

**ESTUDIO ESPECIALIZADO:
DISCRIMINACIÓN, REPRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO ADECUADO
DE LA INFORMACIÓN SOBRE LAS MUJERES
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción
de la Información y Comunicación

**ESTUDIO ESPECIALIZADO:
DISCRIMINACIÓN, REPRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO ADECUADO
DE LA INFORMACIÓN SOBRE LAS MUJERES
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ECUADOR, 2019

**ESTUDIO ESPECIALIZADO:
DISCRIMINACIÓN, REPRESENTACIÓN Y TRATAMIENTO ADECUADO DE LA INFORMACIÓN
SOBRE LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Galo Cevallos Mancheno

Presidente del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

Dirección de Evaluación de Contenidos

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, 2019.

ISBN: 978-9942-22-182-7

PRESENTACIÓN

El estudio especializado *“Discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre mujeres en los medios de comunicación”* reafirma el compromiso del Consejo de Regulación Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación para prevenir y erradicar la violencia hacia las mujeres. Este documento, fruto de varios meses de investigación y sensibilización de nuestro equipo de profesionales, reflexiona sobre los imaginarios que naturalizan y permiten la discriminación hacia las mujeres; y que además sostienen las relaciones asimétricas de poder en medio de una sociedad patriarcal.

A partir de esta constatación, el estudio da cuenta de los retos del Estado y los medios de comunicación para reducir la distribución inequitativa de la participación de las mujeres en la producción de contenidos y en la gestión de los medios de comunicación. Además, enfatiza la importancia de los medios de comunicación en el cambio de patrones culturales para la construcción de una sociedad que no discrimine y remarca la necesidad de que el Estado diseñe políticas públicas para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres. Por todas estas características, el estudio contribuye también al cumplimiento de las atribuciones del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación al interior del Sistema Nacional Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.

Esperamos que estas reflexiones sean un detonante de nuevas inquietudes en el ámbito académico y que generen un debate ciudadano, que nos comprometa con la construcción de nuevos imaginarios para articular relaciones sociales más equitativas y que contribuyan a un ejercicio responsable de los derechos.

Galo Cevallos Mancheno
Presidente

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

INTRODUCCIÓN

En la República del Ecuador la discriminación, la inequidad y la violencia hacia las mujeres han sido temas que durante los últimos años han ido ganando un importante espacio en el debate público y se han comenzado a generar procesos de institucionalización y promoción de políticas públicas con enfoque de género, debido, especialmente, al posicionamiento que la sociedad civil ha tomado sobre estos temas. Sin embargo, históricamente, roles y estereotipos de género se han reproducido dentro de la sociedad, naturalizándose a través de amplios y diversos procesos de socialización, lo que ha contribuido a que se conviertan en parte constitutiva de la realidad cultural del país, motivo por el que esta situación continúa siendo objeto de atención y análisis.

De igual manera, las desigualdades de género constituyen una de las problemáticas estructurales del sistema socioeconómico ecuatoriano. Durante siglos, tanto bajo el régimen colonial, como en la posterior república, ha prevalecido una estructura de poder y una cultura que, en los ámbitos público y privado, colocaron a las mujeres en una situación de desventaja, al negarles y limitarles sus derechos y libertades; e imponerles pautas de convivencia patriarcales, basadas en la autoridad masculina (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2015).

En el marco de este contexto histórico se institucionalizaron normas y códigos culturales, que constituyeron un modelo social de dominación y subordinación, que somete y anula las diversas formas de convivencia que existen en la sociedad, desconociendo e invisibilizando los múltiples aportes de las mujeres. Esta subordinación, además de tener un significado social y cultural, ha influido en los ámbitos económicos y simbólicos, puesto que la división sexual del trabajo y la asignación de roles han incidido en la configuración de la discriminación a través de la segregación laboral y económica como en las formas de representación simbólica y en los imaginarios culturalmente construidos y reproducidos hacia las mujeres.

Asimismo, históricamente han existido luchas, manifestaciones y resistencias por parte de las organizaciones de mujeres y de la sociedad civil orientadas a la transformación de estos parámetros culturales y sociales, a la protección de los derechos humanos y a la promoción de la equidad de género en la sociedad. De igual forma, hoy en día las organizaciones sociales, la academia y el Estado suman esfuerzos para el cumplimiento de este ejercicio democrático y, por lo tanto, reivindican el compromiso de construir una ciudadanía participativa y proactiva, que esté debidamente informada y que, desde cada uno

de sus espacios, combata las prácticas discriminatorias que marcan las diversas dinámicas sociales.

Es en este contexto donde el Consejo diseña e implementa la presente investigación “*Discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información en los medios de comunicación hacia las mujeres*”, estudio que se orienta a comprender los procesos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales que han contribuido a la configuración del fenómeno de la discriminación estructural hacia las mujeres en el Ecuador, así como su reproducción simbólica en los medios de comunicación social.

De esta manera el estudio se divide en seis capítulos que abordan las siguientes temáticas:

- **Marco teórico.-** Se expone de manera general y articulada los principales conceptos utilizados en la investigación. Inicialmente se define el sistema patriarcal y el androcentrismo como componentes tanto culturales como estructurales de la sociedad, a partir de los cuales se relacionan otros conceptos como el sexismo, el machismo y los micromachismos. Posteriormente, se profundiza en la construcción social del género, la asignación de roles y estereotipos. Finalmente, se exponen los conceptos de discriminación hacia la mujer y la discriminación interseccional. Este conjunto de conceptos transversalizan todo el estudio. Paralelamente en los demás capítulos se van introduciendo definiciones en relación a la teoría de género.
- **Marco histórico.-** Busca identificar los principales ejes de poder y dominación que han operado a través del tiempo sobre las mujeres, razón por la cual se desarrolla un estudio diacrónico que comprende el periodo Prehispánico, la Conquista, la Colonia,

la República y la Modernidad. Este apartado también identifica las resistencias, las luchas y las demandas sociales que han incidido en transformaciones sociales y en las condiciones de vida e imaginarios sobre las mujeres. Un objetivo fundamental de este capítulo es la comprensión histórica del surgimiento de las representaciones y los estereotipos ligados a las mujeres y el contexto de relaciones de poder en el que surgieron, insumo valioso para entender, posteriormente, las representaciones de la mujer en medios de comunicación.

- **Violencia de género.-** Se desarrolla una definición general de la violencia contra la mujer. Seguido se estudia las tipologías de violencia física, psicológica, sexual, patrimonial y se introduce el concepto de violencia simbólica. Finalmente se analizan las diversas formas de violencia ejercidas en Ecuador hacia las mujeres.
- **Representaciones de la mujer en los medios de comunicación.-** En primer lugar se analiza la participación de las mujeres en el acceso, la estructura y la propiedad de los medios de comunicación del país a partir de los datos reportados en el Registro Público de Medios del año 2016. En segundo lugar, se estudian las representaciones, los estereotipos y los roles ligados a las mujeres, reproducidos en la publicidad y en los medios de comunicación social del Ecuador (radio, prensa y televisión). Debido a que todo contenido comunicacional se comprende en el marco del contexto social y cultural en el que fue difundido, este apartado se complementa y enriquece con la información recopilada en el capítulo histórico. Finalmente, se expone un conjunto de recomendaciones para el desarrollo de una publicidad y una comunicación que no discriminen por razones de sexo.

- **Instrumentos de protección de Derechos Humanos de las mujeres.-** Se desarrolla un capítulo informativo que, en primer lugar, revisa la normativa nacional orientada a la protección de este colectivo frente a la discriminación y la violencia que se encuentra presente en la Constitución, la Ley Contra la Violencia a la Mujer y la Familia, la Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres, el Código Orgánico Integral Penal y la Ley Orgánica de Comunicación. Asimismo se cita la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014-2017. En segundo lugar, se exponen los principales tratados y convenciones internacionales que se orientan a la promoción, la protección y la garantía de los derechos humanos de las mujeres tanto en el Sistema Internacional de Derechos Humanos de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), como del Sistema Interamericano de Derechos Humanos de la OEA (Organización de Estados Americanos), como son: la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia la Mujer, CEDAW, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijín y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, conocida como “Convención de Belém do Pará”.
- **Conclusiones.-** Se realiza una lectura relacional del conjunto de los hallazgos teóricos, históricos, normativos, de análisis de casos y de recomendaciones que fueron encontrados a lo largo del estudio.

El objetivo principal de la presente investigación es académico y pedagógico, puesto que se orienta a conocer y comprender el fenómeno de la discriminación estructural y mediática hacia las mujeres en el Ecuador y, a partir de ello, generar una política pública

orientada a la transformación de los patrones culturales que conlleven a una desigualdad social entre hombres y mujeres. En esta labor, el trabajo articulado entre la sociedad civil, los medios de comunicación y el Estado es fundamental.

La investigación se desarrolla en el marco de las acciones del Consejo orientadas a la promoción de los derechos a la comunicación e información, así como al fomento de una comunicación inclusiva, intercultural, democrática y que no discrimine. De igual forma, toma en cuenta que una de las medidas recomendadas por la Plataforma de Acción de Beijín a los Estados es *“fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género”* (ONU MUJERES, 2014: 172). Además que la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer, CEDAW, en el artículo 5, señala que:

Los Estados Parte tomarán todas las medidas apropiadas para: a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres (...) (ONU, 1989).

En este sentido, el estudio pretende ser una línea de investigación base con análisis de casos que aporten a la comprensión de la discriminación hacia las mujeres en Ecuador y su representación en medios de comunicación.

Es importante señalar que debido a la amplia y valiosa información teórica, histórica y de estudio de casos sobre discriminación hacia

las mujeres, así como respecto a discriminación hacia el colectivo de Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgéneros e Intersexuales, LGBTI, se tomó la decisión de realizar dos investigaciones especializadas, de manera que se pueda reunir información más completa respecto a la discriminación hacia cada uno de estos dos colectivos. A continuación presentamos los resultados del estudio sobre discriminación hacia las mujeres y su representación en los medios de comunicación social, y, en el momento de finalizar el estudio sobre discriminación hacia el colectivo LGBTI, se procederá a difundir sus resultados a la ciudadanía¹.

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación hace extensivo su agradecimiento al Consejo Nacional para la Igualdad de Género, institución responsable de asegurar la plena vigencia y el ejercicio de los derechos de las mujeres y personas LGBTI, por los valiosos aportes y comentarios realizados a la presente investigación, entidad que puso a disposición su equipo técnico, biblioteca y conocimientos especializados, conjunto de aportes que contribuyeron a fortalecer técnicamente la investigación. Además se extienden los agradecimientos a la doctora Palmira Chavero, docente e investigadora de la Facultad Latinoamericana de Comunicación Social, FLACSO; a la magister María Pessina, ex-Secretaria General del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América, Ciespal; al doctor Edgar Vega, Coordinador Académico de la Maestría en Estudios de Recepción de la Universidad Andina Simón Bolívar, por los conceptos, las recomendaciones y los

comentarios elaborados sobre el presente estudio que, sin duda, lo han enriquecido.

Teniendo como base este estudio especializado, se podrá realizar en el futuro otros materiales educomunicacionales orientados específicamente a la sensibilización y trabajo conjunto con la ciudadanía, las organizaciones sociales, el sector académico, los actores de la comunicación, así como con las funcionarias y funcionarios del sector público y privado, para lograr empoderar a las personas respecto a prácticas que no discriminen. Además, esperamos que este documento pueda servir como una herramienta útil de consulta académica.

ESTRATEGIA TEÓRICA METODOLÓGICA

El presente estudio tiene como base el método histórico y sociológico que nos permite realizar, de manera relacional, una genealogía o reconstrucción de las dimensiones sociales, políticas, económicas, culturales y simbólicas sobre las que se han construido representaciones sociales y mediáticas hacia las mujeres en la sociedad ecuatoriana que, en algunos casos, podrían llegar a ser discriminatorias. También se ha querido entender las dinámicas de interrelación entre las condiciones históricas y materiales de existencia con las condiciones simbólicas.

De esta manera, a partir del método histórico comprendemos que las principales representaciones contemporáneas de las mujeres en la sociedad ecuatoriana tienen un origen sociocultural que en muchas ocasiones nos remite a contextos de relaciones de poder y de dominación históricamente configurados, razón por la cual se realiza un estudio tanto de las relaciones sociales como del surgimiento de representaciones e imaginarios culturales hacia las mujeres en

1 Al respecto, se invita a leer la Guía Informativa sobre Discriminación a la Población Afrodescendiente y sus Representaciones en Medios de Comunicación, estudio publicado por el CORDICOM en el año 2017 y que sigue la misma línea investigativa. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/guia_informativa_afroecuatorianos/

el periodo prehispánico, la Conquista, la Colonia, la República para develar sus cambios y continuidades.

Por su parte, el método sociológico nos permite comprender las relaciones entre las estructuras sociales e institucionales y los agentes o individuos, y, viceversa, entre los agentes y las estructuras sociales. Es aquí donde las teorías de la socialización y de la construcción social de género juegan un papel importante para comprender tanto las dinámicas de reproducción de la sociedad patriarcal en el Ecuador como las de resistencia (capacidad de agencia y transformación) hacia este orden establecido.

Finalmente, la perspectiva relacional brinda valiosas herramientas para comprender que cada uno de los hallazgos o de los aportes tanto de la teoría, la historia, los indicadores sociales y de violencia de género, así como de las representaciones sociales y mediáticas, son acercamientos desde diversos ángulos hacia una realidad compleja como lo es la violencia, las representaciones y la discriminación hacia las mujeres, razón por la cual estos datos deben ser leídos e interpretados a partir de sus relaciones, puesto que en conjunto brindan un panorama más amplio y completo de esta realidad.

Por otra parte, metodológicamente la presente investigación se ha fundamentado en una amplia recopilación, revisión y análisis de fuentes secundarias que fueron recopiladas en instituciones tanto nacionales como locales, como lo son:

- Bibliotecas, universidades y centros de documentación especializados.
- Publicaciones del Consejo Nacional para la Igualdad de Género y de su biblioteca especializada.
- Investigaciones del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal.

- Información cuantitativa del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, y del Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, del Ministerio Coordinador del Desarrollo Social.
- Investigaciones, insumos cognitivos e informes técnicos elaborados por las Direcciones de Evaluación de Contenidos y de Investigación y Análisis del Consejo.

Adicionalmente se desarrollaron entrevistas a cuatro expertas y un experto en temas de género y medios de comunicación: Ana María Goetchel y Jenny Pontón Cevallos, docentes e investigadoras de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales; María Pessina, Secretaria General del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina; Sandra López Secretaria Ejecutiva del Observatorio de la Comunicación del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay, GAMMA en Cuenca; y Edgar Vega, docente e investigador de la Universidad Andina Simón Bolívar.

Este estudio también se complementa con la investigación “La percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación social en Ecuador”, elaborada por el Consejo en el año 2015, y con el número 3 de la Revista CUADERNOS DEL CORDICOM (2017), cuyo tema central fue “Medios de comunicación y género”.

Teniendo como base este estudio especializado, posteriormente se podrán realizar otros materiales educomunicacionales orientados específicamente a la sensibilización y trabajo conjunto con la ciudadanía, las organizaciones sociales, el sector académico, los actores de la comunicación, así como con las funcionarias y funcionarios del sector público y privado, para lograr empoderar a las personas respecto a prácticas que no discriminen. Además, esperamos que este documento pueda servir como una herramienta útil de consulta académica.

ÍNDICE

Contenido

1. MARCO CONCEPTUAL	21
1.1 La sociedad patriarcal y el androcentrismo: Reflexión inicial sobre las relaciones de poder y dominación	21
1.2 La discriminación y el enfoque interseccional	32
2. MARCO DE REFERENCIA HISTÓRICA	37
2.1 La mujer como sujeto histórico	39
2.2 La mujer en las culturas prehispánicas	40
2.3 La mujer en la España del siglo XVI	44
2.4 La mujer en la colonia	49
2.5 La mujer en la Independencia y la República	61
2.6 Luchas y movilizaciones: la revolución silenciosa	69
2.7 Conclusiones	79
3. MUJER Y VIOLENCIA EN ECUADOR	83
3.1 La violencia contra la mujer	85
3.2 Tipología y definiciones de las violencias contra las mujeres	86
3.3 Datos estadísticos sobre la violencia contra la mujer	89

4. REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS HACIA LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	93
4.1 Propiedad, acceso y participación de la mujer en los medios de comunicación	96
4.1.1 Participación de las Mujeres en la Industria Mediática	96
4.1.2 Situación actual del acceso de la mujer a la propiedad de los medios y los cargos que ocupan	98
4.2 Comunicación mediática, socialización y representaciones sociales	101
4.3 Recorrido histórico sobre las representaciones y estereotipos de la mujer en la publicidad ecuatoriana	104
4.3.1 Introducción	104
4.3.2 Publicidad y sexismo.....	109
4.3.3 La representación de la mujer en la publicidad a comienzos del siglo XX	112
4.3.4 La representación de la mujer en la publicidad durante la segunda mitad del siglo XX e inicios del siglo XXI.....	123
4.3.5 Conclusiones	162
4.3.6 Marcadores sobre publicidad sexista, cosificante o denigrante.....	164
4.4 Recorrido histórico sobre las representaciones y estereotipos de la mujer en medios de comunicación social ecuatorianos..	166
4.4.1 Introducción	166
4.4.2 Representación de la mujer en crónica roja	166
4.4.2.1 Sección “Lunes Sexy”	170
4.4.2.2 Sección “La DIVA de los viernes”	179
4.4.2.3 Sección “No las amamos, las matamos”	186
4.4.3 Representación de la mujer en <i>Reality Show</i>	188
4.4.3.1 Programa “Soy el mejor”	190
4.4.4 Representación de la mujer en comedias de situación.....	200
4.4.4.1 Programa “Mi Recinto”	204

4.4.4.2 Humor y sexismo.....	221
4.4.4.3 Sección de Entretenimiento diario “El Colorado”	224
4.4.4.4 La Trifulca	230
4.4.4.5 El Taller del Buen Humor	233
4.4.5 Sexismo en contenidos informativos o de opinión	239
4.4.5.1 ¡Mundialistas! pero son mujeres.....	244
4.4.5.2 Representación trabajadoras remuneradas del hogar.....	250
4.4.6 Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas en Medios de Comunicación Social.....	264
4.5 Conclusiones.....	279
5. Recomendaciones para una publicidad y una comunicación que no discriminen a las mujeres	283
6. INSTRUMENTOS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LAS MUJERES	289
6.1 Principales Instrumentos de Protección de Derechos a nivel nacional	292
6.2 Instrumentos Internacionales de Protección de Derechos – Organización de Naciones Unidas	300
6.3 Instrumentos Regionales de Protección de Derechos Humanos- Sistema Interamericano de Derechos Humanos.....	310
7. CONCLUSIONES	315
8. BIBLIOGRAFÍA	325
ANEXOS	357
ANEXO 1. Trastornos alimenticios: Anorexia, Bulimia. Una aproximación desde la influencia mediática y publicitaria.	359
ANEXO 2. Indicadores sociales y de participación política	366

1. MARCO CONCEPTUAL

1. MARCO CONCEPTUAL

El presente marco teórico tiene como objetivo exponer de manera general y articulada los principales conceptos utilizados en la investigación. Inicialmente se define el sistema patriarcal y el androcentrismo como componentes sociales, culturales y estructurales de la sociedad en la que vivimos, a partir de los cuales se relacionan otros conceptos como el sexismo, el machismo y los micromachismos. Posteriormente, se profundiza en el estudio de la socialización, la construcción social del género (en relación a lo femenino y lo masculino), la asignación de roles y estereotipos de género. Finalmente, se exponen los conceptos de discriminación hacia la mujer y discriminación interseccional.

Este conjunto de conceptos transversalizan todo el estudio. Paralelamente en los demás capítulos se van introduciendo definiciones en relación a la violencia de género, al igual que las manifestaciones del sexismo tanto en la publicidad como en contenidos de crónica roja, *reality show*, comedias de situación, contenidos de entretenimiento y humorísticos, en contenidos informativos o de opinión, entre otros.

1.1 La sociedad patriarcal y el androcentrismo:

Reflexión inicial sobre las relaciones de poder y dominación

El sistema patriarcal, entendido como una estructura o un orden social históricamente constituido, se fundamenta en relaciones asimétricas de poder que tienen como base la imposición de la supremacía de lo masculino y la consideración de lo femenino como inferior y subordinado (Duarte & Fernández, 2006: 145). Este sistema: *“le asigna a la mujer un determinado estereotipo, papel social o ‘rol’ subordinado al varón, que condiciona la vida entera de las mujeres, papel del que les es muy difícil escapar”* (Montero & Nieto, 2002:

4). Es decir, constituye una jerarquización de las relaciones sociales, políticas, económicas y de parentesco que en aras de su legitimación, da origen a preceptos sociales que implican en mayor o menor medida, la imposición directa o solapada de órdenes por parte de los hombres o las instituciones que les representan sobre las mujeres (Duarte & Fernández, 2006: 145). En este sentido, es importante tener en cuenta que:

El patriarcado no sólo afecta a las mujeres al ubicarlas en un plano de inferioridad en la mayoría de los ámbitos de la vida, sino que restringe y limita también a los hombres, a pesar de su estatus de privilegio, ya que al asignar a las mujeres un conjunto de características, comportamientos y roles “propios de su sexo”, los hombres quedan obligados a prescindir de estos roles, comportamientos y características y a tensar al máximo sus diferencias con ellas (Facio, 2007:4).

Ahora bien, la existencia de relaciones patriarcales es posible en el seno de una sociedad basada en un sistema ideológico² androcéntrico (González, 2013), en el que la visión del mundo y de las cosas tiene como centro al hombre, como medida y fuente única de toda actividad humana, visión que *“se establece sutilmente como el orden natural de las cosas, de manera que se arraiga, se interioriza, se asume y se normaliza en la conciencia de la sociedad”* (García, 2009: 18).

Una visión androcéntrica presupone que la experiencia masculina sería “la universal”, la principal, la referencia o la representación de la humanidad, obviando la experiencia femenina, por lo que oculta y torna invisible las aportaciones y contribuciones de las mujeres a la sociedad (Comisión de Transición hacia el Consejo de la Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:11). Sin embargo:

No basta con decir que el androcentrismo existe cuando el hombre, lo masculino o la masculinidad son considerados la medida de todas las cosas; cuando las acciones individuales reflejan perspectivas, intereses o valores masculinos; cuando el hombre, lo masculino y la masculinidad son considerados fuente única o primordial de sabiduría y autoridad, o cuando las experiencias masculinas son las preeminentes, las normativas, las imitables, las deseables, etc. Es necesario, también, subrayar el refuerzo que otros factores ofrecen al androcentrismo: representaciones y estereotipos,

misoginia, sexismo, machismo, marginación, represión, violencia física y simbólica, etc. (González, 2013: 493).

En este sentido, el conjunto de concepciones y modelos de ser hombre y de ser mujer, en donde el varón se configura como autoridad en el hogar, trabajador, proveedor económico, con dominio en lo público; y en el que las mujeres se construyen socialmente centradas en la maternidad, protegidas por los varones, dedicadas al hogar, a la crianza y con dominio en lo privado (Salinas y Carvajal, 2006), consolidan el sistema ideológico androcéntrico. Parte de ello se debe a la organización patriarcal, en donde la mujer y los hijos aparecen subyugados (Oblitas, 2009: 302).

En este contexto, surge el machismo, concebido como *“un conjunto de creencias, actitudes y conductas que descansan sobre dos ideas básicas: por un lado, la polarización de los sexos, es decir, una contraposición de lo masculino y lo femenino, según lo cual no sólo son diferentes sino mutuamente excluyentes; y, por otro lado, la superioridad de lo masculino en áreas consideradas importantes por los hombres”* (Castañeda, 2002: 26). Por lo tanto, el machismo involucra diversas concepciones de lo que significa ser hombre o mujer, a la vez plantea diversas formas de vida sobre ello (Castañeda, 2007).

De igual forma es importante señalar que las conductas masculinas que sobreponen la autoridad de los hombres por encima de las mujeres también pueden presentarse a través de micromachismos, categoría que se refiere a:

Las actitudes de dominación “suave” o de “bajísima intensidad”, formas y modos larvados y negados de abuso e imposición en la vida cotidiana. Son, específicamente

2 Es importante tener en cuenta que *“por el hecho de ser sistemas de ideas de grupos sociales y movimientos, las ideologías no sólo dan sentido al mundo (desde el punto de vista del grupo), sino que también fundamentan las prácticas sociales de sus miembros”* (Van Dijk, 2011: 16).

hábiles artes de dominio, comportamientos sutiles o insidiosos, reiterativos y casi invisibles que los varones ejecutan permanentemente. Son de tipo “micro” -tomando un término de Foucault, del orden de lo capilar, lo casi imperceptible, lo que está en los límites de la evidencia, pero que son un tipo de violencia blanda e invisible- (Bonino, 2004: 1).

Debido a que los micromachismos tienen facilidad de camuflarse en la sociedad pasan desapercibidos, *“generando un daño imperceptible hacia el sexo femenino y hacia todo aquel que no se adecue al rol de género que socialmente se le ha asignado”* (Bonino, 2004: 1).

Este sistema ideológico permite identificar también la existencia de relaciones de poder que se manifiestan a través del sexismo, entendido como una construcción social de orden simbólico que implica una serie de comportamientos y actitudes estereotipadas que conducen a la subordinación de un sexo con respecto al otro (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012: 50), constituyéndose en una de las formas características donde se identifican estas relaciones de poder³.

En este sentido, mientras que el machismo *“desvaloriza lo que son, dicen o hacen las mujeres frente a lo dicho o hecho por los hombres. Mediante sus prácticas y creencias, justifica y promueve la violencia simbólica y física contra las mujeres”* (Niebla, 2011: 189), el sexismo se caracteriza *“por menospreciar o desvalorizar a las personas pertenecientes a determinado grupo genérico a través de*

3 Esta construcción social trae como resultado para el sexo masculino “una serie de privilegios o ventajas, las cuales se basan en el sometimiento del sexo femenino” (Policy Project, 2001: 15).

la asignación de valores, capacidades y roles diferentes a hombres y mujeres, exclusivamente en función de su sexo, lo cual se refleja en actitudes concretas” (Niebla, 2011: 188-189). A continuación se analizarán los principales elementos socioculturales que influyen en la construcción social de los géneros masculino y femenino.

1.1.1 Construcción social del género

En el marco de una sociedad patriarcal, en el que el orden social funciona como una inmensa máquina simbólica, *“el programa social de percepción incorporado se aplica a todas las cosas del mundo, y en primer lugar al cuerpo en sí, en su realidad biológica”* (Bourdieu, 2000: 22). De tal manera, *“la diferencia biológica entre los sexos, es decir, entre los cuerpos masculino y femenino, y, muy especialmente, la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, puede aparecer de ese modo como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos”* (Bourdieu, 2000: 22).

En este sentido, la categoría sexo se refiere a *“la diferenciación entre mujeres y hombres de acuerdo con las características fisiológicas y sexuales con las que nacen”* (Unicef, 2016); y la categoría género alude a *“un constructo cultural”*⁴ (Consejos Nacionales para la Igualdad et al., 2016: 63), puesto que *“el género es la forma en que las sociedades determinan las funciones, actitudes, valores y relaciones que conciernen a los hombres y a las mujeres”* (García, 2009: 15), de esta manera:

4 En la obra “El segundo sexo”, Simone de Beauvoir (1949) afirma que no se nace siendo mujer, sino que se aprende a ser mujer, aseveración que permite reconocer la inexistencia de atributos y características “naturalmente femeninos” y/o “masculinos” debido a que estos significados son ante todo construcciones sociales” (Salgado, 2013).

El conjunto de características que tradicionalmente se pensaban de origen sexual, en realidad son características ‘atribuidas’, y, el hecho ‘atributivo’ es un hecho histórico. Entonces, lo que implica ser hombre o mujer no está dado por el orden biológico, ni es ‘natural’, este es un mito que tiene un contexto social (Lagarde, 1990b: 2).

Esta construcción social concibe que: *“el papel a desempeñar por mujeres y hombres en la sociedad es diferente, como también lo son los espacios asignados, las responsabilidades, las oportunidades y las tareas desempeñadas”* (García, 2009: 18). Esto significa que las diversas funciones y comportamientos asignados socialmente para cada género, construyen lo masculino y lo femenino de manera imaginaria y simbólica, con base en los aspectos sociales adscritos a las diferencias sexuales, construcciones que se encuentran presentes en toda la vida social⁵.

Este conjunto de “esquemas” o “normas culturales” relacionadas con el género, son internalizados a través de un proceso de socialización⁶

5 Es importante tener en cuenta que *“no es que las necesidades de la reproducción biológica determinen la organización simbólica de la división sexual del trabajo y, progresivamente, de todo el orden natural y social, más bien es una construcción social arbitraria de lo biológico, y en especial del cuerpo, masculino y femenino, de sus costumbres y de sus funciones, que proporciona un fundamento aparentemente natural a la visión androcéntrica de la división de la actividad sexual y de la división sexual del trabajo y, a partir de ahí, de todo el cosmos. (...) Lo que legitima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada”* (Bourdieu, 2000: 37).

6 El proceso de socialización puede concebirse *“como un continuo que está en permanente desarrollo. Se inicia desde el momento del nacimiento y va progresando y evolucionando durante todas las etapas del ciclo vital. La socialización exige, por tanto, adoptar unos patrones sociales determinados como propios, con el objetivo de conseguir la necesaria autorregulación que nos permita una cierta independencia a la hora de adaptarnos a las expectativas de la sociedad”* (Yubero, 2005: 819). Es decir, la socialización *“es el proceso mediante el cual la persona aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos de la cultura en la que vive (normas,*

que adjudica valores y roles a las personas dentro de un determinado contexto social (Monroy, 2004: 256), por lo que es importante tener en cuenta que:

Aprendemos las categorías y los esquemas de funcionamiento de la sociedad o grupo social en el que estamos mediante nuestra actividad cotidiana, práctica. Así, por ejemplo, aprendemos nuestro lugar en una división de género socialmente construida, no como un texto en un libro, sino mediante todo el universo de prácticas en el que aprendemos a comportarnos como hombres o mujeres: desde la forma de hablar o mover el cuerpo, hasta las cosas que nos deben gustar. Aprendemos nuestro lugar en el mundo mediante mimesis⁷ e identificación (Ríos, 2003: 6).

Este proceso se sirve de los agentes de socialización que son: *“aquellas personas o instituciones que hacen posible la efectividad de la interiorización de la estructura y los procesos sociales, en la medida en que exigen la interiorización de ciertos roles, pautas de conducta y valores”* (Yubero, 2005: 819), los cuales *“asumen explícitamente la función socializadora o influyen decisivamente en ella, algunos de ellos son la familia, la escuela, las iglesias, los grupos de iguales, los medios de comunicación o las organizaciones donde trabajamos”*⁸ (Ríos, 2003: 10). De tal manera que:

valores, etc.), integrándolos en su estructura de personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos” (Ríos, 2003:2).

7 El término mimesis significa imitación del modo de hablar, gestos y ademanes de una persona (RAE, 2016).

8 Autores como Papalia, Olds y Feldman (2001) afirman que lo que ocurre en el mundo del niño es significativo, pero no es la totalidad de la historia. Cada uno sigue escribiendo su propia historia de desarrollo humano mientras vive. De esta manera, los agentes de socialización se van diversificando conforme se incrementan los contextos sociales de acción del individuo, pasándose de la exclusividad de la familia a la influencia de otros agentes externos a la misma (Yubero, 2005: 819).

Sólo a cambio y al término de un formidable trabajo colectivo de socialización, difusa y continua, las identidades distintivas que instituye el arbitrario cultural se encarnan en unos hábitos claramente diferentes de acuerdo con el principio de división dominante y las personas son capaces de percibir el mundo de acuerdo con ese principio (Bourdieu, 2000: 37).

En este sentido, en un orden social que se encuentra ampliamente organizado de acuerdo con el principio de división androcéntrica, cada uno de los dos sexos resulta ser *“el producto del trabajo de construcción diacrítica, a un tiempo teórico y práctico, necesario para producirlo como ‘cuerpo socialmente diferenciado’ del sexo opuesto”* (Bourdieu, 2000: 38). Así:

Este trabajo de construcción simbólica se completa y se realiza, en y a través de un trabajo de construcción práctico que impone una “definición diferenciada” de los usos legítimos del cuerpo, sexuales sobre todo, que tiende a excluir del universo de lo sensible y de lo factible todo lo que marca la pertenencia al otro sexo, (...) para producir ese artefacto social llamado un hombre viril o una mujer femenina (Bourdieu, 2000: 37).

Es decir, este orden social incentiva una serie de conductas o pautas a seguir para distinguir lo femenino de lo masculino, estableciendo órdenes acerca de cómo debe ser la conducta de las personas, su comportamiento, tanto en lo público como en lo privado, tanto en lo individual como en lo colectivo, sistema que reproduce un modo “específico” de estar en el mundo y un continuar con el orden patriarcal (Mendiola 1998). Es así como:

El cumplimiento de género femenino impone mandatos de docilidad, sumisión, obediencia, complacencia, pasividad, para evitar el displacer, la tensión, la confrontación con el otro,

de tal modo, la sociedad va moldeando a la mujer, como un ser abnegado, con capacidad de entrega, que está al servicio de otros, salvaguardando a la familia como tarea principal y renunciando a deseos y proyectos personales y cuando no se accede al ajuste correspondiente al “ideal” femenino, la mujer también padecerá la autocrítica del sufrimiento producido por su propia desaprobación más la crítica del entorno (Gallegos, 2012: 711).

De igual manera sucede esta situación sociocultural con los hombres, a quienes:

Apenas identificados por sus genitales como hombres, la sociedad tratará de hacer de ellos lo que entiende como varón, fomentándoles unos comportamientos, reprimiéndoles otros y transmitiendo ciertas convicciones de lo que significa ser hombre. Socialmente, el tipo de identidad que se les construye a los hombres es una identidad individualizada, que tiene que ver con el control material del destino histórico del grupo, y sobre todo con el ejercicio del poder; dicho ejercicio redundará a su vez en un progresivo desarrollo de la responsabilidad y del individualismo como valor del éxito (Gallegos, 2012: 713-714).

Estas creencias, actitudes y conductas permean la configuración de “lo masculino”, como una categoría que se expresa tanto en lo físico como en lo sexual⁹, pero también como una construcción social

9 De tal manera, se considera que *“el hombre tiene más energía, de ahí que necesite varias mujeres; además él no se enamora, porque eso no es de hombres, él las toma y las deja; el hombre demuestra su fuerza y también su valentía a través de la agresividad, no le tiene miedo a nadie. El hombre manda y la mujer obedece, si él se enoja, puede retarla y golpearla, ella debe ser sumisa y soportar en silencio, es el destino de la mujer”* (Unesco, 1998: 30).

de la identidad masculina a la que se le niega aquellos elementos que van en dirección de lo que culturalmente se le atribuye a las mujeres; se le reprime y enseña a reprimir la afectividad y el interés por todo aquello que sea relativo al orden doméstico y privado; y se le fomenta en cambio el interés por todo lo público (organización, mando, liderazgo, competitividad, agresividad, audacia, movimiento, tenacidad, objetividad, racionalidad, etc.)¹⁰ (Gallegos, 2012: 713-714). Esta naturalización de la diferencia genital-biológica es la base de las desigualdades sociales de género.

Asimismo, la *“idea masculina de que ser hombre implica, por naturaleza, algo mejor que ser mujer”* (Unesco, 1998: 24) es una concepción que fundamenta la existencia de una amplia variedad de prácticas sexistas como: la misoginia, la sobregeneralización, la especificidad, la insensibilidad de género, el doble parámetro, el dicotomismo sexual, etc., fenómenos que serán abordados a lo largo de la presente investigación.

De esta forma, el sistema binario que clasifica en dos formas opuestas y desconectadas: lo masculino y lo femenino, hace que tanto hombres como mujeres lleven la impronta de una estructura jerárquica de

10 Es decir, la masculinidad por oposición a la feminidad, también es una construcción social que *“se ha propiciado siempre en términos de competitividad y poder; cualquier manifestación de sentimientos no tienen cabida en el estereotipo de hombre. (...) Su conducta debe estar sujeta a normas igualmente inflexibles, destinadas a garantizar la permanencia del orden patriarcal. Su ubicación en un grupo situado en una posición de superioridad sobre otro grupo, el de las mujeres, alimentará su práctica con la perspectiva y pautas propias del grupo dominante. Con el cumplimiento de esas normas están indisolublemente vinculados su prestigio, su honor, su dignidad masculina y su eficacia en la ejecución de las funciones asignadas a él. La afirmación de su supremacía le exige limitaciones sustanciales (principalmente emocionales), grandes esfuerzos (pruebas y demostraciones), la esfera pública es su elemento natural”* (Gallegos, 2012: 713-714).

relaciones de dominación, basadas en la supremacía de lo masculino sobre todo lo femenino¹¹ (Alfonso & Aguado, 2012: 9).

Esta construcción cultural divide al mundo en dos esferas: a) La pública, que es del dominio masculino y abarca lo laboral, lo político, lo económico, es decir, todas las actividades que tienen una retribución y que pueden convertirse en dinero o en estatus; y, b) La privada, que corresponde al mundo femenino, caracterizado por lo doméstico, la atención de la prole, los afectos primarios, etc. En esta esfera, las actividades realizadas no son retribuidas económicamente y tampoco son relevantes para incrementar el estatus social de quien las realiza (Alfonso & Aguado, 2012: 9).

De tal manera, tanto a mujeres como a hombres se les ha asignado socialmente roles, tareas o papeles a desempeñar que se convierten en modelos a seguir¹² (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2011: 51), y estereotipos de género

11 Desde Foucault (1986) ya no es posible pensar los procesos de construcción social fuera de las relaciones de poder, la identidad como proceso de subjetivación construido entre las diferencias sexuales y los esquemas de género, no puede ser comprendida si no como identidad dominada entre relaciones de poder.

12 Los roles de género se refieren al aprendizaje y desarrollo de las prácticas sociales aceptadas que van asociadas a un determinado género (Macionis & Plummer, 1999: 344). Están determinados por la división del trabajo y las responsabilidades que cada género asume en la vida de una comunidad. Son socialmente construidos, aprendidos y dinámicos. Varían a través del tiempo y según la clase social, la etnicidad, la cultura, entre otros factores. Por sus roles de género, los hombres y las mujeres participan de forma diversa y reciben una valoración desigual en los diferentes ámbitos (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2015: 27-28). El rol también alude a un *“patrón de conducta esperado de una persona al desarrollar actividades relacionadas con otros, refleja la posición de la persona en el sistema social, sus derechos y obligaciones, su poder y su responsabilidad”* (Fundación para la Promoción de la Mujer, 1997: 12).

que se refieren a “creencias generales acerca del sexo, asociadas a roles, características psicológicas y conductas que describen a hombres y mujeres” (Velandia & Rozo, 2009: 20), tal como se observará a continuación.

1.1.2 Estereotipos y roles de género

Los estereotipos¹³ de género aluden a los roles y comportamientos que se atribuyen y se esperan de las mujeres y de los hombres con base en sus características físicas, sociales y culturales¹⁴, son “la idea fija y repetida sobre lo que creemos propio de todas las mujeres y sobre lo que creemos propio de todos los hombres” (Unesco, 1998: 24). Es decir, constituyen ideas construidas socialmente sobre los comportamientos y los sentimientos que deben tener las personas en relación a su sexo y que son transmitidas de generación en generación (Bonder, 1993).

Con el tiempo los estereotipos se naturalizan, es decir, se olvidan que son construcciones sociales y se asumen como verdades absolutas e intemporales respecto a cómo son los hombres y cómo son las mujeres, con lo que se dificulta su cuestionamiento y la deconstrucción del contenido de los roles que están en su base. (...) Los estereotipos

13 Un estereotipo es una visión generalizada o una preconcepción sobre los atributos o características de los miembros de un grupo en particular o sobre los roles que tales miembros deben cumplir. Según esta definición, los estereotipos presumen que todas las personas miembros de un cierto grupo social poseen atributos o características particulares o tienen roles específicos (Cook & Cusak, 2009: 11).

14 Existen estereotipos de género compuestos, que interactúan con otros estereotipos que asignan atributos, características o roles a diferentes subgrupos de mujeres. Por ejemplo, los estereotipos basados en el género y la edad pueden unirse para producir estereotipos específicos relacionados con las adolescentes, las mujeres en edad reproductiva o de la tercera edad (Cook & Cusak, 2009:29).

se encuentran fuertemente enraizados en la sociedad, marcando y controlando las pautas de comportamiento que se esperan de hombres y mujeres, definiendo los modelos de feminidad y masculinidad, sancionando aquellas conductas que se escapan de los patrones de género admitidos. Estos arquetipos sustentan las relaciones entre los géneros. Éstas tienden a caracterizarse por ser excluyentes al establecer espacios, funciones, responsabilidades opuestas y particulares para hombres y mujeres, pero fundamentalmente por ser discriminatorias, porque lo masculino es considerado siempre superior a lo femenino. Así pues, los estereotipos distorsionan la realidad y se han utilizado para justificar y legitimar las situaciones de desigualdad y de dependencia que las mujeres han vivido con respecto a los varones en todas las sociedades (Vélez *et al.*, 2012:228).

Una característica particular de los estereotipos de género es que son tanto dominantes como persistentes: “dominantes socialmente cuando se articulan a través de los sectores sociales y las culturas, y, son socialmente persistentes en cuanto se articulan a lo largo del tiempo” (Cook & Cusak, 2009:25), por lo que los estereotipos de género se reproducen en la sociedad y algunos de ellos son más dominantes que otros.

El estereotipo genérico nos hace caer en un círculo vicioso, por ejemplo, primero, se dice que las niñas son débiles; luego, se les obliga a ser pasivas y, por último, ellas se doblegan y terminan actuando de esa manera. Es decir, se les exige cumplir con lo que se cree propio de las mujeres. En todo caso, las mujeres son criticadas si cumplen o no con

el estereotipo. En cambio a los hombres se les estimula a ser dinámicos, valientes y emprendedores (Unesco, 1998: 24).

Uno de los estereotipos más extendidos se encuentra relacionado con la práctica sexista denominada familismo sexual¹⁵, un concepto analítico que consiste en la identificación de la mujer con la familia, es decir, *“pensar que todas las normas relativas a las mujeres siempre tienen que estar relacionadas con la familia y nunca con su ser como sujeta autónoma de derechos. Se parte del juicio o estereotipo de que el núcleo familiar es lo que determina su existencia y sus necesidades”*¹⁶ (Asamblea Nacional, 2013: 24).

Un tema estrechamente relacionado con el familismo sexual es el del marianismo, un concepto con fuertes conexiones con la iglesia católica que *“parte de una visión sobre la mujer como madre, un ser sacrificado, generoso, humilde, dedicado a su familia y sagrado”*; y, *“apoya la creencia de que la mujer como madre merece de un tratamiento especial, y tiene a la Virgen María como el modelo principal de madre sacrificada y buena”* (Bender, 2010:11). Al

15 Concepto que exalta la familia nuclear como modelo ideal, *“en el que hombres y mujeres cumplen tareas fijas e inmutables que garantizan, como fundamento de su existencia, la reproducción biológica y, como institución, su reproducción, asociándose a idealizaciones enmarcadas en posturas esencialistas sobre la sociedad y la familia”* (Zapata, 2013: 46).

16 De manera que *“la práctica cultural más dominante y dañina es la estereotipación de las mujeres exclusivamente como madres, amas de casa y cuidadoras, puesto que al considerar a las mujeres como responsables del hogar y cuidadoras de hijas e hijos, se limita sus oportunidades de participar en la vida pública ya sea política o económica”* (Cook y Cusak, 2009:26). Asimismo *“este trabajo no remunerado, sumado al trabajo en el mercado laboral, hace que las mujeres tengan dobles o triples jornadas. Incluso en los hogares donde otros miembros de la familia participan en esas tareas, hay una carga desequilibrada hacia las mujeres”* (Conapred, 2010:10).

respecto, *“el concepto de honor es también importante y es algo que distingue una ‘mujer buena’, como por ejemplo la madre, la esposa o la hermana, de una ‘mala mujer’, normalmente una prostituta”* (Craske & Chant, 2003:12). En este contexto:

La mujer como la madre abnegada no incluye su sexualidad y el hombre quiere que su esposa sea una dama, tanto en la esfera privada como pública¹⁷ La prostituta es el polo opuesto de la esposa y de la madre, y ella actúa en la esfera pública. Entonces, no se puede satisfacer lo sexual con la esposa, puesto que ella es pura, sagrada y asexual, pero como las prostitutas son solamente asociadas con la sexualidad, con ellas sí se puede satisfacer lo sexual. Dentro de este pensamiento el amor no equivale al sexo y el sexo no equivale al amor, por lo tanto hay una separación entre sexo y amor (Bender, 2010: 11).

