y vida pública, focalizando la atención dramática en el desarrollo de conflictos dentro de la dimensión privada. La imagen de *mujer tradicional* es la que representa en el personaje femenino los roles socialmente previstos e históricamente presentes en forma de rasgos y estereotipos definidos comúnmente entre las expectativas sociales que se tienen del *ser mujer*. De acuerdo a esto, se logran desprender distintos tipos de roles tradicionales, entre los que se encuentra el de la *madre abnegada*, la cual superpone a la familia por sobre todo, no dudando en postergar sus propias necesidades para servir y asegurarles el bienestar a los demás, muy por el contrario a lo observado en la mujer *amazonas*, donde la maternidad se constituía como postergable; y por otro lado, la mujer que persigue un sueño de amor imposible, idealizando y amando en secreto al hombre prohibido. Ambos tipos de imágenes de *mujer tradicional* orientan sus acciones con el objetivo de lograr la estabilidad emocional primero como madres y esposas y luego como mujeres, priorizando la maternidad y la

seguridad familiar en desmedro de su realización como profesionales, a diferencia de lo ocurrido con la *mujer amazonas*.

En segundo lugar, las imágenes masculinas analizadas en el estudio se alejan del estereotipo del *niño grande*, resultado del estudio en conjunto entre el MINEDUC, la Universidad Diego Portales y el Consejo Nacional de Televisión, donde a los personajes masculinos se le conceptualizaba como joven, atractivo, pasivo, dependiente, inseguro, emocionalmente frágil e ingenuo. En este sentido, los personajes principales masculinos ocupan altos puestos en la estructura organizacional de las empresas donde trabajan, y se presentan como líderes exitosos en sus profesiones y proyectos, responsables de mucha gente y con los objetivos bastante definidos. La masculinidad presentada en las telenovelas analizadas resaltan los valores tradicionales asociados al hombre exitoso de clase alta: frío, calculador, que utiliza cualquier medio que esté a su alcance para lograr sus objetivos profesionales y que busca la realización personal ya sea a través del trabajo o la estabilidad familiar. Por otra parte, presenta una estética y kinética que reúne un buen habla, vestuario sofisticado y elegante, gestos dominantes y habilidades tanto intelectuales como sociales.

Ahora bien, esta imagen se complementa con la del nuevo hombre o *nueva masculinidad* presente en Cuenta Conmigo de Canal 13. Esta imagen representa una versión positiva y equilibrada del hombre, el que realiza cada vez más labores domésticas y de crianza de los hijos, igualando las tareas y relaciones con los hijos propias de la mujer. Desde esta manera, las tradicionales imágenes que se tienen del hombre únicamente como proveedor y despreocupado de los quehaceres domésticos desaparecen, dando cuenta de las actuales dinámicas donde los géneros se emparejan, realizando ambos las mismas funciones, ya sea en el trabajo como en el hogar.

En tercer lugar, se posiciona al *trabajo* como un elemento fundamental al momento de conocer el proceso de construcción de la imagen de género presente tanto en los personajes femeninos como en los masculinos, transformándose en un medio para obtener beneficios tanto sociales como económicos. De acuerdo a esto, la importancia del trabajo es superlativa a la hora de analizar la manera en que se comportan tanto mujeres como hombres en torno a él, y las formas que tienen de manifestar la identidad de género en relación a su desempeño e importancia del trabajo en sus vidas. En este sentido, se hace referencia a la centralidad del trabajo en un nuevo orden flexible, más individualizado y diferenciado, generando cambios en los patrones de sociabilidad y por consiguiente, de género. Prueba de ello es la incapacidad de las mujeres para compatibilizar sus roles de madre, hija, hermana y pareja con su labor y desempeño profesional, negando la dimensión privada, donde se puede apreciar el fenómeno de la postergación de la maternidad, donde hasta los propios hijos empiezan a ser vistos como carga y obstáculos en las motivaciones de realización profesional y en las posibilidades de materializar su proyecto de vida. De acuerdo a lo anterior, es posible apreciar la emergencia del *trabajo* como el nuevo *espacio público*, donde las personas ponen en juego sus expectativas y capitales para desenvolverse en el sistema social a partir de su desempeño laboral, debido principalmente a las exigencias de acumulación simbólica y material a través del consumo, poder y reconocimiento, constituyéndose en lógicas que han ido opacando y



postergando las dinámicas que antes eran adjudicadas a la política como instancia de intervención propia de los individuos que fundamentaba su vida en sociedad.