Estos modelos femeninos funcionan por oposición y representan los extremos de un cierto comportamiento: *“una mujer es buena o mala, y no existe un término medio, siendo los términos aparentemente positivos tan opresivos como los negativos”* (Domínguez, 2001: 59).

De igual manera, la mujer se encuentra asociada casi siempre a cualidades como la belleza, la seducción o el atractivo físico, por lo que debe ser bella, pero no con una hermosura cualquiera, sino con una belleza que refleje *“el estereotipo de la ‘mujer niña’: ninfa de rasgos infantiles, rodeada de un aura de inocencia y pureza”* (Suárez,

17 De acuerdo con Craske y Chant esta relación entre la Virgen María y la prostituta es tratada en el psicoanálisis referida como el “complejo de la virgen-puta”, un concepto de Sigmund Freud que implica que algunos hombres tienen problemas al ver la mujer como un individuo compuesto de una sexualidad propia. La mujer es o mujer buena o mujer mala. “El hombre quiere que su esposa sea como una virgen, pura en la mente y en el cuerpo. Todas las otras mujeres son prostitutas, es decir malas” (2003:12).

2014: 9). Este modelo de mujer es admitido “frente a la ‘mujer fatal’, voluptuosa, insinuante, misteriosa, mala” (Suárez, 2014: 9). Otro estereotipo de la mujer es como objeto sexual¹⁸, como una “cosa” que los hombres pueden usar para satisfacer sus necesidades sexuales, “es considerada como un objeto sin personalidad ni identidad, como un simple elemento susceptible de ser adquirido por cualquier hombre, como un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina” (Unesco, 1998: 25).

Otros estereotipos aluden a la mujer adorno, en donde “aparece desprovista de cualquier atisbo de inteligencia o personalidad”; y al de la mujer trofeo, en donde es mostrada como una señal de éxito a través del cual el hombre conseguirá reconocimiento y admiración, es el símbolo del triunfo masculino, convirtiéndose en una posesión que el hombre ha de tener para mostrar su posición social (Suárez, 2014:8). De esta forma:

El estereotipo femenino constituye la 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 del hogar, temerosa, atractiva físicamente, siempre joven y como apoyo incondicional para el hombre. También con la afectividad, dependencia y preocupación por los demás (Suárez, 2014: 6).

Paralelamente, se evidencia que existen estereotipos relacionados con las capacidades intelectuales o cognitivas de las mujeres, según los que éstas son menores que las de los hombres, lo que sustenta el negarles a las mujeres posiciones en sectores educativos o

profesionales; estereotipos respecto a las capacidades psicológicas de las mujeres, que enfatizan sus habilidades para la cooperación mientras que los estereotipos sobre los hombres valoran sus atributos agresivos y su firmeza, lo que da como resultado, usualmente, la escasa o nula contratación de mujeres en trabajos que valoran la firmeza y la agresividad, o involucran liderazgo; también estereotipos relacionados con las diferencias biológicas, que promueven el estereotipo de las niñas como débiles y, por tanto, como necesitadas de protección (Cook & Cusak, 2009: 24). Así, a lo largo del tiempo:

Se ha asociado el estereotipo masculino con valores como independencia, agresividad, competitividad, fuerza, y virilidad. Todos estos conceptos se asocian a patrones claramente masculinos. Mientras que a la mujer se la ha relacionado con conceptos como afectividad, dependencia, fragilidad y preocupación por los demás. Todas estas acepciones, no en pocas ocasiones, han contribuido a la trasmisión de una realidad mermada en la que ha proliferado, prácticamente en solitario, ciertos clichés como el de esposa, amante o madre. De ahí que la mujer suele aparecer representada casi siempre como subordinada a la figura masculina (Mateos, 2007:8).

Como se evidencia, los estereotipos tradicionales de género persisten hasta la actualidad, contribuyendo al mantenimiento de las diferencias entre hombres y mujeres, diferencias que fácilmente se convierten en desigualdades, de manera que “los estereotipos de género, reflejan la dominación del hombre sobre la mujer” (Unesco, 1998: 24).

En este contexto de desigualdad social hacia las mujeres han surgido “corrientes de pensamiento teórico y movimientos sociales feministas, que postulan una forma diferente de entender el mundo, las relaciones de poder, las estructuras sociales y las relaciones entre

¹⁸ “Una mujer se convierte en objeto sexual cuando la valoramos exclusivamente por su cuerpo; resaltando su coquetería y seducción” (Unesco, 1998: 25).

los sexos” (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012: 30). Así, por ejemplo, la teoría feminista *“permite develar que el modelo impuesto por la sociedad está construido sobre el estándar del varón, blanco, heterosexual, y con recursos económicos como referente de lo humano, y por lo mismo, excluye a todo el resto que no calza en tal paradigma, convirtiéndolos en la práctica en no sujetos”* (Salgado, 2013: 96), consideración que fundamenta el feminismo, una ideología plural y diversa con un objetivo político: transformar la situación de subordinación de las mujeres en todo el mundo, al proponer *“considerar a los sujetos en sus contextos y especificidades, con sexo, cuerpo, edad, color, raza e insertos en tiempos y lugares particulares”* (Fries, 2000:49), así como promover la equidad de género, que se refiere a que:

Mujeres y hombres, independientemente de sus diferencias biológicas, tienen derecho a acceder, con justicia e igualdad, al uso, control y beneficios de los bienes y servicios de la sociedad, así como a tomar decisiones en todos los ámbitos de la vida social, económica, política, cultural y familiar. Se refiere a la aceptación de las diferencias entre mujeres y hombres, buscando el equilibrio entre ambos sexos, para que ninguno de los dos se beneficie perjudicando al otro. También a que mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades y reciban el mismo trato de acuerdo con las condiciones, características o situaciones de ventaja o desventaja de cada cual. Se trata del reconocimiento de la diversidad sin que ésta sea motivo para la discriminación (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2011: 30-31).

Una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo es el denominado enfoque de género, el mismo que ha permitido *“decodificar los significados que las culturas otorgan a la diferencia*

entre los sexos y comprender cómo esos significados impregnan las complejas conexiones que existen entre varias formas de interacción humana” (Boman & Guzmán 2007: 2). El enfoque de género persigue la equidad y la igualdad como una realidad para mujeres y hombres.

1.2 La discriminación y el enfoque interseccional

La discriminación puede entenderse como *“una conducta, culturalmente fundada, sistemática y socialmente extendida, de desprecio contra una persona o grupo de personas sobre la base de un prejuicio negativo o un estigma relacionado con una desventaja inmerecida, y que tiene por efecto (intencional o no) dañar sus derechos y libertades fundamentales”* (Rodríguez, 2006: 26). En este sentido, la discriminación es un fenómeno social y cultural que si bien afecta los derechos de un individuo en particular, lo hace por pertenecer a un grupo social específico, generando con ello situaciones de injusticia económica, política y social, toda vez que el menoscabo sistemático de sus derechos y libertades restringe el ejercicio pleno de la ciudadanía en condiciones de igualdad¹⁹.

19 En Ecuador, la Constitución de la República, en su artículo 11, numeral 2, establece que *“nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos”* (Asamblea Nacional, 2009: 10). Esta definición guarda correspondencia plena con aquellas realizadas en las principales convenciones internacionales de protección de los derechos humanos. En este sentido, el artículo 2 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, el artículo 2.2 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, y el artículo 2.1 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, reconocen los derechos

De acuerdo con la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, CEDAW, aprobada por la Asamblea General de la ONU en 1979, la discriminación contra la mujer se define como:

Artículo 1.- Toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1979).

Esta Convención establece una declaración internacional de derechos para las mujeres, al igual que un programa de acción por parte de los Estados que han ratificado este tratado para garantizar el goce de los derechos humanos fundamentales, proteger la dignidad humana y la igualdad de derechos entre mujeres y hombres. La Convención también reconoce en su preámbulo que:

La discriminación contra la mujer viola los principios de la igualdad de derechos y del respeto de la dignidad humana, dificulta la participación de la mujer, en las mismas condiciones que el hombre, en la vida política, social, económica y cultural de su país, constituye un obstáculo para el aumento del bienestar de la sociedad y de la familia y entorpece el pleno desarrollo de las posibilidades de la mujer para prestar servicio a su país y a la humanidad (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1979).

de todas las personas *“sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social”* (Comisión Nacional de Derechos Humanos, 2012: 15).

Por otra parte, la teoría contemporánea ha evidenciado que la discriminación no es homogénea y no afecta de manera igual a todas las mujeres, por lo que se ha introducido el concepto de discriminación interseccional.

El término interseccionalidad fue acuñado en 1989 por Kimberlé Williams Crenshaw, experta legal y académica afroestadounidense, quien *“llegó a este concepto inspirada por el conocimiento y los saberes emancipatorios heredados de sus ancestros, pioneras feministas afro, que lucharon contra la cosificación de sus cuerpos, el racismo, el sexismo, y la discriminación de género y de clase social desde los tiempos de la esclavitud”* (Muñoz, 2010:8). Sus trabajos se orientaron a demostrar como la combinación de elementos como el sexo, la raza, la clase social, entre otros, generaban una opresión particular en las mujeres negras.

Crenshaw evidenció que la definición de “mujer” se acercaba a las experiencias de mujeres blancas, de clase media y heterosexuales, y la noción de “afroamericano” aludía a hombres, heterosexuales, afro; con esto ejemplificaba como las categorías raza y género se definían en términos del grupo dominante, pese a la heterogeneidad de las mujeres y la población afrodescendiente que pretendían representar. De esa manera las mujeres afrodescendientes estaban ausentes en los conceptos de género y raza que inspiraban el derecho y las políticas feministas y antidiscriminatorias de la época (Zota-Bernal, 2015: 68).

En este sentido, la autora constató que ni el feminismo ni el movimiento antirracista norteamericano habían sido capaces de comprender y abordar las necesidades y desigualdades de las mujeres afrodescendientes, lo que invisibilizaba teórica, política y jurídicamente a este colectivo, por esto propuso un enfoque orientado

a entender el cruce de las intersecciones y como éstas afectan las identidades de los sujetos. Desde esta perspectiva, se define a la interseccionalidad *“como la expresión de un sistema complejo de estructuras de opresión que son múltiples y simultáneas”* (García, 1995: 359), que permite reconocer la complejidad de los procesos formales e informales que generan las desigualdades sociales.

Para ilustrar la multidimensionalidad de las discriminaciones contra las mujeres afroamericanas, Crenshaw utilizó la metáfora del tránsito vehicular en un cruce de carreteras. En el cruce es posible viajar en cuatro direcciones, si se produce un accidente puede ser ocasionado por un vehículo desde cualquiera de esas direcciones o incluso por varios o todos los que se encuentren en las vías. Es decir, las discriminaciones pueden ser originadas por una sola causa: clase, género, raza, pero también por la articulación de éstas y por tanto ser experimentadas como mujeres afro, lo cual no es sinónimo de la suma aritmética de esas causas (Zota-Bernal, 2015: 68).

Posteriormente, este enfoque fue transformándose desde una perspectiva de interpretación múltiple de la discriminación hacia otra donde es posible encontrar diversas fuentes de marginalización y subordinación que se intersectan para crear situaciones nuevas y experiencias cualitativamente diferentes en las personas que son objeto de discriminación.

En el desarrollo del concepto de la discriminación múltiple, el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales ha sostenido que algunos individuos o grupos sufren discriminación por más de uno de los motivos prohibidos, y que esa discriminación acumulativa afecta a las personas de manera especial y concreta y merece particular consideración y medidas específicas para combatirla. Esta discriminación

acumulada, o compuesta, se refiere a los distintos grupos de base o factores que agravan o añaden riesgos o cargas de discriminación. Por otro lado, la discriminación interseccional no sólo se refiere a la discriminación basada en diferentes motivos, sino que atiende a la concurrencia simultánea de diversas causas de discriminación que pueden tener un efecto sinérgico, superior a la simple suma de varias formas de discriminación, y que combinadas generan un tipo particular de discriminación, el cual sólo ocurre cuando ciertas causas interactúan de determinada manera en el caso de una persona (Vargas, 2016: 146).

Es decir, desde una perspectiva interseccional se plantea, por ejemplo, que el hecho de ser mujer, afrodescendiente, lesbiana, pobre y migrante no se reduce a una suma de situaciones que incrementan la carga de discriminación, sino que configura una forma particular de exclusión estructural que produce, a su vez, experiencias sustantivamente diferentes por parte de estas personas como fruto de vivir en ciertas posiciones sociales (Platero, 2012), por esto *“la interseccionalidad de la discriminación reconoce la existencia de una discriminación más ‘extrema’ que requiere de una protección y una reparación más exhaustiva”* (Vargas, 2016: 150). De esta manera, por ejemplo:

La interseccionalidad ha supuesto retos para el Sistema Interamericano de Protección de Derechos Humanos en la interpretación judicial de las demandas de los grupos vulnerables y ha transformado las obligaciones estatales de garantía, protección, reconocimiento y restitución de sus derechos. Esta ha permeado en especial la interpretación de los derechos de las mujeres, los pueblos indígenas, las personas con discapacidad y la población afrodescendiente. También ha permitido identificar algunas circunstancias que profundizan

las situaciones de riesgo y de vulneración de sus derechos como la pobreza, la edad, el desplazamiento, la migración, el VIH, la privación de la libertad, entre otras (Zota-Bernal, 2015: 68).

Por lo tanto, esta perspectiva permite evidenciar el entramaje del poder y como estas relaciones se configuran en articulaciones complejas que van más allá de la suma de discriminaciones, pues tienen un carácter histórico, cultural y social²⁰ (García, 2013). En este sentido, en una sociedad que se rige bajo patrones culturales heteronormados, machistas, racistas, clasistas, discriminatorios y excluyentes, el género, en tanto relación de poder articulada a otras intersecciones, va determinando a los sujetos de derecho como propensos a la discriminación (Consejos Nacionales para la Igualdad *et al.*, 2016: 66). En este sentido:

La interseccionalidad comprende el género en su expresión articulada e inseparable de otras categorías sociales, relacionando el poder como vía para tomar distancia de la visión impuesta que considera a las mujeres un grupo homogéneo, y develando las razones por las cuales muchas situaciones vividas por mujeres y hombres de todas las condiciones quedan invisibles u opacadas. De este modo, da cuenta tanto de los

ejes estructuradores de las diferencias, como de la forma en que éstas han sido naturalizadas, jerarquizadas en las prácticas sociales e inscritas en las normativas institucionales (Múnevar & Conceicao da Costa, 2013: 14).

Este enfoque también permite comprender de mejor manera la heterogeneidad que existe al interior de los grupos sociales. Por ejemplo, para el caso de las mujeres *“la interseccionalidad permite mostrar cómo las estructuras globales y las relaciones de poder han dado lugar a trayectorias de vida específicas para grupos de mujeres específicos”* (Salem, 2014: 120). De tal manera, es importante tener en cuenta que las categorías: “mujer”, “indígena”, “lesbiana”, “extranjera”, o cualquier otra definición identitaria, no pueden ser consideradas de manera homogénea, ya que como lo menciona Jennifer Nash, la *“experiencia de la ‘mujer’ siempre está constituido por sujetos con intereses ampliamente diferentes”* (Nash, 2008: 3).

Este avance en la comprensión de las formas particulares de discriminación, que surgen de la interacción de diversos motivos de vulneración prohibidos por la ley, permite proveer una protección más integral que comprenda la naturaleza específica de la discriminación que enfrentan las víctimas que acuden ante el Sistema Internacional de Protección de los Derechos Humanos (Vargas, 2016), puesto que:

Si tan solo se garantizan los derechos de los sujetos pertenecientes a grupos en situación de vulnerabilidad en abstracto -por su sola pertenencia a un colectivo- sin analizar los diversos sistemas de opresión que experimentan y el conjunto de derechos que se ven afectados, no es posible identificar las medidas complejas e integrales de atención, protección, reparación, no repetición y transformación que requieren (...) El análisis interseccional permite, por tanto, estudiar las interdependencias entre los diversos factores de

²⁰ Este enfoque implica tener en cuenta las especificidades del contexto sociocultural en donde se genera un determinado fenómeno de intersección, sabiendo que *“los mayores sistemas de opresión están entrelazados”* (Brah, 2012: 15). De esta manera, las intersecciones entre género, posición socioeconómica, condición de discapacidad, movilidad, pertenencia a nacionalidades o pueblos, entre otras, pueden constituirse en múltiples discriminaciones que se intersecan. La forma en que las múltiples aristas que conforman las identidades de los sujetos pueden ser consideradas, al mismo tiempo como oportunidades o factores de opresión, dependiendo del contexto, por ejemplo: una persona puede ser reconocida socialmente por su posición económica en un contexto, y sin embargo, ser discriminada por su condición de género, orientación sexual o discapacidad en otro (Consejos Nacionales para la Igualdad *et al.*, 2016: 65).

opresión y de manera simultánea promover una interpretación indivisible e interdependiente de los derechos humanos. Este es un enfoque de justicia distributiva y transformadora que supera los criterios restaurativos y promueve la superación de la opresión, discriminación y segregación estructural. De lo contrario, el potencial transformador de los derechos se diluye

y nos conformamos con su importante pero muy limitado efecto simbólico (Zota-bernal, 2015: 83).

Finalmente es fundamental tener en cuenta que la interseccionalidad se ha configurado en un enfoque fundamental para garantizar una mejor protección del derecho a la igualdad y no discriminación.

2. MARCO DE REFERENCIA HISTÓRICA

2. MARCO DE REFERENCIA HISTÓRICA

2.1 La mujer como sujeto histórico

La historia ha sido escrita y contada por los hombres, en este sentido, por ejemplo *“el libro escolar y el de la academia hablan de valientes cazadores, de dioses, conquististas y héroes patrios, gobernantes y militares”* (Carrasco, 2009: 41). En dichos discursos históricos las mujeres esencialmente trascienden por factores puntuales, esto ha constituido un proceso de invisibilización²¹ debido a que la historia *“registra e interpreta los distintos procesos y experiencias que ha vivido la humanidad a través de la visión, pensamientos y manifestaciones de quienes la han escrito”* (Guardia, 2015: 42).

En este contexto, el enfoque de género en la historia, además de describir esta desigual distribución de poder entre hombres y mujeres, permite también *“develar las distintas dinámicas sociales y políticas que han generado las relaciones de subordinación y dominación que se derivan de ella. Esas dinámicas están, por lo demás, irrigadas de luchas que se desenvuelven, abierta o soterradamente, para ampliar o acortar estas desigualdades de poder”* (Sánchez, 2011: 61), sean estos en los terrenos sociales, culturales, económicos y políticos.

²¹ La invisibilización es *“un concepto muy utilizado en ciencias sociales para designar un conjunto de mecanismos culturales que llevan a omitir la presencia de determinado grupo social. Los procesos de invisibilización afectan sobre todo a grupos sometidos a relaciones de dominación, y el caso más evidente es el de las mujeres. La percepción androcéntrica del mundo ha conllevado a la ocultación de las mujeres en todos los campos de la historia, de la cultura o de la ciencia”* (Proyecto EQUAL “En Clave de Culturas 2007: 14). Así, a lo largo del tiempo, hemos aprendido una historia en la cual la figura de la mujer es casi nula e inexistente.

A continuación exponemos algunas referencias del proceso histórico donde se resaltan los diversos escenarios y circunstancias desde las cuales se desarrollaron relaciones de poder y de dominación. Se expone tanto las luchas y resistencias como los aportes de las mujeres a la transformación de la sociedad. En la actualidad, diversos estudios e investigaciones sobre las mujeres cuestionan *“la imagen estereotipada de su pasividad en la sociedad, convirtiéndola en personas que actúan y cuyo accionar contribuyó - y contribuye- en la formación y desarrollo de nuestros países”*. (Guardia, 2015: 42). Por lo tanto, es conveniente *“examinar, aunque sea brevemente, el papel que las sociedades patriarcales de los últimos siglos han otorgado a las mujeres, al trabajo femenino, y a sus aportaciones al conjunto de la vida social y productiva”* (Novo, 2012: 1). Labor que visibilizará a la mujer como sujeto histórico.

Según Martha Moscoso (2009) los primeros estudios sobre la historia de las mujeres en el Ecuador se registran en la década de los 80's del siglo pasado. En algunos de ellos se visibiliza a las mujeres ocultas en la historia tradicional y otros visibilizan diversas luchas de mujeres y sus procesos de resistencia. Para la década de los 90 los estudios sobre la mujer ecuatoriana se diversifican y reconocen su presencia en diversos espacios, sean estos económico, social o cultural y se toma en cuenta las diversas dimensiones que afectan su participación como lo étnico, la posición social, la capacidad de resistencia, la presencia en los espacios públicos, entre otras.

Estos estudios han permitido *“conocer ese otro lado de la historia, ese conocimiento surgido desde la otra orilla, y desde otro saber”*

(Guardia, 2015: 48), logrando “valorar sus experiencias y actividades, explorar las representaciones que las cubren, y encontrar su verdadero rostro” (Guardia, 2015: 48). Pero sobre todo han ubicado a la mujer “como sujeto de cambio, es decir, como sujeto histórico” (Guardia, 2015: 42).

2.2 La mujer en las culturas prehispánicas

Por más de quinientos años, la historia oficial ha considerado a pueblos y nacionalidades “más anónimos que a los otros sectores sociales, y dentro de este anonimato, muy pocas mujeres indígenas han sido registradas individualmente, por descripciones o por sus nombres” (Quinatoa, 2009: 42). Las generalizaciones como “indios”, “naturales” y/o “indígenas” con que los autores de la historia oficial denominan a pueblos y nacionalidades, sin nombrar con claridad a las mujeres indígenas, no ha permitido identificar con precisión la contribución de este colectivo en la edificación de la sociedad ecuatoriana (Quinatoa, 2009).

Diversos estudios arqueológicos evidencian que la presencia humana en la región del actual Ecuador data de entre 9.000 A.C. y 11.000 A.C. Así, “los primeros restos paleoindios del territorio ecuatoriano, han sido encontrados en la región interandina: el Mastodonte de Alangasí; el Taller de El Inga, en Ijaló; las puntas de basalto y pedernal, en Chobshi; el Cráneo de Punín; y otros restos encontrados en Cubilán” (Salvador, 1995, 24). Restos que pertenecen a la etapa donde el nomadismo fue una de las principales características de los grupos humanos, donde se evidencia que “la mujer jugó un papel fundamental ya que su trabajo en la elaboración de instrumentos, alimentos o en el cuidado de las criaturas a su cargo fue determinante

para su avance (...) luchó al lado de sus congéneres por y para su subsistencia” (Robles, 2014: 95). En un entorno en el que “las mujeres se dedicaban a coleccionar vegetales y los hombres a la caza” (Carrasco, 2009: 43).

Posteriormente, en el periodo comprendido entre 3.500 A.C. y 2000 A.C., la arqueología ha demostrado que en distintos lugares del actual Ecuador habitaban mujeres y hombres en condiciones sedentarias y dedicadas a la agricultura. En la región donde se desarrolló la cultura Valdivia, hoy provincia de Santa Elena y Guayas, “la mujer por su condición natural de ser madre y de su dedicación en la agricultura para alimentar a su familia, entre otras actividades, ocupó un sitio predominante, el ser jefa y sacerdotisa del pueblo, a ella se le atribuye el descubrimiento de la cerámica” (Quinatoa, 2009: 48). De hecho, en asentamientos pertenecientes a las culturas Machalilla, Chorrera, Guangala, La Tolita, Jama Coaque, Tuncahuán, Panzaleo Narrío, entre otras, las diversas figuras de mujeres encontradas en las zonas de estudio evidenciaron que:

En su gran mayoría aparecen desnudas, pronunciado prominentemente su sexo, el embarazo y la maternidad. Es posible que estas sociedades antiguas vieran en estos cambios físicos una acción directa de los dioses, ya que la relación con el más allá y la interacción de los dioses en la vida terrenal era necesario para la comprensión de fenómenos naturales que no estaban a su alcance (Robles, 2014: 95).

Estas observaciones han permitido concluir que la mujer en estas culturas “ocupó un lugar importante en el desarrollo de los pueblos precolombinos (...) la mujer pasó a tener un rol fundamental no solo como organizadora de la familia, sino como símbolo de fertilidad, por lo que dedicaron una serie de ceremonias en su honor” (Pazmiño,

2007:1). Adicionalmente, los estudios arqueológicos dan cuenta de que *“las mujeres tenían bien definidas sus actividades, las cuales eran igual de importantes que la de los hombres. Agricultoras, ceramistas, sacerdotisas contribuyeron al florecimiento de estas culturas”* (Carrasco, 2009: 43). Diversos estudios evidencian que en las regiones donde es el actual Ecuador:

Había autonomía política, económica y religiosa en cada comunidad. La unidad básica de organización era el ayllu, que en su expresión mínima es el conjunto de parientes solidarios. Existió el sistema de parentesco como elemento principal del mundo andino. Este sistema estaba basado en líneas paralelas para ambos géneros, los dos eran vistos como diferentes pero de igual valor, con sentido de lo complementario. La madre podía heredar a las hijas y los padres a los hijos varones. Hubo jefas de pueblos, con poder político, jurídico; sacerdotisas, de diversos rangos y funciones; dueñas de hatos de ganados; productoras de textiles y otras artesanías; parteras y curanderas. Su función tenía un vínculo sagrado con la Pachamama y con las nuevas generaciones que ayudaban a nacer (Carrasco, 2009: 45).

Es decir, a partir de muestras de campo y de prospecciones arqueológicas se evidencia que, en diferentes pueblos precolombinos de la región, se encontró a *“una mujer en ejercicio del poder”* (Pazmiño, 2007: 1), probablemente bajo los roles de sacerdotisa o de cacica, que mantenía bajo su mando el manejo de la comunidad (Pazmiño, 2007).

En la primera mitad del siglo XV, los Incas iniciaron su campaña de expansión en la región conformando el Tahuantinsuyo²². Con el

22 El cual abarcó casi toda la parte Occidental de Sudamérica (Desde Colombia, pasando por Ecuador y Perú, Bolivia hasta cubrir Chile y parte de Argentina). Con una población de más de doce millones de habitantes unidos por una sola lengua,

establecimiento del incario en la región²³ *“la situación de los pueblos andinos va cambiando debido a la imposición de los incas sobre ellos, sobre las culturas existentes; pero mientras obedecieran las exigencias estatales, los incas no intervenían en las formas de vida establecidas”* (Robles, 2014: 99). De esta manera, *“la representación oficial lo ejercía el sapan inca como hijo del sol”*. El proceso organizativo del incario, que le permitió administrar las poblaciones adscritas a él, estaba cimentado en una clara división y estratificación social con las élites gobernantes a la cabeza de la pirámide social, que estaba conformada por *“el inca, su esposa, la familia y los orejones o gendarmes de los palacios, y el personal femenino de los akllahuasikuna (palacios de las escogidas) principalmente en el Cusco y Tomebamba (actual Cuenca)”* (Quinatoa, 2009: 50), seguidos por los curacas de los pueblos conquistados, adscritos al incario, y finalmente el pueblo (Quinatoa, 2009).

La jerarquía social estaba basada en el “Ayllu” como unidad política, económica y social básica del incario. Constituyéndose en *“una colectividad agraria unida por lazos de relaciones de parentesco,*

el quechua; las lenguas de los pueblos conquistados permanecieron vigentes y compartían importancia con el aimara y el puquina. Estuvo subdividido en cuatro suyos: el Chinchaysuyo (Chinchay Suyu) al norte, el Collasuyo (Quilla Suyu) al sur, el Antisuyo (Anti Suyu) al este y Contisuyo (Kunti Suyu) al oeste. La capital del imperio fue la ciudad de Cuzco, en el actual Perú. (Hernández, 2010).

23 La mayor parte de las conquistas se cumplían por medio del rito de la reciprocidad. El mecanismo era el siguiente: un ejército inca se presentaba ante una macroetnia y proponía a sus jefes establecer la reciprocidad entre el inca y el señor principal de la localidad. Todo dependía de la decisión de aquel señor, quien tenía la posibilidad de tomar las armas, pero lo que le hacía meditar era la consideración de los bien entrenados y aguerridos ejércitos inca, dispuestos a vencer. Si tomaba la opción de la guerra, el porvenir del jefe étnico era la prisión y la muerte. Más le convenía aceptar la oferta del soberano cusqueño e ingresar en el engranaje del incario (Rostworowski, 2005: 17).

totemismo, territoriales y económicos, así como una forma de ayuda social mutua” (Muñoz, 2004: 92). De ahí que su producción agraria era el sustento de los estratos en los que se asentaba el entramado social (Baudin, 1978), por lo que el Inca estableció *“una efectiva legislación del trabajo, obligatoria y universal”* (Garcilaso 1980: 246) que *“era aplicada a todas las clases sociales, sin excepción de sexos y condición física”* (Baudin 1978: 241). Por lo tanto, el incario realizaba censos de los miembros de los *“Ayllus”* anexados, en los cuales los hombres eran reconocidos como cabezas de familia, sin identificar mayores datos sobre el resto del ayllu, por consiguiente eran *“los hombres los que representaban la unidad doméstica”* (Robles, 2014: 99).

En este contexto, es importante destacar el papel de la mujer, como por ejemplo las Coyas, esposas oficiales del jefe Inca - Sapan, quienes frente a su ausencia administraron los diversos territorios y *“tuvieron mucho poder casi como los sapan, a la muerte del inca, de la participación de ellas dependía el nombramiento de los nuevos jefes”*²⁴ (Quinatoa, 2009: 49). En este sentido:

La participación femenina en el poder político se dio a través de una esfera de poder paralelo y bilateral, manejada por las mujeres de las panakas incaicas²⁵. Además, en la medida en

24 Del mismo modo, la importancia de la mujer en el incario se evidencia en el simbolismo que arroja la complementariedad del sol y la luna. Así, al ser el sol la divinidad principal y el Inca su representante, este representaba a todo lo masculino y *“a su vez regía a todos los ciudadanos del Imperio”* (Robles, 2014: 100); mientras que la luna se presentaba como su complemento, la cual *“impregnaba todo lo femenino y por ello se imponía sobre el resto de divinidades femeninas. Así, la Coya se veía como la descendiente de la Luna y por esa razón dominaba al resto de mujeres”* (Robles, 2014: 100).

25 La Panaka Incaica es *“el grupo o unidad de hermanos con sus hermanas descendientes de un antepasado masculino en una línea masculina de hombres y*

que el poder prehispánico era una esfera altamente ritualizada y sacralizada, las mujeres gobernaban una esfera de ritualidad paralela, nocturna, acuática y lunar, desde la cual velaban por todo el ciclo del cosmos invocando la abundancia de las cosechas y la reproducción de la vida (Rivera, 2008: 9).

Paralelamente, los registros de los cronistas de la época evidencian que las condiciones de las mujeres del pueblo fueron muy distintas a las de la élite gobernante:

Tuvieron que cumplir tareas agrícolas y textiles - para su familia y el Estado -, la preparación de alimentos y la crianza de los hijos. El peso de sus obligaciones fue grande, e incluso continuaban trabajando cuando tenían que hacer una diligencia fuera del hogar, mientras llevaban envuelto a su hijo menor en la espalda cubierto con la lliklla (manta triangular). Fueron las tejedoras de la sociedad andina (Guardia, 2002: 60).

Por lo tanto, la mujer participó en todo tipo de tareas, sean estas de índole doméstico, económico o de intercambio y *“fue la responsable de los tributos que se otorgaban en tejidos, esto la hizo parte activa en las relaciones económicas imperantes en la época”* (Robles, 2014: 100).

También fue pieza clave en los procesos de lucha contra el asedio Inca. Por ejemplo, el cronista Guamán Poma registra algunos escenarios y procesos de resistencia de diversos pueblos ante la conquista Inca, muchos de ellos liderados por mujeres, como es el caso de la curaca *“Quilago”*²⁶, jefa de Cochasqui, pueblo perteneciente a

línea femenina de mujeres por cuatro generaciones” (Zuidema, 1980: 77).

26 Mujer que *“asumió valientemente la protección de Cochasquí frente a la invasión inca y organizó un ejército de mujeres que combatió en Cochasquí y ganó la batalla, impidiendo a Huayna Capac ingresar a este territorio”* (Carrasco, 2009: 46).

la confederación de los Cayambis, quien jugó un importante papel frente a la invasión de Huayna Capac Inca.²⁷

Según Quinatoa (2009), la memoria de abuelas y abuelos y su correspondiente oralidad, evidencian las profundas raíces de las culturas milenarias que pueblan el Ecuador y que han permanecido vigentes a través del tiempo y del espacio, demostrando sus paradigmas, preceptos y concepciones andinas que perduran hasta la actualidad. Memorias que han permitido la pervivencia de la Cosmovisión Andina, a través de la cual se manifiesta que las nacionalidades, descendientes de los pueblos originarios, mantienen diversas manifestaciones religiosas, ritos y ceremonias consideradas sagradas que evidencian una *“singular concepción primordial de elementos ‘madres’ que protegen y permiten la vida y la continuidad de los pueblos; ejemplos: la Pachamama (Madre tierra), Cochamama o Yacumama (madre océano o agua), Cocamama (madre coca), Saramama (madre maíz), entre otras”* (Quinatoa, 2009: 43).

Dichas representaciones se constituyen en *“seres arquetípicos femeninos maternales, que protegen a los humanos de este medio ambiente, donde el tiempo y el espacio están indivisiblemente unidos”* (Quinatoa, 2009: 44), elementos que configuran la estructura simbólica andina²⁸, cuyo pensamiento *“se manifiesta, a*

27 Este Inca consiguió la expansión del poderío incaico hasta el río Maule en Chile y hasta la actual Mendoza, en el noroeste de Argentina, pasando por el altiplano boliviano (Oberem 1988 citado por Moreno en Ayala Mora, 2008:34).

28 En este sentido, *“en la estructura simbólica indígena andina, existen parámetros y principios que expresan lo más elevado de la forma de vida. Respetarse entre todos los elementos del planeta, convivir de manera colectiva, sin perder la individualidad”* (Quinatoa, 2009: 44). Principios construidos desde la comunidad con sentido grupal, donde *“la dualidad, la tripartición, la cuatripartición son divisiones simbólicas que explican e integran los componentes del ‘uno’ y del todo”* (Quinatoa, 2009:44).

*nivel cósmico, antropológico, económico, político y religioso en y a través de los principios de complementariedad²⁹, correspondencia³⁰, reciprocidad³¹ y ciclicidad^{32”} (Estermann, 2013: 5). Sin embargo, la complementariedad, como componente social, está sustentado en *“la división sexual y generacional del trabajo, en el contexto de la familia, en tanto unidad doméstica y unidad económica. Su supervivencia, consecuentemente, depende de la reproducción del modelo”* (Delgado, 1996: 5).*

Finalmente, después de realizar una revisión general, la referencialidad histórica nos permite señalar que las mujeres, en las diferentes culturas que habitaban la América prehispanica, *“realizaron desde las tareas más simples del hogar hasta las más especializadas, como*

29 El principio de complementariedad propone que *“lo femenino siempre estará junto a lo masculino, las personas, animales, plantas, y demás seres. Lo masculino y lo femenino diferentes, pero complementarios para formar el ‘ser’ o ‘runa’ (ser humano) y conformar el todo integral, cósmico y holístico”* (Quinatoa, 2009: 43).

30 El principio de correspondencia tiene que ver con *“el cuidado y la conservación del equilibrio cósmico y espiritual a nivel del manejo de recursos, el aprovechamiento de los medios de producción (tierra, minerales, aire, agua, mano de obra) y las costumbres de consumo”* (Estermann, 2013: 7), en el cual son corresponsables todos los miembros de la comunidad.

31 El principio de reciprocidad *“expresa la ‘justicia’ equilibrada en las interacciones y transacciones de conocimiento, saberes, bienes, servicios, dinero y deberes. La trilogía ética andina ‘ama suwa, ama llulla, ama qella [‘no seas ladrón, no seas mentiroso/a, no seas flojo/a’] ‘expresa en forma concentrada este principio al nivel de la ética social”* (Estermann, 2013: 7). En este sentido es necesario destacar que en un principio, le era imposible al Inca disponer de la fuerza de trabajo necesaria de sus vecinos. Al empezar la expansión, la autoridad no se inició directamente, sino que se ejerció por medio de la reciprocidad y de la minka, palabra cuyo verbo minccacacuni (González, 1952) significa: *“rogar de alguno que me ayude prometiéndole algo”* (Rostworowski, 2005: 17).

32 El principio de ciclicidad sostiene que *“el pacha (espacio-tiempo) se manifiesta en forma de una espiral, una sucesión periódica de ciclos regidos por los ritmos astronómicos, meteorológicos, agrícolas y vitales”* (Estermann, 2013: 8).

es el caso de la medicina, la orfebrería, el comercio, la astronomía, las artesanías y hasta la navegación” (Quinatoa, 2009: 52). Esto significa que su participación permitió que nuevas formas de vida, usos y prácticas edifiquen culturas que permanecen hasta el día de hoy. Sin embargo, los diversos procesos de convivencia cultural han permitido que *“la situación presumiblemente igualitaria que pudiera existir entre ambos sexos, poco a poco, se iría perdiendo en favor de estructuras jerárquicas donde predominaría la dominación de uno sobre otro”* (Robles, 2014: 100). Según Rita Segato, esta organización podría ser descripta como un *“patriarcado de baja intensidad”* (Segato, 2015: 333), en el cual se establecen *“estructuras de diferencias reconocibles, semejantes a lo que llamamos relaciones de género en la modernidad, con jerarquías claras de prestigio entre la masculinidad y la feminidad”* (Segato, 2015: 334). Situación que se agravó con la llegada de los conquistadores españoles a estas tierras.

2.3 La mujer en la España del siglo XVI

Entre los siglos XVI y XVIII se gesta en Europa la época barroca, además de una etapa de transición del feudalismo al capitalismo. El siglo XVI evidencia grandes cambios para la humanidad. La Europa de aquella época era el escenario de crisis económicas y sociales. Específicamente, España *“fue afectada por la peste, las carestías y el hambre. La expulsión de los moros, las guerras exteriores y el incremento de los miembros del clero redundaron en la crisis demográfica”* (Carrasco, 2009: 46-47). En aquel tiempo, España estaba constituida por instituciones heredadas del régimen feudal³³,

33 El régimen feudal se caracterizaba por ser *“un régimen de propiedad privada de la tierra, de pequeña economía agraria y artesanal, basado primordialmente en el trueque; un sistema cuya estructura social se fundamentaba en relaciones de servidumbre, como vasallaje, homenaje, beneficio, castigo al que abandonaba el feudo, adscripción a la gleba, etc.”* (Vitale, 1964: 1).

en el cual la nobleza y el clero aumentaban numéricamente, y por el fortalecimiento de una burguesía relacionada con los mercados externos (Vitale, 1998).

La sociedad española se estructuraba en estamentos dispuestos de manera jerárquica, a semejanza de una pirámide, *“en cuyo vértice superior estaban el monarca y su corte; seguido de los estamentos nobiliarios: grande y pequeña nobleza, el clero; y finalmente el estamento llano o plebe, ubicado en la base social y compuesto de campesinos, artesanos, mercaderes y gente de mar”* (Jácome, 2013: 41).

Debido a que el sistema feudal, en la España del siglo XVI, estaba constituido por una realeza no fortalecida y una nobleza no dependiente y autónoma, poseedora de la tierra en la cual el trabajo de los siervos constituía la base de este régimen³⁴ (Vitale, 1964), la identidad de la mujer *“se constituía en torno al varón padre, hermano y marido, y de ella solo se esperaba que tuviera una conducta obediente, dócil y sumisa”* (Herederó, 2013: 15). En este contexto, la mujer en la España del siglo XVII *“era, al menos desde la época visigoda”*³⁵ *“según se trasluce de su legislación-, poco más*

34 Esto último debido a que *“el plus-producto, no retribuido, constituía la renta del suelo. Esta podía ser renta en trabajo (prestación personal o trabajo obligatorio que debía efectuar el siervo en la tierra del señor), renta en especie (entrega de determinada cantidad de productos agrícolas y artesanales) y renta en dinero (variante de la anterior, aplicada a fines de la Edad Media)”* (Vitale, 1964: 1).

35 Época que inicia con el asentamiento del pueblo visigodo (pueblos germanos) en la península ibérica, entre mediados del siglo V y comienzos del siglo VIII. Para mayores referencias revisar: Gómez de la Torre, Amaya y Bonor, Juan (2008). Recópolis, la ciudad en la época visigoda. Museo Arqueológico Regional. Alcalá de Henares. España. Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9606/1/Una%20ciudad%20en%20el%20camino.%20Pasado%20y%20futuro%20de%20El%20Tolmo%20de%20Minateda%20\(Hell%C3%ADn,%20Albacete\).pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9606/1/Una%20ciudad%20en%20el%20camino.%20Pasado%20y%20futuro%20de%20El%20Tolmo%20de%20Minateda%20(Hell%C3%ADn,%20Albacete).pdf)

que un objeto dependiente de padres, tutores o esposos, con escasa capacidad para hacer valer sus derechos o imponer sus criterios” (Lorenzo, 1989: 120).

Así, la educación estaba vetada para las mujeres, únicamente “se las instruía en la música, la costura y el cristianismo, con el fin de que pudieran educar posteriormente a sus hijos e hijas” (Herederó, 2013: 15), permitiendo solamente a los nobles aprender a leer y escribir. En este contexto, “La biblia, los buenos modales, sencillos principios morales, eran otros tantos componentes indispensables del aprendizaje femenino (Sánchez, 2016: 1). De tal manera, la ciencia, la filosofía o la retórica no eran conocimientos accesibles para la mujer.

Paralelamente, los registros históricos evidencian que en la España de aquel tiempo se mantenía el sentido del espacio público y privado heredado desde Grecia, debido a que “la categoría de ciudadano, y con ella la posibilidad de intervenir en público, fue un privilegio reservado a determinado tipo de varones” (Carrasco, 2009: 47), lo que generó que “esclavos, siervos, mujeres y niños no gozaran de la misma plenitud humana, ya que su quehacer, sus tareas, estaban ligados a la supervivencia y al cuidado, a la reproducción y al servicio de aquellos cuya más alta misión consistía en dialogar en el foro público sobre los asuntos colectivos” (Carrasco, 2009: 47). De ahí que, la mujer estaba destinada al espacio privado, es decir, el de la familia “supeditando a ella y a sus intereses todas sus actuaciones, por ello su papel laboral y económico queda muy oscurecido, pero no mermado. El ámbito doméstico queda en exclusiva competencia de la mujer. Desde su infancia se la prepara para esta función, sea cual sea su estatus social” (Leva, 2001: 25).

De igual forma, en la España de aquel tiempo regía el concepto de “limpieza de sangre”, el cual “se inscribe en el contexto histórico de la

agitación en contra de moros y judíos y su expulsión de España, desde los siglos XIV y XV” (Zambrano, 2014: 12). Así, desde sus primeras definiciones en castellano, encontramos mencionada la limpieza como atributo del “hombre cristiano viejo sin raza de moro ni judío” (Covarrubias, 1995 [1611]); o como “la excelencia y prerrogativa de que gozan las familias, aunque no sean nobles; y consiste en no tener mezcla ni raza de moros, judíos, ni herejes castigados” (Canessa, 2000: 131).

De ahí que la “limpieza de sangre” permitía que la nobleza se fortaleciera a partir del establecimiento de las “relaciones de méritos y servicios”, las cuales eran registradas en copias manuscritas o en ejemplares impresos “que repartían a las personas influyentes adecuadas, quienes pretendían un ascenso en la milicia, un mejor puesto en la administración pública o incluso un título nobiliario” (Pidal, 2006: 11). Esto les permitía a los tenedores de dichos escritos comprobar su linaje y demostraba que “el pretendiente participaba de los méritos de sus antepasados y parientes, [con lo cual] admitían que entre ellos existía una comunidad de merecimientos, algo parecido a la comunión de los santos en la Iglesia” (Pidal, 2006: 11). De esta forma, el linaje era la muestra de la nobleza de un individuo, cuya principal característica era “ser transmisible por herencia; será llamada por eso «nobleza de sangre»”³⁶ (Pidal, 2006: 12). Situación en la que “la mujer ocupaba, por razones obvias, un papel clave en la transmisión a los descendientes de un determinado status social y,

36 Al respecto se señala que el concepto de nobleza o pureza de sangre data de 1440 y “consistía en un método de exclusión y limitación de la promoción social buscando por esta manera el impedir un cambio radical de la sociedad. Se consideraba persona manchada a cualquiera que tuviese entre sus antecedentes a judíos o moros, o bien a convertidos de este origen” (Ruiz, 2012: 5). En consecuencia, para garantizar los lazos de pureza de sangre, la Iglesia constituyó e instauró la inquisición como un tribunal que velaba por la fe.

por supuesto, en la honorabilidad de su familia y esposo” (Lorenzo, 1989: 121). De ese modo, *“‘honor’ entendido como el reconocimiento social de pertenencia al grupo social privilegiado, al cual se ascendía por vía del parentesco, y ‘nobleza’, pasaron a ser dos cuestiones inseparables”* (Lorenzo, 1989: 121). Por lo tanto, los hombres, hermanos, tíos, cuñados, madres, tías y hasta hermanas ejercían control sobre la vida cotidiana de las mujeres:

Se aislaba en sus domicilios a las doncellas para evitar que hubiese alguna duda sobre su honestidad (y virginidad) en el momento de entregarla a su esposo. Se hacía lo mismo con las casadas para tener la certeza de la legitimidad de los hijos. Se ingresaba en conventos a las hijas para contar con más dinero con el que dotar a sus hermanas, etc. Si la mujer ponía en peligro con su comportamiento los objetivos de sus padres o esposos, no solo hipotecaba su propio futuro, sino que cuestionaba la honorabilidad de quien tuviera esa misión, debía demostrar públicamente que el hecho no se había producido con su consentimiento: surgía entonces el recurso de la violencia, la sangre como mecanismo para lavar la honra (Lorenzo, 1989: 121-122).

Entonces la mujer se constituía como un bien, considerado *“propiedad sexual de los hombres, cuyo valor disminuía si las ‘usaba’ alguien que no fuera el propietario legal. (...) El honor masculino dependía de la castidad femenina (Sara Matthews, 1992). Los castigos contra las mujeres adúlteras eran de una gran severidad y los ejercían las autoridades eclesiásticas”* (Alberdi & Matas, 2002: 52). De ahí que las mujeres podían ser ejecutadas, mientras que los varones adúlteros pagaban una multa por su conducta. *“Cuando las autoridades civiles pasaron a compartir la jurisdicción con la Iglesia por los delitos sexuales (a partir del siglo XVI), la ley secular seguía permitiendo a los*

tribunales condenar a muerte a las mujeres acusadas de adulterio” (Alberdi & Matas, 2002: 52). Por lo que los crímenes de honor fueron una parte normal de la vida cotidiana en España y Europa durante toda la época medieval y principios de la moderna.

Las estrategias para mantener o acceder a la nobleza eran diversas. Por ejemplo, en el caso de las élites urbanas³⁷, se permitía que a través del matrimonio se sustentase su condición de élite en lo local:

Los linajes hidalgos³⁸ utilizaban a sus hijas para reforzar los lazos endogámicos y de clientela con los que se relacionaban entre sí y con las ramas familiares ubicadas en otras localidades o en la propia Corte. Los pecheros ricos³⁹, deseosos de ingresar en el estamento nobiliario⁴⁰, se valían de sus hijas *“mucho más que de sus hijos- para emparentar con los nobles por la vía del matrimonio, asegurando así la condición nobiliaria a sus nietos y aumentando el status de toda la familia (Lorenzo, 1989: 122).*

Bajo este sistema, el matrimonio se constituyó en una institución, estableciendo *“una estructura autoritaria y jerárquica que gobierna la idea impersonal del bien común, mediante el principio de autoridad”* (Martínez, et al, 2009: 72). Situación que *“estuvo en consonancia con la misoginia inicial de los textos sagrados y la interpretación de los Padres de la Iglesia”* (Alberdi & Matas, 2002: 47). Fue en el Concilio

37 Constituidas por la nobleza *“hidalgos ricos y algún señor de los vasallos de bajo nivel y por vecinos ricos del estamento general ‘mercaderes, algunos profesiones liberales, campesinos ricos, etc. (Lorenzo, 1989: 122).*

38 En la Castilla del siglo XVI el término hidalgo fue *“reservado para la nobleza de rango inferior, desprovista de derechos jurisdiccionales y de escaso nivel económico y relieve social”* (Redondo, 1982: 153). De ahí que el término linaje hidalgo era la ascendencia ilustre de una persona.

39 *“Obligado a pagar o contribuir con pecho o tributo”* (DRAE, 2017).

40 *“Pertenecente o relativo a la nobleza”* (DRAE, 2017).

de Trento (1545-1563), donde se establecieron los lineamientos que la Iglesia Católica impuso en aquel tiempo.

Dicho Concilio instituyó una sexualidad represiva, plasmada en una serie de directrices orientadas al control de las personas, en particular de las mujeres. Se intentó restringir aún la capacidad de movimiento y decisión femenina (...) Trento comenzó por reforzar el carácter sagrado del matrimonio enfatizando que era ‘perpetuo e indisoluble. Incluso se mantenía en aquellos casos en los que el cónyuge resultaba ser un hereje’. Sólo aquellas uniones consagradas por la Iglesia fueron consideradas como lícitas, deslegitimando los matrimonios que no eran practicados por clérigos, los que no cumplían con los requisitos impuestos, y por supuesto las uniones libres” (Ordorika, 2006: 23).

De tal manera, la iglesia elaboró, a través de sus escritos y sermones orales, *“el prototipo femenino con base en la historia cristiana”* (Díaz, 1999: 108). Según Rubiera (2010), la liturgia cristiana se caracteriza por ser androcéntrica puesto que *“la opresión, discriminación y marginación de las mujeres acompañó a los discursos que el cristianismo fomenta a partir del siglo IV d. C. principalmente (momento en que el culto clandestino del cristianismo había terminado)”* (Rubiera, 2010: 30). Ésta a su vez, *“no sólo crea modelos femeninos sino que también establece lo que se entiende por buen comportamiento (lo que implicaba la sumisión femenina)”* (Rubiera, 2010: 30). A través de los sermones de las parroquias, los sacerdotes realizaban homilías⁴¹ llamando a las esposas a mantener determinados comportamientos:

Los curas contribuían a sembrar el miedo y la coacción a través de su facilidad para llegar a las mujeres. Los sacerdotes

41 *“Razonamiento o plática que se hace para explicar al pueblo las materias de religión”* (DRAE, 2017)

instruían a las esposas sobre cómo, dónde y cuándo salir, y cómo comportarse para no llamar la atención. Debían evitar salir a la calle y cuando salieran ir siempre acompañadas, con la mirada baja y distante. Por supuesto que la forma suprema de desobediencia de una mujer era ser infiel a su marido (Alberdi & Matas, 2002: 52).

Todo lo que estaba relacionado con la mujer o con lo femenino era considerado como de fácil degradación y *“paulatinamente se va asociando al mal, a la destrucción y al pecado”* (Alberdi & Matas, 2002: 46). Por ejemplo, Juan Crisóstomo, uno de los padres de la Iglesia⁴², *“describía a la mujer como la enemiga de la amistad, el dolor ineluctable, el mal necesario, la tentación natural, la calamidad deseable, el peligro doméstico, el flagelo deleitoso, el mal natural pintado de colores claros”* (Alberdi & Matas, 2002: 46). Dicha construcción parte de la representación bíblica de “Eva”, la primera mujer, quien, según la Iglesia, condujo al hombre a la perdición al comer la fruta prohibida. Esto significó que la figura de Eva se establezca como equivalente de lo demoníaco, la maldad y lo oscuro pues *“es la que arrastra a la perdición, la que se deja seducir por el mal. Por culpa de Eva, Adán y todos sus hijos se ven condenados”* (Alberdi & Matas, 2002: 46). Por lo tanto, la Iglesia estableció que *“debían ser los hombres, y no ellas los que debían determinar los comportamientos de la mujer en la sociedad”* (Mellado, 1996: 42), y, por lo tanto, que la mujer debía *“estar siempre sometida a su autoridad, en el seno de la institución matrimonial para que hubiese equilibrio social”* (Mellado, 1996: 41).

Apesar de que las reformas del Concilio de Trento se referían a hombres y mujeres, se constituyeron en *“una política diferenciada*

42 Para mayor información revisar Hamman, Adalbert (2009) Los Padres de la Iglesia. Editorial DESCLÉE de BROUWER. Francia.

hacia hombres y mujeres por parte de la Iglesia que trataba con mayor severidad a las segundas. Paradójicamente, a pesar de que se consideraba que las mujeres tenían mayor debilidad de carne y entendimiento, Trento [les] exigió mayor entereza frente a las flaquezas humanas” (Ordorika, 2006: 24).

En consecuencia, para el siglo XVI el ideal de mujer de la Iglesia *“era la virgen y el opuesto era el diablo, en el fondo, el bien y el mal”* (Díaz, 1999: 108), esto debido a que la Virgen María representaba la sumisión y el sometimiento, sus rasgos identitarios, lo que configuró el papel central de la madre de Cristo relacionado con el símbolo de la esclavitud (Alberdi & Matas, 2002). Así, la iglesia se constituyó en el pilar fundamental del sometimiento de la mujer convirtiéndola en *“el mero vehículo transmisor de la fe católica y de costumbres adaptativas a la sociedad”* (Sánchez, 2016: 1).

Sin embargo, las mujeres que decidían salir de este sistema y no estar bajo ningún tipo de autoridad, ideaban estrategias que les permitían, por ejemplo, acceder al conocimiento que la Iglesia dotaba. Por esto *“muchas mujeres hacían el voto de castidad y crearon su propio mundo recluido”* (Sánchez, 2016: 1), convirtiéndose en mujeres devotas a los lineamientos de la iglesia o, por el contrario, en la vertiente de la reflexión, la rebeldía y la libertad.

Debido a la asociación de la mujer con el pecado y la lujuria, aquellas mujeres que no participaban de los dogmas de la Iglesia, ya sea a través de su conocimiento o sus habilidades, eran acusadas por la Santa Inquisición⁴³ de Brujas.⁴⁴ *“Según Sallman, las brujas servían*

43 Tribunal eclesiástico medieval establecido para descubrir y castigar las faltas contra la fe, (fundamentalmente la herejía) o contra las doctrinas de las Iglesias, principalmente la Católica, aunque también hubo tribunales de las mismas características entre otras iglesias como el Calvinismo y otras denominaciones

como chivos expiatorios con doble utilidad: por una parte, el hombre incapaz de dominar la naturaleza necesitaba explicaciones supra naturales; y, por otra parte, la sociedad necesitaba culpables y los encontró en elementos inconformistas y marginales” (Alberdi & Matas, 2002: 46). Las épocas álgidas de la caza de brujas y La Santa Inquisición fueron los siglos XVI y XVII (Alberdi & Matas, 2002: 53).

Posteriormente, con el tiempo, el concepto de la bruja dio paso al de la mujer hereje, a la imagen de la mujer loca y mala. *“Bien fuese prostituta, bruja o loca, la sociedad tenía que controlar y castigar a la mala mujer”* (Alberdi & Matas, 2002: 53).

La revisión histórica da cuenta que sobre la mujer del siglo XVI reposaba el honor, la nobleza, la educación en contextos de pasividad y resignación. Sin embargo, Olga Gallegos (2008) establece que la subsistencia de toda la sociedad fue gracias a la mujer, ya que a través de ella se puede hablar de los abusos, pero también de las actividades comerciales, de los talleres artesanos, entre otras actividades. Es decir, existieron diversas mujeres (poetas, pintoras, escultoras,

protestantes. La institución inquisitorial, no es pues una creación española (De la Cruz, 2012: 3).

44 Las brujas eran mujeres emancipadas, solteras generalmente, que vivían de la elaboración de remedios caseros. Según Norma Blázquez (2011) eran parteras, alquimistas, perfumistas, nodrizas o cocineras que tenían conocimiento en campos como la anatomía, la botánica, la sexualidad, el amor o la reproducción, y que prestaban un importante servicio a la comunidad. Conocían mucho de plantas, animales y minerales, y creaban recetas para curar, lo cual fue interpretado por los grupos dominantes del medioevo como un poder del Diablo. Así, bruja fue *“un concepto creado en Europa precisamente por las élites cultas en los siglos XIV al XVII, mediante la transformación del concepto de hechicera, al cual se incorporó la idea teológica de que los males que causaba se debían a la existencia de un pacto con el Diablo, o por el poder que éste les otorgaba. De acuerdo con esta idea, era el ser maligno quien le enseñaba a la bruja qué fórmulas pronunciar, qué objetos utilizar y cómo manipularlos para producir los maleficios”* (Blázquez, 2011: 18).

escritoras, parteras) que traspasan los límites de la defensa pasiva y llevan su actividad más allá de la transmisión de los valores y los comportamientos “honorables” a las siguientes generaciones, participando en los ámbitos domésticos, económicos, intelectuales, privados y públicos.

2.4 La mujer en la colonia

“La hazaña del descubrimiento de América no podría explicarse sin la gran tradición militar de guerra de cruzadas que imperaba en la Castilla medieval, y la iglesia no se hizo rogar para dar carácter sagrado a la conquista de las tierras incógnitas del otro lado del mar. La expansión del reino de Castilla ampliaba el reino de Dios sobre la tierra” (Galeano, 1985: 17).

El 12 de octubre de 1492 arribó a América Cristóbal Colón⁴⁵ y tomó posesión de las tierras en nombre de la Corona de Castilla, con ello se desencadenó una serie de *“acontecimientos que transformó y dinamizó la historia de la humanidad. El descubrimiento de oro y plata en el continente desataron un verdadero aluvión colonizador. Centenares de expediciones y millares de hombres fueron tras los pasos de las noticias de fabulosas fortunas”* (Veksler, 2006: 1). Así, se inició el proceso de conquista⁴⁶ en el que:

45 Navegante genovés, al que se le atribuye el descubrimiento de América. Fue almirante, virrey y gobernador general de las Indias Occidentales al servicio de la Corona de Castilla (Marlowe, 1987).

46 El proceso de conquista de América tuvo diferentes etapas, según la Enciclopedia de Historia de España (2007) la primera etapa constituye la de las “primeras conquistas” que va desde 1492 hasta 1519 y coincide con los viajes colombinos y las primeras empresas de exploración. La segunda es la de las “Colonias de poblamiento” que van desde 1519 hasta 1550 y significó la conquista desde las zonas anteriores de los grandes imperios: el azteca conquistado por Hernán Cortés, y el Inca conquistado por Francisco Pizarro.

Las percepciones interculturales por parte de los europeos no se concebían creyendo en la alteridad sino en la identidad⁴⁷ (...). El modelo epistemológico era la similitud, y consciente o inconscientemente, los europeos “cronistas-jurídicos”, elaboraban modelos y marcos comparativos al tratar de reconocer, comprender y clasificar la humanidad americana (Adorno, 1988: 56).

Dichas percepciones se originaban a partir del concepto de “limpieza de sangre” que estaba vigente en España y que *“se inscribe en un contexto de defensa de la ortodoxia⁴⁸, y en ese sentido tiene un importante carácter teológico⁴⁹, argumentando la persecución y la marginación de los conversos⁵⁰ en el supuesto carácter dudoso de su fe cristiana”* (Zambrano, 2014: 12). Persecución que estuvo amparada en la articulación de “raza” y “sangre”, con el fin de *“suponer la existencia de grupos naturalmente dados y que se consideraban dignos de ser marginados”* (Zambrano, 2014: 13). Esto permitió una *“supuesta diferente estructura biológica que ubicaba a los unos en situación natural de inferioridad respecto de los otros. Esa idea fue asumida por los conquistadores como el principal elemento constitutivo, fundante, de las relaciones de dominación que la conquista imponía”* (Quijano, 2000: 201). En este sentido, es importante señalar que la sociedad española del antiguo régimen

47 Es decir, la mentalidad europea no se preguntaba si la nueva humanidad se ubicaba fuera de los esquemas antropológicos escolásticos sino donde se encontraba dentro de ellos (Veanse Foucault, Hodgen, Pagden) (Adorno, 1988: 56).

48 Conjunto de dogmas de una religión o de principios de una ideología (Wordreference, 2017).

49 Que era visto bajo la luz de la ciencia que trata de Dios y de sus atributos y perfecciones (RAE, 2017).

50 Dicho de una persona: Convertida a una religión distinta de la que tenía (RAE, 2017).

respondía a un modelo de convivencia estamental que:

Diferenciaba profundamente a sus componentes en razón de su pertenencia o exclusión de los núcleos privilegiados existentes y que, como tal, se amparaban en espacios jerarquizados, jurídicamente no equitativos, y estructurados en torno a una ideología católica que en esos momentos permeaba todo el espacio, social y personal de la Monarquía Hispánica, deseosa de definir, desde el inicio de la Modernidad, códigos y comportamientos que rigiesen la vida de sus individuos en interacción con sus entornos sociales (Ortega, 2006: 21).

De ahí que la colonización se caracterizó por la represión y el exterminio de las culturas pre-hispánicas y por la voracidad de la penetración cultural que el conquistador impuso por todo el continente. El proceso de subordinación y sometimiento indígena “ocurren por medio del control militar, asegurando de esta forma la posesión y el dominio de las tierras conquistadas. La Iglesia, por su parte, garantizará el control espiritual de los indios apoyándose en la catequesis (aleccionamiento religioso católico)” (Alvear, 2002: 3).

La Iglesia estableció una relación entre catequesis y castellanización, que jugó un papel importante en la conquista. Así, “pretextando ‘la defensa’ para difundir la fe católica en tierras desconocidas, una ‘defensa’ que en verdad sólo tiene como motivo el llenar las arcas de la Corona Española con las riquezas del Nuevo Mundo, los conquistadores echan mano de la violencia para someter a los indígenas a sus leyes. Las misiones evangelizadoras que arriban hacen uso del “mensaje de Dios” para imponer la religión cristiana y extender los dominios conquistados (Alvear, 2002: 3).

El dominio sobre los pueblos indígenas “dio paso rápido a la constitución de distintas instituciones económicas que tuvieron

un efecto letal sobre sus demografías” (Rodríguez, 2008: 282). La esclavización formal de los indios comenzada por Colón en 1492 fue abolida y reemplazada por el sistema de la encomienda⁵¹, cuyo protagonista se llamaba encomendero. Posteriormente, esta forma de explotación fue sustituida por el corregimiento y consecutivamente por la mita⁵² (Williamson, 2013).

Según Quinatoa (2009), la ideología de la conquista legitimaba al hombre en todos los estratos sociales subordinando a la mujer en relación al varón mediante leyes. Debido al sometimiento al que se redujo a la población indígena, las mujeres indígenas no existían,

51 El abasto de trabajadores representó, pues, un problema fundamental para los sucesivos gobernadores de La Española y las islas vecinas. Colón no pudo resolverlo porque la reina Isabel le había prohibido esclavizar a los indígenas. Para dar estabilidad a la inquieta colonia, el gobernador que lo sucedió, Nicolás de Ovando, adaptó la encomienda, una forma de servidumbre tradicional en España, a las circunstancias de La Española: se repartían trabajadores indígenas a colonos españoles que se comprometían a cuidarlos, pagarles salarios justos e instruirlos en la fe cristiana a cambio de sus servicios. A la reina Isabel le disgustaba la encomienda porque implicaba coerción y estaba lejos del trabajo libre que la corona española siempre había propugnado; además, al igual que sus sucesores en el trono, temía crear en las Indias una nueva clase de señores feudales que desafiaran la autoridad real. Con todo, la encomienda era preferible a la esclavitud y para entonces ya se había evidenciado que los indígenas no estaban dispuestos a trabajar por un salario. Aunque la encomienda sancionaba los trabajos forzados, también representaba el intento de regularlos y humanizarlos al adoptar cierto grado de responsabilidad feudal del encomendero para con los trabajadores indígenas. El sistema tendría enormes repercusiones en las relaciones laborales en toda la América española (Williamson, 2013: 25).

52 Esta institución de origen incaico, reformulada por los colonizadores, consistía en un determinado tiempo de trabajo obligatorio que los indígenas varones adultos tenían que realizar. La Corona distribuía este tiempo de trabajo, reservándose parte de los mitayos para obras públicas y entregando los demás a los colonos españoles que requerían de mano de obra. Aunque el trabajo era forzado, tenía que pagarse un salario, lo cual garantizaba al Estado que los indígenas dispusieran de recursos para el pago del tributo (Ayala, 2008: 16).

es decir, no aparecían ni eran reconocidas de ninguna forma. Sin embargo, la imposición del tributo sobre la familia, impuesto desde la conquista, indirectamente, resultaba en una carga mayor de trabajo que recaía sobre la mujer indígena.

La mujer pagó tributo desde el momento de casarse, y las viudas pagaban la mitad del gravamen. Los encomenderos exigían trabajo de las mujeres como cocineras, criadas o nodrizas. Con el declive gradual de la encomienda, la necesidad económica forzó a muchas mujeres a continuar sirviendo para obtener sueldos, comida y cobijo (Lavrin, 1990: 19-20).

Esto significó que la mujer, sus hijas, hijos y familiares fueron obligados a pagar tributo incluso hasta morir. La población indígena se redujo al 10% en menos de un siglo, *“por supuesto, otro factor que contribuyó a tal evento fue el mestizaje, muchas veces buscado conscientemente para evitar que los descendientes siguieran amarrados al pago del tributo”* (Rodríguez, 2008: 283).

En este contexto, Según Lavrin (1990), las mujeres indias fueron un factor crucial en la conquista de América, puesto que *“las uniones de los españoles con las mujeres indias proveyeron a la primera generación de conquistadores de aliados, intérpretes, cuidado personal y satisfacción sexual”* (Lavrin, 1990: 19), de tal forma:

A lo largo del período de conquista, e incluso durante unas cuantas décadas después, las sociedades indígena y española experimentaron un período de relajación, en las costumbres sociales y sexuales. Formas de conducta que previamente se consideraban inaceptables para ambas sociedades, se convirtieron en rutina, afectando principalmente a las mujeres. Los españoles mantuvieron concubinas⁵³ y procrearon

numerosos hijos, y el concubinato se convirtió en una arraigada práctica social, que demostró ser muy difícil de erradicar de la sociedad colonial (Lavrin, 1990: 19).

Dichas prácticas facilitaron el origen de una élite a partir del mestizaje, que surgió cuando las mujeres de las élites dominantes de los pueblos indígenas, *“quienes ostentaban todavía el poder económico y social, debido a su posición, fueron las mejores candidatas para ser desposadas o ser “amantes”, “compañeras de los españoles”* (Quinatoa, 2009: 53).

Por otro lado, la presencia de mujeres españolas en el proceso de conquista fue minúsculo; sin embargo, según los registros de la armada española, 30 mujeres acompañaron a Colón en su tercer viaje. Del otro lado de la historia, según Guerrero (2008), la llegada del conquistador español a las tierras del Nuevo Mundo ensombreció y cambió la existencia de la mujer india, su vida de relativa paz, se trastocó en una vida de incertidumbre e inseguridad donde *“los dioses se transformaron en demonios ávidos de cuerpos, sexo y pasión desenfrenada; en acecho permanente, asaltando bohíos y caminos, en desmanes lujuriosos desmedidos; violentaron a las mujeres indias”* (Guerrero, 2008: 9).

Según Mariblanca Staff (2009), en la conquista española se evidencia también el fenómeno de la trata, especialmente de mujeres *“ya que en cumplimiento de la ley de guerra, los españoles tomaban o entregaban el ‘botín de mujeres’ al vencedor, lo que dio origen al comercio sexual, al punto de que se crearon establecimientos para este tipo de actividades”* (Staff, 2009: 1). Así, durante la conquista, los soldados se unieron a las indígenas *“en modalidades que incluyeron la violación, la poligamia y el comercio sexual, pero también la monogamia duradera. El contacto y la procreación de los ibéricos y*

53 *“Personas que viven en una relación marital sin estar casados”* (DRAE, 2017).

las indígenas eran generalizados, situación que provocaba la alarma de los religiosos que los acompañaban” (Rodríguez, 2008: 284).

De ahí que la prohibición de casarse con indias fuera abolida; así, *“el 19 de octubre de 1514, por real cédula de la corona se permitió a los españoles casarse con indias y las españolas con indios, siendo esta quizá el primer pronunciamiento sobre lo que sería el mestizaje” (Guerrero, 2008: 13).* Fue esta circunstancia la que condujo a que los españoles vieran con expectativa el matrimonio con las nativas, consideración que encontró el respaldo de la Corona de manera formal:

Desde entonces, se proclamó la obligación de que los residentes en Indias trasladaran a sus esposas. Es más, se amenazaba con la pérdida de las encomiendas a aquellos que siendo casados se negaran a llevar a sus esposas. Era la forma de resolver un escandaloso fenómeno de inmoralidad, como también de fomentar los principios del matrimonio católico (Rodríguez, 2008: 284).

Sin embargo, Guerrero (2008) plantea que estas argumentaciones no excusan los excesos y el desenfreno pasional del conquistador, cuya brutalidad sexual al violar y embarazar a las mujeres indias de cualquier estado y condición, se convirtió en ley y norma habitual, detrás de la medida decretada por la Corona que permitió el matrimonio, amparando las violaciones de la soldadesca cristiana, que en nombre de Dios descargó su lascivia sin reparar en el dolor humano.

Precisamente se señala en diversos estudios que las personas que participaron en la Conquista procedían del “pueblo llano”, es decir, *“personas que pertenecían a la base social y compuesto de campesinos, artesanos, mercaderes y gente de mar” (Jácome, 2013: 41),* que llegaron

a esta tierra en busca de oportunidades. Con ellos arribaron los valores e ideales de los hidalgos, que fueron fortalecidos y posicionados por una minoría perteneciente a la pequeña nobleza, que participó en el proceso y que se encargó de prevalecer dichos ideales como inspiración de la conquista (Bustos Lozano en Ayala, 2003). A la cabeza del ordenamiento político de esta sociedad se encontraba el monarca y su corte que representaban al Reino de Castilla, *“visto como ‘señor natural de la sociedad’, responsable de asegurar ‘el buen gobierno y la justicia’. La relación entre el rey y sus vasallos estaba construida en torno a una concepción de obligaciones mutuas, simbolizadas en las palabras ‘servicio y merced’. El ‘servicio’ realizado por un vasallo podía merecer el otorgamiento de una ‘merced’ (recompensa) por parte del rey” (Bustos Lozano en Ayala, 2003: 48).*

Dichos ideales hidalgos estaban amparados en el principio de limpieza de sangre a través del cual se interpretaba la diferencia, e involucraba en su formulación criterios tanto genealógicos como físicos (Zambrano, 2014). Como se señaló anteriormente, la posesión de tales cualidades o la falta de ellas *“influenciaron no sólo el status social, sino también la membresía corporativa, pues la pureza de sangre era una condición para pertenecer a gildas artesanales, órdenes religiosas y militares, consejos municipales y para lograr grados universitarios” (McAllister, 1963: 353).* Dicha construcción ideológica repercutió en la consideración del español como vencedor y a la mujer indígena como perteneciente a los vencidos, razón por la cual, según Herren (1991), el español, *“jamás pensó en dignificarla hasta el punto de considerar vergonzoso el acto de casarse con una india, aún fuera su concubina” (guerrero, 2008: 14).* Asimismo, *“el casamiento legal del blanco con una mujer de color socialmente era deshonoroso. La distinción social del español dependía de su mujer. Una buena dote podía, ocasionalmente, inducir a un hidalgo español*

a casarse con una india, de la vieja capa de señores, pero se trataba solo de excepciones” (Herren, 1991: 14).

En este sentido, de acuerdo con Rodríguez (2008), las mujeres europeas se embarcaron hacia América cuando la conquista militar concluyó. Esto se evidencia en diversos estudios que demuestran que en el siglo XVI de los 45.327 viajeros a América registrados en archivos, 10.118 personas fueron mujeres. Precisamente, las mujeres blancas al llegar al Nuevo Mundo fueron acaparadas por la élite de los conquistadores (Guerrero, 2008: 13). De ahí que, tal como señala Juan Francisco Maura (2005), la mujer española, a su llegada al Reino de las Indias, se ubicó a la vanguardia de una sociedad naciente y estableció relaciones entre la cultura española y las amerindias.

De esta forma, la realidad de las mujeres en el proceso de conquista del Reino de las Indias (como se denominaba oficialmente a las nuevas tierras) estuvo marcada por las relaciones de poder de la sociedad conquistadora en las que *“se multiplicaba la ideología patriarcal, reproduciendo roles de inequidad que crecían calladamente detrás de las paredes, en la vida privada”* (Carrasco 2009: 47). De ahí que, sean indígenas o españolas, las mujeres fueron:

Relegadas como esposas, compradas como esclavas, presas en (de) guerra, principal botín de las incursiones bélicas⁵⁴, las mujeres sufrieron los avatares de un encuentro donde ambas culturas⁵⁵ entendían al género femenino como un ‘bien’ poseído por los hombres o por un linaje de hombres (Montecino, 2003: 71).

54 Al respecto se señala que desde la antigua Grecia las mujeres fueron entregadas como trofeos a los vencedores en las guerras (Fernández, 2009).

55 Al respecto es conveniente destacar que se entiende que los indígenas readaptaron sus prácticas heredadas del incario a las nuevas prácticas impuestas en la colonización.

Al respecto, Schiwi (2002) considera que el territorio latinoamericano fue pensado por el conquistador como femenino, tanto en términos débiles como amenazantes:

En las crónicas (...) ha sido metaforizado como Amazona, figura silvestre, rebelde, indígena y femenina que tiene que ser sometida e inmovilizada. Más tarde, ha sido pensada como un territorio pasivo, inmóvil, virgen y desconocido que la fuerza masculina penetra y domina (Schiwi, 2002: 209).

Terminado el período de conquista se da paso al período colonial, que comenzó a desarrollarse a partir de 1521, cuando América deja de ser una tierra poblada por soldados y frailes, y pasa a ser una tierra de colonizadores o pobladores, y no de conquistadores. De ahí que *“los españoles trasladaron a América algunos esquemas sociales similares a los de la época medieval europea”* (Cangas, 2006: 9).

El Reino de las Indias fue fraccionado tomando en cuenta las divisiones territoriales indígenas, constituyéndose en reinos⁵⁶ y virreinos⁵⁷, los que, a su vez, se dividieron en provincias y gobernaciones. De manera que *“se comenzaron a definir los espacios y los nuevos estilos de vida*

56 Así en América se constituyó: La Audiencia de Santo Domingo que actuó desde 1524 hasta 1527, La Audiencia de México fundada en 1527, La Audiencia de Panamá constituida en 1530, La Audiencia de Lima fundada en 1542, La Audiencia de Los Confines o Guatemala creada en 1543, La Audiencia de Santa Fe de Bogotá fundada en 1549, La Audiencia de Nueva Galicia o Guadalajara creada en 1548, La Audiencia de Charcas fundada en 1559, La Audiencia de Buenos Aires constituida en 1561, La Audiencia de Quito fundada en 1563, La Audiencia de Chile creada en 1563.

57 Así podemos encontrar que en América existieron los virreinos de Nueva España en México, Capitanía General de Guatemala, el virreinato de Nueva Granada, La Capitanía General de Venezuela, El Virreinato del Perú, La Capitanía General de Chile, El Virreinato del Río de la Plata, La Capitanía General de La Habana (Sánchez, 1965).

bajo los cuales se establecieron las formas de convivencia entre los pobladores nativos y los pobladores europeos, a quienes más tarde se les unirían los esclavos extraídos de África” (Martínez, 2012: 78). Cada una de estas poblaciones aportó elementos de valor a la vida en América desde diferentes perspectivas.

De esta forma surgieron las figuras de gobernadores, alcaldes y corregidores e inició el establecimiento de ciudades (Márquez, 2010), que era el espacio *“donde se concentraron las representaciones de la Corona y la Iglesia, de los procesos de extirpación de idolatrías y del establecimiento del sistema familiar cristiano y el matrimonio monogámico”* (Rodríguez, 2008: 283). Pero también, *“los centros urbanos fueron espacios donde convivían las distintas sociedades: los chapetones criollos, mestizos indígenas y negros, siendo la mujer indígena la que se dedicaba al comercio doméstico”* (Quinatoa, 2009: 56).

En este contexto, el traslado de la población indígena a los lugares de trabajo para pagar los tributos obligados por el colonizador (encomienda, mita, obrajes), sumado a la *“migración de las mujeres a las ciudades, el trabajo coercitivo extendido y la secuencia de epidemias traídas por el conquistador y generadas por la devastación, fueron los factores que produjeron lo que devino en llamarse la catástrofe demográfica indígena”*⁵⁸ (Rodríguez, 2008).

En las ciudades coloniales de la América Española, muchas mujeres se vieron obligadas a ejercer el trabajo sexual en las calles. Situación

⁵⁸ La catástrofe demográfica indígena se designa al deterioro y pérdida de gran parte de la población. Primero por los enfrentamientos y guerras, después por las enfermedades traídas por los españoles que causaron epidemias devastadoras diezmando a gran cantidad de la población, y, debido a la explotación y obligación de trabajar sin ninguna consideración (Lucena, 2005).

ante la que el gobierno local realizaba acciones para prohibir a las mujeres indígenas o esclavas andar desnudas en las calles, así como conminándolas a que se recogieran en sus casas en la noche. Igualmente *“se reglamentaba el modo y la calidad del vestuario que debían llevar, prohibiendo a las mujeres de castas inferiores usar los vestidos o telas de las mujeres consideradas nobles o de condición superior”* (Bermúdez, 1997: 50).

Por otra parte, la alta mortandad de los indígenas en la época colonial ocasionó el arribo a América de las poblaciones africanas como mano de obra y con ellas la diáspora en el continente. La mujer afrodescendiente fue esclavizada por la Corona Española, que destinó los recursos del negocio de la esclavización a *“los palacios y obras de prestigio que se llevaron a cabo en Madrid, Segovia, Toledo y El Prado”* (Cortés, 1989: 61). Según John Antón, la esclavización hacia la población afrodescendiente y en especial a la mujer:

No sólo fue la empresa económica más grande de la historia occidental, que dio lugar a la economía capitalista,⁵⁹ sino que además permitió que los cimientos de la modernidad eurocéntrica construyeran una estructura social de jerarquías sociales superiores e inferiores que luego incubarían una sociedad basada en el racismo, la exclusión ciudadana y la desigualdad social-(Antón, 2011: 78).

Los registros históricos *“demuestran que para 1535, año en el que se fundó el Reino de Quito, llegaron barcos que desembarcaron en Porto Viejo y que trajeron más de 200 africanos”* (Antón, 2003: 6).

⁵⁹ Al respecto, diversas investigaciones enfatizan que África se constituyó en *“un mercado ideal para las nacientes industrias textil, metalúrgica y licorera; a cambio de manufacturas europeas de máxima calidad, se arrancaban del África los brazos que hacían falta al otro lado del Atlántico para cerrar el triángulo de oro, dejando a los tratantes inmensas ganancias”* (Cruz, 2007: 4).

La población esclavizada fue traída siguiendo ciertas pautas, por ejemplo, con una mayor proporción de hombres sobre mujeres y personas no mayores de cuarenta años.

Las esclavas urbanas negras se desempeñaron como matronas, panaderas y lavanderas, pero su condición fue ser consideradas como propiedad de las blancas casadas, formando parte del patrimonio familiar. Al ser consideradas como objetos, o como bienes, no se les permitió ejercer un rol tangible socialmente, por lo que fueron una figura ausente en la sociedad. Aún así, dentro sus familias influyeron en sus maridos y en las decisiones familiares, sobre todo en la transmisión de valores, las costumbres y las herencias en las alianzas familiares negras y en las nuevas generaciones (Cangas, 2006: 15).

Con la instauración de la Colonia en América, la estratificación social, a partir del proceso de ordenamiento racial establecido por España, se justificó la diferenciación social a través de la que *“los españoles por atribuirse la pertenencia a una raza superior, consideraban como un derecho natural el ejercer poder sobre el resto”*⁶⁰ (Alvear, 2002:

60 En efecto, el interés de las élites españolas por controlar la sociedad, por identificar y diferenciar a los individuos permitió que tanto en la Audiencia de México como en la Audiencia de Lima se elabore cuadros de castas. Estas pinturas *“revelan el complejo proceso de mestizaje entre españoles, indígenas y africanos”* (Hering, 2011: 459). De ahí que en dichas representaciones se observan las siguientes castas establecidas por el poder colonial: mestizo (mezcla de español con india), castizo (mezcla de mestizo con española), español (mezcla de castizo con española), mulato (mezcla de español con negra), quarterón (mezcla de mulato con española), salta atrás (mezcla de quarterón y española), chino (mezcla de salta atrás con india), lobo (mezcla de chino con mulata), gíbaro (mezcla de lobo con mulata), alvarasado de alvarado (mezcla de gíbaro con india), cambujo (mezcla de alvarasado con negra), sambaigo (mezcla de cambujo con india), calpamulato (mezcla de indio con mulata), tente en el aire (mezcla de calpamulato con sambaiga), no te entiendo (mezcla de tente en el aire con mulata), ahí te estas (mezcla de no te entiendo con india). Aunque las pinturas de castas se limitaron aparentemente al Perú y a

3), razón por la que se señala *“mucho tenía que ver con la inserción social de las mujeres el color de su piel”* (Carrasco, 2009: 51). Cuestión que manifiesta el intenso proceso de racialización a la que estuvo expuesta la mujer en la sociedad colonial, que la situaba como responsable de la maternidad⁶¹ (Castro, 1983).

De esta manera, los colonizadores lograron imponer un patrón de dominación en América, estableciendo *“una escala de superioridad con el blanco europeo arriba, el indio y el negro en los peldaños más bajos “‘indio’ y ‘negro’ siendo categorías identitarias homogéneas y negativas impuestas” y los mestizos como las nuevas identidades ubicadas en el medio”* (Walsh, 2009 :28). De hecho, en la Colonia, ser indígena significó estar al servicio de los patrones blancos y criollos, pero debido a su representación como seres humanos *“salvables”* les colocó por sobre los afrodescendientes que, a su vez, fueron considerados *“como los bárbaros puros, objeto de mercado para ser poseídos y/o comerciados”* (Walsh, 2009:29). De esta manera, la condición esclavizada colocó a este colectivo *“al límite de la deshumanización”* (Díaz, 2003: 17).

Por consiguiente, en la Colonia las mujeres esclavizadas estaban destinadas al trabajo doméstico, eran parte de las tareas agrícolas,

México, llama la atención que en el Virreinato de la Nueva Granada estas categorías se incorporarán en una variedad de tratados. Encontramos estas categorías en: El Vasallo Instruido (1789 de Joaquín de Finestrada, y también en el trabajo de Don Jorge Juan y Don Antonio de Ulloa, Relación Histórica del Viaje a la América Meridional (1748) (Hering, 2011: 459).

61 Visto bajo este prisma, se puede afirmar que el cuerpo se evidencia como objeto del discurso y objeto de la representación, y en el cual se inscriben significados reguladores de la interacción social mediante la articulación del color de la piel, la limpieza de sangre y la raza. Esta triada conceptual tuvo gran significado por cuanto la caracterización o *“calidad”* de una persona podía depender de ella (Hering, 2011: 459).

de las duras actividades mineras. Posteriormente, las mujeres afrodescendientes que alcanzaron su libertad realizaban ventas en la calle y comercio informal.

En las plantaciones azucareras, ellas desherbaban los campos, cortaban la caña, cocinaban y realizaban tareas menores en el ingenio azucarero. En las minas, escogían las piedras y lavaban el oro. Los jesuitas, pese a sus regulaciones humanitarias, pusieron a la mujer esclava a trabajar en los obrajes, una monótona y agotadora tarea. El trato que recibieron esas mujeres fue, quizá, ligeramente mejor que el que recibieron los hombres esclavos, pero no se pueden establecer con seguridad modelos de mejor o peor trato (Lavrin, 1990: 23).

El papel de las mujeres tuvo diferentes matices en la sociedad colonial que dependieron de su status social y étnico, *“mientras las de altas esferas, se proyectaron en los espacios públicos porque asumían sus papeles de dueñas y administradoras de bienes, las del ‘común’ se vieron en contacto con las esferas públicas comerciales y laborales por ser el espacio de sus labores cotidianas”* (Bermúdez, 1997: 40). Sin embargo, la distinción étnica permitía que mientras las esposas e hijas de marqueses, condes, corregidores y las criollas *“se distinguían por ser afables y dulces, inteligentes y vivaces, haciendo ostentación de palabras selectas y de erudición..., las indias y las esclavas vivían otra realidad, reprimida e invisible. No podían ni siquiera mirar la cara a sus amas o amos pues eran castigadas”* (Carrasco, 2009: 50). Sin importar el estatus o el origen, la mujer en la Colonia fue también madre, esposa e hija, a las cuales el Estado y la sociedad colonial les exigieron guardar la honorabilidad, caso contrario eran expuestas a la crítica y a la humillación pública.

En este contexto, según Bermúdez (1997), la consolidación de la sociedad colonial trajo consigo el aumento de población mestiza, las

dificultades para administrar y controlar la variedad de castas, y la competencia por cargos, tierras y bienes, factores que contribuyeron al establecimiento de límites exigidos por las personas que veían en peligro su status.

Las relaciones entre hombres y mujeres se debatían entre los dictámenes de la ley y la religión y sus propias tendencias y puntos de vista. Las leyes, por un lado, tratando de instaurar un orden que sólo se concebía en el espacio de la monogamia y la heterosexualidad y, por otro lado, hombres y mujeres, tachados de causadores de escándalo y abuso, viviendo en mancebía y procreando hijos mal habidos; esto llevó a que, tempranamente, se tomaran medidas como la prohibición de los matrimonios secretos, problema estudiado en el Concilio de Trento (1542-1563), que promulgó el sacramento del matrimonio como un acto público, registrado oficialmente, hecho que trajo consigo que tanto la Iglesia como el Estado se unieran para la vigilancia de las costumbres ciudadanas (Bermúdez, 1997: 42).

Por consiguiente, al igual que en España, el matrimonio *“fue uno de los pilares de la sociedad hispanoamericana, como fundamento de la familia y como base para la legitimación de los descendientes”* (Lavrin, 1990: 5). Legitimación que se originó en el marco de la limpieza de sangre⁶², lo que permitió una estratificación de las personas mediante el dispositivo del honor.

El honor era otorgado de acuerdo a la buena o mala cristiandad de los individuos, en cuanto a la obediencia de las leyes

62 Según Martínez, (2012) en la América española colonial, el linaje y el honor se fue haciendo evidente de manera externa a través de cuestiones como el color de la piel, lo cual transportó la limpieza de sangre y su marco jurídico a lo social y político, *“ya que al señalar a los ‘de mala raza’ se justificaba el poderío y dominación de los de ‘sangre limpia’ y nacidos en la península”* (Martínez, 2012: 10).

establecidas por la iglesia, a través de los sacramentos. La tradición indicaba también que los individuos eran reflejo de sus lazos familiares o de parentesco carnal, de manera que por medio del comportamiento honorable o poco honorable de un solo individuo, familias enteras podían ser honradas y respetadas debido al comportamiento de uno de sus miembros, o por el contrario, ser vistos como gente “vil” y deshonorosa (Martínez, 2012: 29).