En cuarto lugar, se pudo apreciar un adecuado tratamiento por parte de TVN hacia los personajes con orientación homosexual. Si bien existe una imagen caricaturizada en la presentación personal y gestual, es posible apreciar una versión más realista en la caracterización de la cotidianeidad y la vida en pareja que los personajes representan, anulando las posibles diferencias con parejas heterosexuales en las maneras que tienen de llevar una relación. En este sentido, se constata una naturalización de las distintas opciones y orientaciones sexuales presentes en la sociedad, logrando abarcar realidades que se mantuvieron y mantienen escondidas y alejadas del debate público, siendo retomadas por los medios de comunicación a través de producciones de ficción.

En quinto lugar, las imágenes masculinas y femeninas están en concordancia con las líneas editoriales de los canales que las producen. En este sentido, TVN promueve la integración de realidades diversas, lo cual se materializa con la presentación de personajes y parejas de orientación homosexual, realizando una cuidadosa dramatización de sus dinámicas hasta el punto de naturalizarlas. Por otro lado, logran posicionar de igual manera tanto a personajes femeninos como masculinos, otorgándoles papeles protagónicos a mujeres y articulando los conflictos dramáticos en relación a ellas, dejando de lado la dimensión decorativa y ornamental que por muchos años representaron. Canal 13 por su parte, transmite imágenes femeninas desde una plataforma valórica cristiana, por lo que los atributos asignados a las mujeres se pueden apreciar en concordancia con las directrices que los requerimientos éticos religiosos exigen. De acuerdo a esto, se pudieron apreciar imágenes femeninas permeadas por atributos tradicionales y fraternales que dicen relación con el cuidado de los hijos –*madre abnegada*–, la idealización del amor y la conformación de una familia nuclear inquebrantable, institución social básica dentro del ideario católico. En la presentación de las imágenes masculinas, se le atribuye los valores tradicionales que responden a las expectativas sociales que se tienen del hombre, caracterizándolos como profesionales, racionales y serios, pero abocados a objetivos afectivos que tienen relación con la estabilidad familiar y el cuidado de los hijos, valores sociales inquebrantables que se transmiten a través del depurado imaginario católico.

De acuerdo a lo dicho anteriormente, en ninguna telenovela se pudo apreciar la reproducción de relaciones asimétricas entre hombres y mujeres, así como tampoco la exaltación del cuerpo femenino como elemento decorativo y ornamental. En este sentido, los personajes femeninos concentran gran parte del conflicto dramático que articula las telenovelas, posicionándose de igual manera frente a los hombres, y, muchas veces, adquiriendo sus mismos códigos y lógicas para desenvolverse en ambientes dominados históricamente por ellos. Lo anterior refleja y responde claramente a las dinámicas sociales actuales de empoderamiento femenino y su incursión en espacios e instancias históricamente elaborados por y para los hombres.

De esta forma, el panorama mediático que se visualiza una vez analizadas ambas telenovelas es esperanzador, no sólo por que se empieza a posicionar a las mujeres como agentes capaces de realizar las mismas labores que los hombres en tareas e instancias que anteriormente les