En consecuencia, *“las relaciones hombre-mujer en la sociedad colonial de la América española fueron igual de complejas que otras relaciones sociales. El modelo ideal de conducta fue severo y muy exigente para la mujer”* (Lavrin, 1990: 9). La herencia de la sociedad española, impuesta por la doctrina cristiana relacionada con el mito de “las hijas de Eva” e impuesta por la Iglesia, daba por sentado que *“las mujeres tenían menos resistencia a la tentación, que eran seres menos racionales, más violentos y más emocionales que los hombres”* (Lavrin, 1990: 9). Entonces, la cotidianidad y la existencia de las mujeres en la colonia *“se sujetaba a las leyes de la iglesia. Desde la virginidad y la pureza, hasta la flagelación y el decoro en el vestir, desde el rezo y la fidelidad, hasta la sumisión y la beatería, las mujeres debían seguir al pie de la letra las normas del buen vivir de la época”* (Carrasco, 2009: 47). El ideal de la mujer a seguir era la virgen María. Para Bermúdez (1997), ese afán ordenador moralizador asumió el modelo de mujer a imagen de santa, adecuándola al modelo de mujer honorable y recatada, de ahí que:

Mujeres solteras, casadas, viudas, jóvenes doncellas, veían el castigo del juicio popular, sólo cuando su conducta rayaba en escándalo público; antes de esto, podían pasar años en situación de “pecado”, amancebamiento, adulterio, prostitución, haciendo transacciones comerciales sin licencia ni

autorización; sólo el escándalo recordaba a la sociedad la senda que la Iglesia y el Estado le obligaban seguir: moralidad y orden (Bermúdez, 1997: 37-38).

Es decir, la mujer en la Colonia era responsable de sí misma y del honor de la familia, que era de extrema importancia y que se expresaba *“en la protección de su pureza y virginidad hasta llegar al matrimonio, y el mantenimiento de la absoluta fidelidad a sus maridos después del mismo. La reputación de la mujer dependía profundamente de la valoración social que se hacía de su castidad, virtud y fidelidad, cualquiera que fuera su rango social”* (Lavrin, 1990: 9). No obstante, los hombres no estaban exentos de las responsabilidades morales, *“entre las más importantes estaba la de proteger el honor de sus mujeres en el hogar, puesto que era su propio honor lo que estaba en juego si ellas flaqueaban”* (Lavrin, 1990: 9). Por consiguiente, *“el atributo del honor, es estrictamente del (los) hombre(s), la desvergüenza de la mujer, ahora bien, como el espacio del hombre es el público, debe defender su honor de la vergüenza pública”* (Bermúdez, 1997: 36).

El honor es entonces un bien de pertenencia colectiva, pero especialmente corresponde a los hombres, en la medida en que son ellos los que responden ante la sociedad por los comportamientos de las personas a su cargo; las extralimitaciones y las desvergüenzas eran vistas como deficiente control familiar, y el deshonor de un individuo recaía en el desprestigio de todo su núcleo familiar (Bermúdez, 1997: 36).

Sin embargo, la doble moral existente hizo más fácil que el hombre pueda entregarse *“a prácticas que estaban totalmente condenadas para las mujeres. Un hombre podía mantener una concubina y, al*

mismo tiempo, conservar su posición social, mientras que el adulterio era la peor ofensa personal y social que una mujer podía cometer” (Lavrin, 1990: 9). Esto significó que los hombres de las élites puedan disfrutar de ventajas sexuales ante *“innumerables mujeres indígenas, castas o esclavas, quienes eran vistas como menos respetables u objetivos más fáciles de la agresividad o explotación masculina, que las más atentamente vigiladas mujeres de la clase alta”* (Lavrin, 1990: 9).

A partir de la ideología del honor, se desprendieron varias prácticas de violencia hacia las mujeres en general. Por ejemplo, las de *“casta”*, es decir, todas aquellas que no fueran mestizas, castizas o blancas, solamente podían ascender socialmente mediante el vínculo matrimonial con un hombre reconocido como blanco o mestizo, quien al igual que el amo que podía castigar, frenar y controlar los *“naturales instintos”* de su esclavizada (Chávez, 1998: 3), podía hacer lo mismo con su mujer de *“casta”*. Este fue un mecanismo de justificación y legitimación de la violencia física hacia las mujeres de *“casta”*, entre ellas hacia las afrodescendientes.

Es decir, el recato se constituyó en un orden aparente, en una norma social que al transgredirla promovía el escándalo, es decir, el desorden. Así:

Todos los actos, las palabras, los gestos y las actitudes que no correspondían al consenso establecido por la sociedad, se convertían en contradicción dentro del mismo núcleo social. A esta sociedad, que en estos casos debemos llamar público, calificaba o descalificaba el papel, la actuación, la representación de sus actores -los individuos hombres y mujeres-, en ese gran teatro del honor social. Allí, la mujer tenía la difícil tarea de mantener y dinamizar procesos sociales,

económicos y culturales, y a la vez mantener el ideal de honestidad y virtuosidad (Bermúdez, 1997: 37-38).

En este contexto, *“en la Audiencia de Quito había un gran número de mujeres que se entregaban a la vida religiosa”*, en ocasiones *“no tanto por vocación, cuanto por huir de una familia que ahogaba sus sueños de ser algo más que objetos de los hombres”* (Carrasco, 2009: 48). De ahí que:

Las mujeres enclaustradas en los conventos obtenían no sólo protección y satisfacción religiosa, sino que también una educación razonable para el período en cuestión (...). La vida religiosa fue una alternativa para aquellas mujeres que no deseaban contraer nupcias, que tenían una profunda vocación religiosa, o que apreciaban la relativa independencia que los claustros les ofrecían (Lavrin, 1990: 16).

Pero no todas las mujeres podían entrar a la vida religiosa. Se conoce que *“la entrada estaba prohibida a las indias, mestizas y gente ruin, según las monjas. Solo podían ingresar quienes tuvieran limpieza de sangre”* (Carrasco, 2009: 48). Este proceso de estratificación también se reproducía en la educación, cuyas primeras instituciones educativas estuvieron bajo el control religioso (Alvear, 2002).

La educación femenina en la América en tiempos de la Colonia también estaba sujeta al status social y étnico. Para Lavrin (1990), todas las mujeres, fueran esclavas o libres, blancas, castas o mestizas, aspiraban a poco más que una educación informal⁶³ y algún conocimiento rudimentario de los principios del catolicismo, con énfasis en la preservación del honor y en los modelos femeninos

63 Que se refiere a *“la preparación general para una vida adulta, impartida en el hogar”*(Lavrin, 1990: 14).

de conducta. En cuanto a la educación formal⁶⁴ se sabe que, por ejemplo:

Cuando se crearon los colegios y universidades, los requisitos eran bien claros: ser varón, probar su “limpieza de sangre” y ser hijo legítimo; estaba obligado a comprobar que su padre no se dedicaba a oficios bajos ni infames, que no tenían sangre de indios y que eran personas de grandes talentos (...). La mayor parte de las familias educaba a sus hijas en el hogar. Las mujeres aprendían a cocinar, tejer, bordar y coser. Las familias acomodadas mandaban a sus hijas a los conventos, donde aprendían a leer, escribir, hilar, tejer y bordar, pastelería y culinaria” (Carrasco, 2009: 50).

Sin embargo, en los inicios de la Colonia se evidencia que existía una minoría que recibía formación en la lectura y escritura. Se impartía *“Latín para aquellas que profesaban como monjas, así como instrucción musical y vocal. Las jóvenes que recibían esta educación, fuera en casa o en los conventos y escuelas, pertenecían a la élite socioeconómica”* (Lavrin, 1990: 14).

En la sociedad colonial, la educación cumplía con un doble rol, *“por una parte, el mantenimiento de un sistema moral; y, por otra parte, impartía los conocimientos o la instrucción que recibían”* (Bermúdez, 2015: 35). Así se evidencia la existencia de un alfabetismo funcional expresado en las acciones de mujeres que debían encargarse de actividades comerciales, familiares y del hogar, mismas que siempre debieron ser autorizadas por sus esposos, padres, hermanos o albaceas (Bermúdez, 2015).

⁶⁴ Aquella *“instrucción metódica, impartida por un profesor en una escuela”* (Lavrin, 1990: 14).

En los siglos XVI hasta el XVII, en la América Española, la mayoría de las mujeres eran analfabetas. Debido a que leer o escribir no era impedimento para el desempeño diario de las mujeres, *“la educación femenina permaneció en un estado de negligencia benigna, como una curiosidad digna de admirarse, pero no necesariamente de emularse”* (Lavrin, 1990: 15-16). Pero para muchas mujeres la educación fue una forma de resistencia al orden jerárquico colonial.⁶⁵ Esta lucha permitió que muchas pudieran escribir y aportar al debate social. Así, en la Real Audiencia de Quito, a fines del siglo XVII, se publica el periódico independentista *“Primicias de la Cultura de Quito”*⁶⁶.

Allí logró alzarse la voz de Manuela Espejo, quien publicaba con el seudónimo Erophilia. Claramente, se quejaba Manuela de que las mujeres no podían descubrir la sublimidad de las ciencias, sólo los hombres tienen derecho al conocimiento, denuncia las injusticias diarias que sufrían las mujeres. Ese texto fue el primero en el que se denunció de manera clara la desigualdad (Carosio, 2010: 6).

Por otro lado, las mujeres que a partir de la educación informal lograron acuñar conocimientos sobre utilización de plantas, atención de partos (parteras), curaciones alternativas, conocimientos sobre los astros, entre otras actividades, fueron acusadas de brujas y en América española, en tiempos de la Colonia, fueron perseguidas por la inquisición.

⁶⁵ Orden *“en el que el patriarcado familiar y la sujeción de las mujeres potenciaba el control social. (...) Se prefería a las niñas ignorantes, que no supieran leer y escribir para que no pudieran comunicarse con los hombres, y en todo caso las que lograban aprender lectoescritura solamente se les permitía leer libros de devoción”* (Carosio, 2010: 6).

⁶⁶ Fue el primer periódico del país y órgano difusor de la Sociedad Patriótica de Amigos del País de Quito. El primer número apareció el jueves 5 de enero de 1792 y llegaron a publicarse siete ejemplares. El último, el 29 de enero de 1792. Fue editado y redactado por Eugenio Espejo (Araujo, 1995)

La mayoría de los casos de brujería investigados tratan de las maquinaciones para hechizar a alguien o la preparación de pócimas para atraer al otro sexo. Aquellas personas a las que se les probaba estar involucradas en tales prácticas podían sufrir el castigo de flagelación, participación como penitente en un acto de fe, o el exilio. Las hechiceras comunes nunca fueron quemadas en la América española, pero sí los seguidores del judaísmo. La Inquisición consideraba la disensión religiosa un crimen que urgía ser reprimido, especialmente durante el período entre 1580 y 1650 (Lavrin, 1990: 12).

Durante la Colonia se destacó que las rebeliones de los indígenas y los esclavos, los tumultos de las castas sometidas y las acciones de los criollos prepararon el terreno para la revolución de independencia. Por tanto, *“Las rebeliones indígenas fueron constantes y en ellas, las mujeres intervinieron masivamente en las luchas por la tierra y en defensa de su etnia”* (Carosio, 2010: 4). Por ejemplo, los registros históricos evidencian que en la entrada a la Amazonía, en las actuales provincias de Napo, Pastaza, Zamora Chinchipe y Morona Santiago, entre 1579 y 1587, se dieron ocho rebeliones en contra de los españoles, de las cuales se destacan cuatro: los Quijos en 1579; de Los Jívaros en 1599, de Ávila y Archidona en 1562 y nuevamente Los Quijos en 1587.

En las insurrecciones de la selva hay un denominador común: el brutal establecimiento de las encomiendas y tributos y la explotación aurífera. Dicen las leyendas que más de diez mujeres formaban parte de las guazabaras⁶⁷. Nadie conoció, repitió o amo esos nombres. A veces se las confundía con la figura perfecta de los guerreros de ébano y largas cabelleras

67 “¡Guazabara!, ¡Guazabara!, ¡Guazabara!, era el grito de guerra que se escuchaba en estos enfrentamientos” (Costales, 2009: 65).

que huían en medio del incendio y la profusión del humo (Costales, 2009: 65).

De igual forma, se devela la imagen de mujeres Quechuas y Aymaras que sostuvieron, aportaron y lideraron las rebeliones, por ejemplo las realizadas en 1781 por Tupac Amaru, en Perú, y Tupac Katari, en Bolivia⁶⁸ (Guardia, 2002). En la región del actual Ecuador, los registros muestran que en 1803 una mujer lideró una rebelión de más de 10.000 indígenas⁶⁹.

Diversos estudios establecen que las mujeres negras constituyeron múltiples formas de resistencia y aportaron significativamente en múltiples rebeliones:

La mujer afrodescendiente era sometida al duro trabajo de la mina, de las plantaciones o del servicio doméstico, en la noche era su amante y las hijas o los hijos que nacieran aumentaban el número de sus esclavos. Si la mujer africana era violada y salía embarazada tenía tres opciones: el aborto, el suicidio o tener el hijo del hombre blanco y luego negociar la libertad de su hijo “mulato”. Por eso surgió el cimarronaje, que es el huir del hombre blanco. Las cimarronas jugaron un papel muy

68 *“Vencida la rebelión fueron ejecutadas con más ensañamiento que sus compañeros, con violación, tortura, escarnios y descuartizamiento. Micaela Bastidas, Tomasa Tito Condemayta, Marcela Castro, Bartolina Sisa, Gregoria Apaza, Cecilia Tupac Amaru, Manuela Tito Condori, Manuela Gandarillas, fueron ajusticiadas ‘para que se perpetúe la memoria del castigo aplicado’ e inmediatamente borradas de la historia”* (Carosio, 2010: 4).

69 Lorenza Abimañay, junto con Jacinta Juárez y Lorenza Peña (...) en contra de la tributación, con el grito: ‘sublevémonos, recuperemos nuestra tierra y nuestra dignidad’. La rebelión fue reprimida y Lorenza Abimañay degollada, junto a otros líderes indígenas. Los castigos de los actos de transgresión confirmaban una identidad global de la clase servil, y también las diferencias entre hombres y mujeres por la crueldad del trato (Carosio, 2010: 4).

importante, y cambiaron la fisonomía económica de algunas regiones, incluso hubo haciendas que fueron manejadas por mujeres. En toda América Latina hubo zonas liberadas por esclavas y esclavos escapados, el cimarronaje no es sólo huida de la colonia esclavista, es alternativa social, económica y política a ese sistema (Carosio, 2010: 5).

También las mujeres blancas, especialmente de las clases populares, y aún en las élites, protagonizaron y aportaron en los procesos de resistencia en toda América⁷⁰. De ahí que en la última parte del período colonial ocurrieron diversas transformaciones en relación a la mujer “*que sugieren cambios en las normas de conducta y actitudes sociales*” (Lavrin, 1990: 25). La ilustración originada en Europa “*favoreció a la expansión de las oportunidades educacionales y el desarrollo de una disposición oficial que creó para las mujeres un lugar fuera de la casa en ocupaciones adecuadas para ellas y, sobre todo, aceptables a los intereses del Estado*” (Lavrin, 1990: 25). Pero estos cambios no fueron instantáneos sino que fueron evolutivos y debieron convivir con las leyes, patrones culturales y marcos ideológicos originados desde la Colonia. También se constituyeron en la base que apuntaló las guerras de independencia.

⁷⁰ Por ejemplo, “*la insurrección comunera que sacudió todo el virreinato de la Nueva Granada en el año 1781, tuvo inicio en la acción de Manuela Beltrán, una humilde vendedora callejera que rompió en pedazos la Real Cédula, que imponía impuestos para financiar la guerra contra Inglaterra, y la lanzó al aire. En su acción se concentraban siglos de ira acumulada por un pueblo explotado y oprimido sin medida; agobiado por tributos a la Corona, al clero, a los corregidores y encomenderos. La inmensa avalancha comunera, armadas de palos, viejos fusiles o instrumentos de labranza, se apoya en mujeres que van y vienen por pueblos y estancias, por trochas y caminos, llevando lo que sus manos diligentes pueden coger para que los rebeldes no mueran de hambre. En Venezuela, desde la Conspiración de Gual y España (1796) tuvieron participación destacada, Joaquina Sánchez, esposa de José María España, de quien se dice era contacto con los esclavos de las haciendas involucrados en la rebelión, y sus esclavas indígenas y negras*” (Carosio, 2010: 5).

2.5 La mujer en la Independencia y la República

La Independencia de América obedece a causas estructurales complejas que en el siglo XVIII ocurrieron tanto en Europa como en América. La coyuntura de la época mostró que el imperio español estaba en decadencia, que Estados Unidos lograba su independencia y que la trascendencia de la Revolución Francesa en Europa impactó en América del Sur. Según Enrique Ayala (2008), el principal motor de la Independencia fue interno, es decir, el movimiento autonomista americano tuvo sus principales raíces en el agotamiento del propio proceso colonial y en las contradicciones que se dieron en su interior. Por consiguiente, “*La Independencia se inició con lo que debe considerarse como la Revolución Americana contra el Antiguo Régimen*” (Ayala, 2008: 22).

Fue en esta coyuntura donde cientos de mujeres trabajaron en silencio para gestar la independencia. Apoyaron, pelearon y defendieron las causas independentistas. Sin embargo, la sociedad ecuatoriana no ha reconocido “*ni honores ni galardones a la mayoría de las mujeres anónimas que tomaron parte en las guerras de independencia*” (Costales y Costales, 2008: 149).

Según Taxin (1999), las mujeres emplearon distintas formas de contribuir a la causa independentista. Sin embargo, debido a que en la historia tradicional ha prevalecido la contribución militar como principal factor de la independencia, no se evidencia mayor documentación referente a la contribución femenina en este campo. No obstante, en documentos como los partes militares sobre dichas batallas se ha dejado escrito el aporte significativo de las mujeres a las luchas de la independencia.

Estas fuentes revelan que las mujeres de clase social alta del siglo XIX eran alfabetas, educadas y literatas. Eran reconocidas por su inteligencia e intelectualidad. Las mujeres establecieron una verdadera red informativa, de las que fueron eslabones principales. Asistían y organizaban las tertulias de la época, y servían como informantes para las fuerzas patriotas. Además, las mujeres pertenecientes a las élites ofrecieron respaldo económico a las campañas militares. Finalmente, participaron activamente en las rebeliones de aquella época: salvaron a los líderes patriotas, ayudaron a derrotar a los oficiales realistas y algunas se disfrazaron de hombres para luchar en el campo de la batalla. Aunque la participación militar de la mujer era menos común que su participación en las tertulias o en las redes de espionaje, esta sucedía también con suficiente frecuencia para merecer atención (Taxin, 1999: 87).

De lado y lado, sea libertario o realista, muchas mujeres se vieron abocadas a ponerse al frente de sus hogares y se convirtieron en férreas defensoras de sus familias y de sus ideales, *“para ello recurrieron a una serie de estrategias y, en algunos casos, utilizaron armas distintas a las que usarían los hombres en situaciones similares. Es decir, estamos frente a estrategias y armas femeninas⁷¹ que marcan una particularidad en la relación entre las mujeres y la autoridad, siempre masculina”* (Salazar y Sevilla, 2009: 89).

En las luchas de independencia, las mujeres frecuentemente marchaban con las tropas, *“preparaban los campamentos y las comidas, cuidaban a los enfermos y a los heridos, y cuando era necesario tomaron armas. Jurado Noboa reconoce que estas mujeres estaban expuestas a las mismas condiciones que los soldados,*

⁷¹ Así se puede evidenciar que las estrategias femeninas fueron todas aquellas acciones que permitieron conseguir sus objetivos como el espionaje, el financiamiento, entre otros.

solo que llegaron cuatro o cinco horas más temprano al sitio del campamento para prepararlo” (Taxin, 2010: 94). En Ecuador, estas mujeres eran parte del pueblo y siguieron a los soldados durante todas las campañas para la Independencia, la historia las conoció como “guarichas”.

Pero no solo acompañaron, las mujeres también pelearon, codo a codo, en las batallas y empuñaron las armas. Generalmente, estas mujeres se disfrazaron de hombres para combatir⁷², *“la contribución militar femenina fue públicamente reconocida y recomendada durante el período independentista. Algunos de los jefes militares más altos expresaron un sincero aprecio por estas mujeres-soldados”* (Taxin, 2010: 95). Sin embargo, a muchas *“que lucharon, incluso cuerpo a cuerpo, con el enemigo, se las ha dejado sepultadas entre el montón de cadáveres que se recogían después de cada batalla”* (Costales & Costales, 2008: 149).

Se sabe que una multitud de mujeres del pueblo fueron anónimas y olvidadas, *“sus nombres desaparecieron a medida que las batallas avanzaban. (...) Quedan unas pocas en la memoria a pesar de que fueron legiones”* (Carosio, 2010: 7). Dentro o fuera del campo de confrontación, sea como informantes, cocineras, voluntarias,

⁷² Nicolasa Jurado, Gertrudis Espalza e Inés Jiménez, tomaron los seudónimos de Manuel Jurado, Manuel Espalza y Manuel Jiménez para poder luchar en la campaña de Babahoyo el 21 de agosto de 1821, y luego en la batalla de Pichincha, el 24 de mayo de 1822. Solo se descubrió la identidad de estas mujeres cuando Jurado resultó herida en esta segunda batalla. El general Manuel Antonio López, en sus “Recuerdos Históricos”, anotó que el general Sucre la ascendió al rango de sargento, y públicamente la recomendó (Nieto, 1910: 93). En cambio, Jiménez y Espalza siguieron luchando hasta la Batalla de Ayacucho, donde fueron condecoradas. En otras batallas a lo largo del continente, como las de Gameza, Pantano de Vargas y Boyacá, mujeres como Teresa Cornejo, Manuela Tinoco y Rosa Canelones de Arauca hicieron lo mismo (Nieto, 1910).

financistas, enfermeras, curanderas, amantes, esposas, hijas, soldados, las mujeres aportaron en gran medida al objetivo de los patriotas. Por lo tanto, sus nombres y su presencia forman parte de la fundación de nuestra patria.

El aporte de mujeres y hombres de las colonias a las luchas de independencia, generadas por los ideales libertarios, permitieron que la Real Audiencia de Quito se adhiera a la Gran Colombia⁷³. No obstante, en la nueva República “*se mantuvo y reprodujo las estructuras de explotación y dominación, configurando un proyecto de Constitución del Estado-nación que se fundamentó en la ideología colonial del mestizaje, donde mujeres y hombres indígenas y afrodescendientes fueron representados como los otros*” (Chalá, 2013: 28). De esta manera, con el establecimiento del Gobierno de la Gran Colombia, la situación de estas poblaciones no cambió en gran medida. Posteriormente, el 13 de mayo de 1830, por Acta firmada en una Asamblea de Notables de Quito, el Departamento de Quito se separa de la Gran Colombia y forma un Estado independiente con el nombre de Ecuador. Días después, los Departamentos de Guayaquil y Cuenca se separan de Colombia y se unen con Quito⁷⁴, sumándose a la República del Ecuador.

73 La historia del Ecuador tradicionalmente ha reconocido que en 1809 se formó la primera junta de Quito, fecha que se ha constituido como símbolo de la independencia del país. Sin embargo, este acontecimiento fue el cimiento de posteriores acciones que marcaron la fundación de la República de Ecuador. Así, se puede identificar que en septiembre de 1810 se conformó la segunda junta; en febrero de 1812 se promulgó el primer documento constitucional de la Audiencia de Quito; en octubre de 1820 estalla la revolución de Guayaquil; en mayo de 1822 la Batalla de Pichincha declara definitivamente la emancipación de la Audiencia de España y su incorporación a la Gran Colombia (Morelli, 2013).

74 La Asamblea Constituyente realizada en Riobamba, nombra a Juan José Flores Presidente del Estado del Ecuador y José Joaquín de Olmedo como Vicepresidente (Ayala, 2008).

En los inicios de la República, mujeres indígenas, afrodescendientes y mestizas, que sirvieron a la causa independentista, “*fueron devueltas a la esfera de exclusión social sin poder ni educación*” (Carosio, 2010). Es decir, se continuó con los regímenes de opresión que habían sido impuestos desde el coloniaje.

En el caso de las mujeres, con el tradicional pretexto de las funciones y responsabilidades propias de su sexo, fueron nuevamente recluidas en sus hogares o en los conventos, relegadas del escenario público que les había servido para conseguir una emancipación que era de sus pueblos pero también de sí mismas. Las grandes protagonistas, casi siempre desterradas, exiliadas y calumniadas, murieron solitarias, en la pobreza y se borró toda huella de su memoria (Carosio, 2010: 12).

Las mujeres pertenecientes a las élites retomaron el rol heredado de la Colonia: “*fortalecer los enlaces familiares ventajosos a través del matrimonio para asegurar la condición económica y social familiar. Este rol adquirió mayor vigencia por la disminución de la población masculina por causa de la guerra y por la necesidad de neutralizar la competencia peninsular*”⁷⁵ (Salazar y Sevilla, 2009: 242). No obstante:

Los prejuicios de la clase dominante de los criollos impidieron que las mujeres tuvieran participación en la vida pública de las naciones nacientes, a pesar de la dedicación, interés y conocimientos que habían demostrado. No se incluyó a las mujeres en las nuevas constituciones, simplemente se las ignoró, se sobreentendía que las mujeres tenían tan poca

75 Por citar algunos casos, el general Sucre se casó con la marquesa de Solanda, Mariana Carcelén; el general Juan José Flores, con doña Mercedes Jijón y Vivanco; el coronel Adolfo Klinger, con Valentina Serrano y Cabezas; el general Juan Illingworth emparentó con la familia Icaza; y el general Wright con los Rocafuerte. De esta manera las mujeres fueron nuevamente el instrumento de aseguramiento de una continuidad en la tenencia de la tierra y de una posición social aventajada (Salazar y Sevilla, 2009: 242).

importancia en la vida pública que ni siquiera se consideraron sus derechos políticos para prohibirlos (Carosio, 2010: 12).

Por otra parte, en los inicios de la República del Ecuador, las haciendas y el latifundio, que tuvieron su origen en la Colonia temprana⁷⁶, se consolidaron como ejes de la sociedad. Así, *“los terratenientes, que dominaban a la mayoría de la población del país, controlaban también el poder político a través de la propia organización de la hacienda y de las instituciones municipales y regionales”* (Ayala, 2008: 58). Para Fabián Corral (1996), la formación del Ecuador también tiene su punto de partida en la hacienda tradicional, un espacio singular de contacto, contradicción y leyenda. *“Los marqueses coloniales y los próceres criollos fueron hacendados. Los generales republicanos y los revolucionarios liberales vivieron en las haciendas y se contagiaron de sus visiones y sus valores. La hacienda es una de las claves para entender, en la perspectiva correcta, lo que hoy es el país”* (Corral, et al, 1996: 1). Entonces:

El repartimiento de tierras obligó a construir casas en las haciendas, cultivar dichas tierras, poner linderos y explotárlas. La hacienda como forma de explotación de mano de obra indígena, instituyó un sistema de prestación de servicios personales, como el huasipungo⁷⁷, la huasicamía⁷⁸, la

76 Por ejemplo *“con las capitulaciones de Toledo que concedió a Francisco Pizarro la potestad de entregar tierras a los “conquistadores”, las “mercedes reales”, origen de la propiedad territorial y explicación del poder vinculado a las haciendas”* (Quinatoa, 2009: 63).

77 El Huasipungo, (puerta de casa) fue una pequeña porción de tierra, dentro del casco de la hacienda, que el patrón entregaba al huasipunguero, donde el huasicama, su mujer e hijos vivían y prestaban sus servicios por turnos; los indígenas encargados eran los que tenían que recolectar leña, abastecer de agua, mantener el fuego, cuidar los jardines, mantener los caballos del dueño de la hacienda, etc. (Quinatoa, 2009: 63).

78 Los huasicamas peones atendían por turnos en las casas de las haciendas, y en la ciudades estaban a cargo de los animales y los aperos de labranza.

aparcería⁷⁹, el arrimazgo⁸⁰, el yanaconaje⁸¹, etc. (Quinatoa: 2009: 63).

Con esto, *“las mujeres indígenas trabajaron como “servicias”, jóvenes trabajadoras domésticas que servían en la casa del patrón. En las cocinas de las haciendas trabajaban por turnos las mujeres indígenas, esposas, madres, hijas de los huasicamas preparando los alimentos para los patrones, mayoresales y demás peones”* (Quinatoa, 2009: 64).

La herencia incásica y colonial de la obligatoriedad y la gratuidad del trabajo fue adaptada en la República al trabajo agrícola de la hacienda, con el pago de salarios y la entrega de anticipos, suplidos y socorros⁸² a los peones indígenas y a sus familias⁸³ (Quinatoa, 2009). El trabajo de las mujeres en la hacienda era la de ordeñadoras o chaguadoras⁸⁴. A través de esta función y otras asumidas por su familia, dependiendo su condición y posición social, la hacienda *“fue por largo tiempo el hogar de los indígenas, su mundo. Donde el*

79 Los partidarios o aparceros trabajaban un cultivo específico en sociedad con el patrón (Quinatoa, 2009: 65).

80 Donde el obrero (arrimado) mantenía un acuerdo con el patrón basado en un contrato de trabajo y/o arrendamiento de tierras, adquiriendo derechos y obligaciones que evitaban en cierto grado la explotación laboral (Noriega, 2008:34).

81 Herencia Incásica, utilizada en la colonia y en el principio de la república para determinar a la persona que estaba en situación de esclavitud o peonazgo (Matos, 1976).

82 Los suplidos y socorros consistían en pequeñas cantidades de dinero que se entregaban a los huasipungueros (Guerrero, 2000).

83 Estos adelantos eran anotados en los libros de hacienda para descontarse con las rayas o las labores cumplidas por el peón, quien recibía además del salario el derecho al usufructo de un lote de terreno destinado al cultivo de subsistencia de la familia indígena y algunos recursos como agua, pasto y leña (Quinatoa, 2009: 63).

84 Cuya función era la de ordeñar a las vacas diariamente desde tempranas horas de la madrugada y al finalizar el día (Quinatoa, 2009).

patrón era la autoridad, la jerarquía, la instancia superior que resolvía conflictos y fijaba reglas" (Quinatoa, 2009: 65). Con poquísimas excepciones, en las haciendas la mayoría de los peones sufrían las crueldades de sus amos y mayordomos, los endeudamientos eran la forma de satisfacer ciertas necesidades urgentes de los indígenas, entre amo y peón mantenían las relaciones de poder y subordinación reconocidos, como se indicó anteriormente como "concertaje"⁸⁵ y "huasipungo"⁸⁶. Es decir, la hacienda en la República era un espacio donde se mantenía los regímenes de opresión heredados de la Colonia.

Las mujeres realizaban trabajos adicionales a los establecidos para los hombres y también trabajos considerados como femeninos: servicios en la casa de hacienda y en la ciudad, trabajos domésticos, cuchicamas,⁸⁷ ordeñadoras y encargadas del acarreo de la leche. Las mujeres eran las protagonistas de los ritos de las cosechas y participaban activamente en las fiestas. Las mujeres se encargaban de completar el alimento de la familia participando como chugchidoras o chaladoras, recolectando los granos que quedaban luego de la cosechas. A través de los regalos y suplidos, de las fiestas como regalo de los patronos, la hacienda ejercía un rol de redistribución de los

bienes y a través de los castigos confirmaba el poder del patrón (Moscoso, 2009: 112).

Estas formas de dominación con azotes ceremoniales y "*violencia cotidiana mantenían un control permanente sobre los conciertos, sus mujeres e hijas*" (Quinatoa, 2009: 67). Acorde a los registros históricos, la hacienda como institución se abolió en 1918, "*pero el sistema de trabajo explotador hacia los indígenas continuó hasta 1964 cuando se dictó la Ley de la Reforma Agraria. Sin embargo, los sistemas de trabajo como el huasipungo y el arrimazgo se mantuvieron hasta la expedición de la Ley de Abolición del Precarismo en 1970*" (Quinatoa, 2009: 68).

Según Ana María Goetschel (1999), hacia finales del siglo XVIII y dentro de un intento de modernización del Estado, incentivado por el gobierno del presidente Gabriel García Moreno, quien presidió el Ecuador durante 15 años (1860-1875), se presentó un incremento de la educación en general y, particularmente, la femenina. A pesar de la preocupación del gobierno de García Moreno por incentivar la educación gratuita y obligatoria, la mujer seguía siendo vista como parte del espacio privado, puesto que:

Era concebida como 'el puntal de la familia y la base de la vida social', la que forma las costumbres y ejerce una eficaz y poderosa influencia en el destino y porvenir de las sociedades. De ahí la preocupación puesta en su educación religiosa y moral, en el 'adorno' de su espíritu y su formación como administradora del hogar (Goetschel, 1999: 3).

Por lo mencionado, la educación ubicaría a la mujer como eje estratégico para permitir que los proyectos formativos y los mecanismos civilizatorios pudieran extenderse al interior del espacio doméstico.

85 Es un contrato mediante el cual un indígena se obligaba a realizar trabajos agrícolas de manera vitalicia y hereditaria, sin recibir salario o recibiendo un mínimo (Diccionario de la Real Academia de la Lengua, 2017).

86 Es una voz de la lengua quichua que designa a la institución socioeconómica de trabajo precario impuesta por los colonizadores españoles en las tareas agrícolas del altiplano andino y mantenida durante toda la época colonial y buena parte del período republicano por los señores de la tierra, hasta que vinieron los procesos de reforma agraria, a partir de los años 50 del siglo pasado, que eliminaron las formas precarias de tenencia del suelo (Borja, 2012).

87 Personas encargadas de cuidar, alimentar y mantener a los cerdos (Martínez, 2001).

A esto se suma el hecho de que *“el ideal que perduró a lo largo del siglo XIX es el del ‘bello sexo’, funcional como prototipo de mujer a la sociedad, la familia y el Estado”* (Bermúdez, 2015: 64). Por consiguiente, era impensable e inconcebible para la sociedad de la época que *“las mujeres de sectores medios y altos tuvieran otro destino que el de embellecer su sexo y prepararse como madres de familia. En el discurso oficial, las tareas domésticas aparecen como naturales, como propias de la naturaleza femenina”* (Goetschel, 1999: 3). Desde entonces, se ha construido la idea de que la mujer, su cuerpo y su ser *“está destinado a ejercer el altruismo para procurar, mediante su belleza espiritual y corporal, la felicidad del resto de la sociedad propagando los códigos morales”* (Bermúdez, 2015: 68).

En este contexto, los cambios políticos del siglo XIX no alteraron los aspectos de la cultura popular y la cotidianidad de los habitantes de aquel tiempo. Los registros históricos evidencian que *“se dio con fuerza la continuidad de la sociedad colonial estamentaria y tradicionalista, dominada por la religiosidad, el racismo y la discriminación a la mujer”* (Ayala, 2008: 31).

Según Isabel Bermúdez, en el liberalismo, el ideal del “bello sexo” se constituyó en un dispositivo ideológico de dominación de la mujer, debido a su transmisión en la educación formal e informal. Esto permitió a la sociedad y al Estado *“reclamar a las mujeres los parámetros estéticos y permitió a las mujeres y a la sociedad establecer una discriminación interna (...) podemos sugerir que oficialmente se constituyen unos parámetros o tipologías del bello sexo, románticas, edificantes como la joven, la esposa, la madre”* (Bermúdez, 2015: 71). Es decir, el ideal del “bello sexo” identificó a la mujer como “el ángel del hogar”, concebida como el ser dulce y lleno de abnegación, sea como madre, hija, hermana y que, por lo tanto, ese era su deber ser en la sociedad (Bermúdez, 2015).

Posteriormente, el pensamiento liberal fue ganando terreno ante el conservadurismo, de tal manera que logró imponerse a fines de siglo XX. Con la Revolución Liberal Ecuatoriana, dirigida por el General Eloy Alfaro⁸⁸, se evidenció que las mujeres afrodescendientes, montuvias y mestizas se movilizaron en las guerras liberales con la finalidad de conseguir la ciudadanía, el reconocimiento o la libertad. De ahí que en *“el seno del pueblo, entre mestizos, cholos, montuvios, indígenas y negros se mantuvieron y desarrollaron rasgos culturales que preservaron sus identidades y buena parte de lo que hoy consideramos como patrimonio común”* (Ayala, 2008: 31). Pero sobre todo, la Revolución Liberal abrió diversas posibilidades para que algunas mujeres participaran en la enseñanza o en cargos públicos del Estado, *“concibiéndose su rol de manera distinta al tradicional. El discurso estatal ya no circunscribió a las mujeres únicamente al hogar, o a un espacio semi-público, dependiente de la iglesia o del padre de familia, como en el período anterior, sino que comenzó a ser planteada su incorporación como sujetos a la educación y el espacio público productivo”* (Goetschel, 2014: 64-65).

Bajo estas circunstancias, en las primeras décadas del siglo XX *“empezaron a formarse comités electorales femeninos. Por ejemplo, en 1920, en la ciudad de Guayaquil, se formó un club feminista denominado Dolores Sucre, encargado de hacer propaganda electoral a favor de la candidatura liberal del Dr. José Luis Tamayo para la Presidencia de la República”* (Goetschel, 2014: 154). Su accionar

⁸⁸ La Revolución Liberal Ecuatoriana, originada en el pronunciamiento popular del 5 de junio de 1895, tuvo dos fases claramente marcadas: la radical, entre 1895-1912 y la moderada, entre 1912-1925. Durante la primera fase, el caudillo indiscutible fue Eloy Alfaro Delgado (1842-1912), manabita de origen (nació en Montecristi), desde muy joven se vinculó a la causa del militar liberal José María Urbina. En su segunda etapa estuvo comandada por Carlos Concha, liberal que continuó con el legado de Alfaro después de su muerte (MCDS, 2012:19-20).

tuvo repercusión en las décadas posteriores en las que *“comienza a desnaturalizarse la idea de que las mujeres podían participar como candidatas, lo que se evidencia en los medios impresos”*⁸⁹ (Goetschel, 2014: 155).

La Revolución Juliana de 1925, que propuso una continuación de la Revolución Liberal, prolongó esta línea de acción del liberalismo a partir de una mayor modernización del Estado. En esta época *“hubo un acceso mayor de la mujer, aunque todavía incipiente, a la vida pública, a la educación y al trabajo”* (Goetschel, 1999: 4).

Consecutivamente, los registros históricos evidencian que en la revolución de 1944, conocida como *“la Gloriosa”*, en la que se derrocó al liberal Arroyo del Río, como efecto de la pérdida cuantiosa de territorio ecuatoriano a manos del ejército peruano, existió una masiva participación de mujeres y de movimientos de izquierda que se aglutinaron en la Alianza Femenina Ecuatoriana, que estaba conformada por integrantes del partido comunista y Socialista (Goetschel, 2014). Constituyéndose en un hito que fortaleció la presencia de la mujer en los espacios públicos.

Como resultado, en 1945 se dictó *“una de las constituciones políticas más interesantes en términos de conquistas y participación [de las mujeres] (...) sin embargo, al año siguiente, una vez proclamado dictador, Velasco Ibarra, en Alianza con los sectores conservadores (...), derogó esta constitución”* (Goetschel, 2014: 176), persiguiendo a los representantes progresistas y conculcando los derechos ciudadanos.

⁸⁹ Al respecto se evidencia que para la época se publicaron diversos artículos de apoyo o de rechazo, *“la prensa de esos años da cuenta de artículos satíricos o serios que revelan ese debate. Por ejemplo en el diario El Día, el 26 de marzo de 1928, apareció un artículo sobre ‘la igualdad de las mujeres’. ‘Si mi mujer fuera presidenta’”* (Goetschel, 2014:155).

Según Margarita Ponce (1980), para la mitad del siglo, es decir, entre 1950 y 1960, se modificaron varias condiciones estructurales, como la apertura de las universidades a las mujeres y su presencia en diversos puestos de trabajo lo que, sumado a la expansión de los medios de comunicación, facilitó que un mayor número de mujeres aparezcan desempeñando roles en la actividad política y en el cumplimiento de labores oficiales.

En la década de los 70, el Ecuador llegó a ser líder de la exportación bananera en el mundo, esto permitió que Galo Plaza Lasso emprendiera la unificación entre Sierra y Costa. Sin embargo, el contexto social evidenciaba que la nación *“vivía una vida campesina, país atrasado, al que el mundo casi ignoraba, salvo por el banano y décadas antes el cacao. Mientras aquí la vida transcurría bucólica y casi sin pena ni gloria, algo ocurría con las mujeres del mundo”* (Carrasco, 2009: 65). A nivel mundial estaban sucediendo acontecimientos importantes que marcarían la historia de las décadas posteriores. Así, *“apareció la píldora anticonceptiva; en 1963, se socializó en Francia y, en 1965, (...) la píldora entraba de lleno en el mercado. Las mujeres se sacaron los sostenes y los exhibían como banderas de la liberación de sus cuerpos”* (Carrasco, 2009: 66). Esto significó cambios en todos los niveles de la sociedad debido a que *“las mujeres podían controlar su fecundidad e inaugurar un cuerpo del deseo, una sexualidad que el mundo patriarcal todavía conoce tan mal”* (Carrasco, 2009: 66).

En la misma época, el boom petrolero modernizó al Ecuador. Entonces el gobierno estaba presidido por militares y en su discurso se acuñaba direccionar al país hacia el progreso. Sin embargo, *“no todo era maravilloso (...) La modernización implicaba un crecimiento inmensurable de construcciones que iban dejando desnudas a las ciudades y las volvía frías e impersonales”* (Carrasco, 2009: 67). Por

consiguiente, la ciudadanía cambió hábitos, alimentación, vivienda y formas de vida cimentados en el consumo y el status, que se centralizaron mayoritariamente en el ámbito urbano. Pero también permitió el fortalecimiento de los movimientos feministas que se fueron posicionando en la sociedad.

En la década de los ochenta, el retorno a la democracia del Ecuador⁹⁰ marcó un hito en el acontecer nacional, fue la época en la que se implementó el neoliberalismo en América, que repercutió y acrecentó las históricas inequidades sociales.

En efecto, de la denominada 'década perdida' en los 80's, que registró una creciente 'feminización de la pobreza', se pasaba a la de la 'exclusión social' en los 90's. 'Al comenzar el 2000, hay 224 millones de pobres según la CEPAL... y el número de personas que viven con un dólar al día se elevó de 63 millones, en 1987, a 78 millones, en 1998. Es de presumir que de esta cifra, por lo menos un 50% correspondería a la población femenina (Silva, 2005: 16).

En este período se generó el empobrecimiento más acelerado de la historia y desencadenó una crisis generalizada que terminó con el feriado bancario de 1999. En este año la proporción de hogares que vivían sin cobertura de sus necesidades básicas (alimentación, salud, educación y vivienda) aumentó del 37%, en 1997, al 47%, en 1999. La crisis ocasionó que desde 1998 las mujeres, sin importar el origen, la clase o la ideología, se conviertan en el primer eslabón de la migración hacia Europa, específicamente hacia España, desde donde

⁹⁰ Proceso mediante el cual la Junta Militar que gobernaba el Ecuador convocó a elecciones generales en marzo de 1978. En la primera vuelta realizada el 16 de julio de 1978 participaron cinco binomios presidenciables, de los cuales solo llegaron dos: Jaime Roldós/Osvaldo Hurtado y Sixto Durán-Ballén/José Ycaza. Ganando Jaime Roldós Aguilera en segunda vuelta.

financiaron y apoyaron la reagrupación familiar, creando redes de solidaridad que a su vez apuntalaron los procesos económicos y sociales del Ecuador en los primeros años de dolarización (Herrera, 2013).

Para 1998, la movilización y lucha de las mujeres y de los diversos movimientos sociales permitieron alcanzar importantes conquistas en lo relativo a los derechos económicos sociales y culturales, así como en lo relativo a la participación política, estipuladas en la Constitución de 1998. Lamentablemente, en la práctica no constituyeron mecanismos de exigibilidad efectivos.

A partir del 2000, los diversos procesos organizativos tuvieron altos niveles de incidencia en la sociedad civil, política y hasta económica. La Plataforma de Beijing, donde se reclamaba de los Estados la incorporación de la mujer a los diversos ámbitos del quehacer nacional, permitió que ellas comenzaran a tomar mayor determinación de sus derechos individuales y colectivos frente al Estado y la sociedad. La coyuntura de la primera década del nuevo siglo hizo que se afanzaran las expectativas sociales del espacio de reconocimiento político y luchas históricas de mujeres y organizaciones sociales (Ramírez, 2010).

Como se evidencia, las diversas referencias históricas dan cuenta de las contribuciones de las mujeres para el desarrollo del país. Sin embargo, la sociedad ecuatoriana no ha reconocido ni su lucha, ni sus logros, de ahí que se vuelve necesario investigar y encontrar relatos, anécdotas y descripciones que visibilicen su aporte para mostrarlas como participantes activas de nuestra historia y generadoras de grandes transformaciones. Más aún cuando, diariamente, las mujeres gestan una revolución silenciosa en todos los ámbitos del acontecer nacional.

2.6 Luchas y movilizaciones: la revolución silenciosa

Una revolución se define como “*un cambio profundo en las estructuras políticas y socioeconómicas de una comunidad nacional*” (RAE, 2017). El planteamiento de revolución silenciosa intenta mostrar el cambio en las estructuras sociales, políticas y económicas del Ecuador a partir del accionar de las mujeres como principales gestoras de dichas transformaciones. Por consiguiente, a continuación se analizarán las diversas luchas y reivindicaciones gestadas en la sociedad ecuatoriana.

Esto nos permite reconocer que hay mujeres que, en muchas ocasiones, desde el anonimato o desde la presencia en el espacio público, han sido y son referentes de vida y han aportado desde su lugar de enunciación para construir un mundo más equitativo y justo. De ahí la necesidad de visibilizarlas, tomando en cuenta que “*identificar a todos y a cada uno de estos nombres ha demandado un gran esfuerzo. Muy pocos se han preocupado por registrar las acciones femeninas, por lo que han quedado marginadas de la historia oficial*” (Salazar & Sevilla, 2009: 14). Como señala Ana María Goetschel (2010), lo que interesa de los nombres es rescatar a los seres humanos en su verdadera dimensión, porque esa es la importancia del quehacer histórico como mujeres.

La revisión de los diversos períodos históricos, realizada en el presente estudio, permite identificar nombres de mujeres que han trascendido por su resistencia y lucha. Si bien en la Conquista y la Colonia, el papel de la mujer estuvo reducido a las labores domésticas, la educación de sus hijos, el cuidado de su matrimonio y el llevar una vida espiritual y moral en concordancia con los

dictámenes que propugnaba la iglesia católica, también destacaron nombres de mujeres que trascendieron por su valentía y decisión desde los primeros años de Conquista como La Gaitana⁹¹, Inés Huayllas⁹², Beatriz Coya⁹³, La Malinche⁹⁴, Hualpa Mullo⁹⁵, entre otras. Con la instauración del período colonial, las mujeres se constituyeron en referentes de resistencia ante las presiones de la sociedad patriarcal de la época, como Sor Juana Inés de la Cruz⁹⁶; pero también se reflejan nombres que desde los diferentes espacios vivieron duras luchas en contra de la opresión como María Duchicela Nagual⁹⁷, Melchora Tixi⁹⁸, Bernarda Loango Grijalva⁹⁹,

91 Cacica de Timaná en los Andes colombianos. lideró a su pueblo contra los conquistadores españoles entre 1539 y 1540 (Acosta, 1996).

92 Hija de Huayna Capac (Quinatoa, 2009: 53)

93 También hija de Huayna Capac (Quinatoa, 2009)

94 La Malinche, símbolo de la mujer americana, india, culta, conocedora de la lengua maya y azteca, y que tendrá “un hijo de su amo y señor Cortés”. Fue la traductora y compañera de Cortés en la conquista de México (Dusel, 2008).

95 La hondera Puruhá, es la primera combatiente que se enfrenta con el Conquistador Sebastián de Benalcazar, dando inicio a la resistencia indígena frente a la invasión, resistencia que tantos héroes y heroínas evidenció (Costales, 2009: 100).

96 Nace en San Miguel Nepantla en 1648, religiosa de la Orden de San Jerónimo y escritora novohispana, exponente del Siglo de Oro de la literatura en español, sus obras son reconocidas a nivel mundial y reflejan los diversos imaginarios y la sociedad de aquel tiempo, pero sobre todo porque fue una subversiva en contra del poder (Gutiérrez, 2004).

97 Mujer Puruhá que luchó por su libertad y por mantener su cacicazgo de Yaruquies (Costales, 2015).

98 Líder del levantamiento de los indígenas en Guasuntos el 2 de mayo de 1780 en Achupallas, donde los indígenas se sublevaron contra los representantes de la corona (Quinatoa, 2009).

99 Junto a su esposo Cristóbal de la Trinidad, ambos escalvizados, lucharon ante las autoridades por conseguir su libertad. Fueron líderes en la hacienda de Carpuela (Vicariato Apostólico de Esmeraldas & Centro Cultural Afroecuatoriano, 2009).

María Chiquinquirá¹⁰⁰, Martina Carrillo¹⁰¹, Ana de Peralta¹⁰², Lorenza Avemañay¹⁰³, Martina Gómez¹⁰⁴, entre otras; mujeres que trascendieron por sus capacidades curativas como María del Tránsito Sorroza¹⁰⁵; pero también mujeres cacicas indígenas que administraron grandes extensiones de tierras como María Caiche¹⁰⁶, María Magdalena Pudi y Juana Guare que heredaron su cacicazgo desde 1690; mujeres encomenderas que no permitieron que los indígenas trabajen sin ser recompensados como María Magallanes,

- 100 Vivió en Guayaquil, en el siglo XVIII. Era lo que en la época se conoció como “esclava jornalera”, es decir, trabajaba por su cuenta y pagaba diariamente una cantidad fija - jornal - al presbítero Cepeda. Su marido, un artesano sastre, atendía su negocio en una tienda ubicada en los bajos de la casa del presbítero Cepeda, la cual también les servía de morada. Levantó procesos legales contra sus opresores para lograr la libertad de ella y su hija. *“En su tiempo debió ser un ejemplo de resistencia y oposición hacia un sistema esclavista “ colonial de sometimiento, dio pie para que muchos afroecuatorianos de su época valoren y concienticen su condición humana, y batallen por tener una vida digna”* (Yanchatipán, 2014:50).
- 101 Esclavizada que a finales del siglo XVIII presentó varias quejas ante el presidente de la Real Audiencia, José Dibuja, a nombre de las y los esclavizados de la hacienda La Concepción, ubicada en la actual provincia del Carchi. Su lucha llevó a mejorar las condiciones de vida en la hacienda La Concepción, en la cual se aplicaban castigos físicos, verbales, alimenticios, entre otros (Yanchatipán, 2014).
- 102 Mujer rebelde de corazón, habitante de Ambato que se levantó contra la imposición descabellada de España para humillar a las mestizas de la Real Audiencia de Quito al prohibirles utilizar vestimenta que era utilizada por la realeza (Costales, 2009).
- 103 Habitantes de Guano y Guamote respectivamente. Levantaron a sus comunidades para impedir la aplicación de la Cédula Real del 10 de noviembre de 1776, donde se quería imponer nuevos impuestos a indígenas y mestizos (Goetschel, 2010).
- 104 Habitante de Baños. En 1780 convocó a la población a rechazar las imposiciones del Estanco de Aguardiente, fue sentenciada a doscientos azotes (Goetschel, 2010).
- 105 Vivió en la actual Guayaquil en el siglo XVII, sobresalió por sus dotes de partera, lo que le valió el reconocimiento por la sociedad Guayaquileña como “Manos de seda” (Yanchatipán, 2014: 52).
- 106 Cacica de Daule, posesión dada por el Virrey Juan de Velasco en 1599.

en Daule y Yaguachi; María Figueroa Manjarrés y Leonor de Robles, en el sector de Puerto Viejo, actual Provincia de Manabí (Goetschel, 2010).

La independencia del yugo español no hubiese sido posible sin el aporte de mujeres que gestaron, apoyaron o defendieron sus ideales sin importar su origen o condición, y que fueron parte de la historia de nuestra nación. Aparecieron mujeres que cultivaron la ciencia y apoyaron los ideal libertarios como Manuela Espejo¹⁰⁷, Martina Fernández y Micaela Quascota¹⁰⁸, Baltazara y Manuela Chiviza¹⁰⁹; mujeres que defendieron las causas realistas como Teresa Calisto¹¹⁰, Josefa Sáenz¹¹¹; mujeres que lucharon por la independencia como La Pallashca¹¹², Manuela Churubingo, Margarita Pingucha, Rosa y Dolores

- 107 Nació en Quito en 1753, su carácter decidido y su clara inteligencia la pusieron en la avanzada del pensamiento y las actividades separatistas en la Real Audiencia de Quito. Estuvo presente en las reuniones en las que se confabulaba contra el dominio español y muchas veces sirvió de correo para llevar y traer misivas entre los conspiradores (Costales & Costales, 2008: 151).
- 108 Mujeres de Cayambe que lideraron las revueltas de 1777 contra la corona.
- 109 Mártires de la Independencia que fueron sentenciadas a la orca por encabezar la sublevación de Guano en contra de la orden del censo llegada del rey de España en 1778 (Costales, 2009).
- 110 Habitante de la ciudad de Quito, colaboró llevando y trayendo información en apoyo al partido de su padre, Pedro Calisto, que estaba en defensa de los realistas. Es posible que también haya participado en la logística, al igual que lo hicieron muchas otras mujeres, realistas o insurgentes (Salazar y Sevilla, 2009: 205).
- 111 Esposa del oidor Manzanos, realista convencida que no se conformaba con sostener sus ideas a favor de la monarquía, sino que las defendía del modo más decidido. Era tía paterna de Manuela Sáenz, aquella que pocos años después sería defensora a ultranza de la independencia y salvadora de Bolívar (Costales y Costales, 2008: 157).
- 112 Llamada Misia Bertica, formó parte de las mujeres jóvenes de distintos estratos sociales que defendieron Quito contra los ejércitos reales en 1812, año en que se funda el Estado de Quito (Quinatoa, 2009).

Pililiana¹¹³, Micaela Espinoza¹¹⁴, Isabel Bou¹¹⁵, Manuela Valdez¹¹⁶, Teresa Flores¹¹⁷, María de la Vega¹¹⁸, Baltasara de la Bastida¹¹⁹, Josefa Lozano¹²⁰, Antonia Vela¹²¹, Mercedes Ávila¹²²; Rosa Zárate¹²³, María Ontaneda

y Larraín¹²⁴, Rosa Montufar¹²⁵, Josefa Tinajero¹²⁶, María Mercedes Montúfar¹²⁷, Antonia León (La Bandola)¹²⁸, Josefina Barba¹²⁹, Manuela Valdez¹³⁰, Rosaura Vélez¹³¹, Teresa Flores¹³², Josefa Herrera¹³³, Manuela

- 113 Habitantes de Quito, acusadas de alta traición por los delitos de nueva rebelión y perfidia a las tropas del rey en las luchas de 1812 (Quinatoa, 2009).
- 114 India Capitana de Pinglotura, población cercana (a donde), acusadas de alta traición por los delitos de nueva rebelión y perfidia a las tropas del rey en las luchas de 1812 (Quinatoa, 2009).
- 115 Noble criolla del Barrio de San Sebastián que apoyó las causas independentistas (Costales, 2009: 99).
- 116 Joven Guayaquileña que apoyó las causas de los patriotas y que murió el 2 de agosto 1810 (Costales, 2009: 99).
- 117 Ambateña que lideró y apoyo las causas independentistas en su región (Costales, 2009).
- 118 Patriota que fue torturada y humillada por apoyar las causas independentistas (Costales, 2009).
- 119 Esposa de Manuel Quiroga asesinado el 2 de agosto de 1809, acuso al Conde Ruiz de Castilla y defendió las causas independentistas (Costales, 2009).
- 120 Patriota que lideró motines y rebeliones en contra de la Corona (Costales, 2009).
- 121 Patriota de Latacunga que fue acusada por la corona como seductora de las tropas (Costales, 2009).
- 122 Patriota que acuñó las causas independentistas (Costales, 2009).
- 123 Participó junto a su esposo, Nicolás de la Peña, en el levantamiento de la población contra el conde Ruiz de Castilla- (Salazar & Sevilla, 2009: 201). Juntos fueron pasados por las armas en Tumaco, luego de haber huido por la selva, tratando de sobrevivir a la tenaz persecución de la que fueron objeto (Salazar & Sevilla, 2009: 201).
- 124 Formaron un cuerpo miliciano de voluntarios que atrajo a la causa independentista, con el que participaron activamente durante las batallas que se dieron tras la separación formal que Carlos de Montufar hizo de España para formar el Estado de Quito en 1811. En junio de 1812, y ante la falta de municiones que asolaba al ejército quiteño, debido al bloqueo comercial de Guayaquil, María comandó un grupo de mujeres que se apoderaron de varias casas de monarquistas que no habían aportado con objetos de metal para ser fundidos y convertidos en armas, y se llevaron lo que les servía para tales efectos (Borchart, 2010).

- 125 Mujer de espíritu indomable y coraje para la lucha en todos los frentes, se convirtió en ángel guardián de su padre, su tío, sus hermanos y los demás patriotas que conspiraban contra la Corona (Costales & Costales, 2008: 159).
- 126 Mujer ilustrada que trabajó incansablemente por la independencia.
- 127 Fue una gran auxiliar de Rosa Montúfar en el espionaje y en las comunicaciones entre los revolucionarios, y junto con ella sufrió por la dura suerte de los hombres de la familia (Costales & Costales, 2008: 161).
- 128 De familia de abolengo, la llamaban La Bandola porque tocaba la guitarra de tres cuerdas y también porque solía estar acompañada de bandoles o revolucionarios. Participaba activamente en su causa. Para 1809 trabajó intensamente en calidad de espía de los rebeldes y viajaba a menudo acarreado de ida y vuelta noticias y correo. Tenía la ventaja de su elevada posición social, de modo que guardaba los mejores contactos con los propulsores de la emancipación (Costales & Costales, 2008).
- 129 Al igual que el resto de quiteñas (entiéndase a todas las del territorio de la Real Audiencia de Quito), tenía prohibida la intervención en la vida pública, en la lucha armada y en la política, pero no había prohibición alguna que le impidiera ir al patíbulo. Tuvo entereza de sobra para arriesgar la vida por el ideal que ardía en su corazón (Costales & Costales, 2008: 178).
- 130 Compartía el ideal libertario, perdió su vida en la masacre del 2 de agosto (Costales & Costales, 2008: 179).
- 131 Nuera de Rosa Zárate, cobijó los ideales independentistas y entregó su vida por sus ideales (Costales & Costales, 2008).
- 132 Amiga y confidente de Rosa Zárate, *“su entusiasmo y su fervor por los ideales republicanos colaboraron para que las autoridades de Ambato se inclinaron en 1820 por la causa patriota”* (Costales & Costales, 2008: 194).
- 133 Fue una de las Matronas de Quito que cobijó los ideales independentistas y que financió la lucha (Salazar y Sevilla, 2009).
- 134 *“La falta de documentación sobre doña Manuela Iturralde y su carácter no nos permite aseverar nada al respecto. Pero lo que sí está claro es que, como en muchos otros casos, aquí también las mujeres de la familia tuvieron un papel preponderante en la manutención de la guerra. Sus casas se convirtieron en escondites para los rebeldes y luego se encargaron de la defensa de los presos y de lo que quedó de los intereses económicos familiares”* (Salazar y Sevilla, 2009: 228).

Iturralde¹³⁴, Baltazara Terán¹³⁵, Rosa Campuzano¹³⁶ y Ana Garaicoa de Villamil¹³⁷, Manuela Cañizares¹³⁸, Paula Vallejo¹³⁹, María Zambrano¹⁴⁰, Cecilia Torres¹⁴¹, Clara Fuel¹⁴², Clara Elena Vega¹⁴³; mujeres que pelearon junto al ejército libertario como Manuela Sáenz¹⁴⁴, Jonatás y Rosalva¹⁴⁵,

Inés María Jiménez, Gertrudis Esparza, Rosa Robalino¹⁴⁶, entre otras.

En la República del Ecuador, desde 1830, las voces y representaciones en el espacio público de las mujeres fue la base para visibilizarse y reclamar a la sociedad equidad e igualdad (Goetschel, 2006). En este proceso se devela el liderazgo de mujeres indígenas que levantaron su voz para mejorar las condiciones de su pueblo como Manuela León y Lorenza Abemañay¹⁴⁷, Baltazara Calderón¹⁴⁸, Dolores Cacuango¹⁴⁹, Tránsito Amaguaña¹⁵⁰, Angelita Andrango, Clotilde Tarabate, entre otras; la poesía de mujeres como Dolores Veintimilla de Galindo¹⁵¹, Marieta de Veintimilla¹⁵²; la contribución

135 Estuvo involucrada activamente en el financiamiento de la Revolución. Sin tener encumbrados nombres o alcurnia, exclusivamente con su trabajo, logró hacer una importante fortuna que constaba de varias propiedades, entre ellas una hacienda en Tiobamba, un molino, obrajes y una casa en Latacunga (Salazar y Sevilla, 2009: 229).

136 Nacida en Guayaquil, cooperó con la independencia brindando sus salones para las reuniones vinculadas con los círculos de la conspiración. Fue conocida como “La Protectora del General San Martín” (Costales, 2009).

137 Nace en 1793, en Guayaquil. En un evento social realizado en su casa efectuó el juramento de los patriotas para su participación en la independencia de Guayaquil a lo que se llamó “la Fragua de vulcano” (Goetschel, 2010).

138 Considerada una heroína de nuestra independencia “*puso en peligro su propia vida al auspiciar y dar cobijo a las reuniones clandestinas de los conjurados, por amor a la libertad. Tuvo sentimientos amorosos hacia el doctor Rodríguez de Quiroga, el más decidido de los patriotas*” Costales & Costales, 2008: 203-204). En su casa se dio el Primer Grito de Independencia.

139 Patriota que acuñó las causas independentistas (Costales, 2009).

140 Patriota Manabita que apoyo económicamente al ejército independentista (Costales, 2009: 100).

141 Nació en Azogues, fue una de las conspiradoras que más largos viajes realizó distribuyendo las proclamas y las consignas de los patriotas (Costales, 2009: 101).

142 Habitante de Tulcán, fue de las colaboradoras más importantes de los patriotas para sacar a los fugitivos hacia las tierras del norte (Costales, 2009: 101).

143 Noble Azuaya, “*quien a pesar del pensamiento de su ciudad, conservador y apegado a la monarquía, por aquellos tiempos, se manifestó a favor de las ideas libertarias*” (Costales, 2009: 1001).

144 Conocida como la libertadora del libertador, es el personaje insigne de las luchas independentistas pues fue informante y espía entre 1817 y 1822 para la campaña independentista, y entre 1826 y 1844 para derrotar las facciones antibolivarianas que amenazaban a los nuevos gobiernos en el poder. Apoyó a las tropas patriotas con respaldo económico y las protegió por medio de la fuga y la participación bélica en el campo de batalla” (Taxin, 1999: 96).

145 Mujeres afrodescendientes esclavizadas que pelearon junto a Manuela Sáenz

(Costales, 2009).

146 Pillareñas que participaron en las luchas independentistas, fueron condecoradas por su valentía (Carrasco, 2009).

147 “*Que junto con Daquilema protagonizaron el levantamiento más sonado que registra el país en el gobierno de García Moreno, consideradas por la historia indígena como heroínas valerosas por conseguir una vida con mejores condiciones para su pueblo*” (Quinatoa, 2009: 73).

148 Junto a Vicente Rocafuerte, su esposo, participó activamente en los primeros años de la República (Goetschel, 2010).

149 Fue una líder indígena ecuatoriana que luchó por los derechos de los indígenas y campesinos en su país y una de las referentes del feminismo ecuatoriano de principios del siglo XX (Rodas, 2007). Nació en Pesillo, cantón Cayambe, el 26 de octubre de 1881, falleció en Yanahayco el 23 de abril de 1971.

150 Fue una líder indígena ecuatoriana que en 1946 fundó la Federación Ecuatoriana de Indios, junto a otros líderes campesinos, y que en los años 1950 impulsó la fundación de escuelas bilingües, en español y quechua. Vinculada al Partido Comunista, luchó por implantar un sistema cooperativista en el campo, en 1961 fue acusada de tráfico de armas, y permaneció cuatro meses en la cárcel (Rodas, 2003). Nació en 1909 en la localidad de Pesillo, provincia de Pichincha, junto al volcán Cayambe, y falleció en 2009, en el mismo lugar.

151 Poeta Quiteña que gestó una intensa actividad cultural en la ciudad de Cuenca, convirtiendo su casa en un espacio de mucha expresión cultural y artística (Loza, 2006).

152 Fue una librepensadora nacida en 1858, que se destacó en su época tanto por su participación política cuanto por sus escritos y conferencias. Además lideró las

a la realización de la revolución liberal de Joaquina Galarza, Felicia Solano de Vizuete, Sofía Moreira de Sabando y de Filomena Chávez de Duque; la presencia en las batallas liberales de mujeres como María Gamarra de Hidalgo, Dolores Usubillaga y Delia Montero, Ana María Merchán; la activa participación y criticidad de escritoras como Jacinta de Calderón, Antonieta Mosquera, Carolina Febres Cordero, Dolores Sucre, Dolores Flor, Dolores Miranda; Amelia Narváez, Lucinda Pazos, Florencia Campana, Zoila Ugarte¹⁵³, Zoila Rendón, María Piedad Castillo, Raquel Verdesoto, Blanca Martínez de Tinajero, Arceli Gilbert; el invaluable aporte de maestras como Matilde Hidalgo de Procel¹⁵⁴, Rita Lecumberri¹⁵⁵, Aurora Estrada y Ayala de Ramírez Pérez¹⁵⁶, Eliza Ortiz de Aulestia¹⁵⁷, Dolores Torres¹⁵⁸, María Angélica Idrobo¹⁵⁹, Angélica Carrillo de Mata Martínez¹⁶⁰, María

Luisa Gómez de la Torre; el aporte en el arte de Manuela Gómez de la Torre, Teolinda Terán, Lidia Noboa, Carlota Jaramillo, Marina Moncayo; el esfuerzo deportivo de Carola Castro¹⁶¹; así como la lucha popular u obrera de Leonor Mesones de Darquea y María Reyes¹⁶², Rosa Vivar¹⁶³; las acciones de las integrantes del Centro Feminista Rosa Luxemburgo que participaron en la huelga general de 1922 que terminó en la masacre del 15 de noviembre, con más de un centenar de obreros y obreras muertas.

Las personas citadas, junto a cientos de nombres más, se constituyen en referentes pues su aporte permitió romper con patrones establecidos y construir una sociedad más equitativa e igualitaria.

Por otra parte y con respecto a las luchas sociales, a nivel global, los registros históricos muestran que a partir de “la Déclaration de Droits de la Femme et de la Citoyenne de Olimpia Gouges”, publicada en Francia en 1791, y de la obra de Mary Wollstonecraft, denominada “*A Vindication of the Rights of Woman*”, publicada en Inglaterra en 1792, se fue configurando los ideales feministas conocidos como la primera ola del feminismo. En América, el Congreso Internacional Feminista, que se reunió en Buenos Aires en 1910, presentó un programa que incluía el tema del sufragio femenino y la necesidad del acceso a la educación y de la introducción de legislación social para proteger y apoyar a las mujeres trabajadoras. Asimismo, la primera Conferencia Panamericana de la Mujer se reunió en Baltimore,

promulgó la formación integral de la mujer (Goetschel, 2010: 33).

filas del ejército que defendió a Ignacio de Veintimilla (Goetschel, 2010).

153 Fue la primera mujer en ejercer el periodismo en Ecuador, nació en 1889 en la provincia del Oro, Cantón Machala, fue una de las pioneras en el ámbito de la defensa del sufragio femenino en Ecuador (Staff, 2005).

154 “Fue la primera mujer en graduarse de doctora, su camino fue largo y su lucha constante por culminar su carrera y participar en la vida política y social del país. Fue la primera Bachiller, la primera licenciada y también la primera mujer en ejercer el sufragio” (Goetschel, 2010: 31).

155 “Situada a medio camino entre la formación autodidacta y el saber profesional, desde su juventud, se dedicó a la enseñanza en la ciudad de Guayaquil y en el medio rural” (Goetschel, 2010: 32).

156 Nacida en la provincia de los Ríos, “fue una de las primeras licenciadas en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Central en 1931” (Goetschel, 2010: 32).

157 Guayaquileña que ejerció la docencia en Quito, Guayaquil y Estados Unidos (Goetschel, 2010).

158 Cuencana, fundadora de varias instituciones educativas (Goetschel, 2010).

159 Formadora de las nuevas generaciones, dedicó esfuerzos a la formación integral femenina impulsando innovaciones pedagógicas (Goetschel, 2010: 33).

160 Fundadora del Colegio “24 de Mayo” en el Gobierno de Velasco Ibarra en Quito,

161 Esmeraldeña, campeona sudamericana en los 100 metros en 1939 (Goetschel, 2010).

162 Representantes del Centro feministas “La Aurora” en el Segundo Congreso Obrero en Guayaquil de 1920 (Goetschel, 2010).

163 Líder en la Huelga del 10 de noviembre de 1934 en las minas de oro de Portovelo (Goetschel, 2010).

Estados Unidos, en 1922, haciendo de la condición jurídica de la mujer y su derecho al sufragio una prioridad (OEA, 2017: 2). En este contexto, las organizaciones feministas en el Ecuador aparecen en el espacio público hacia la década de 1920. Según Ana María Goetschel, posiblemente los ideales feministas surgieron de noticias, referencias y experiencias sobre dichos hitos históricos que fueron compartidas por las mujeres y que posibilitaron la conformación de procesos organizativos (2006).

De tal forma, asociaciones como el Centro Feminista La Aurora, en 1918; la Alianza Femenina Ecuatoriana (AFE), en 1938; la Unión Nacional de Mujeres (UNME) y la Unión Revolucionaria de Mujeres del Ecuador (URME), en la década de 1960, se constituyeron en espacios de apoyo para la participación y visibilización de las mujeres.

Estas organizaciones feministas incentivaron la participación de mujeres en los mítines políticos, así como en las reuniones; también impulsaron la incursión laboral de éstas y la oposición a la influencia de la Iglesia (que era en extremo conservadora y ligada a los grupos de hacendados y terratenientes sobre todo de la oligarquía serrana), en las subjetividades y prácticas de las mujeres (Nájera, 2009: 40).

Fue en este contexto, donde se resalta la decidida participación de Matilde Hidalgo de Prócel, *“primera médica del país, quien al acercarse a las urnas electorales y dar su voto, en 1924, no sólo se convirtió en la primera mujer votante del Ecuador, sino que contribuyó, a través de su ‘ejercicio cívico’, a introducir modificaciones en la propia organización política del Estado”* (Goetschel, 2006: 29). Esto permitió que por ejemplo:

A partir de 1925, el Partido Conservador se mostró partidario para el voto de las mujeres y en las discusiones previas al voto

explícito de las mujeres, que promulgó la Constitución de 1929, al parecer participó en forma favorable. En los años posteriores a 1929, aún después de concedido el voto explícito, los políticos liberales siguieron discutiendo sobre su conveniencia. Y es que la correlación de fuerzas había cambiado y el voto femenino era importante en las listas conservadoras (Goetschel, 2006: 29).

Varios estudios e investigaciones muestran que la presencia de las mujeres en la política fue logrando terreno y comenzó a ampliarse a partir de la década de 1920. En ese proceso *“jugó un papel importante la crisis económica y social que afectó tanto a los sectores medios como populares, diluyendo las fronteras entre las preocupaciones domésticas y las públicas”* (Goetschel, 2006: 35). Esto permitió que se amplíe el debate y se forje *“un clima de confrontación ideológica generado por las reformas liberales y del nacimiento de ideas socialistas, en el que asumieron una participación activa los propios actores sociales y entre ellos las mujeres”* (Goetschel, 2006: 35).

Otro elemento que visibilizó el aporte de las mujeres a la sociedad fue la publicación de revistas como *“La Mujer (1905), La Ondina del Guayas (1907-1910), Flora (1918), Iniciación (1934-1935), Alas (1934) “de Quito, Guayaquil y Ambato- que expresaron diversos posicionamientos sobre las demandas de las mujeres”* (Prieto & Goetschel, 2008: 312). Dichas publicaciones se constituyeron en espacios desde los que se establecieron alianzas tanto a nivel local como internacional, por ejemplo:

La revista Nuevos Horizontes dirigida por Rosa Borja de Icaza y María Esther Martínez, tuvo conexión con la Unión de Mujeres Americanas (UMA), creada en Nueva York en 1935, que se plantea como uno de sus objetivos *“la lucha por la igualdad política, civil, social y económica de las mujeres”*. Nuevos Horizontes publicitó eventos de la UMA, reprodujo artículos de

revistas latinoamericanas, así como planteó algunos problemas que se discutían en los foros feministas internacionales: reivindicaciones de las mujeres, nacionalidad de las mujeres casadas con extranjeros, etc. También fue parte de esta asociación María Piedad Castillo de Levi, quien fue delegada del Ecuador en la Comisión Interamericana de Mujeres entre 1940 a 1962 y elegida en 1955 “Mujer de las Américas” por la UMA (Goetschel, 2006: 31).

Sobre las publicaciones referidas, Goetschel (2006) señala que, en la mayor parte de las revistas y publicaciones examinadas, se observan temáticas que destacan el aporte de las mujeres, ubicándolas junto a los héroes, la presencia de las heroínas de la patria. De esta manera, “*Las autoras expresaron, en ensayos y poemas, la necesidad de inscribirse en el imaginario de la nación*” (Goetschel, 2006: 26).

Paralelamente a estas luchas, las mujeres indígenas aportaron desde diversos espacios como dirigentes, motivadas por las ideologías del partido socialista y del comunista, posibilitaron el establecimiento de sindicatos en poblaciones y haciendas del sector de Cayambe, principalmente (Goetschel, 2010). Al respecto Quinatoa (2010) señala que:

La historia del proceso indígena donde la mujer fue y es uno de los puntales fuertes en el Ecuador, se conoce desde el año 1927, en el que se organizan en sindicatos, los huasipungueros, arrimados y yanaperos de las haciendas de Cayambe, por conseguir las reivindicaciones de la tierra, el derecho al agua, los pastos, el salario, la educación, el cese de los abusos, etc. Donde aparecen las líderes mujeres: Dolores Cacuango, Rosa Alba y Tránsito Amaguaña, junto con Ricardo Ulcuango, Félix Alomocho, Jesús Gualavisí, entre otros. Donde nuestra heroína Dolores Cacuango lideró la lucha por la educación y

la reivindicación de los indígenas. Las demandas de Dolores fueron por las mujeres y los niños indígenas (Quinatoa, 2010: 98).

Por consiguiente, desde 1934, los líderes y lideresas indígenas constituyeron la base ideológica que logró que en 1937 se expidiera la Ley de Comunas¹⁶⁴, misma “*que alteró la estructura tradicional de comunidad y puso un marco legal según los cánones del Estado. En 1944, se constituyó la Federación Ecuatoriana de Indios FEI con el apoyo del partido Comunista y de la Confederación Ecuatoriana de Obreros CTE*” (Quinatoa, 2010: 97). Esto a su vez posibilitó que, al final de la década de los cuarenta, “*con el apoyo de la maestra normalista María Luisa Gómez de la Torre, Dolores Cacuango junto a su hijo Luis Catucuamba, formaron las primeras escuelas indígenas bilingües, las cuales se mantuvieron por 15 años*” (Goetschel, 2010: 44). La Junta Militar de Gobierno cerró dichas escuelas en 1963. Estos fueron espacios donde “*trabajaron maestros indígenas de las mismas comunidades utilizando la lengua materna, revalorizando la cultura y la defensa de la tierra*” (Conejo, 2008: 64). El aporte de Dolores Cacuango y de María Luisa Gómez de la Torre permitió que se establezcan varias propuestas de educación intercultural en diversos lugares del Ecuador¹⁶⁵.

164 Expedida mediante decreto supremo número 142 del 30 de julio de 1937 y publicada en el registro oficial número 558 del 6 de agosto del mismo año. Ley que fue creada con el propósito de establecer y reconocer los derechos y obligaciones inherentes a las comunas, para su desarrollo y desenvolvimientos sociales.

165 “La Junta Militar de Gobierno (1963-1966) enmarcó su acción dentro de la tónica general impuesta por la influencia norteamericana en el subcontinente. Fue, por una parte, ferozmente anticomunista, como reacción al “peligro cubano”; por otra parte, buscó una modernización que readequara al país, y especialmente sus sectores más tradicionales, a las nuevas condiciones del desarrollo capitalista” (Ayala, 2008: 38).

Según Carrasco (2009), para 1975 llega a América la segunda ola feminista a través de la “Primera Conferencia de la Mujer”¹⁶⁶ realizada en México. Misma que puntualizó un plan de acción mundial para la consecución de los objetivos del Año Internacional de la Mujer (1975), que incluía la necesidad de reestructurar las relaciones económicas internacionales de forma que ofrezcan más posibilidades de integrar a las mujeres en la vida económica, social, política y cultural (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, 2005). Dicha coyuntura fortaleció la movilización social de mujeres en toda América y también aportó a la constitución del Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer (Cepam).

En el año de 1979 se reformó la Constitución ecuatoriana de 1945 y se otorgó derechos políticos a la población analfabeta, en su gran mayoría indígena y femenina.

Esta apertura movilizó y politizó a la población indígena que en la década de 1980 se articuló en torno a la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) como un mecanismo de convergencia de las distintas nacionalidades y pueblos originarios del país. Junto con la creación de la Confederación se empezó un proceso de organización de secretarías de la mujer a nivel local, regional y nacional. En este marco se llevó a cabo la primera reunión de las mujeres de la CONAIE, quienes deciden crear la Dirigencia de la Mujer con el propósito de convocar a las mujeres de las comunidades

¹⁶⁶ La Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer instó a organizar la primera conferencia mundial sobre la mujer en ocasión del Año Internacional de la Mujer. Posteriormente, se celebró la Conferencia Mundial del Año Internacional de la Mujer en Ciudad de México; participaron en ella representantes de 133 gobiernos, al tiempo que 6.000 representantes de ONG asistían a un foro paralelo, la Tribuna del Año Internacional de la Mujer (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, 2005).

e involucrarlas en sus procesos organizativos. Su llamado e integración se legitima en función de su papel central en la reproducción cultural del grupo (Prieto, et al., 2005: 179).

En la década de los ochenta, *“las mujeres dejaron de ser invisibles y pasaron con más fuerza de lo privado a lo público. México, Argentina, Brasil, guerrilleras, feministas, madres de la plaza de mayo, mujeres de sectores populares, toda una multiplicidad de identidades, irrumpieron en el escenario público con demandas por sus derechos”* (Carrasco, 2009: 68). Fue en 1981 cuando se evidenció uno de los avances más significativos: Ecuador suscribió y ratificó la Convención Internacional sobre todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), conocida como la “Carta Magna de las Mujeres”.

En este contexto, según Francisco Pareja (1984), las demandas de las mujeres trabajadoras e indígenas a inicios de la década de los ochenta podrían ser caracterizadas como demandas por derechos legales y servicios sociales para las mujeres.

Ya en esta época las demandas de las mujeres abordaban tímidamente demandas en torno a salud y sexualidad, sobre todo información sobre anticonceptivos y su libre distribución, educación sexual, derecho de optar por número de hijos, derechos y obligaciones compartidos en la crianza de los hijos, etc. (Valdéz, 2005: 2).

Para Carrasco (2009), esta década fue la época de oro del feminismo en el Ecuador, surgieron importantes organizaciones de mujeres creadas para la defensa de sus derechos, *“las mismas que han cumplido y siguen cumpliendo un importante rol en el reconocimiento de los derechos de las mujeres”* (Valdéz, 2005: 2). Para finales de los ochenta e inicios de los noventa, las reformas neoliberales impactaron profundamente en la sociedad y la violencia recrudesció en todo el

país, por lo que *“las organizaciones de mujeres convergieron hacia el tema convocante de la violencia contra la mujer, y se plantean varias propuestas para enfrentarla”* (Valdéz, 2005: 2). Paralelamente, la sociedad fue permitiendo el reconocimiento de la población afrodescendiente, pero siempre dentro del esquema de dominación (Walsh, 2011).

El año de 1990 constituyó un punto de quiebre en la historia ecuatoriana, el levantamiento indígena de ese año abrió la puerta para que ciertos cambios se incorporen en la vida nacional. Según Rodas (2005), en los noventa se crearon las primeras organizaciones nacionales de mujeres, se ratificaron convenios internacionales que promovieron sus derechos, se expidieron leyes a favor de ellas: Ley contra la Violencia (1995), Ley de Amparo Laboral (1997) que evolucionó hacia la reforma de la Ley Electoral, más conocida como la Ley de Cuotas y la Ley de Maternidad Gratuita (1998).

De igual manera, a pesar de la crisis, la década de los noventa fue significativa para madurar el proceso organizativo del pueblo Afroecuatoriano, en el que las mujeres de este colectivo consolidaron procesos organizativos que se constituyeron en referentes de lucha por la igualdad en provincias como Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Guayas, entre otras.

Al tiempo en que las políticas neoliberales se profundizaban ahondando la brecha de pobreza, liberalizando la economía y debilitando la acción social de los Estados, muchas naciones sufrieron profundas transformaciones de tipo social y cultural. Distintos grupos sociales, en especial indígenas, ambientalistas, minorías sexuales, afrodescendientes y grupos cristianos ven oportunidades políticas para fortalecer sus repertorios, profesionalizar sus organizaciones y mejorar sus estrategias de movilización (Antón, 2011: 16).

En el contexto global, para mediados de los noventa, la Conferencia Mundial de Beijing¹⁶⁷, que estableció una agenda mundial de igualdad de género, permitió que las organizaciones de todo el país se articulen para crear el *“Foro Permanente de la Mujer Ecuatoriana”*, que coordinó actividades con la Dirección Nacional de la Mujer, instancia creada desde el Estado para tratar temas relacionados con ellas. En esta coyuntura, nuevamente el tema de la violencia contra la mujer volvió a convocar y permitió construir socialmente *“el proyecto de ley contra la violencia a la mujer y la familia y, posteriormente, se logró su aprobación en el Congreso Nacional, gracias a masivas movilizaciones de mujeres”* (Valdéz, 2005: 3). A esto se suma que en 1997 el movimiento de mujeres organizadas consiguió la creación del Consejo Nacional de las Mujeres, CONAMU, ente rector de políticas con enfoque de género (Carrasco, 2009: 69).

El proceso organizativo sumado a la gestión de investigaciones, encuentros y diálogos entre el movimiento de mujeres indígenas, afroecuatorianas, montuvias y mestizas, al apoyo de diversos partidos, especialmente de izquierda, permitió que la promoción de la igualdad de género y de los derechos humanos de las mujeres se integre al cuerpo legal de la Constitución de 1998.

La Constitución vigente en el Ecuador desde el 10 de Agosto de 1998, por primera vez en la historia del país, incorpora específicamente el reconocimiento de derechos de las mujeres largamente demandados por el movimiento de mujeres,

167 La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, marcó un importante punto de inflexión para la agenda mundial de igualdad de género. La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, adoptada de forma unánime por 189 países, constituye un programa en favor del empoderamiento de la mujer y en su elaboración se tuvo en cuenta el documento clave de política mundial sobre igualdad de género (ONU Mujeres, 2017).

así como el reconocimiento de derechos de otros sectores tradicionalmente relegados, como las nacionalidades indígenas, los pueblos afroecuatorianos y los sectores vulnerables de niñez, juventud, personas con discapacidad y de la tercera edad (Valdéz, 2005: 2).

En este panorama es necesario señalar que desde 1997 hasta el 2005, ningún presidente elegido constitucionalmente en Ecuador terminó su mandato debido a que fueron derrocados por la presión ejercida por los levantamientos sociales y movilizaciones ciudadanas. *“La inestabilidad política vivida por el Ecuador durante esos años, se debió fundamentalmente al continuo debilitamiento de la institucionalidad del Estado nacional y su manejo económico, a una profunda crisis de la representación política y a la falta de credibilidad en los liderazgos gubernamentales”* (Chiriboga, 2012: 14).

Dicha inestabilidad política, económica y social sufrió un punto de inflexión cuando llegó a la presidencia el economista Rafael Correa Delgado, quien, junto a organizaciones políticas y movimientos sociales, en un proceso de cerca de dos años, dio paso a la Asamblea Constituyente de Montecristi, en la que los diversos movimientos ciudadanos, instituciones, partidos políticos y sociedad civil establecen propuestas y realizan aportes para la construcción de una nueva Constitución que se forjó en el año 2008.

Este cuerpo legal recogió demandas de los diversos sectores de los movimientos de mujeres. En este se logró separar derechos sexuales de derechos reproductivos, se reconocieron los diversos tipos de familias, se garantizaron las condiciones formales para proteger a las mujeres embarazadas; se estableció el carácter del Estado Laico; se garantizó el deber del Estado para elaborar una política pública con perspectiva de género, entre otros elementos que reconocen

y garantizan los derechos de las mujeres e invitan a ecuatorianas y ecuatorianos a vivir y construir una sociedad igualitaria.

Estos avances muestran que frente a las luchas organizadas de las mujeres por la conquista de su plena ciudadanía, se fueron incluyendo, poco a poco, sus demandas, lo que ha ayudado a romper algunos modelos y estereotipos discriminatorios que históricamente han enfrentado:

De ser asumidas como dependientes y pasivas en la historia por largas décadas, ellas rompieron los márgenes donde los regímenes las ubicaban y se tomaron poco a poco el centro de los debates públicos sobre derechos, justicia, democracia, y sus reclamos, cada vez más articulados, lograron que sus derechos específicos quedaran consagrados en muchas de las constituciones. (...) Este proceso de conquista vendría acompañado de una nueva historiografía que, con rigurosidad, empezaría a documentar la participación activa de las mujeres en la construcción de sociedad, Estado y nación. A estas conquistas se añadiría el logro de que las violencias de las que eran y son objeto dejaran de ser vistas como eventos casuales y privados cometidos por individuos patológicos, e irrumpieron en el ámbito público para transformarse en delitos punibles asociados a contextos de discriminación más amplios hasta convertirse en algunas sociedades democráticamente avanzadas en inadmisibles política, moral y penalmente (Sánchez, 2011:17).

La revolución silenciosa ha facilitado que en la actualidad el Ecuador cuente con un Plan de Igualdad de Oportunidades y una Política Nacional de las Mujeres, constituido en un Programa Nacional de Equidad de Género o Igualdad de Oportunidades, que entre sus objetivos tiene la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Sin embargo, a pesar de los logros y avances de las mujeres expresados a nivel social y en diversos cuerpos legales nacionales y convenios internacionales, en la sociedad ecuatoriana se mantienen vigentes procesos de relacionamiento y de convivencia heredados de la Colonia, propios de la sociedad patriarcal, que no han permitido la equidad de género. Esto no resulta sencillo de manejar, puesto que la intolerancia, el desconocimiento, la reproducción naturalizada del sexismo y la falta de comprensión de los efectos negativos de las prácticas y discursos discriminatorios, refuerzan su vigencia de manera sutil y su arraigo en la sociedad y en las formas como las y los ecuatorianos nos comunicamos y nos relacionamos. Por lo tanto, es fundamental continuar con las acciones orientadas a la garantía y la protección de los derechos humanos de las mujeres, el desarrollo de políticas públicas con enfoque de género y la promoción de la equidad entre hombres y mujeres.

2.7 Conclusiones

A continuación se presentan las principales conclusiones sobre las representaciones de las mujeres en cada uno de los periodos históricos estudiados, elementos que serán retomados posteriormente en el capítulo sobre representaciones mediáticas.

Las mujeres de las culturas precolombinas contribuyeron al florecimiento de sus culturas y ocuparon sitios predominantes, incluso fueron representadas como el vínculo sagrado entre la “Pachamama” (madre tierra) y las nuevas generaciones. En el periodo incaico se evidenció que las mujeres de las élites gobernantes fueron las corresponsables de administrar a las poblaciones ante la ausencia del inca, representándolas como las hijas de la luna, quienes velaban por todo el ciclo del cosmos invocando la abundancia de las cosechas

y la reproducción de la vida. Paralelamente, las mujeres de las poblaciones adscritas al incario, ubicadas por debajo de las élites, tuvieron que cumplir tareas agrícolas y textiles, fueron representadas como las responsables de varias actividades del hogar lo que se configuró como un “*patriarcado de baja intensidad*”.