eran negadas, sino porque se empiezan a extinguir las diferencias marcadas entre ambos sexos, eliminándose estereotipos que limitan las posibilidades de realización personal de las mujeres, reflejando imposiciones ideológicas de un sistema patriarcal que puede ir desmoronándose mediante una acción comprometida por parte de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, la que aceptando su rol como agente socializador y las responsabilidades que esto trae consigo, puede cambiar el imaginario hacia una sociedad más libre e igualitaria, especialmente en lo que a desigualdades de género se refiere.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Altés, Elvira (2004), ¿Cómo funcionan y para qué sirven los estereotipos en los medios de comunicación? Ponencia disponible en [http://www.bizkaia.net/Home2/Archivos/DPTO1/Noticias/Adjuntos/297\\_mujeres.jornadas03.Ponencias.doc](http://www.bizkaia.net/Home2/Archivos/DPTO1/Noticias/Adjuntos/297_mujeres.jornadas03.Ponencias.doc).
- Anderson, Benedict (1991) "Las Comunidades Imaginarias", México: Fondo de Cultura Económica
- Antón, Eva (2001) "La socialización de género a través de la programación infantil de televisión. Trabajo de Investigación en materia de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres". Subvencionado por la Consejería de Sanidad y Bienestar Social de la Junta de Castilla y León, a propuesta de la Dirección General de la Mujer e Igualdad de Oportunidades. Pp. 6. Disponible en: <http://www.fyl.uva.es/~wceg/articulos/TelevisionPatriarcal.pdf>
- Balletbó, A (1984): "La mujer en los medios de comunicación social", en Revista Leviatán. Madrid.
- Belmonte Jorge y Guillamón Silvia (2008), Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. Comunicar, nº 31, v. XVI, 2008, Revista Científica de comunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 115-120
- Brullet Tenas, Cristina; "Roles e identidades de género", en GARCÍA DE LEÓN, M<sup>a</sup> Antonia; GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa; y ORTEGA, Félix (coord.) (1996); "Sociología de las mujeres españolas", Editorial Complutense, Madrid, pp. 273-307.
- Brunner, José Joaquín y Catalán, Carlos (1993) "La Televisión en Chile: Notas para una conversación". Disponible en [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/36-06JoseBrunner.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/36-06JoseBrunner.pdf)
- Charles, Mercedes (2002) "La Televisión y la Construcción de Género". En: II Congreso de Imagen y Pedagogía. Azatlán, Sinaloa. Artículo disponible en <http://www.ateiamerica.com/doc/mcharles.pdf>
- Consejo Nacional de Televisión (2005) "Televisión y Mujeres" (subproducto de la V Encuesta Nacional). Santiago, Chile.
- \_\_\_\_\_ (2006) "Quinta Encuesta Nacional de Televisión 2005; Televisión y Mujeres"
- \_\_\_\_\_ (2007) "Televisión y Género" (Texto elaborado por Erika Jammet, Universidad de Chile y CNTV), Santiago, Chile.

- \_\_\_\_\_ (2008) "La imagen de la mujer en la TV", Santiago, Chile
- \_\_\_\_\_ (2008) "Percepción de las imágenes de hombres y mujeres en la televisión abierta por parte de niñas entre 8 y 10 años", Santiago, Chile.
- \_\_\_\_\_ (2008) "Las Mujeres hablan de la Mujer en la Televisión", Santiago, Chile.
- Diputación Foral de Bizkaia (2004) "Medios de Comunicación y Género", Diputación Foral de Bizkaia. Gabinete del Diputado General, Bilbao.
- Ferrés, J. (1996) "Televisión Subliminal", España, Editorial Paidós.
- Fuenzalida, Valerio (1987) "La influencia cultural de la televisión" CENECA, Santiago.
- Huerta Wong, Juan (2006) "Políticas públicas en la industria televisiva mexicana: Un análisis desde la perspectiva de género". Global Media Journal Volumen 3, Número 5. ISSN: 1550-7521. Disponible en línea en <http://gmje.mty.itesm.mx/huerta.htm>
- Greenfield, Mark. (1985). "El niño y los medios de comunicación". Madrid: Ediciones Morata.
- Ministerio de Educación, Universidad Diego Portales, Consejo Nacional de Televisión (2006) "Discursos sobre la sexualidad en programas de alta audiencia de la TV abierta". Facultad de Comunicaciones y Letras. Santiago, Chile.
- Núñez, Trinidad y Loscertales, Felicidad (2004), "Arrinconando estereotipos en la televisión: Un análisis transnacional." Dirección General de la Mujer de la Consejería de Trabajo de la Comunidad de Madrid (España).
- Orozco, Guillermo (2006) "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?" Revista Nueva época, núm. 6, julio-diciembre, pp. 11-35. ISSN: 0188-252x
- Pearson, J.; Turner, L. y W. Todd- Mancillas (1993) "Comunicación y Género" Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.
- Quispe-Agnoli, Rocío (2009), "La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado" en Revista académica sobre televisión peruana y mundial. Universidad Católica del Perú. ISSN 2073 0837. Disponible en <http://pergamo.pucp.edu.pe/lamiradadetelemo/node/25>
- Sánchez Bello, A. (2004). "La construcción de la agenda setting desde los medios de comunicación". En López, P. (ed). Manual de información en género. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales e Instituto oficial de radio y televisión.
- Sixto García, José (2007) "El estereotipo masculino en televisión" Revista RE-Presentaciones. Periodismo, Comunicación y Sociedad. Escuela de Periodismo Universidad de Santiago.
- Suárez, Juan Carlos (2007), "Medios de comunicación y diferencia de género"