En la España del siglo XVI, se evidenció la consolidación de la organización patriarcal donde la mujer y los hijos aparecen subyugados al varón, configurándose este como autoridad en el hogar, como el trabajador y, por lo tanto, como el proveedor económico, con dominio en lo público. En contraste, se representó a las mujeres como las responsables de la maternidad, dedicadas al hogar, a la crianza, con dominio en lo privado y protegidas por los varones, consolidándose así el sistema ideológico androcéntrico (sobre la base de la división sexual del trabajo y la asignación de roles de género).

La Iglesia en la España del siglo XVI elaboró, a través de sus escritos y sermones, el prototipo femenino que tuvo como base la historia cristiana, caracterizada por ser androcéntrica, estableciendo, por un lado, la representación de las hijas de Eva y, por otro, de las hijas de María o marianismo, mismas que fueron instauradas en las colonias de América.

La representación de “Eva” tuvo como base la Biblia, quién según este escrito fue la primera mujer que condujo al hombre a la perdición al comer la fruta prohibida, la estableció como el equivalente de lo demoniaco, la maldad y lo oscuro, la que arrastra a la perdición, la que se deja seducir por el mal, la que fue culpable de la condena de Adán y de sus hijos. Tanto en la España del siglo XVI como en el periodo colonial, el mito de las “hijas de Eva” justificó que la sociedad otorgue al hombre el derecho de determinar los comportamientos

de la mujer en la sociedad y, por lo tanto, que la mujer debía estar siempre sometida a su autoridad, en el seno de la institución matrimonial y familiar para garantizar el equilibrio social. Dicha determinación afianzó la estructura jerárquica de dominación hacia la mujer, consolidando el machismo y el orden social del patriarcado (un orden heteronormado).

El marianismo se instituyó en uno de los modelos de la feminidad, configurando la idea de la mujer como madre, un ser sacrificado, generoso, humilde, dedicado a su familia y sagrado, lo que sustentó la creencia de que la mujer debía tener como referencia comportamental a la Virgen María, una mujer, madre, sacrificada, pura y buena. De igual manera, tanto en Europa como en las colonias de América, la ideología de la pureza de sangre responsabilizó a las mujeres del mantenimiento de la nobleza de su familia, demostrada por el “honor” que esta debía conservar. Representando a las mujeres como seres a los que era necesario vigilar para mantener el honor de la familia y durante el matrimonio, cuyo principal rol era el de satisfacer los deseos del esposo.

Las representaciones en relación a las “hijas de Eva” y de “María” también se reprodujeron durante el periodo de la Colonia.

En la Conquista y en la Colonia se impusieron las ideologías del colonizador sobre las culturas de América, estableciendo regímenes de dominación y conquista que reconfiguraron y fundaron sociedades a través del mestizaje, en donde se representó a las mujeres que no pertenecía a las élites blanco-mestizas, es decir, a las mujeres indígenas, afrodescendientes y mestizas a través de categorías como la acompañante, la concubina, la esclava, la interprete, la no valorada, la que debía brindar satisfacción en todos los sentidos, es decir, un ser-objeto que estaba a disposición del hombre para

satisfacer sus necesidades (normalizando roles de comportamiento sexuales masculinos y femeninos).

En las colonias de América, la estratificación socio-racial justificó la diferenciación social, la inserción social de las mujeres dependía del color de su piel. Así se acuñó el ideal de la belleza con base en el conquistador “blanco”. El ideal de belleza representó a la mujer como el ser que debe ejercer el altruismo para procurar, mediante su belleza espiritual y corporal, la felicidad del resto de la sociedad, propagando los códigos morales. Por lo tanto, se la representó como la mujer blanca, con facciones delicadas, de cuerpo torneado, de actitudes nobles y con acciones generosas propias de su “honor”.

La herencia de la sociedad española, impuesta por la doctrina cristiana, permitió que el modelo ideal de conducta fuera severa y muy exigente para las mujeres de la Colonia, representándolas como seres que tenían menos resistencia a la tentación, menos racionales, más violentas y más emocionales que los hombres. En la sociedad colonial también se develó la existencia de un alfabetismo funcional expresado en las acciones de mujeres que debían encargarse de actividades comerciales, familiares y del hogar, dichas actividades siempre debieron ser autorizadas por sus esposos, padres, hermanos o albaceas.

Las mujeres que a partir de la educación informal lograron acuñar conocimientos, valorados por la Iglesia como esotéricos, fueron acusadas de brujas y en tiempos de la Colonia fueron perseguidas por la Inquisición, representándolas como las brujas, las peligrosas, las que atentaban contra la fe y el buen decoro.

Durante toda la Colonia las rebeliones indígenas fueron constantes y en ellas, las mujeres intervinieron masivamente en las luchas por la

tierra y en defensa de su etnia. Fueron lideresas y protectoras de la cultura de sus ancestros.

El aporte de las mujeres a las luchas de independencia, sobre la base de los ideales libertarios, permitió que la Real Audiencia de Quito se uniera a la Gran Colombia. En este periodo, la mujer era representada, por un lado, con el estereotipo femenino de ser siempre buena, pasiva, obediente, servil y sin iniciativa y, por otro, con el estereotipo de luchadora, la que estuvo peleando, codo a codo, por sus ideales.

En la nueva República se mantuvieron y reprodujeron las estructuras de explotación y dominación, configurando un proyecto de construcción del Estado Nación que se fundamentó en la ideología colonial del mestizaje, donde mujeres y hombres indígenas y afrodescendientes fueron representados como los “otros”, estableciendo la base de las desigualdades de etnia y género que perviven hasta nuestros días.

En la conformación del Estado Nación, hasta bien entrado el siglo XX, la herencia colonial originó que la sociedad ecuatoriana mantenga los diversos estereotipos de género heredados y que las

mujeres fueran representadas como seres que no contaban con las capacidades intelectuales, psicológicas o biológicas necesarias para participar y aportar en los diversos espacios públicos del acontecer nacional. Situación que fue confrontada a través de las diversas luchas y resistencias de las mujeres, quienes promovieron los ideales del feminismo y de la equidad de género, permitiendo alcanzar importantes conquistas y reconocimientos en lo relativo a sus derechos económicos, políticos, sociales y culturales.

Las conquistas de las mujeres fueron amparadas en diversos cuerpos legales nacionales y convenios internacionales, los que permitieron la construcción de una nueva historiografía que empezó a documentar la participación activa de las mujeres en la construcción de la sociedad y el Estado. Sin embargo, a pesar de los logros y avances, en la sociedad ecuatoriana se mantuvieron vigentes procesos de relacionamiento y de convivencia heredadas de la Colonia, propios de la sociedad patriarcal, que obstaculizaron y obstaculizan hasta hoy la plena equidad de género.

3. MUJER Y VIOLENCIA EN ECUADOR

3. MUJER Y VIOLENCIA EN ECUADOR

Para entender la relación entre mujer y violencia es necesario partir del reconocimiento de la igualdad entre hombres y mujeres, puesto que *“la mujer no se encuentra ni física, ni mental, ni jurídicamente subordinada al varón y no existen razones naturales para considerarla en situación de subordinación y dependencia al mismo”* (Lujan, 2013: 32). Sin embargo, la violencia contra la mujer se ha establecido por el patriarcado a través de las relaciones de poder y de dominación *“que se manifiestan en una serie continua de formas múltiples, interrelacionadas y a veces recurrentes”* (Naciones Unidas, 2006: 41). Por lo tanto, para comprender el impacto de este fenómeno se vuelve urgente definirlo, analizar las tipologías y las estadísticas existentes sobre la violencia en contra de las mujeres, elementos que se exponen a continuación.

3.1 La violencia contra la mujer

La violencia contra la mujer es una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, que han conducido a la dominación masculina, a la discriminación contra las mujeres y a impedir su pleno desarrollo (Naciones Unidas, 1996). Se define como *“la conducta que incluye cualquier agresión física, psicológica, sexual, patrimonial, económica y feminicida dirigida contra ellas por el hecho de serlo”* (Vega, 2010: 49). Esta se produce en el marco de:

Un esquema de poderes desiguales, que busca someter y controlar a las mujeres y a las niñas, que las daña y lesiona, y que transgrede sus derechos humanos. En este tenor, el sistema patriarcal establece y naturaliza jerarquías entre las

mujeres y los hombres, designa al hombre como sujeto de poder y autoridad, y a la mujer como objeto de sometimiento, discrimina y al mismo tiempo violenta sus derechos humanos. En consecuencia, el ejercicio de la discriminación y la violencia contra las mujeres implica la negación de su humanidad, es decir no sólo de sus derechos sino de su existencia (Vega, 2010: 49).

Este concepto es esencial para entender las consecuencias reales de las relaciones desiguales de género en nuestra sociedad, pues evidencia *“la asimetría existente en las relaciones de poder entre varones y mujeres, que perpetúa la subordinación y desvalorización de lo femenino frente a lo masculino”* (Rico, 1996: 8). Además, permite evidenciar el patriarcado como sistema simbólico que *“determina un conjunto de prácticas cotidianas concretas, que niegan los derechos de las mujeres y reproducen el desequilibrio y la inequidad existentes entre los sexos”* (Rico, 1996: 8).

Las consecuencias de la violencia de género son amplias y severas, incluyendo daños psicológicos, físicos, económicos y emocionales que pueden persistir por generaciones. Este tipo de violencia atenta *“contra los derechos de la mujer en sus expresiones universales: libertad, justicia y paz, derechos elementales para la vida digna de un ser humano. Su entendimiento, por ende, debe trascender la diferencia sexual hombre-mujer, hacia una dimensión sociopolítica y filosófica”* (Lamas, 2002 en Inegi, 2006: 50).

De esta manera, la violencia contra la mujer es un fenómeno asentado en relaciones culturales, sociales y económicas asimétricas

entre géneros, las cuales poseen serias consecuencias sobre los derechos humanos de las personas. Para dar una mejor visión de este fenómeno, en el siguiente acápite se caracteriza los diferentes tipos de violencia contra las mujeres.

3.2 Tipología y definiciones de las violencias contra las mujeres

La violencia contra la mujer no es un fenómeno uniforme sino que se ejerce de diferentes maneras y en diversos contextos sociales. Paralelamente, la violencia contra la mujer no solamente es ejercida a través de acciones directas, sino que también puede ser desarrollada como resultado de relaciones estructurales o culturales al interior de una sociedad¹⁶⁸. Según la ONU, las principales acciones en las que se ejecuta la violencia constantemente contra la mujer en diversos ámbitos son:

Golpes y otras formas de violencia dentro de la pareja, en particular la violación en el matrimonio; la violencia sexual; la violencia relacionada con la dote; el infanticidio femenino; el abuso sexual de las niñas en el hogar; la ablación o mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales nocivas para las mujeres; el matrimonio precoz; el matrimonio forzado; la violencia no proveniente de la pareja; la violencia cometida contra las trabajadoras domésticas, y otras formas de explotación (Naciones Unidas, 2006: 43).

¹⁶⁸ En este sentido, se evidencia que existe una violencia contra la mujer directa, que es aquella en la que existe un actor concreto que ejerce maltrato o agresiones físicas contra la mujer y que se manifiesta principalmente a través de acciones físicas; una estructural, la cual no posee un actor concreto sino que ejerce en base a las desigualdades de género existentes dentro de la sociedad; y una cultural, que es aquella que se basa en las características propias de una cultura para justificar la violencia directa o estructural (Jáuregui, 2006).

Estas diferentes acciones de violencia contra la mujer pueden clasificarse en: física, psicológica, sexual y patrimonial. La violencia física es entendida como *“todo acto de fuerza que cause daño, dolor o sufrimiento físico en las personas agredidas cualquiera que sea el medio empleado y sus consecuencias, sin considerarse el tiempo que se requiera para su recuperación”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género et al., 2014: 25).

La violencia psicológica, por su parte, *“constituye toda acción u omisión que cause daño, dolor, perturbación emocional, alteración psicológica o disminución de la autoestima de la mujer o el familiar agredido”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género et. al, 2014: 25). También forman parte de este tipo de violencia, *“la intimidación o amenaza mediante la utilización de apremio moral sobre otro miembro de familia infundiendo miedo o temor a sufrir un mal grave e inminente en su persona o en la de sus ascendientes, descendientes o afines hasta el segundo grado”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género et. al, 2014: 25).

La violencia sexual es todo acto *“que constituya imposición en el ejercicio de la sexualidad de una persona, y que la obligue a tener relaciones u otras prácticas sexuales con el agresor o con terceros, mediante el uso de la fuerza física, amenazas o cualquier otro medio coercitivo”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género et. al, 2014: 25)

La violencia patrimonial es *“el daño, pérdida, transformación, sustracción, destrucción, retención, o distracción de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores, derechos o recursos económicos destinados a satisfacer las necesidades de las víctimas”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género et. al, 2014: 25).

Además, algunas formas de violencia, en particular contra las mujeres, están tan arraigadas en la sociedad *“que se toman como algo ‘normal’, inherente a los seres humanos y por lo tanto imposible de alterar. En otras palabras, están naturalizadas, como si fueran independientes de las prácticas sociales y simbólicas”* (Salazar, 2016: 20). En este sentido, el concepto de violencia simbólica aborda esta situación y permite evidenciar que:

La dimensión simbólica de lo social no sería, desde este punto de vista, un aspecto accesorio sino, muy por el contrario, un componente esencial de la realidad en la que los agentes viven y actúan. Y al considerar que el mundo funciona a través de lenguajes, códigos más y menos desarrollados, la dimensión simbólica de la existencia en el mundo se hace patente¹⁶⁹ (Salazar, 2006: 20).

169 El concepto de violencia simbólica, entendido como una de las formas de violencia en contra de las mujeres, ha sido utilizado en la jurisprudencia de algunos países como: Argentina, en la *“Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales”*, cuyo inciso 5, del artículo 5, define a la violencia simbólica contra la mujer como *“la que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”* (Congreso de la República de Argentina, 2009). El Salvador, en la *“Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres”*, cuyo artículo 9 literal G, conceptualiza la violencia simbólica como *“los mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad”* (ISDEMU, 2011). En Bolivia, en la *“Ley Integral para Garantizar a las mujeres una vida libre de violencia”*, que en su artículo 7 inciso 5, se refiere a violencia simbólica y/o encubierta como *“los mensajes, valores, símbolos, íconos, signos e imposiciones sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas que transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres”* (Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia, 2013); y en Venezuela, en la *“Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia”*, que, en su artículo 1, inciso 17, hace referencia a violencia simbólica bajo los mismos parámetros de la Ley Boliviana (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2007).

De esta manera, la violencia simbólica es entendida como *“esa violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas ‘expectativas colectivas’, en unas creencias socialmente inculcadas”* (Bourdieu, 1999: 173). Es decir, es *“todo poder que logra imponer significados e imponerlos como ‘legítimos’ disimulando las relaciones de fuerza en las que se basa su fuerza, agrega su propia fuerza, es decir, una fuerza específicamente simbólica, a estas relaciones de fuerza”* (Bourdieu, 2001: 4). Más concretamente, la violencia simbólica se entiende como una acción que:

Se instituye a través de la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente, a la dominación) cuando no dispone, para imaginarla o para imaginarse a sí mismo o, mejor dicho, para imaginar la relación que tiene con él, de otro instrumento de conocimiento que aquel que comparte con el dominador y que, al no ser más que la forma asimilada de la relación de dominación, hacen que esa relación parezca natural; o, en otras palabras, cuando los esquemas que pone en práctica para percibirse y apreciarse, o para percibir y apreciar a los dominadores (alto/bajo, masculino/femenino, blanco/negro, etc.), son el producto de la asimilación de las clasificaciones, de ese modo naturalizadas, de las que su ser social es el producto (Bourdieu, 1999: 51).

Esto implica que a través de un extenso proceso de socialización y de internalización del orden social se ocultan y naturalizan relaciones asimétricas de poder, lo que permite que las percepciones, apreciaciones y visiones del mundo dominantes se conciben como “normales” o “naturales” y no sean cuestionadas, lo que puede conllevar a una vulneración de los derechos de los agentes que la padecen (Bourdieu, 2000). Es aquí donde los agentes socializadores como la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación,

entre otros, cumplen un rol importante a la hora de crear imaginarios sociales, pues, a través de ellos se generan procesos que *“enseñan a pensar sobre qué es el mundo, la sociedad o qué son las relaciones humanas”* (Salazar, 2006: 21).

La violencia simbólica, aunque imperceptible, plantea una dinámica entre un ente dominador y uno dominado, donde ambos aceptan inconscientemente esta condición asignada por la sociedad. El origen y la permanencia de esta violencia simbólica está en el hecho de que los dominantes se piensan a sí mismos como tal, lo que les otorga una posición de poder por sobre los dominados. A su vez, el grupo que se asume como dominado no presenta resistencia ante el ejercicio del poder del grupo preponderante (Fernández, 2005). Al respecto, Bourdieu afirma que este hecho se ve reflejado en la asignación y la reproducción de los roles (Bourdieu, 1998) que ubican a los hombres en actividades relacionadas con lo público, lo limpio y lo prestigioso, mientras que a las mujeres se les asignan las actividades de lo privado, tales como el cuidado de los niños y los animales; y también con una parte de los trabajos exteriores que involucran las tareas *“más monótonas, las más penosas y las más humildes”* (Bourdieu, 1998: 18). Este hecho se encuentra inserto en las estructuras simbólicas de la sociedad, es decir en sus valores dominantes (Galarza, 2016).

Es en el espacio de las estructuras simbólicas donde se gesta la complicidad inconsciente del oprimido con el opresor, que dará lugar a la hegemonía de los hombres y de la cosmovisión masculina. Esto se explica porque los valores instalados en la sociedad constituyen la base del consenso social (Galarza, 2016), es decir, que este hecho es aceptado por el grupo. De tal manera:

En este espacio simbólico se gesta la complicidad inconsciente del oprimido con el opresor, que facilitará la hegemonía de los

varones. Por eso, los valores instalados en el centro simbólico social constituyen la base del consenso social. Cuando las estructuras simbólicas funcionan adecuadamente, el consenso está garantizado y se oscurece el origen de la violencia masculina (Galarza, 2016: 822).

De esta forma, cuando las estructuras simbólicas son eficientes y los valores son consensuados, se invisibiliza la violencia simbólica patriarcal y se acepta el dominio masculino. Es decir, este tipo de violencia es menos evidente que la física¹⁷⁰. Se trata de una violencia amortiguada, insensible, e invisible, que ni sus propias víctimas son capaces de identificar como violencia (Bourdieu, 1996). Además, se la puede ejercer a través de mecanismos puramente simbólicos presentes en la estructura social y que han sido transmitidos de generación en generación, a través de los diferentes agentes de socialización¹⁷¹.

170 Thompson (1998) distingue cuatro tipos de poder presentes en la sociedad: económico, político, coercitivo y simbólico. Sobre este último dice que *“procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de las formas simbólicas significativas”* (33). En este sentido, utiliza el término para referirse a la capacidad de *“intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas”* (34). Entonces, la actividad simbólica se expande en la vida social mediante un conjunto de instituciones culturales (religiosas, educativas y mediáticas) que han asumido un papel histórico esencial en la acumulación de los medios de información y comunicación. Las Instituciones mediáticas están orientadas hacia la producción y difusión generalizada de formas simbólicas en el tiempo y el espacio. Además, consideran a la comunicación como un tipo diferenciado de actividad social, la cual es responsable de transmitir el sustrato material de las formas simbólicas; en otras palabras, los elementos materiales con los que se fija y transmite la información y el contenido simbólico entre un emisor y un receptor (Thompson, 1991).

171 Como lo son, la familia, la escuela, el grupo de iguales, el Estado, la iglesia y los medios de comunicación.

Estos acontecimientos pueden mostrar a la mujer en una forma denigrante, en base a los estereotipos que la ubican como subordinada al hombre. La violencia simbólica hacia las mujeres está presente en la emisión de mensajes, íconos o señales que refuerzan y reproducen la dominación masculina y justifican su subordinación como género dentro del imaginario colectivo patriarcal (Galarza, 2016). De esta manera, la violencia simbólica hacia la mujer se encuentra en actos cotidianos que forman parte del contexto social y que son de conocimiento y práctica popular. De manera que *“esta violencia simbólica se [puede] ejercer [también] a través de la publicidad, las letras de canciones, del refranero y de los dichos populares, juegos de video, novelas, revistas, caricaturas políticas, entre otros”* (Martínez 2011: 1).

Este hecho contribuye a reforzar la desigualdad entre los hombres y las mujeres y perpetuar la violencia de género. Reproducir este tipo de contenidos en los medios de comunicación masivos podría ayudar a naturalizar la violencia simbólica patriarcal (Galarza, 2016), y a través de su discurso, difundir *“prácticas que validan los mandatos estructurales de dominio y control sobre las mujeres”* (Carcedo, 2010: 13).

Por otro lado, es importante señalar que uno de los elementos más graves de la violencia contra la mujer es el femicidio, que es *“la muerte violenta de mujeres por razones de género, ya sea que tenga lugar dentro de la familia, unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal; en la comunidad, por parte de cualquier persona”* (Fiscalía General del Estado, 2016: 8). El Código Orgánico Integral Penal del Ecuador tipifica este delito de la siguiente manera: *“la persona que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, de muerte a una mujer por el hecho*

de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de la libertad de veintidós a veintiséis años” (2014, artículo 141).

Para tener una perspectiva sobre el alcance de los diferentes tipos de violencia contra la mujer es pertinente analizar a continuación las estadísticas sobre este fenómeno en Ecuador.

3.3 Datos estadísticos sobre la violencia contra la mujer

Los datos estadísticos nos otorgan un panorama general sobre el fenómeno de la violencia contra la mujer. Estos cuantifican las consecuencias reales de un fenómeno de alcance global. Además, la cantidad de información cuantitativa disponible sobre violencia contra la mujer ha crecido notablemente durante los últimos años brindando un mayor sustento a dichas cifras. Si bien es cierto que los datos de violencia contra la mujer varían de país en país, a nivel mundial la información estadística demuestra una alta prevalencia de este fenómeno, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo.

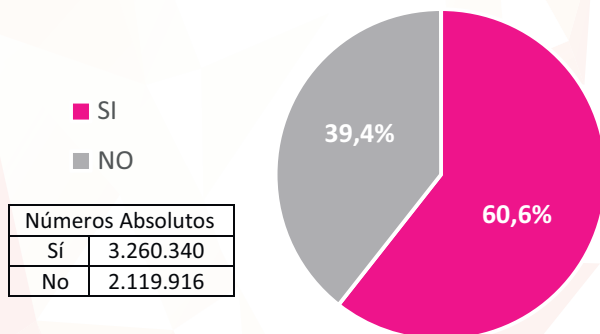
Numerosas investigaciones desarrolladas por organismos internacionales, por universidades, por instituciones de gobierno y por partidos políticos evidencian que las distintas formas de violencia contra las mujeres se manifiestan a escala mundial. Mujeres de todas las nacionalidades, niveles económicos, educativos y edades parecen compartir una experiencia que viene determinada por su condición de género: la discriminación y la violencia. No importa el país, entorno social, económico, cultural o político particular cuando de identificar los golpes, las humillaciones, el hostigamiento, el

abuso sexual y el control económico se trata: es un denominador común en la experiencia vivida de todas (Vega, 2010: 47).

Ecuador no constituye una realidad alejada de las tendencias mundiales sobre violencia contra la mujer, dado que este fenómeno se encuentra amplia e históricamente difundido en la sociedad:

En el Ecuador, la violencia contra la mujer y la familia, es un fenómeno que está inmerso en todas las familias ecuatorianas, el mismo que no ha respetado edad, condición social, condición económica, etnia, religión, etc., al igual las mujeres han sido violentadas en todas las esferas, violencia recibida generalmente por su pareja, ex pareja, cónyuge, novio, enamorado, conviviente, compañero sentimental o ajena a ésta (Villa, 2013: XVIII).

Gráfico Nro. 1: Mujeres que han vivido algún tipo de violencia de género a nivel nacional



Fuente: INEC “ Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, 2011

La Encuesta de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, realizada en el Ecuador en el 2011, muestra la magnitud y la persistencia de este problema. Así, se observa que “6 de cada 10 mujeres de 15 y más años (60,6%) declaran haber vivido una o más formas de violencia de género “física, psicológica, sexual o patrimonial”por parte de cualquier persona conocida o extraña, en los distintos ámbitos del quehacer social” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, et al. 2014: 32).

La encuesta mencionada muestra que la forma de violencia más frecuente es la psicológica, un 53,9% de mujeres de más de 15 años la han sufrido; a esta le sigue la violencia física con un 38%; la violencia sexual aparece con un 25,7%, es decir, 1 de cada 4 ecuatorianas han sido víctimas de este tipo de violencia; finalmente está la violencia patrimonial con un 17,7 % (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, et al. 2014). Estos datos confirman el amplio alcance de la violencia de género en nuestro país.

Gráfico Nro. 2: Porcentaje de mujeres que han sufrido violencia de género por parte de cualquier persona y en cualquier ámbito, según tipo de agresión

Tipo de Violencia	Mujeres Violentadas	% de mujeres violentadas
Psicológica	2.902.369	53.9%
Física	2.046.644	38.0%
Sexual	1.380.642	25.7%
Patrimonial	897.905	17.7%

Fuente: INEC “ Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, 2011

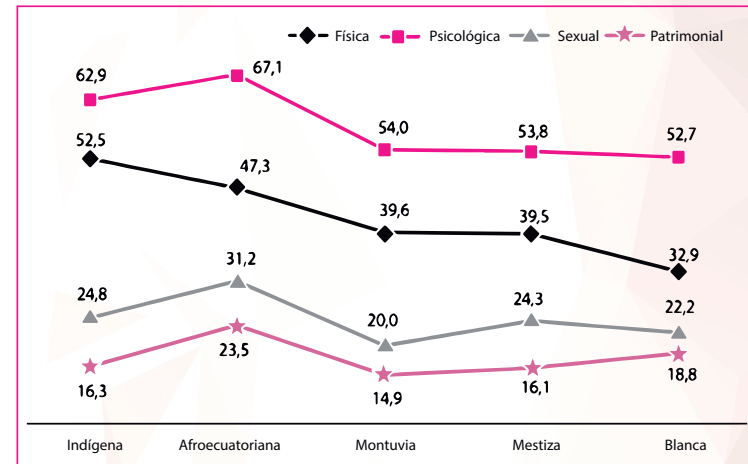
La violencia de género es múltiple, la encuesta de relaciones familiares y violencia de género revela que la variable étnica juega un importante papel en las estadísticas de violencia de género. Cuando se trata de violencia psicológica, las mujeres afroecuatorianas aparecen en la parte más alta (67,1%), seguidas por las mujeres indígenas (62,9%), en el extremo más bajo se ubican las mujeres blancas con el 52,7%, es decir, la distancia entre los dos extremos es de 15 puntos.

La violencia física es notoriamente mayor entre las mujeres indígenas (52,2%) y afrodescendientes (47,3%); en tanto, las mujeres blancas (32,9%) presentan una tasa menor en 20 puntos con respecto a las primeras.

En el caso de la violencia sexual, también, su incidencia es más elevada entre las mujeres afrodescendientes (31,2%), seguidas tanto por las indígenas como por las mestizas con tasas menores en 7 puntos; mientras la menor incidencia corresponde a las montubias (20%).

Finalmente, se observa que la violencia patrimonial es similar en todos los grupos, excepto en el caso de las mujeres afroecuatorianas que nuevamente presentan la más alta incidencia (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, et al. 2014). En el gráfico No. 3 se pueden observar los porcentajes de mujeres que han sufrido violencia de género de cualquier persona por etnicidad y tipo de agresión.

Gráfico Nro. 3:
Porcentaje de mujeres que han sufrido violencia de género de cualquier persona por etnicidad y tipo de agresión.



Fuente: INEC " Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, 2011

Con respecto a los perpetradores de la violencia en contra de las mujeres, la encuesta evidencia que del total de mujeres que han sufrido alguna de las formas de violencia de género por parte de cualquier persona en el entorno familiar, laboral, estudiantil o en otros espacios públicos, más de las tres cuartas partes de ellas (76%) señalan como responsables de las agresiones a sus esposos, enamorados, novios o convivientes; mostrando que es en el ámbito de la relación de pareja y/o familiar donde más se irrespetan los derechos de las mujeres a su integridad física, emocional y sexual

(Consejo Nacional para la Igualdad de Género, *et al.* 2014). Del total de mujeres que han vivido algún tipo de violencia de género, el 76% han sido violentadas por su pareja o ex parejas.

Es decir, los principales agresores en las diversas violencias de género son los hombres con quienes las mujeres violentadas mantienen o mantuvieron una relación sentimental. Así, en orden de magnitud, la violencia física impuesta por la pareja o expareja registra el más alto porcentaje (87,3%), seguida por la violencia psicológica o emocional (76,3%), la violencia patrimonial o económica (61%) y al final consta la violencia sexual (53,5%) (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, *et al.* 2014). Con respecto a esta última, se señala que *“es el tipo de agresión en la cual más intervienen otras personas; pues el 46,5% de la violencia sexual ha sido perpetrada por parientes, conocidos o extraños”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, *et al.* 2014: 35). Esta problemática se profundiza cuando el 90% de mujeres que han sufrido violencia con sus parejas, no se han separado de ellas.

Las cifras sobre la violencia contra las mujeres se vuelven más alarmantes al centrarse en el indicador de mujeres divorciadas, puesto que 9 de cada 10 mujeres en esta condición han vivido algún tipo de violencia de género. Finalmente, debemos mencionar que en Ecuador, la violencia contra las mujeres es la principal causa de muerte de mujeres entre 15 y 44 años, superando a las muertes por cáncer, los accidentes de tránsito y la malaria (Vallier, 2011: 57).

Según el reporte de la Unidad de Muertes Violentas de la Dirección Nacional de Delitos Contra la Vida, Muertes Violentas, Desapariciones, Extorsión y Secuestros (Dinased), en el 2018 existieron 59 casos de femicidio y, entre el 2014 al 2018, un total de 318. Lo que significa que cada tres días una mujer es violentamente asesinada por razones de género en Ecuador.

Estos datos no coinciden con el monitoreo realizado por la Red de Casas de Acogida, la Comisión Ecuménica de los Derechos Humanos (Cedhu), el Taller de Comunicación Mujer y la Fundación ALDEA, que reportan del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018, 88 mujeres asesinadas violentamente por el hecho de ser mujeres en el país¹⁷²; y cerca de 600 mujeres víctimas de la violencia machista desde el 2014. Esto indica que la cifra oficial únicamente reúne los femicidios reportados como tal. Es alarmante que en el 83% de los casos los feminicidas fueran sus parejas o exparejas.

De esta manera, se evidencia que la violencia de género es un indicador alarmante de la situación de las mujeres en el país, por lo que es fundamental continuar desarrollando y fortaleciendo las políticas públicas orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y la equidad de género.

172 El registro del 2018 del Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer (Cepam) muestra una cifra de 98 casos de femicidio en el país.

4. REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS HACIA LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4. REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS HACIA LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El presente capítulo tiene como objetivo analizar la participación y las representaciones de las mujeres en la publicidad y en los medios de comunicación social del Ecuador. Para cumplir con este fin, el documento se encuentra dividido en cinco partes: en la primera se estudia la propiedad, acceso y participación de la mujer en la industria de medios de comunicación del país a partir de los datos reportados en el Registro Público de Medios del 2017. En la segunda, se desarrolla una reflexión conceptual sobre los procesos de socialización y de las representaciones tanto sociales como mediáticas, así como del rol del periodismo y de los medios para garantizar una comunicación con enfoque de derechos. En la tercera parte se realiza una conceptualización de la publicidad y un estudio histórico sobre las representaciones y estereotipos de la mujer que fueron reproducidos en la publicidad ecuatoriana durante el siglo XX y comienzos del siglo XXI.

Posteriormente, se elabora un análisis alrededor de la imagen de las mujeres y de las representaciones mediáticas hacia este colectivo en contenidos de crónica roja, *reality show*, comedias de situación, contenidos de entretenimiento, de humor, contenidos informativos y de opinión, que fueron difundidos en medios de comunicación social del Ecuador en las últimas décadas. Finalmente, en la quinta parte, se exponen varias recomendaciones para desarrollar una publicidad y una comunicación que no discriminen por razones de género.

El postulado metodológico que orienta este análisis ha sido que todo contenido comunicacional debe ser interpretado en el marco del contexto sociocultural en el que fue difundido, puesto que los roles, las representaciones y los estereotipos de género son aprehendidos a través de un amplio y complejo proceso de socialización, de manera que se configuran como un reflejo de las relaciones de poder y de dominación previa e históricamente configuradas, que llegan a poner en posición de inferioridad a un colectivo y vulnerar sus derechos humanos. En este sentido, el capítulo que se desarrolla a continuación se complementa y enriquece con la información sobre representaciones de las mujeres que fueron mostradas tanto en el capítulo teórico como en el capítulo histórico.

4.1 Propiedad, acceso y participación de las mujeres en los medios de comunicación

En este apartado se estudiará la participación de las mujeres en la industria mediática, así como los obstáculos que deben atravesar para ascender a los niveles más altos de dirección o a posiciones que les permitan tener una mayor influencia en la definición de contenidos. Posteriormente, se analizará la situación actual de las mujeres en los medios de comunicación social ecuatorianos.

4.1.1 Participación de las mujeres en la Industria Mediática

De acuerdo con Byerly (2004; 2006) y Vega (2011; 2014; 2015), existe una relación directa entre la propiedad de los medios de comunicación, históricamente en manos de hombres, los cargos directivos y los contenidos. Para entender bien esta relación, la investigadora Aimée Vega establece la necesidad de identificar las intersecciones entre economía política de la comunicación y el feminismo.

La economía política de la comunicación busca explicar el crecimiento y expansión de la industria de la información y la comunicación a nivel global. Al enfocar el análisis en los procesos de propiedad y control de estas industrias, la economía política pone en evidencia la forma en que éstas determinan la producción cultural en la sociedad. Ya en la década de los setenta, los académicos de esta corriente determinaron que los medios son sobre todo organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías (Wasko, 2005: 28).

Al ser parte de la dinámica capitalista de libre mercado, la industria de la información y la comunicación tiende a dejar de lado aquellos contenidos menos atractivos para las audiencias y que, por tanto, menos réditos económicos producen, los cuales generalmente se enfocan en producción educativa o cultural en favor de aquellos de interés masivo. Por tanto, los contenidos que los medios producen y reproducen están sujetos a generar ganancias.

Sin embargo, desde la visión feminista este análisis de la economía política de comunicación resultaría limitado respecto de las repercusiones sociales del modelo actual de la industria cultural. Para esta corriente, *“la [economía política] ha ignorado la naturaleza genérica del capitalismo, invisibilizando la posición y situación de las mujeres en el sistema capitalista”* (Vega, 2014: 191), que, al privilegiar el análisis marxista del materialismo histórico, las corrientes dedicadas al estudio de la economía política como el Neomarxismo, la Teoría Crítica o la Teoría de los Sistemas Mundiales, basados en el análisis de la división del trabajo, de las clases sociales y la explotación, no considera la naturaleza patriarcal del sistema capitalista (Vega, 2014). De tal manera, al constituirse como una industria manejada mayoritariamente por hombres, la mujer desempeña un rol mínimo en la administración y la producción de la información y la comunicación.

En este sentido, la Economía Política Feminista señala que las estructuras del patriarcado y el capitalismo generan condiciones de desigualdad de género. En el ámbito de la comunicación, a parte de la forma en la que la industria representa al género femenino, las prácticas de consumo y las experiencias de las mujeres que se desenvuelven en el mundo de la comunicación son producto del capitalismo patriarcal, que exalta las formas masculinas de

organización y conocimiento (Byerly & Ross, 2006). Estos elementos limitan el derecho que las mujeres, como seres humanos, tienen de comunicarse y desarrollarse profesionalmente, replicando la injusticia y la discriminación presentes en otros ámbitos en los que se desenvuelven.

Acorde con estos referentes conceptuales, en la estructura organizacional de las industrias de la información y la comunicación, los estudios e investigaciones realizados a nivel mundial evidencian el predominio masculino tanto en los cargos directivos, como aquellos de producción. En el año 2001, el *Global Report on the Status of Women in the News Media*, elaborado por la International Women's Media Foundation (IWMF), reportó que a nivel global el 73% de los directores de la industria periodística son hombres frente al 27% de mujeres. Asimismo, en el área de producción periodística, dos tercios de los puestos son ocupados por hombres en cargos de reporteros y periodistas, frente al 36% de mujeres con los mismos puestos. En los Estados Unidos, las cifras muestran que las mujeres constituyen apenas el 24% de directoras de televisión y 20% de directoras de radio (Vega, 2014: 193). Adicionalmente, en este país solo el 5.8% de todos los canales de televisión y el 6% de las radios pertenecen a mujeres, los que históricamente han estado en manos de los hombres, pese a que las mujeres representan el 51% de la población.

Por otra parte, el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), correspondiente a 2015, indica que únicamente el 37% de las notas en los diarios y programas informativos en la televisión y la radio eran reportados por mujeres, lo que representaba que en 15 años, apenas se había presentado un incremento de un punto porcentual en su participación como reporteras y periodistas (GMMP, 2015). Sin embargo, durante estos

últimos 15 años, esta brecha se redujo en América Latina en 14 puntos, pasando del 27% en el 2000 al 41% en el 2015 (GMMP, 2015).

Estos estudios concuerdan en que las mujeres que logran acceder a la industria de la comunicación deben enfrentar múltiples barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo profesional. Estos obstáculos se adjudican a su condición de género, es decir, por el hecho de ser mujeres. La investigadora Aimée Vega destaca, entre estos obstáculos, los siguientes:

- La violencia verbal y acoso sexual perpetrado por los periodistas a sus colegas mujeres, o en contra de otras mujeres en posición inferior en la jerarquía del medio;
- La masculinización de las prácticas de trabajo, que obligan a las mujeres a asumir rutinas creadas por hombres, en términos de fuentes, temas u horarios;
- Desigualdad en el reconocimiento y remuneración económica que percibe una mujer frente a un hombre que realiza el mismo trabajo;
- El fenómeno llamado “techo de cristal”, por el que las mujeres, a pesar de alcanzar un progreso notable para colocarse en la industria, no alcanzan los puestos de dirección y decisión. Esta situación está asociada con la condición de mujeres como esposas o madres;
- Marginación de las mujeres de algunas áreas de trabajo, consideradas como “masculinas”, sobre todo en las áreas técnicas como operación, iluminación, musicalización, etc. (Vega, 2014).

Aunque estos resultados dan cuenta de la desigualdad en el acceso de las mujeres a los cargos tanto directivos como técnicos en

comparación con los hombres, esta diferencia se acentúa cuando se revisan los contenidos audiovisuales e impresos que los medios difunden, los cuales serán analizados en el acápite siguiente.

En este sentido, resulta evidente la relación entre el predominio de los hombres directivos de los medios y los temas y contenidos que se transmiten y/o publican en los medios, dado que, tanto la selección de los tópicos que se tratan en los medios de comunicación, como los contenidos que se difunden, privilegian los intereses masculinos sobre los femeninos, situación que persiste incluso en medios donde existe presencia femenina en cargos de toma de decisiones.

La ausencia o escasa presencia de mujeres en los cuerpos directivos, consejos de administración y otros órganos de gobierno, así como la poca injerencia de las mismas en la toma de decisiones al interior de los medios, ocasionarían una poca influencia directa en los contenidos mediáticos, de ahí que muchos de estos promuevan la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas (Vega, 2015). Por otra parte, esta ausencia se relaciona con el hecho de que las industrias mediáticas no consideran como principio *“garantizar la participación paritaria de las mujeres en todos los niveles, y en la persistencia de otras formas de desigualdad de género, como el techo de cristal y la inequidad salarial que sigue existiendo en algunos sectores de los medios”* (Vega, 2015: 3823).

En síntesis, se puede observar que la desigualdad hacia las mujeres existente en la industria de la información y la comunicación presenta tres aristas importantes y que están directamente relacionadas entre ellas: I) la concentración de la propiedad de los medios en manos de los hombres; II) los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para alcanzar el acceso a puestos gerenciales, directivos y de toma de

decisiones; y III) la representación de las mujeres en los contenidos de la programación y la marginalización de los temas de interés de las mujeres, que veremos más adelante. A continuación se mostrará cuál es la situación actual de las mujeres que trabajan en los medios de comunicación en Ecuador.

4.1.2 Situación actual del acceso de las mujeres a la propiedad de los medios y los cargos que ocupan

En su estudio sobre género y medios de comunicación, María Pessina encontró que quienes predominan en las facultades y carreras de comunicación social de las universidades ecuatorianas son mujeres. Según datos de 2013 del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación, Ceaaces, las mujeres representan el 56% de estudiantes en 9 universidades principales del país. En la Universidad Central, la segunda más grande del Ecuador, las mujeres inscritas en la carrera de Comunicación Social representan alrededor del 55% de los estudiantes de pre-grado y 46% de los de postgrado (Pessina, entrevista febrero 17 de 2017). Sin embargo, esta cifra no guarda relación con la realidad de las mujeres que trabajan en la industria de la comunicación ecuatoriana, donde apenas el 30% de todos quienes la conforman son mujeres (Pessina, entrevista febrero 17 de 2017).

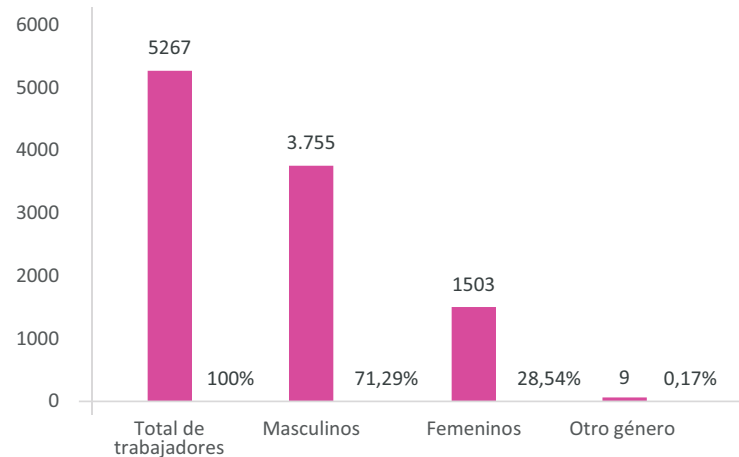
Adicionalmente, teniendo en cuenta los datos del Registro Público de Medios, RPM¹⁷³, hasta octubre de 2017, de los 5.267 trabajadores

173 Con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013, el Ecuador cuenta con el Registro Público de Medios (RPM), un catastro tanto de medios audiovisuales como impresos que cada año se actualiza, proporcionando una valiosa información sobre la realidad de los medios en el país. Uno de los requisitos para que un medio pueda registrarse, es presentar la información laboral concerniente a número de personas que trabajan en el medio, sus cargos, títulos

registrados, 3.755 se auto definen como masculinos, cifras que corresponden al 71,29% de toda la fuerza laboral de los medios de comunicación social, mientras que el número de personas que se auto definen de género femenino, que trabajan en medios es de 1503, lo que representa el 28,54% de la fuerza laboral de los medios, los trabajadores que se autodefinen en otro género (9 personas) representan el 0,17%. (CORDICOM-RPM, 2017).

Gráfico Nro. 4

Distribución de trabajadores por género en medios de comunicación social en Ecuador



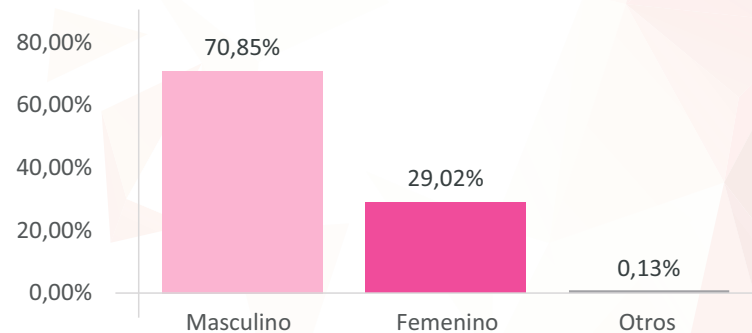
Fuente: Registro Público de Medios “Dirección de Investigación y Análisis”, CORDICOM, 2017

académicos, género y su autodefinición étnica. Para efectos de esta investigación, la información laboral nos permitirá tener una radiografía más precisa de la situación de las mujeres en los medios de comunicación ecuatorianos.

Por otra parte, los datos del RPM 2017 muestran que existen 772 personas responsables de la alta gerencia de los medios, que incluye propietarios, presidentes, gerentes generales y, en general, todas las máximas autoridades de los medios. De este total, el 70,85% se autodefinen como masculinos (547), mientras que el 29,02% (224) se autodefinen como femeninas. Únicamente una persona se autodefinen en otro género (0.13%), como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Gráfico Nro. 5

Participación por género en la alta gerencia de los medios de comunicación Ecuatorianos



Fuente: Registro Público de Medios “Dirección de Investigación y Análisis”, CORDICOM, 2017

Estos datos muestran que existe en proporción un mayor número de mujeres trabajando dentro de los medios de comunicación en puestos relacionados con las áreas de producción, contenidos, técnicos, etc. (30%), que mujeres asumiendo cargos de alta responsabilidad

y toma de decisiones (24%). Sin embargo, la cifra es bastante baja al compararla con la de los hombres, mismos que alcanzan el 70% de cargos de producción, contenidos, técnicos, etc., dentro de los medios; y el 76% de la propiedad de los mismos, lo que confirma que en Ecuador todavía la desigualdad laboral en el sector de la comunicación es una realidad que debe irse modificando.

Adicionalmente, la investigadora María Pessina señala otro dato que llama la atención: pese a que existe una mayor presencia de mujeres en los últimos años en televisión, quienes participan son mujeres jóvenes entre 25 a 35 años, mientras que los hombres tienen edades entre los 30 a los 65 años, lo que según la investigadora tiene como base el imaginario que considera que los hombres mientras más adultos y maduros tienen mayor experiencia y conocimiento; en cambio, la figura femenina es utilizada para *“recrear una imagen de fresca, de elegancia, de un estereotipo específico”*. En este sentido, son pocas las mujeres con mayor edad para las que cuenta su trayectoria y credibilidad, las que también representan una clase social, una cultura y un tipo de mujer determinado¹⁷⁴ (Pessina, entrevista febrero 17 de 2017).

Respecto al rol que juegan las mujeres que trabajan en los medios a la hora de incidir en la opinión pública, María Pessina encuentra que *“en los espacios de mayor rating en radio, las mujeres y reporteras*

174 Esta idea se ve reforzada en los datos proporcionados por el GMMP Ecuador, que revelan que en los canales de televisión, en el rango de edad de reporteros y periodistas entre 19 y 24 años, el 18% son mujeres y el 0% hombres; de 35 a 49 el 71% son mujeres y 85% hombres; de 50 a 64 años 12% son mujeres y de 65 años en adelante solo se registra el 15% de hombres (GMMP Ecuador, 2015). Esto refleja que la participación de las mujeres en los medios estaría supeditada directamente a su edad, a diferencia de los hombres, quienes sin figuras en los diferentes medios sin importar su edad y consecuente apariencia física, lo que agudiza las brechas de género.

*representan un 17%, en televisión aumenta a un 40%, además el 18% de los editorialistas en medios impresos son mujeres”*¹⁷⁵. Adicionalmente, la experta afirma que *“las mujeres que están insertas en los medios trabajan [principalmente] en temas relacionados con el ámbito doméstico y social, al igual que las mujeres que aparecen como parte de la información en los corpus informativos”* (Pessina, entrevista febrero de 2017).

De acuerdo con los datos publicados por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), en 2015 para Ecuador¹⁷⁶, la presencia global de las mujeres en radio, prensa y televisión representa el 26%, mientras que en medios digitales (Internet y Twitter) es del 16% (GMMP Ecuador, 2015). Al desagregar estos datos, las mujeres reporteras en prensa representan el 29%, frente al 79% de hombres; en radio el 23% son reporteras, mientras que el 77% son hombres; y en televisión el porcentaje de reporteras corresponde al 24%, contrastando con el 76% de reporteros (GMMP Ecuador, 2015). Adicionalmente este reporte señala que:

Si comparamos con la cantidad de hombres sujetos de la noticia en cada área de trabajo, se obtiene que la cantidad de mujeres es inferior en la mayoría de ámbitos analizados, en áreas como gobierno/políticos/ministras solamente representan el 28% y como abogadas/jueces/magistradas el 27%. Las mujeres aumentan su presencia en ámbitos como:

175 Su estudio se basó en tres periódicos nacionales, cuatro radios y cuatro canales de televisión.

176 Las investigaciones fueron realizadas por el Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay “GAMMA para el GMMP. Se monitorearon un total de 795 notas (307 prensa escrita, 112 radio, 131 televisión, 73 noticias de internet y 172 Twitter) en 22 medios entre periódicos (9), radios (5), canales de televisión (6), noticieros de Internet (2) y cuentas de medios en Twitter (11) (GMMP Ecuador, 2015).

comerciantes/artesanas 39%, celebridades/actrices/artistas 33%, periodistas/profesional de medios 29%. No obstante, en otras áreas el porcentaje es aún menor, así como activistas/sindicatos/ONG 13%, agricultura/minería/pesca 17% y el 11% como académicas/expertas/docentes. En las únicas áreas en que el porcentaje de mujeres es representativo, es en noticias relacionadas con estudiantes/alumnos 100%, amas de casa 80% y como deportistas/atletas 75% (GMMP Ecuador, 2015: 10).

Finalmente, aunque el Ecuador ha dado importantes avances en materia de equidad de género, hay todavía mucho por hacer desde el ámbito de la comunicación; es fundamental fomentar su participación en puestos decisorios desde los que puedan influir en nuevas formas de hacer comunicación que no discriminen y promuevan la inclusión, cambiando la manera en que las mujeres son representadas como consecuencia de un sistema en el que prima el capital. En este sentido, el Proyecto de Monitoreo Global de Medios Ecuador concluye que:

La discriminación y exclusión de las mujeres en los medios de comunicación continúa siendo muy fuerte y marcada, después de cuatro Monitoreos Mundiales de Medios de Comunicación, se constata que los avances son lentos y por lo tanto el trabajo se debe reforzar; en general, la presencia de las mujeres en los medios es débil y cuando figuran lo hacen de manera estereotipada, es decir cumpliendo roles de género asignados socialmente, relacionándola directamente con el ámbito doméstico; en muchas ocasiones, no siendo presentadas de manera independiente y autónoma sino por el contrario en función de su relación familiar como esposa, hija, madre, etc.; finalmente la no aparición de las mujeres en los medios da cuenta aún de su invisibilización en la sociedad así

como de su aporte para el desarrollo global (GMMP Ecuador, 2015: 20-21).

Es necesario avanzar en la igualdad de oportunidades de desarrollo profesional, tomando en cuenta que más allá de rostros jóvenes que atraen a los consumidores de los medios, las mujeres también poseen experiencia y conocimiento en áreas que tradicionalmente han sido asignadas a los hombres.

4.2 Comunicación mediática, socialización y representaciones sociales

La comunicación mediática posee la capacidad de transmitir mensajes a miles o millones de personas por su amplio alcance, lo que produce una enorme expansión de los flujos de información, en cuanto las personas tienen cada vez más acceso a materiales informativos y simbólicos que pueden ser transmitidos por distintos medios, provocando una reordenación de las pautas de interacción humana (Thompson, 2010).

Debido a estas características, los medios de comunicación, junto con instituciones como la familia, la escuela, los grupo de iguales, la Iglesia, el Estado, entre otras, funcionan como agentes socializadores que aportan una gran parte de la información con la que construimos nuestra imagen de la realidad, de acuerdo a la que desplegamos nuestros comportamientos, así como valores, normas, modelos, símbolos, etc., que son base de los procesos de construcción de la personalidad (Murano, 1997).

En este sentido, es esencial tener en cuenta que la socialización es el proceso mediante el cual las personas aprenden e interiorizan, en

el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integran a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y se adaptan así al entorno social en cuyo seno deben vivir, constituyendo las maneras de obrar, de pensar y de sentir del entorno en el que han de vivir¹⁷⁷ (Rocher, 1980: 133-134).

Al ser los medios de comunicación “*capaces de transmitir información de forma simultánea e impersonal a un gran número de individuos*” (Macionis & Plummer, 1999: 143), y al tener la capacidad de emitir “*mensajes informativos y juicios de valor, concepciones del mundo y actitudes específicas*” (Gutiérrez, 2005:18), son considerados base de procesos complejos de socialización, aprendizaje y educación.

Los medios son ventanas a través de las cuales mira y se mira una sociedad. Tienen un lugar central en la construcción de prácticas y representaciones sociales. Son formadores de opinión y agentes de socialización. Las interpretaciones que aportan sobre hechos, temas y personas influyen y moldean nuestra conducta personal y social (Lippmann, 1992, citado en Conapred, 2011: 9).

Entonces, debido a que los medios de comunicación poseen una relevante capacidad para difundir masivamente pautas culturales

177 El proceso de socialización “*consiste en la interiorización de los símbolos, valores, normas, etc., de la cultura a la que el individuo pertenece, lo que le permite no solo desarrollarse como un ser humano, sino también hacerse socialmente competente. (...) Este proceso de transmisión cultural muestra el poder de la sociedad sobre las personas, sobre su forma de pensar, de sentir y de actuar*” (Macionis & Plummer, 1999: 152-153), lo cual no niega la capacidad de agencia de los individuos, por el contrario ambos elementos son componentes fundamentales de la vida cotidiana (Macionis & Plummer, 1999; Bourdieu & Wacquant, 2005).

imperantes en la sociedad, una de sus principales incidencias es la naturalización de las representaciones que por medio de ellos se difunden (Gutiérrez, 2005). Como, por ejemplo “*a través de los héroes que realizan proezas en televisión se puede transmitir a niños pequeños valores como el gusto por el esfuerzo, el sentido de la igualdad, el patriotismo, la honradez, etc.*” (Sander, 1986 en Brée, 1995: 146). Es decir, las concepciones o percepciones sobre el mundo, valores, ideas, praxis, normas y formas de vida pueden adquirirse o reforzarse a partir de representaciones difundidas en medios de comunicación¹⁷⁸.

Así, por una parte, los medios de comunicación aportan conocimiento respecto a diversos aspectos del mundo, y presentan contenidos que pueden ser usados con el propósito manifiesto de provocar aprendizajes y facilitar la educación; y, por otra parte, “*también pueden dar información incorrecta sobre actitudes y valores, de tal manera que refuerce los estereotipos negativos frente a algún sector social, cultural o racial*” (Brée, 1995: 56).

Es fundamental referirse, entonces, al potencial poder comunicativo y socializador de los medios de comunicación, y resaltar su papel esencial en la difusión de percepciones, imágenes y representaciones sobre individuos o colectivos, dado que, tanto los periodistas como los medios masivos, no sólo reflejan la realidad sino que también contribuyen a su construcción social.

178 De acuerdo con Joel Brée, “*una investigación experimental comprobó cómo niños que estaban al contacto con publicidad en la que se veía a una mujer juez o especialista en informática eran más proclives que los demás a aceptar que esa profesión podía también ser desempeñada con éxito por la población femenina*” (1995: 150). Asimismo, “*ver incesantemente publicidad en la que el retrato tradicional de los papeles sexuales se presenta constantemente puede llevar al desarrollo de concepciones estereotipadas de la sexualidad*” (1995: 148).

Junto con otros poderosos grupos e instituciones de élite, tales como los políticos, los dirigentes empresariales, los profesionales y los profesores, los medios de comunicación ejercen “a veces indirectamente una gran influencia sobre la vida de gran parte de las personas de la sociedad (...). El poder de los medios de comunicación es fundamentalmente discursivo y simbólico. El discurso mediático es la fuente principal del conocimiento, las actitudes y la ideología de las personas, tanto de las élites como de los ciudadanos de a pie (Van Dijk, 2005: 37).

Es importante tener en cuenta que los medios de comunicación no son “la única fuente de adquisición de estereotipos sociales”¹⁷⁹, existen otros agentes socializadores y otros factores que inciden como “la habilidad mental, los grupos sociales, la edad, el sexo, las necesidades y la personalidad” (Vilches, 1993: 163). Asimismo, se debe tomar en cuenta que gran parte del imaginario social se ha construido con base en representaciones que “por haber sido aprendidas desde temprana edad suelen mostrarse como algo natural” (Valencia, 2001: 8). También existe “la posibilidad de cuestionar las categorías y los estereotipos con los que a diario percibimos la vastedad del mundo exterior y la forma como los seres humanos nos relacionamos entre sí” (Valencia, 2001: 8).

Estos imaginarios y representaciones que se expresan en el lenguaje cotidiano trascienden a los medios de comunicación, que recogen y utilizan este lenguaje en sus contenidos. El mismo que, “contribuye y refuerza nuestra apreciación de las relaciones sociales a nivel

179 “Por el modo en que los niños van a aprehender los programas televisados, parece que no van a hacer otra cosa que imitar a sus padres en sus actitudes y sus comportamientos y desarrollar hábitos parecidos”. Además, “los juguetes ocupan un lugar importante en este fenómeno, por lo que el papel de los padres es importante en el aprendizaje de la televisión, y les corresponde a ellos hacer nacer en sus hijos una mirada crítica” (Brée, 1995:150).

individual¹⁸⁰ o a nivel social, cuando a través de la enseñanza de ese lenguaje¹⁸¹ reproducimos estereotipos y jerarquías” (Isaías, 2005: 40).

Al respecto, Norman Fairclough señala que si las representaciones que emergen de los modelos mentales de los participantes, consienten o se muestran funcionales a las relaciones de poder del ámbito macro, sus discursos serán constitutivos de lo social de manera reproductiva. Pero si los modelos contextuales discrepan y se muestran contrarios a tales relaciones de poder, los discursos serán constitutivos de manera creativa y socialmente transformadora¹⁸² (Fairclough, 2008).

Una vez mencionado el papel de los medios de comunicación como agentes socializadores, es pertinente reflexionar sobre su rol social, teniendo en cuenta que se han generado contenidos mediáticos en los que personas o colectivos sociales no se han visto adecuadamente representados, generándose casos en los que su imagen en los medios de comunicación ha sido distorsionada o históricamente invisibilizada. En este sentido no debemos olvidar que:

El periodismo y los medios de comunicación son un reflejo de la cultura social y también reproducen prejuicios, estereotipos y estigmas. Por eso es tan importante que participen en la promoción de la igualdad y el combate hacia todas las

180 “Cuando nos vuelve ‘naturales’ las divisiones injustas entre las personas” (Isaías, 2005:40).

181 En general, se puede clasificar el lenguaje discriminatorio de tres formas: a) la discriminación léxica, debida a la elección de ciertos términos; b) la discriminación sintáctica, basada en la forma en que construimos ciertas oraciones, y c) la discriminación retórica, por el empleo, a través de diversas estrategias para persuadir de manera indirecta sobre la inferioridad de ciertos grupos (Isaías, 2005:29).

182 Por otro lado, corresponde a la familia hacer de mediadora para moderar los efectos de la socialización, caso contrario habrá fallado en su misión (Brée, 1995: 222)

formas de discriminación, violencia, machismo, misoginia y homofobia, situaciones absolutamente inaceptables, que a menudo se asumen como circunstancias que inevitablemente vivimos en el país. Los medios pueden ser un motor de cambios culturales, no sólo difundiendo o visibilizando los efectos de la discriminación, sino también teniendo mucho cuidado en la forma y en el manejo de la información (Conapred, 2011: 11).

Transmitir contenidos mediáticos sin un enfoque de derechos, representando a las personas o los grupos sociales con base en generalizaciones o prejuicio y no a partir de conocimientos o investigaciones profundas, responde a visiones hegemónicas que reproducen y representan a personas o colectivos de forma negativa, pudiendo con ello afectar sus derechos humanos¹⁸³.

En este contexto, la presente investigación busca determinar y analizar las diferentes representaciones que se han realizado de las mujeres en los contenidos de los medios de comunicación social del Ecuador, con el objetivo de conocer y visibilizar la situación simbólica existente, así como los logros alcanzados y que se han ido institucionalizando tanto a través del tiempo como de la lucha

183 Por ejemplo, de acuerdo con la investigación “Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación”, en Ecuador “han sufrido especial afectación mediática negativa los pueblos y nacionalidades, los indígenas, los afrodescendientes, los montubios, las mujeres (utilizadas y cosificadas permanentemente en la publicidad en los medios), los jóvenes y adolescentes (considerados incapaces cuando no delincuentes, violentos, inmorales y peligrosos), las personas con discapacidad y los adultos mayores son escondidos, invisibilizados, incluso despreciados: cuando no se les estigmatiza como inútiles se los expone como víctimas y cargas sociales. Las personas con opciones sexuales diversas son satanizadas, declaradas inmorales, objetos de burla y extremadamente peligrosas. En la propaganda, las niñas y niños son usados para conseguir adeptos. En la publicidad son manipulados hacia el consumo indiscriminado” (MIES, 2014:12).

feminista, con el objetivo de ser un instrumento de sensibilización para todas y todos los ciudadanos.

4.3 Recorrido histórico sobre las representaciones y estereotipos de la mujer en la publicidad ecuatoriana

En esta sección se presenta una introducción sobre la comunicación publicitaria, sus características básicas y conceptualización desde diferentes vertientes teóricas. Se expone, además, la relación entre discriminación y publicidad, acompañada de un análisis sobre los elementos que configuran este tipo de mensaje. En la segunda parte del análisis, se desarrolla un estudio diacrónico, de corte teórico y empírico, sobre las representaciones de la mujer en la publicidad ecuatoriana desde comienzos del siglo XX hasta la actualidad, elaborado mediante la revisión, análisis y sistematización de investigaciones académicas y de bibliografía especializada que contribuyen a generar una mirada histórica del proceso de representación de la mujer en nuestra sociedad y en los medios de comunicación. Finalmente, se analizan las principales características de la publicidad que no discrimina por razones de sexo.

4.3.1 Introducción

La publicidad está inmersa en el entorno social y cultural donde nos desenvolvemos y su comprensión requiere tomar en cuenta los cambios que ocurren en el contexto tecnológico, comercial, social y político en los que se desarrolla (Alvarado, 2010: 83). Su estrecha vinculación con los medios de comunicación se explica porque éstos últimos actúan como vehículos, funcionan como soportes de difusión con gran alcance de llegada, forman parte del entorno social externo

en el que se desenvuelven actividades, empresas y organismos participantes del proceso de comunicación publicitario, es decir, son instituciones que afectan y se ven afectadas por la publicidad, a la vez que generan interrelación entre el sistema publicitario y el entorno social (Alvarado, 2010: 64).

La publicidad tuvo sus orígenes a inicios del siglo XIX con la Revolución Industrial, momento en el que se empezaron a usar medios masivos y directos para publicitar (Pellicer, 2011). En el ámbito académico, la publicidad fue definida, inicialmente, como *“cualquier forma pagada o impersonal de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”* (Kotler y Armstrong, 2012: 408). En la actualidad, se reconoce la utilización de la publicidad más allá del campo comercial¹⁸⁴, como en los casos de publicidad institucional¹⁸⁵, política¹⁸⁶ o social¹⁸⁷, de manera que se

184 La publicidad comercial es una forma de comunicación persuasiva con el objetivo de cambiar las creencias, actitudes y conductas de los públicos, para conseguir la compra, contratación o consumo de los productos o servicios anunciados. (García & Lema, 2008: 8).

185 La publicidad institucional o de orientación al ciudadano hace referencia a mensajes persuasivos transmitidos a través de los medios de comunicación y emitidos generalmente por las instituciones públicas y los órganos de las diferentes administraciones del Estado, con el objetivo de difundir mensajes de servicio a los ciudadanos (García & Lema, 2008: 11).

186 La publicidad política es una comunicación persuasiva de carácter ideológico que generalmente se desarrolla durante períodos de campañas electorales. Son mensajes emitidos por las organizaciones políticas, transmitidos a través de los medios de comunicación, y dirigidos a los electores para provocar en ellos una conducta de voto favorable (García & Lema, 2008: 12).

187 El componente principal de la publicidad social son los productos vinculados con la mejora de los individuos y de las sociedades, su finalidad prioritaria se orienta a contribuir a este propósito. De acuerdo con María Cruz Alvarado, se entenderá por publicidad social *“la comunicación publicitaria, es decir, la actividad comunicativa de carácter persuasivo, pagada, intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés*

la ha concebido como *“una herramienta comunicacional de enorme trascendencia social, uno de los elementos básicos que contribuye a la creación de la cultura en la nueva sociedad de la comunicación”* (Alvarado, 2010), y, en este contexto, se ha definido como:

Una actividad de comunicación pagada, intencional e interesada, que sirve a causas de carácter comercial, político o social, y que ocupa un papel primordial en el espacio público actual, reproduciendo la sociedad de la que parte, representando el contexto en el que se desenvuelve y contribuyendo a la creación de consenso social (Alvarado, 2010: 51).

De acuerdo con María Mercedes Galán y María Isabel Sánchez, *“el fin genérico de la publicidad, con independencia de la entidad que la realice (pública o privada, lucrativa o no lucrativa), es el de conseguir que el público al que va destinada responda favorablemente al contenido del mensaje, se venda un determinado producto o se cambie un comportamiento”* (Galán & Sanchez, 2005: 790). Por otra parte, Philip Kotler y Gary Armstrong plantean que según los objetivos de la publicidad, ésta puede ser:

Publicidad informativa que se utiliza cuando se introduce una nueva categoría de producto con el fin de crear una demanda primaria, por ejemplo a través de la transmisión de datos sobre la calidad de la imagen y beneficios del producto. Por su parte, la *publicidad*

social. Por lo tanto, la *publicidad social* se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social” (2005: 266). Por su parte, el marketing social se ha definido como *“la aplicación sistemática de los conceptos de marketing para alcanzar un determinado bienestar (más que un beneficio comercial), y comportamientos específicos claramente definidos y acotados en un sector de la población”* (Sorribas & Sabate, 2006).

de recordación suele usarse para los productos “maduros” ya que ayuda a mantener a los consumidores pensando en éstos; sirve para establecer y mantener las relaciones entre la marca y los clientes, por ejemplo, a través de estrategias que buscan modificar las ideas o sentimientos de los consumidores respecto a la marca. Finalmente, la *publicidad persuasiva* se dirige a crear preferencia en la marca (persuadir a los clientes a comprar ahora), fomentar el cambio hacia la propia marca (persuadirlos de recibir una visita de ventas) o cambiar la percepción acerca del valor del producto (convencerlos para que hablen con otras personas acerca de la marca).

Para cumplir con estos objetivos, las estrategias publicitarias apelan a lo racional, por ejemplo, cuando informan sobre las características del producto, pero también a lo emocional¹⁸⁸, puesto que se trata de influir en las actitudes, estimular apetencias, crear necesidades bajo la promesa de que el producto las logrará satisfacer (Instituto Vasco de la Mujer, 2013). En este contexto, los estudios especializados señalan que *“en la publicidad contemporánea tiene más peso lo persuasivo que lo informativo, la sugestión emocional que el raciocinio”* (Ferraz, 1993: 11), de manera que se elabora la imagen de marca del producto a partir de valoraciones sociales y emocionales.

Esa persuasión emocional ha ido ganando peso en la comunicación publicitaria, de forma que los anuncios asocian a los productos valores positivos (libertad, juventud, rebeldía) con los que se transmite que éstos satisfarán sus aspiraciones

188 La publicidad emocional *“entendida como la persuasión dirigida a los sentimientos del público, se centra ante todo en cubrir deseos y anhelos profundos de manera real o simbólica (...) es una forma publicitaria al servicio de las marcas para lograr una vinculación afectiva con el consumidor”* (López, 2007: 32).

e impulsos emocionales. Es decir, para incitar al consumo, la publicidad intenta que soñemos con ciertos estilos de vida y que deseemos los productos que se anuncian. Pero, ese proceso, también contiene un efecto didáctico: en la publicidad encontramos modelos de referencia que influyen en nuestro imaginario colectivo. No sólo se trata de valores, sino que también percibimos cómo actúan, se expresan, gesticulan, etc. los hombres y mujeres que protagonizan sus anuncios, transmitiendo qué modelos son atractivos y cuáles no, qué actitudes son sinónimo de éxito social y cuáles no (Instituto Vasco de la Mujer, 2013: 36).

Estas valoraciones sociales y emocionales agregadas a los productos a través de la publicidad han sido analizadas por el investigador Antonio Caro por medio del concepto *semicapitalismo*¹⁸⁹, con el que indica que ahora se usa la marca ya no sólo para significar productos sino como producción semiótica (como signo o ícono), capaz de dotar al producto de una diferenciación, no basada ahora en sus características o cualidades materiales, sino obtenida como resultado de un trabajo semiótico.

Surge de este modo, junto a la producción material que es inherente a cualquier sistema productivo, una producción semiótica que en las condiciones del capitalismo de consumo, constituye la verdadera producción (pues es en ella donde

189 Para Antonio Caro el semicapitalismo o capitalismo del signo/mercancía es *“un nuevo género de capitalismo cuyo centro lo ocupa la producción semiótica cuyo objeto es la marca “ con el consiguiente desplazamiento de la producción material cuyo objeto es el producto “ y cuya principal fuente de valorización ya no es el excedente de valor que generan los trabajadores en el seno del proceso productivo, sino la expropiación que lleva a cabo el capital en prácticamente cada acto de consumo cuando el valor de cada transacción, especialmente en el ámbito de los mercados de productos de gran consumo, se ve inflado por la significación imaginaria construida en torno a la marca”* (Caro, 2014: 3).

proviene el valor producido). La producción está centrada en la marca y no en el producto, y cuyo objetivo es dotar al producto de una significación imaginaria (puesto que no proviene de la materia del producto y no es verificable más allá de su percepción como marca) basada en la significación de la marca (y por ello distanciada del valor de uso del producto), mediante la cual se intenta construir una imagen de la misma que promueva la adhesión emocional del consumidor, con independencia (relativa) de los valores materiales atribuibles al producto que está en su base¹⁹⁰ (Caro, 2008: 9-10)

Desde esta perspectiva, la publicidad y la marca funcionan como instrumentos semióticos de simulación, en donde el lugar central del proceso productivo ya no está dado por la producción material destinada a dotar de valor de uso al producto, sino a la significación que adquiere tal producto y a las expectativas de consumo generadas en favor de determinado signo/ marca (Caro, 2001). Es así como:

La marca nos indica en las condiciones actuales a nosotros, los consumidores, que cuando creemos estar eligiendo un producto en función de nuestras necesidades, en realidad lo que estamos haciendo es adherirnos a la significación construida con relación a la marca que marca al producto y que ha terminado por ocupar su lugar. No compramos, con arreglo a la lógica

190 En este mismo sentido, Antonio Caro señala que la actual “globalización capitalista constituye un fenómeno de institución imaginaria de la sociedad, mediante la cual el imaginario capitalista está impregnando el modo de entender la realidad y de ejercer la cohesión social de todos los habitantes del planeta. Y ello, desde el momento que la producción capitalista hoy vigente se ha dotado de un componente imaginario que, en paralelo a su funcionamiento estrictamente económico, ejerce en la práctica la función ideológica que antes correspondía a instancias directamente supraestructurales como la religión, la familia, las instituciones estatales, la política, etc.” (Caro, 2008: 3).

del sistema, unas zapatillas Nike con objeto de practicar el deporte al que en principio están destinadas. Compramos tales zapatillas para significarnos ante los demás en la medida que participamos del imaginario que Nike ha construido en torno a su marca y con objeto de experimentarnos a nosotros mismos como personas deportistas, proclamando ante quien quiera observarnos el hecho de estar *à la page*, de ser modernos, agresivos, espontáneos. Y así, en virtud de esta expropiación, la marca ha ocupado por completo el lugar del producto (Caro, 2014: 2).

Adicionalmente, es importante tener en cuenta que la publicidad se encuentra inmersa dentro de las industrias culturales y mantiene “*relaciones intertextuales con otros discursos canalizados a través de medios de comunicación, con los que están familiarizados los receptores, lo que facilita el descifrado e interpretación de los mensajes. Para mejor conectar con el público, los publicitarios recrean o adaptan muchos elementos de la cultura de masas; es decir, tienen en cuenta unos saberes compartidos por los potenciales destinatarios de sus mensajes*” (Ferraz, 2008: 41). De hecho, la lógica de la sociedad de consumo en la cual está inmersa la publicidad amerita definir su funcionamiento como forma lingüística que se traduce en un “*proceso de significación y de comunicación, basado en un código en el cual se inscriben y adquieren sentido las prácticas de consumo. El consumo es, en este caso, un sistema de intercambio y el equivalente de un lenguaje*” (Baudrillard, 2009: 55).

En este contexto, Antonio Ferraz explica que la publicidad es un fenómeno complejo que requiere un enfoque múltiple para su interpretación, por eso la define, en primer lugar, en el marco de una sociedad tecnificada con capacidad de producir y consumir bienes,

una *sociedad de consumo*, producto de profundas transformaciones socioeconómicas, que le da el carácter de institución social¹⁹¹.

En segundo lugar, la define como una técnica comercial, que forma parte del *marketing* pero que se diferencia de otras técnicas comerciales por la difusión de sus mensajes a través de los medios de comunicación social. Este hecho, a su vez, permite que sea parte constitutiva de la industria cultural. Además, los medios publicitarios contribuyen a la denominada *cultura de masas* cuando llegan a un público muy amplio, heterogéneo y disperso, pretendiendo cierta nivelación homogeneizadora, de suerte que en la *“mentalidad del hombre contemporáneo también se integran los estereotipos o imágenes de marca promovidos por la publicidad”* (Ferraz, 1993: 10).

En tercer lugar, manifiesta que la publicidad puede ejercer una función social e ideológica, puesto que *“no solo difunde sino que también conforma los valores sociales de la ideología y ‘mitología’ de nuestro tiempo”* (Ferraz, 1993), en ella intervienen la creatividad e investigación para hacer más persuasivos los mensajes, es guiada por un carácter pragmático ya que está orientada a influir en la conducta

191 Sobre esta base, Jean Baudrillard explica que en la *sociedad de consumo*, las necesidades y aspiraciones están activadas por cierta exigencia de estatus y de diferenciación social, donde *“las necesidades y las aspiraciones, activadas por la diferenciación social y la exigencia de estatus, siempre tienden a ir un poco más rápido que los bienes disponibles o las oportunidades objetivas”* (Baudrillard, 2009:60). Señala además que el valor estratégico bajo el cual funciona la publicidad se da en virtud de una relación referencial y diferencial debido a que precisamente busca llegar a cada individuo en función de los demás, de manera que *“la publicidad nunca se dirige al hombre solo, lo aborda en su relación diferencial y, aun cuando parezca dirigirse a sus motivaciones <<profundas>>, lo hace siempre de manera espectacular, es decir que siempre convoca al prójimo, al grupo, a la sociedad en su conjunto jerarquizada en el proceso de lectura y de interpretación, en el proceso de hacerse valer que instaura”* (Baudrillard, 2009: 61).

de los receptores y funciona también como un sistema de creación de signos sociales y de difusión de valores.

Finalmente y en síntesis, puede identificarse que la publicidad es una actividad comunicativa pagada¹⁹², en donde una serie de sujetos se interrelacionan entre sí con intenciones y objetivos específicos; es un constructo cargado de signos, significaciones y sentidos; transmite ideas sobre bienes, productos y servicios; constituye un elemento clave en la configuración de creencias y valores puesto que representa y forma parte del entorno en donde nos desenvolvemos, a la vez que reproduce parte de la sociedad de donde emerge; se trata de una actividad mediadora, con gran protagonismo social debido al accionar de los medios de comunicación. En la actualidad, la publicidad no es sólo comercial, sino que también se ha desarrollado la publicidad institucional, política y social.

Por otra parte, en algunas ocasiones a través de la publicidad se ha reproducido, consciente o inconscientemente, estereotipos, prejuicios o estigmas hacia determinados colectivos que podrían llegar a menoscabar o anular sus derechos, razón por la cual diferentes cuerpos legales han *“establecido explícitamente que aquella publicidad que promueva algún tipo de discriminación, incluida la realizada por sexo, es considerada publicidad ilícita y, por tanto, es denunciante tanto por las personas que se sientan afectadas por la misma como por los organismos que defienden los derechos de las personas y de colectivos discriminados”* (Instituto Vasco de la Mujer, 2013: 45).

192 Es importante tomar en cuenta que la publicidad se encuentra circunscrita en una sociedad de consumo en la que se intercambian, no solo los productos sino también ideales y un constructo simbólico elaborado alrededor de éstos. Adicionalmente, que en la actualidad, la publicidad comercial es una de las más extendidas a nivel global.

En Ecuador, el artículo 19 de la Constitución de la República *“prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos”* (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Esta normativa también se evidencia en el artículo 94 de la Ley Orgánica de Comunicación¹⁹³ y su reforma 2019¹⁹⁴.

A continuación se realizará una conceptualización sobre la publicidad sexista, y se elaborará una sistematización de las principales investigaciones que han abordado la representación de la mujer en la publicidad ecuatoriana, desde comienzos del siglo XX hasta la actualidad.

193 El cual señala que *“El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución”* (LOC, 2013).

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

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

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

La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud se someterá a control posterior por parte de la autoridad sanitaria nacional.

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

La inobservancia de estas disposiciones acarrearán sanciones de acuerdo a la normativa correspondiente.

4.3.2 Publicidad y sexismo

Una de las construcciones sociales que requiere ser analizada debido a que se encuentra presente en las relaciones cotidianas y se configura como fuente de discriminación es el sexismo y su reproducción a través de la publicidad. De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, el sexismo se define como la *“discriminación de las personas por razón de sexo”* (DRAE, 2017). Por su parte, la investigadora Alda Facio explica que el sexismo es:

La creencia, fundamentada en una serie de mitos y mistificaciones, en la superioridad del sexo masculino, creencia que resulta en una serie de privilegios para ese sexo que se considera superior. Estos privilegios descansan en mantener al sexo femenino al servicio del sexo masculino, situación que se logra haciendo creer al sexo subordinado que esa es su función ‘natural’, y única (Facio, 1992: 23).

De esta manera, el sexismo representa una actitud *“que propicia la dominación y subordinación del sexo femenino con respecto al masculino”* (Consejo de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2011: 52). Una de las formas contemporáneas de este fenómeno es el sexismo ambivalente que propone la coexistencia de dos tipos de sexismo, uno hostil y otro benevolente:

El sexismo hostil trata de justificar el poder masculino a través de la defensa de los roles tradicionales de género, la visión de la mujer como objeto sexual y una caracterización despectiva de la mujer. El sexismo benevolente propone una visión romántica de la mujer, que le otorga cualidades afectivas y altruistas que el hombre no posee, y le atribuye una debilidad natural, ante la cual el hombre debe funcionar

como protector. Ambos, sexismo hostil y benevolente, promueven la defensa de los roles de género tradicionales en defensa de las estructuras sociales patriarcales (Rottenbacher, 2010: 10).

Esta construcción de un orden simbólico, en el que las mujeres son consideradas inferiores a los hombres, implica una serie de comportamientos y actitudes que tienen como base estereotipos¹⁹⁵ de género, los cuales se refieren a *“una pre-concepción de atributos o características poseídas o papeles que son o deberían ser ejecutados por hombres y mujeres respectivamente. Es posible asociar la subordinación de la mujer a prácticas basadas en estereotipos de género socialmente dominantes y socialmente persistentes”* (Salgado, 2013: 165).

Bajo este contexto, el sexismo se manifiesta como *“un ejercicio discriminatorio por el cual se adscriben características psicológicas y formas de comportamiento y se asignan roles sociales fijos a las personas, por el sólo hecho de pertenecer a un determinado sexo, restringiendo y condicionando, de este modo, la posibilidad de un desarrollo pleno para todos los sujetos sociales, sean éstos hombres o*

195 El estereotipo *“es una generalización basada en la aceptación de una imagen o idea por parte de un grupo o sociedad sobre la personalidad, conducta, apariencia física, comportamiento social y/o moral, etc., asociados con un determinado grupo étnico, sexual, de clase, etc., que se da como consecuencia de la imposibilidad de aceptar un entorno social complejo y cambiante, así como por los prejuicios construidos socialmente”* (CORDICOM, 2015). Es importante destacar que *“a menudo, los prejuicios y estereotipos se transmiten de una generación a otra, y se combinan con miedos irracionales, generalmente al ‘contagio’, a la ‘impureza’ o a la alteridad”* (ONU, 2012). Situación que se agrava por la falta de acceso a información exacta y a que, en muchos casos, las personas *“no tienen conciencia de que están estigmatizando a determinados grupos, ya que sus estereotipos están tan extendidos en la sociedad que se consideran ‘normales’ y aceptables”* (ONU, 2012: 6).

mujeres” (Instituto de la Mujer, 2008: 15). Por otra parte, la publicidad sexista se entiende como aquella que:

Representa a las mujeres de forma indigna, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como un objeto, sin relación directa con el producto que se pretende promocionar o bien utilizando su imagen asociada a comportamientos tradicionalmente asignados a la mujer de forma discriminatoria, que pueda generar violencia contra ellas (Rodríguez, 2014: 9).

La investigadora Florence Montreynaud señala que *“estos roles sociales, transmitidos por la publicidad, actúan como una identidad simbólica que colocamos sobre la propia para adaptarla y hacerla coincidir con los estereotipos de género o de sexo dominantes en la sociedad a la que aspiramos”* (Citada en Vidal & Nuño, 2014: 18). Al respecto, cabe identificar que existen varios estereotipos, tales como el de la mujer ideal *“dada por la imagen del cuerpo perfecto con las medidas establecidas por la sociedad”* (Rodríguez, 2014: 13). Otra es la de la mujer como objeto sexual *“para prometer algún tipo de gratificación sexual para el varón, o de poder de seducción para la mujer”* (Rodríguez, 2014: 14). O la de las mujeres amas de casa, encargadas del mundo doméstico, *“dedicadas a las tareas del hogar y a satisfacer las necesidades de su marido y sus hijos”* (Rodríguez, 2014: 13). Adicionalmente, existen otras características presentes en un anuncio publicitario sexista:

1. Anuncios que hacen uso de un lenguaje en el que las mujeres no aparecen explícitas y pasan a ser invisibles bajo el falso género masculino.
2. Mensajes que excluye e incluso a veces agreden a las mujeres. Esloganes como *“es cosa de hombres”*.
3. Anuncios en los que se presenta a la mujer como dependiente del hombre y son ellos los

que toman las decisiones. 4. Transmiten la idea de que las mujeres no trabajan y son mantenidas por el género masculino. 5. Identifican a las mujeres como amas de casa y madres únicamente. 6. Se refleja la idea de que las tareas domésticas son exclusivas para el género femenino y que la realización de estas da la satisfacción y el reconocimiento social (Rodríguez, 2014:9).

La relación entre publicidad y comunicación sexista se manifiesta en representaciones que se hacen de la mujer en función de roles socialmente establecidos para cada sexo, que han afectado a mujeres pero también a hombres¹⁹⁶. La comunicación *“como hecho cultural está vinculada a las formas de percibir, entender, imaginar y actuar que tenemos como seres humanos”* (Unicef, 2006:48). Y, si bien la comunicación no se reduce a los medios masivos, es importante tomar en cuenta su enorme potencial en la construcción de imaginarios y mensajes, ya que *“se tornan espacios privilegiados en la construcción de lo público, escenarios de disputa por el poder de la significación”* (Unicef, 2006: 57).

Finalmente, en términos analíticos debemos tener en cuenta que *“los mensajes publicitarios no se codifican con un único lenguaje, sino que son el resultado de una conjugación de lenguajes y, en consecuencia,*

196 Uno de los principales problemas a los que se enfrentan *“los hombres tiene que ver con una educación emocional de tendencia ‘O’, o lo que es lo mismo, dirigida a ocultar, negar o relativizar los sentimientos (...). Expresiones que siguen siendo de uso común como “los niños no lloran”, “tienes que ser fuerte” o “eso es de niñas”, siguen reflejando un modelo estereotipado de masculinidad, cuyo cumplimiento y conquista se sigue relacionando con la idea de “hacerse hombre”. De este modo, el mundo afectivo y emocional queda fuera de los elementos definitorios básicos de la masculinidad hegemónica. Cuando un hombre es sensible, empático, se muestra vulnerable, sabe consolar y busca consuelo, expresa sus emociones y no es competitivo, automáticamente se aleja de ese modelo”* (EMAKUNDE- Instituto Vasco de la Mujer, 2008: 28).

pertenecen a la categoría de los mensajes múltiples” (Ferraz, 1993: 12), lo que significa que se establecen diversas relaciones entre las imágenes, palabras y/o sonidos con los que se construyen estos contenidos comunicacionales¹⁹⁷. De igual forma, en el análisis de los contenidos publicitarios es esencial el estudio tanto de los mensajes icónicos como de los mensajes iconográficos que son reproducidos en la pieza comunicacional.

Mensaje icónico. Es el *mensaje informativo o denotativo* de la imagen, centrado en la representación analógica de la realidad. Es un mensaje continuo o global constituido por la imagen entera (un escenario, unos personajes, unos objetos), que se agota en la percepción *“literal”* de esa realidad representada.

Mensaje iconográfico. Al ver una imagen publicitaria, también interpretamos una serie de *connotaciones [mensaje persuasivo o connotativo]* superpuestas a la representación. Pasamos entonces del plano de la realidad representada al plano de los valores asociados a ella: prestigio, erotismo, juventud, etc.¹⁹⁸ La *“lectura”* de la imagen ya no es global sino discontinua o

197 No debemos olvidar que el lenguaje publicitario está regido por las leyes de la eficacia, la libertad y la economía informativa puesto que se propone establecer una comunicación rápida, innovadora y efectiva, en consecuencia, hace suyos los más heterogéneos lenguajes, medios expresivos y signos múltiples (palabras, imágenes, sonidos, etc.) con el objetivo de conquistar a los receptores.

198 Este análisis se configura como relevante en la actualidad puesto que *“en muchas ocasiones, lo que realmente quiere adquirir el comprador son esos valores asociados o connotativos más que el objeto en sí. Esto explica el fenómeno actual de que las marcas ya no señalen o identifiquen únicamente los productos, sino también a sus consumidores, que pasan a ser parte de un grupo connotado con unas determinadas cualidades (modernidad, juventud, lujo, etc.)”* (Ferraz, 1993: 10).

analítica, puesto que se interpreta el enfoque, la luz, los colores, los objetos. Estas interpretaciones pueden ser, sin duda, muy variables según los distintos receptores; sin embargo, esta pluralidad interpretativa queda contrarrestada por la cultura (...) que comparten los receptores, saberes que los orientan en el descifrado (Ferraz, 1993: 13-14).

La *denotación* hace referencia al significado “conforme a la letra del texto, o al sentido exacto y propio, y no lato ni figurado, de las palabras empleadas en él” (DRAE, 2016), es decir, alude a su significado literal (Payne, 2008). Por el contrario, la *connotación* se refiere a los significados agregados, implicaciones y asociaciones, que la palabra toma cuando es utilizada en contextos específicos (Payne, 2008). En general, la connotación remite a otras ideas o evocaciones no presentes directamente en la denotación, por lo que es “aquello que es sugerido sin ser referido, digamos que son los significados e informaciones agregadas a la denotación y más dependientes de factores extradenotados”¹⁹⁹ (Zechetto, 2002: 111). De esta manera, en el análisis de publicidad presuntamente sexista es fundamental estudiar y comprender tanto los mensajes informativos y denotativos, así como los mensajes persuasivos y connotativos, o sus posibles combinaciones, puesto que:

La publicidad sexista crea argumentos para tratar de convencernos de realidades y formas de ser que, aparentemente, son aceptables dentro de la comunidad

199 En la connotación hay valores adicionales que si bien son agregados por los individuos, dependen siempre también de los soportes significantes, en este sentido Zechetto afirma que “*existen barras de contención connotativas y son las que establecen en primer lugar los mismos significantes de los signos y discursos, cuya estructura, en cierta medida, otorga una orientación de sentido. En segundo lugar existen los códigos culturales que actúan como sistemas que definen los sentidos y fijan criterios de racionalidad interpretativa*” (2002: 113).

en nuestras sociedades patriarcales. Mediante anuncios publicitarios, y por medio de sus discursos, transmitirá modelos de comportamiento y valores sociales, creando un sistema de razonamiento que, inconscientemente, al interpretarlos o decodificarlos, integraremos en nuestra cognición social, determinando la manera en que percibimos las relaciones de sexo-género en parte de nuestra realidad existencial. Socializándonos en ella y persuadiéndonos de la conveniencia de percibir y asumir los argumentos, valores y modelos que sobre las relaciones de sexo-género proyectan como la mejor forma de ser personas, miembros sociales aceptables dentro de la ideología social predominante: el androcentrismo (Vidal & Nuño, 2014: 37).

Teniendo en cuenta estos referentes conceptuales, a continuación se presenta la sistematización de varios trabajos académicos alrededor de la representación de la mujer en la publicidad ecuatoriana, desde comienzos del siglo XX hasta la actualidad.

4.3.3 La representación de la mujer en la publicidad a comienzos del siglo XX

Durante el siglo XIX, la religión y la moral católica continuaban siendo las modeladoras de las costumbres, el comportamiento y lo que se consideraba “virtuoso” o no en la mujer. Para comprender el clima moral católico predominante en la formación de las mujeres podemos percatarnos de cómo la virgen María o la beata Mariana de Jesús fueron ejemplos de imágenes de vidas femeninas a seguir, vidas en donde la sujeción del propio juicio al ajeno, la mortificación, la humildad, la caridad, recibir agravios no solo con humildad sino con alegría, el desprecio del cuerpo y la muerte del amor propio, entre otros, fueron varios preceptos

considerados y predicados como valores a imitar por las mujeres (Goetschel, 1999). De esta manera, los cánones morales, propios de la ideología religiosa, fueron calando en la subjetividad de la mujer y funcionaron como arquetipos más o menos fijos de comportamiento por largo tiempo:

La ideología religiosa estaba afirmada en un tipo de literatura clerical, que junto con un habitus condicionaron en gran parte el comportamiento de las personas. La iglesia y en especial los padres de familia católicos eran los encargados de inculcar en hijos e hijas los valores cristianos, varios de estos valores en el plano femenino fueron: la sumisión y resignación, la mortificación del cuerpo y el sentido de la culpa (Goetschel, 1999: 20).

En esta época, la religión, la vida social y la política de Estado estaban muy ligadas, de tal manera que al revisar la historia se puede constatar por ejemplo, que el ex presidente Gabriel García Moreno, si bien marcó un hito impulsando el ingreso de las niñas al sistema escolar, ese hecho respondió a un proyecto de civilización cristiana (Goetschel, 2007: 39) o, desde la perspectiva de Enrique Ayala Mora, la necesidad de incorporar a la mujer al campo educativo tuvo que ver con el ideal de reforzar la identidad nacional católica del país (Ayala Mora, 2015), y, por ende, el programa de estudios diseñado para las niñas estuvo orientado de manera prevalente a fortalecer su rol como amas de casa o madres de familia católicas: *“La mujer debía culturizarse, pero hasta un punto, el límite constituía el cumplimiento de los deberes religiosos y las tareas domésticas”* (Goetschel, 1999: 26).

Hasta ese entonces existía una división marcada entre las esferas pública y privada, *“el hogar era el contenido social predominante;*

la vida se fundamentaba puertas adentro, siendo la familia el soporte básico de una civilidad” (Cifuentes, 1999:17). En este tiempo, el romanticismo constituyó *“una cosmovisión cargada de moralidad y exaltación de las pasiones y sentimientos humanos (...) que se presentaba como la fórmula para exaltar los valores más profundos del ser humano al rescate de su alma”* (Cifuentes, 1999: 95 y 96). De esta manera, el romanticismo, junto con la religión, constituyeron un nexo donde lo concerniente a lo moral, la estética y el gusto se encontraban orientados por estas ideas y tendencias.

Más adelante, hacia finales de 1910 y principios de 1920, se suscitaron cambios tanto a nivel económico, social como político y el Ecuador pasó de una prevalencia en el Estado de la ideología conservadora a una liberal, que vio la necesidad de incluir a la mujer en la educación pero también en el trabajo²⁰⁰ y bajo este marco, por una parte, *“las mujeres se insertan poco a poco en el proceso de adquisición de un capital económico y simbólico; es decir, ya no son solamente madres, hijas y esposas, sino que se convierten en sujetos con posibilidades de producción y consumo de bienes e ideales”*²⁰¹ (Vaca, 2013: 79), y, por otro lado, surge una constante tensión

200 Si en el siglo XIX, fundamentalmente durante el gobierno de García Moreno, el discurso oficial sobre la mujer enfatizó su función materna, doméstica y su formación desde el hogar y colegios religiosos como contribución al proyecto de civilización cristiana. A partir de la Revolución Liberal, la visión estatal de alguna manera se desplazó. El Liberalismo creó, por primera vez en el Ecuador, fuentes de trabajo en el sector público para mujeres de clase media quienes empezaron a trabajar en las oficinas de correo, telégrafos y teléfonos y en mandos medios de la administración pública (Goetschel, 2002: 9).

201 De acuerdo con Marilú Vaca, *“esta decisión involucraba todo un contingente de ideales económicos y políticos en los que, en definitiva, la presencia de la mujer permitía fortalecer el sentido ideológico y práctico de un proyecto que intentaba conformar una nación productiva”* (Vaca, 2013: 79).

“entre lo que se espera de la mujer en la familia, ‘queremos a la mujer ante todo en el hogar, pues para esto la formó la naturaleza’, y lo que se espera de ella como potencial ciudadana útil al proceso modernizador” (Vaca, 2013: 80).

Todo este acontecer se desarrolló bajo el modernismo, que fue tanto un movimiento artístico como un fenómeno histórico- estético, ligado a un cambio de mirada que puso a circular *“el valor de lo ‘nuevo’ o de la ‘novedad’”,* y que constituyó *“la posibilidad de renovar las estructuras vigentes (...) de poner en circulación ‘nuevos’ modos de vivir en sociedad”*²⁰² (Vaca, 2013:75). De esta manera, tanto el liberalismo como el modernismo fueron dos coyunturas en las que entra en tensión el rol de la mujer en el ámbito público y privado; su formación educativa aparece separada, aunque no del todo, del ámbito religioso y se configura un nuevo discurso, nuevas ideas y representaciones, alrededor de la mujer.

La modernidad implicó un cambio de mirada a través de la secularización y una vez que la burguesía se consolida como clase social dominante, empiezan a surgir manifestaciones urbano burguesas derivadas de nuevas condiciones de producción que traen consigo cambios estéticos en la vida cotidiana debido a que existen mercados masivos y nuevas formas de consumo (Pontón, 2014).

202 Marilú Vaca explica que el modernismo significa *“un movimiento que busca un modo de ser, a nivel del pensar, del sentir, del ser y comunicar” (...)* En él *“la esfera de lo ético y lo estético está ligada a la esfera de lo práctico y de lo útil, y las revistas se convierten en un canal que permite llegar a un gran público, son espacios a través los cuales se reúnen grupos de ‘intelectuales-artistas’ comprometidos con el deseo de libertad y la búsqueda de la belleza”* (Vaca, 2013:76).

Adicionalmente, Marilú Vaca señala que con el desarrollo del modernismo y de las nuevas condiciones materiales y sociales creadas por el liberalismo se aumentó, por ejemplo, la impresión de diarios, revistas y panfletos²⁰³, se afianzó en toda Iberoamérica la opinión pública y el consumo de masas y también existió un influjo de los proyectos civilizatorios (Vaca, 2013). Este escenario incidió directamente en la producción discursiva alrededor de la *“cuestión femenina”* y *“los anuncios publicitarios de los diarios y revistas de varias ciudades del país se llenaron de imágenes en donde se posicionan representaciones de nuevos cuerpos que comercializan belleza, glamour, estatus, salud, higiene, entretenimiento y roles profesionales, es decir, los valores esenciales del ser moderno”* (Vaca, 2013: 79).

Al respecto, Pontón expone que la condición de género de las mujeres constituyó un factor por el cual se vinculó su existencia con la moda, con el estilo de vida y con la sociedad de consumo. Señala además que la fascinación por el mundo de las mercancías tuvo sus orígenes en la sociedad burguesa europea de fines del siglo XIX e involucró a las mujeres en el consumo de una estética que a su vez hizo de ellas el principal ícono de propagación publicitaria.

Uno de los ejemplos más claros de este hecho son las coronaciones de belleza, que constituyeron una práctica urbana de Europa y Estados Unidos, eventos en los que se usó el cuerpo de la mujer joven como parte del espectáculo público para representar la nación moderna, expresar orgullo cívico, obtener visibilidad local, mostrar los logros de las ciudades o promocionar en los periódicos la oportunidad de

203 La autora señala que el influjo de la Revolución Liberal a finales de siglo XIX incidió en el aumento de publicaciones, un aspecto crucial para la consolidación de los medios impresos y de la *“opinión pública”* (Vaca, 2013).

comprar artículos que permitan obtener la imagen de la “musa”²⁰⁴. Eventos de este tipo tuvieron réplicas en el país, como se observará más adelante.

Es así que el escenario internacional, sobre todo el europeo, no fue extraño a la realidad latinoamericana ni ecuatoriana de inicios del siglo XX, debido a que “constituyó un referente que influyó y se replegó a nivel regional y local como parámetro civilizatorio” (Pontón, 2014: 108), fue transmitido y propagado por los contenidos que difundían los medios de comunicación impresos y caló principalmente en las clases altas “que adoptaron cánones europeos en la búsqueda de progreso, civilización y urbanidad como símbolo de distinción” (Pontón, 2014: 118). En este sentido:

La transformación que se dio en Europa de la apariencia del cuerpo femenino a comienzos del siglo XX “con vestidos lisos y sueltos”, no fue ajena al medio ecuatoriano. Los periódicos y revistas nacionales daban cuenta de las nuevas tendencias: trajes más ligeros que ceñían cuerpos estilizados, uso de trajes deportivos y, paralelamente, una mayor preocupación por el uso de cosméticos y el arreglo personal (Pontón, 2014: 109).

Además, el acceso al cine, al teatro o a los salones de entretenimiento generó cambios en la cotidianidad y en las costumbres, sobre todo de los sectores medios y altos de la sociedad ecuatoriana. Bajo este contexto, las revistas aparecieron como vehículos de socialización

204 En este sentido, la musa fue un fenómeno que conectó cultura y comercio, que además emergió como un ícono de buen gusto burgués que podía ser adquirido por las mujeres de todos los sectores. Pues esto hizo que incluso jóvenes de escasos recursos económicos se vuelvan consumidoras frecuentes del espectáculo, las tiendas, el teatro, la prensa, la publicidad, la exhibición y el cine (Pontón, 2014: 108).

de la moda externa, de Europa y Estados Unidos, especialmente. Fueron a la vez receptoras y difusoras de las novedades estéticas de estilo moderno, las cuales “no se refieren únicamente a los espacios de producción literaria y estética, sino que además promueve información, productos, comportamientos, lugares, actividades, que se ofrecen al lector/consumidor como alternativas a su contexto tradicional” (Vaca, 2013: 78).

De esta forma, las imágenes “que proporcionan las revistas de literatura y variedades eran de mujeres espirituales y románticas, distantes y bellas, casi divinas”, pero también comenzaron a aparecer en esas mismas revistas “imágenes ‘modernas’: mujeres que participaban de manera activa en la vida mundana y empezaban a practicar deportes” (Goestchel, 2004: 110).

Imagen Nro. 1



Fuente: Publicidad Pildoras, 1900

Imagen Nro. 2



Fuente: Portada Revista Patria N° 12, 1907

En el contexto de los primeros años del siglo XX, la belleza corporal se muestra estrechamente ligada con la “belleza moral”. Un ejemplo de esto se puede apreciar en la Revista Flora “donde se exhiben fotografías de jóvenes y damas bonitas de alta sociedad como un factor de adorno y distinción” (Pontón, 2014: 190).

Imagen Nro. 3



Fuente: Portada de Revista Flora, 1918

De igual forma, la investigadora María Cifuentes señala que en el Ecuador de principios del siglo XX, existió un evidente deseo por lograr cánones europeos e ideales de progreso que se reflejaron en cambios de comportamiento, sobre todo en los estratos sociales de clase media y de la élite.

Imagen Nro. 4



Fuente: Revista Caricatura N° 15, 1919

Asimismo, se difundieron varios anuncios en los cuales se promocionaban cigarrillos y licores. Al respecto, Marilú Vaca explica que este fenómeno respondió a la doble condición que presentaba el consumo: la del producto y la de la imagen misma de la mujer, en la que se *“denota un mayor esfuerzo en la mano del diseñador que intenta llenar de belleza y elegancia la venta de estos productos”*, de manera que también *“la publicidad se convierte en un mecanismo de difusión de un modelo que la mujer ha de consumir, modelo que no es de creación propia; es un modelo en donde hay una representación femenina preconcebida y naturalizada por la mirada masculina”* (Vaca, 2013:86).

Imagen Nro. 5



Fuente: Publicidad Cigarrillos, 1914

Imagen Nro. 6



Fuente: Caricatura N° 39. Serie Cigarrillos Corona, 1919

Los anuncios publicitarios de los medios impresos de la época también ofrecieron productos de belleza asociados a un ideal de sofisticación y *“pasan a conformar el gran conjunto de infaltables que toda mujer que desee distinguirse del resto, debería tener”*²⁰⁵ (Vaca, 2013: 85). La distinción parece ser un elemento recurrente en los anuncios de moda ofertados para el cuerpo femenino y en estrecha relación, la belleza se configura como uno de los valores modernos esenciales, de manera que *“se promocionan talcos, perfumes, cremas que darán lozanía y hermosura a las usuarias”* (Vaca, 2013: 83).

Desde la perspectiva de María Cifuentes *“se transformó en algo cotidiano la publicación en periódicos o revistas el anuncio de algún producto ilustrado con la fotografía, dibujo o caricatura de una mujer, para asociarla a una belleza contemplativa a manera de parámetro”* (1999: 84), es así que la representación de lo femenino asociado con el sentido de lo bello y atractivo adquirió popularidad. Este discurso sobre la imagen de la mujer estuvo reforzado por la institución educativa que ayudó a poner en circulación nuevos dispositivos relacionados con el cuerpo y el entorno. Es así que en 1913, las Escuelas Normales Elementales de Señoritas incorporaron en su malla de estudios materias de gimnasia, música y educación física *“orientada a la formación de un nuevo cuerpo: grácil, ágil, esbelto, sano y limpio (...) El cuerpo enuncia transformación y cambio, donde cultivar, vestir y limpiar ese cuerpo denota valores modernos”* (Vaca, 2013: 81).

205 Distribuidores de telas, accesorios y prendas se promocionan como los únicos en tener los accesorios de moda, traídos directamente de París. Medias de seda, sombreros, telas y vestidos forman parte de los productos que fueron presentados como los más codiciados para alcanzar la anhelada belleza. Los nuevos modelos, vestidos cortos, escotes y hasta pantalones para las mujeres son parte de las innovaciones del diseño de modas de Europa y Estados Unidos y llegan al Ecuador para llenar los armarios de las señoritas más chic (Vaca, 2013: 85).

Bajo este marco, la corporalidad y la esbeltez se transformaron en valores y representaciones de lo bello y lo saludable. El cuerpo femenino se convirtió en objetivo primario de otro de los valores modernos por excelencia: la higiene, ya que *“al estar expuestas a actividades físicas, las mujeres requieren de una ‘higienización’ corporal: el baño, el jabón, y los productos de uso íntimo delatan la intención de que los cuerpos femeninos se hagan eco de la necesidad de asumir la higiene como un valor”*, además que *“será la mujer quien deberá introducirlo en el hogar”* (Vaca, 2013:83).

Las representaciones sobre el cuerpo femenino *“también lo convertirían en un objeto que precisa, para poder mantenerse como tal, de una serie de productos que comienzan por la higiene personal, pasan por la moda y terminan en el entretenimiento”*²⁰⁶ (Vaca, 2013:82). A continuación, se pueden observar dos ejemplos de este tipo de anuncios publicitarios. La Imagen N° 7, muestra el primer producto publicitado de uso íntimo: Listerol de Ayala, apareció en Revista Patria N°145 en 1917, cuyo mensaje dice: *“aconsejo a usted que use Listerol de Ayala como el mejor desinfectante antiséptico y microbicida, indispensable para la higiene íntima de la mujer”* (Vaca, 2013:83). En el segundo ejemplo, (Imagen Nro 8) se encuentra la publicidad de “Val de Rosas sin Rival” difundido en la revista Savia N° 12 de 1926. El anuncio dice: *“Del val de rosas el polvo usaba una pecadora, el santo casi la adora al decirle: ‘ego te absolvo’”* y continúa *“Use Ud. El polvo Val de Rosas”*.

206 De acuerdo con Vaca *“el entretenimiento es el espacio en donde el nuevo cuerpo se expone a una mirada que, como dice Pierre Bourdieu, lleva al límite la experiencia universal del cuerpo-para-otro, incesantemente expuesta a la objetividad operada por la mirada y el discurso del otro”* (2013: 82).

Imagen Nro. 7



Fuente: Revista Patria N° 145, 1917

Imagen Nro. 8



Fuente: Revista Savia N° 12, 1926

En la Revista Ecuatorial de 1924 aparecen, por ejemplo, los productos “Blanca Nieve”, cuyo anuncio decía: *“Crema, Polvo, Talco, Blanca Nieve, 3 productos deliciosamente preparados para embellecer el cutis, que no deben faltar en el tocador de ninguna persona elegante”* (Vaca, 2013: 83). Así, el influjo “civilizatorio” aparece asociado a un simbólico modo de ser, comportarse, parecer y las imágenes de las mujeres representan construcciones culturales en las que entraron en juego tanto elementos locales como internacionales²⁰⁷. Una época en la que crecía el cuidado obsesivo por el cuerpo: *“uso de cremas para el cuidado de la piel, de maquillaje, de fajas para modelar la figura, de perfumes y aguas de colonia eran cada vez más frecuentes en los anuncios publicitarios”* (Pontón, 2014: 109).

En este tenor, la cotidianidad *“de la mujer moderna se ve alterada al enfrentarse a una condición de mercado que le ofrece belleza, moda, esbeltez, salud y que promociona modos de ser, sentir y pensar”* (Vaca, 2013: 91), la tensión entre lo público, lo privado y la independencia personal –ligada al trabajo y a la educación–, termina *“trasladándose o quizá iniciándose en el cuerpo, es en él en donde se disputan los espacios de poder y donde la norma social (a través del mercado) intenta moldear y representar los nuevos ideales”* (Vaca, 2013: 81).

De igual manera, las representaciones de la mujer moderna incluyen la idea de mujer trabajadora, deportista y compradora, aunque sigue existiendo de fondo la mujer madre, hija y esposa, pasa a ser también

²⁰⁷ De acuerdo con Jenny Pontón, dado que las imágenes difundidas por las revistas fueron resultado de construcciones culturales en las que intervinieron factores locales e internacionales, si bien, varias revistas modernistas empezaron a presentar nuevos elementos “mundanos”, no dejó de sobresalir la imagen de la mujer tradicional, asociada con la idea de la hija, esposa o madre virtuosa de la época romancista, en donde la religión marcó parámetros morales del ser y comportarse (Pontón, 2014:109).

“estudiante, maestra, secretaria, telefonista, etc.; es decir, productora y consumidora” (Vaca, 2013: 91).

Asistimos a un proceso en el que se fueron posicionando nuevos ideales, los anuncios publicitarios pusieron en circulación el ideal de mujer que fue al mismo tiempo consumidora y representación por consumirse. De tal manera:

En revistas como Ecuatorial, Savia y Patria se combinan imágenes de mujeres ‘modernas’ en los anuncios publicitarios con las fotografías de ‘damas virtuosas’ en las ‘galerías de bellezas’. Tampoco se descuidan los consejos para el hogar y el comportamiento social que están vinculados con un tipo de deber ser moral y doméstico que naturaliza, sobre todo en la imagen femenina, esta doble connotación de valores: mujeres trabajadoras, honestas, bellas, limpias, elegantes virtuosas, pero ante todo madres y esposas (Vaca, 2013: 80).

Este proceso de transformación que fue de la mano con el crecimiento de la sociedad de consumo *“ejerció una presión cada vez mayor para la adquisición de productos estéticos, lo cual fue apoyado por los medios de comunicación a través de una explosión masiva de publicidad que condicionaba fuertemente el comportamiento de mujeres y hombres”* (Pontón, 2014: 109). En este sentido:

Las imágenes visuales despertaban la atención femenina, lo cual adquirió una importante aceptación en las mujeres de élite de las principales ciudades ecuatorianas, por lo que la moda marcó un cambio de nociones respecto a la imagen de las mujeres en el país. Los nuevos cánones estéticos aproximaban a modelar una imagen que denotase la figura de una mujer elegante, delicada y a la vez desenvuelta y sociable, es decir, hacia una nueva feminidad (Pontón, 2014: 110).

Imagen Nro. 9



Fuente: Revista Savia N° 47, mayo de 1928

Imagen Nro. 10



Fuente: Publicidad Revista Social Cine N° 35-36

Imagen Nro. 11



Fuente: Goetschel, 2004. Elección de Miss Ecuador 1930

Otra de las revistas difundidas en aquella época fue Claridad, cuyo mayor número de publicaciones fotográficas mostraban las coronaciones de las reinas de belleza. El primer certamen de este tipo en el país tuvo lugar en 1930 y fue un evento que se llevó a cabo en Guayaquil, en cuya organización participó la revista Claridad, desde Quito. Este suceso constituyó, por una parte, todo un acontecimiento

social y, por otra, no fue bien visto por todos los sectores de la sociedad, especialmente por los conservadores (Goetschel, 2004). Por ejemplo, Jenny Pontón precisa que varias personas: “sostenían que esta elección contradecía la imagen romántica, maternal y virtuosa de lo femenino” (Pontón, 2014:109). En este sentido, las imágenes “más mundanas y ‘modernas’ de la época habrían correspondido a las ‘Misses’²⁰⁸ (Goetschel, 2004: 112). Al contrario de lo que ocurrió en Europa, estos eventos despertaron las contradicciones y críticas de una sociedad que arrastraba el peso de la formación religiosa que castigaba el cuerpo (Goetschel, 1999).

Por otra parte, la utilización del cuerpo femenino no solo sirvió para fines mercantiles o como recurso para promocionar el ideal de nación productiva, sino también como recurso para revelar el ideal de entretenimiento y placer en relación con la satisfacción de la mirada masculina. A continuación, podemos observar el artículo titulado: “Los caprichos de la moda”, publicado en la revista Ecuatorial de 1923 y firmado por Roger:

Al decir de una revista parisien de actualidad, lo más chic de las fantasías ultramodernas es la que, con el nombre de moda estival, han adoptado todas las mujeres bellas deseosas de dar un golpe. Puesto que la falda corta ha perdido su prestigio volviendo a ser restaurada a sus antiguas proporciones, algo debían inventar en desquite las partidarias del exhibicionismo, ya que les está vedado perturbarnos con las líneas más o menos sugestivas y perfectas del hermoso polo austral de su aparato

208 Ana María Goetschel, investigadora y profesora asociada de Flacso- Ecuador, realiza en 2004 el artículo académico “Musas, ondinias y misses: estereotipos e imágenes de las mujeres quiteñas en los años treinta del siglo XX”, su objetivo fue identificar las imágenes que proporcionan las revistas de literatura y variedades sobre las mujeres, así como las visiones estereotipadas que se revelan en las representaciones de esta etapa histórica.

locomotor, las encubren resignadas, pero en cambio nos deslumbran al dejar espaldas, brazos y pechos ampliamente expuestos (Vaca, 2013: 85).

Cabe indicar que los periódicos desempeñaron un papel cardinal en este proceso, puesto que algunas de las ilustraciones fueron popularizándose en varios medios que usaron la figura femenina con fines comerciales:

La prensa escrita fue una de las fuentes más directas para la promoción de anuncios dirigidos a explotar el ideal de una figura altiva, los cuales intentaban complementar el gusto del traje con el cuidado del cuerpo (...) la figura femenina fue tomando cuerpo dentro de la publicidad en base a las múltiples ilustraciones que aparecían con rostros y cuerpos delicados. La percepción de lo bello hacía referencia preferentemente a todo lo que tuviese relación con la mujer, y en esa medida la figura femenina adquirió popularidad en la ilustración de firmas comerciales o medios informativos, sea en periódicos, revistas, folletos, calendarios, etc. La fotografía también fue aprovechada por la publicidad para introducir la imagen femenina hacia niveles comerciales, adquiriendo mayor atención aquellos códigos enunciativos que manifestaban mayor sensualidad en la mujer (Pontón 2014: 110).

Esta situación se puede evidenciar, por ejemplo, en la siguiente publicidad de la cerveza Pilsener difundida en el año 1939:

Imagen Nro. 12



Fuente: Pontón, 2014. Publicidad Pilsener, 1939

Es así como durante la segunda mitad del siglo XX los productos anunciados en las revistas se relacionaron en su mayoría con la moda, la belleza, la higiene personal y las nuevas actividades de la mujer en los ámbitos laborales, educativos y de consumo, como sostiene Cifuentes a modo de síntesis: *“Buena salud y belleza, gusto y placer, prevención para alcanzar la perfección: pueden resumirse así los principales señalamientos de la publicidad que aparecía a principios de siglo dirigida a la mujer para configurar los lineamientos de la ‘nueva’ imagen femenina”* (1999: 54).

A partir de este periodo se puede apreciar cómo empieza a configurarse con fuerza una cultura visual comercial propia del capitalismo, misma que marca ciertos parámetros que atraviesan el entorno ecuatoriano. De tal manera, coexiste una transformación mutua entre cultura visual y comercio en una sociedad que va generando ciertas identificaciones y adaptaciones de cánones estéticos, principalmente europeos y norteamericanos.

4.3.4 La representación de la mujer en la publicidad durante la segunda mitad del siglo XX e inicios del siglo XXI

Para iniciar este análisis es importante tener en cuenta tres elementos del contexto histórico, relacionados con acontecimientos sociales y mundiales de mediados del siglo XX y con la representación de la mujer en la publicidad en este periodo²⁰⁹. El primero tiene que ver con la expansión acelerada del capitalismo alrededor del mundo como fenómeno que afectó a todo nivel, en tanto fue un precedente estructural que permeó el ordenamiento y relacionamiento social.

El segundo está dado por la reconstrucción económica posterior a la Segunda Guerra Mundial que no sólo impulsó el crecimiento del capitalismo, sino que trajo consigo nuevos rasgos en la cultura, un nuevo tipo de vida social y de orden económico y que se manifestó

209 Varios trabajos analizan las imágenes publicitarias difundidas en los medios de comunicación del país en el periodo estudiado en este apartado. Contamos con los aportes de Delgado (2011), Jácome (2012), Goetschel, *et. al* (2007), Córdova (2005), así como con los trabajos desarrollados por Carina López y Jenny Pontón Cevallos, ésta última, como la autora que ha dedicado mayor análisis e investigación al tema y quien permite identificar que la publicidad puede aparecer tanto como un factor enajenante pero también como un hecho que proporciona significados e identidad cultural (Pontón, 2015: 86).

como un periodo “*a partir del cual se consolidó mundialmente el uso de la publicidad como una política de mercado que ha posibilitado la expansión inagotable del mismo, constituyendo una de las ramas de la industria audiovisual que mejor ejemplifica las diferencias entre modernismo temprano y posmodernismo*” (Pontón, 2014: 112). El tercero, desarrollado de manera paralela, fue el fenómeno de la mediatización, el crecimiento del uso de los medios de comunicación y el surgimiento de la espectacularización del consumo²¹⁰, en donde los sujetos “*comienzan a vivir una relación muy diferente con el espacio y el tiempo, la experiencia existencial y el consumo cultural (...), donde la imagen es la mercancía del presente*” (Pontón, 2014: 112).

Mientras ocurrían estos cambios, Ecuador vivía una situación económica positiva²¹¹ y la publicidad, que con el apoyo de estrategias de mercado se fue consolidando a nivel mundial como actividad económica, se introdujo especialmente en el mercado nacional hacia 1950 por medio de la creación de nuevas agencias publicitarias que permitieron el desarrollo de esta actividad en el país.

En este contexto, Cecilia Peñaherrera detalla que la publicidad que surgió en Europa²¹² y luego en Estados Unidos identificó a las mujeres como el sujeto más receptivo a sus proposiciones y sugerencias, ya sea “*objetualizadas como parte del mensaje publicitario o bien*

210 De acuerdo con Guy Debord “*el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes*” (1967: 2).

211 Hubo un crecimiento acelerado de la producción y exportación del banano, en particular “*entre 1950 “ 1965, el Ecuador fue líder en el mercado internacional*” (Carrasco, 2009: 65).

212 Pontón subraya que las principales influencias en la construcción de anuncios publicitarios dentro de los cuales participan las mujeres son la europea donde “*empieza la mujer a mirarse como consumidora pero también su belleza empieza a ser usada para promocionar artículos para venderse*” (entrevista, febrero 9 de 2017).

consideradas como público receptor de estos mensajes. En la historia, las mujeres han sido el motivo predilecto de la publicidad” (Peñaherrera, 1993: 1). En este panorama, el terrero más fértil, con mayores niveles de desarrollo, poder y efectos, fue el del capitalismo norteamericano: *“el consumismo tiene patente estadounidense”* (Peñaherrera, 1993).

Con respecto a la publicidad norteamericana, Jenny Pontón señala que *“a través de la publicidad también se está operando un modelo ideológico político que es la expansión del capitalismo (...) las grandes agencias ya empiezan a tener sus sedes en diferentes países del mundo y de aquí de la región. Entonces, las primeras agencias que llegan al Ecuador son netamente filiales de agencias estadounidenses, básicamente, que a través de su publicidad nos muestran sus estilo de vida y sus cánones de belleza y que el Ecuador empieza a imitar”* (entrevista, febrero 9 de 2017).

La irrupción de la publicidad en la escena social se realizó de la mano del crecimiento de los medios de comunicación, tales como la radio, la televisión, la prensa, y estos referentes mediáticos se trasladaron con significativo éxito hacia América Latina.

Con el desarrollo de la industria, los mercados norteamericanos empiezan a observar con interés su incursión en otras áreas geográficas. Latinoamérica se convierte en un espacio apetecido ya no solamente como proveedor de materias primas, sino también como un extenso mercado al cual había también que trabajar (...) los mecanismos de la persuasión, adaptados a los parámetros latinoamericanos empiezan a operar con gran fuerza ya hacia los años sesenta, cuando se produce también la expansión de medios como la radio, la TV y la prensa llamada “femenina”. De origen norteamericano, impulsada masivamente en Estados Unidos por las grandes cadenas como

la Hearts, se traslada con significativo éxito a América Latina (Peñaherrera, 1993: 3).

En relación con este panorama mundial y nacional, Carina López identifica que en los años cincuenta la publicidad era agresiva y denigrante: *“los anuncios ubicaban a la mujer como ‘ama de casa-esposa’, reforzando el criterio de que el hombre es mejor que la mujer, a través de spots en el que se utiliza frases como ‘él tiene razón’ y otras tantas”* (2014: 32). La investigadora señala que este tipo de publicidades fomentaron la asociación del hombre con la inteligencia, el éxito, negocios, dominar, atraer; mientras que a la mujer, aspectos vinculados con los hijos, el cuidado del hogar, la debilidad emocional, entre otros (López, 2014).

A continuación, se pueden identificar dos tipos de anuncios que circularon en el contexto de la sociedad de consumo a través de los medios de comunicación externos, entre los años cincuenta y sesenta²¹³. El primero (Imagen Nro. 13) expone la cabeza de una mujer como parte de una alfombra, sobre ella se encuentra el pie de un hombre. El slogan del anuncio dice *“It’s nice to have a girl around the house”*, que se traduce: *“Es bueno tener a una chica por casa”*, a través del cual se da *“a entender como normal el sometimiento y la agresión a una mujer”* (López, 2014: 36).

213 No se ha podido corroborar el que estos anuncios hayan sido difundidos en Ecuador, lo cual implica que en el país, este tipo de publicidad, tan explícitamente denigratoria hacia la mujer no necesariamente circuló para esos años. Aún así, estas divulgaciones, citadas por López, sirven para conocer varias de las representaciones que en el contexto mundial empezaron a propagarse en el imaginario global y que se circunscriben a un periodo importante dentro de la historia de la publicidad en América Latina: *“los mecanismos de la persuasión, adaptados a los parámetros latinoamericanos empiezan a operar con gran fuerza ya hacia los años sesentas”* (Peñaherrera, 1993:3).

En el segundo anuncio (Imagen No. 14), la marca PICOT dirige su slogan a una madre de familia, que está ubicada en el espacio privado: la cocina, y se insta a enseñar a su hija a lavar platos usando guantes de látex, a través de un anuncio que dice: “*Enséñale desde niña a proteger sus manos, en las labores caseras, con guantes de látex*” (López, 2014: 36).

Imagen Nro. 13



Fuente: Carina López, 2014

Imagen Nro. 14



Fuente: Carina López, 2014

Por otra parte y en el contexto local, en junio de 1957 se identificó un anuncio (Imagen Nro. 15), difundido en la revista Vistazo²¹⁴, con una imagen “*muy reveladora de la situación mundial en los años 50 que estuvo marcada por la reconstrucción económica posterior a la*

214 “El cuatro de junio de 1957 circuló por primera vez en la Revista Vistazo, por iniciativa de dos jóvenes - Xavier Alvarado Roca (actual director) y Rodrigo Bustamante (actual gerente) - que inspirados en la revista cubana de actualidad “Bohemia” iniciaron este proyecto editorial en el Ecuador (...). La principal característica de Vistazo en sus inicios fue ser portadora de opinión y modernidad para el país” (Pontón, 2015: 100 y 101).

segunda Guerra Mundial" (Pontón, 2014: 112). Impresa en blanco y negro, la publicidad de los electrodomésticos General Electric promocionaba, a su vez, el almacén que los comercializaba, el "General de Comercio y Mandato".

Imagen Nro. 15



Fuente: Pontón, 2014. Revista Vistazo, 1957

El anuncio muestra a una ama de casa de cabello claro y vestimenta recatada, pero, a la vez, elegante, que pertenecería a una clase media alta. Ella se encuentra "en actitud de sorpresa y alegría por la oferta que ofrece el almacén, representando aún a esa mujer madre "esposa tradicional espiritual, romántica y bella (...) como un factor de adorno y distinción de las revistas y publicaciones" (Pontón, 2014: 112).

Este tipo de publicidad, como lo explica la autora, expone características de una mujer "virtuosa", vinculada tradicionalmente a las labores del hogar, junto a un electrodoméstico "novedoso" y "moderno". La disposición corporal de la mujer y su expresión facial se encuentran directamente relacionadas con el tipo de producto que ella contempla. Así, la composición gráfica de la publicidad asocia el producto con la marca, el ama de casa y el desempeño de un rol específico fuertemente difundido en esa época.

La investigación señala que en los años cincuenta empezaron a introducirse en el país este tipo de anuncios, aunque "más que constituir asistentes domésticos para apoyar a hombres y mujeres trabajadores (como sucedió en países desarrollados de Europa y EE UU), fueron accesorios novedosos o incluso lujoso para amas de casa que económicamente podían comprar este tipo de nuevas tecnologías mundiales como símbolo de distinción" (Pontón, 2014: 113). Adicionalmente, reseña de forma general que en Ecuador, "en los años 50 se representaba a la mujer como para servir, agradar, para cuidar del hombre" (entrevista, febrero 9 de 2017). Desde la perspectiva de Jenny Pontón, ha existido una reiterada utilización del cuerpo femenino como estrategia de mercado que ha permitido la naturalización de la representación de las mujeres como un gancho comercial²¹⁵.

Más adelante, las publicidades mostraron cambios, por ejemplo, ya no eran a blanco y negro, sino a color y aunque siguieron utilizándose ilustraciones, se empezaron a usar fotografías en varios de los anuncios. Estos aspectos, permitieron a la investigadora Jenny Pontón percatarse que, entre 1957 y 1963, los productos publicitarios

215 Sus estudios, alrededor de la imagen de la mujer en la revista Vistazo, le permiten identificar además que en Ecuador, la audiencia a la que tradicionalmente ha estado dirigida la publicidad ha sido masculina y/o de estrato medio- alto, con poder adquisitivo.

difundidos en la revista Vistazo mostraban de forma predominante a mujeres “de tipo blanco y cabello rubio -sin representar étnicamente a la mayoría de mujeres ecuatorianas - lo cual da cuenta de la fuerte influencia norteamericana y de un etnocentrismo en los conceptos publicitarios que desde entonces se han manejado en el país” (Pontón, 2015: 113), tal como se puede apreciar en las siguientes piezas publicitarias:

Imagen Nro. 16



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1958

Como se observa en la Imagen Nro.17, algo usual era manejar la estrategia de incentivar la compra de productos de belleza a través de la imagen de estrellas famosas, como en el caso de Jabón Lux, de la mano de la actriz Jane Fonda, reproduciendo con este tipo de publicidad imágenes etnocéntricas como modelo estereotipado de belleza, como símbolo de modernidad y distinción a la vez.

Imagen Nro. 17



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1962

En los años sesenta se fortalece la visualización mediática de las reinas de belleza y la publicidad ecuatoriana no fue la excepción, utilizó la “fama” y el “atractivo” físico de las “misses” para promocionar diversos productos, como en el caso de la publicidad de “Plus Fórmula”. Dado que en aquella época estaba de moda la figura robusta, el slogan del producto expone de forma explícita: “no se deje llamar flaca”, con lo cual se incita a mantener este tipo de estética como un ideal de belleza promovido por la actriz hollywoodense de la época y ex Miss Universo Corinna Tsopei, quien recomienda el consumo del suplemento vitamínico para ganar peso y obtener energía.

Imagen Nro. 18



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1969

Por otra parte, de manera paralela, aparecen imágenes de mujeres vinculadas con el espacio público. En 1965 se pueden apreciar publicidades como la de la marca “Max Muller”, imagen Nro. 19, sobre sus máquinas de escribir “Hermes Baby”, la mujer se presenta como empleada oficinista. Como lo señala Pontón, aunque este tipo de representaciones muestran un cambio, pues el contexto en el cual la mujer aparece ya no se limita solo al espacio doméstico, sigue exteriorizándose su quehacer bajo relaciones de dependencia y para esta época continúa ausente como tomadora de decisión (Pontón, 2014).

Imagen Nro. 19



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1965

Durante los años sesenta apareció la píldora anticonceptiva, hecho que marcó un precedente a nivel mundial y que significó la antesala de una nueva representación iconográfica de las mujeres en la publicidad: el acceso a la sexualidad por placer y no solo reproductiva fue usada junto con el destape del cuerpo femenino para apelar a una mayor sensualización de la mujer como estrategia comercial. Pontón expone que “*ya en los sesentas empieza a aparecer la mujer no tanto como trabajadora sino la sensualidad en la mujer, antes no eran [representadas como] mujeres sensuales, eran mujeres blancas, amas de casa, distinguidas*” (entrevista, febrero 9 de 2017).

Sucede que de la mano de la segunda ola feminista, donde las mujeres luchaban por la reivindicación de los derechos sexuales y reproductivos, surgió la píldora anticonceptiva, se dio un cambio de concepto sobre la mujer, aparecieron nuevos imaginarios sociales y políticos desde y alrededor de ella que incidieron en sus formas de mostrarse en público como un hecho positivo, sin embargo, Pontón subraya un elemento crítico: *“lo que pasa es que la publicidad exagera eso y queda lo que queda hasta hoy por hoy, que es una sobreexposición de las mujeres, digamos, publicitario y mediático, porque la publicidad es como el ejemplo más concreto donde se visibiliza todo eso, pero eso presentan a todo nivel en los medios, en la programación en la ficción, en todo”* (entrevista, febrero 9 de 2017).

En este sentido, la visualización de la mujer apareció de forma contradictoria, se la representó entre lo tradicional y lo liberador, entre el umbral de la autonomía y la opresión: *“la exhibición del cuerpo femenino como gancho publicitario para promover el consumo de artículos y productos mediáticos si bien en apariencia apela a una mayor autonomía de las mujeres sobre sus cuerpos al poder mostrarlos públicamente, el trasfondo de esto implicaría una posición conservadora al reducir la corporalidad de las mujeres a un elemento de promoción publicitaria”* (Pontón, 2015: 123).

Sobre este particular, el catedrático e investigador Edgar Vega pone en tensión la relativa autonomía de la mujer en el siglo XX y en la actualidad, expone que:

El desarrollo del capitalismo ha creado la falacia de que la mujer en el mundo público va a tener mayores posibilidades de emancipación ¿no? Pero yo digo es una falacia porque la publicidad le prepara a esa mujer para el mundo de lo

público y ¿cómo le prepara? En términos cosméticos, por ejemplo la mujer que va al mundo público tiene que sobreocuparse en su presentación exterior, y para esto tiene que ser delgada, tiene que ser fina, tiene que no envejecer, no tiene que ser madre y peor no, tiene que ser soltera (...) es la vuelta de una representación de un estereotipo de la mujer mucho más rígido porque además se le prepara para que vaya al escenario público y para esto la publicidad juega un papel muy importante, pero además se le prepara para que una vez que deje el espacio público se ocupe de lo privado con una serie de productos que, entre comillas, van a hacer mucho más amigable su vida privada, entonces qué tenemos, tenemos un retrotraer a la mujer a su mundo de lo privado paradójicamente aún estando en lo público es decir se le sigue asignando el mismo rol (entrevista, febrero 2 de 2017).

De 1966 en adelante se da un cambio mucho más notorio en cuanto a la representación sensualizada de las mujeres en los anuncios publicitarios, en donde se evidenció *“una modernización radical en la representación publicitaria de las mujeres, basada esta vez en una total sensualización de los anuncios difundidos en el país”* (Pontón, 2015: 119), tal como se puede apreciar a continuación:

Imagen Nro. 20



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1966

Imagen Nro. 21



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1967

Imagen Nro. 22



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1968

La imagen Nro. 20 muestra la portada de la revista Vistazo de 1966, año en el que aparece por primera vez en el país la fotografía de una modelo en bikini. Esta representación se usó en adelante como estrategia comercial para llamar la atención del público lector, predominantemente masculino. Asimismo, las imágenes de mujeres empiezan a aparecer de manera recurrente para promocionar licores, *“siempre con frases sugestivas que asocian el deleite de ingerir alcohol con el placer sexual”* (Pontón, 2015: 119).

Se puede identificar, por ejemplo, en la publicidad de Cervecería Nacional (imagen Nro. 21), cómo se juega con el doble sentido: *“una para cada gusto”*. Este slogan es usado para promocionar tres marcas de cerveza que ofrece la misma empresa, de la mano de tres modelos que la promocionan, asociando así, el gusto por la cerveza con la atracción hacia las mujeres. Esta fue la primera ocasión en

que modelos extranjeras posaron en bikini para promocionar un licor nacional y que constituyó un referente que puso de moda esta prenda de vestir en el cuerpo femenino como recurso de “destape” y como mecanismo para generar atracción en artículos de consumo (Pontón, 2015).

La publicidad de Cristal (Imagen Nro. 22) es otro ejemplo, se promociona esta marca de licor como uno de los auspiciantes de las reinas mundiales de belleza, además la marca exhibe sus cualidades, asociándolas a la imagen de la modelo, quien viste un bikini del mismo color del producto ofertado²¹⁶.

Hasta este punto, cabe valorar que por una parte, el “*destape publicitario de las mujeres fue un fenómeno relevante de este periodo en términos de que constituyó un vehículo de modernidad cultural, que aunque condujo a otro tipo de inequidades, finalmente posibilitó una mentalidad más abierta y libertaria en términos de género que rompió con los cánones tradicionales*” (Pontón, 2015: 124), y, por otra parte, que la imagen del cuerpo de la mujer fue usada como vehículo mediático, cada vez con más asiduidad, para promocionar productos a través de la erotización del cuerpo y servir como un gancho publicitario para la venta de artículos que poco o nada tenían que ver entre sí.

Por otra parte, también se identifica una dicotomía entre lo erótico y lo tradicional en función de la audiencia a la que iba dirigida la producción visual. Por un lado, la mujer con un mayor destape corporal para publicidades direccionadas hacia lectores masculinos y,

²¹⁶ Pontón explica que la Revista ha utilizado imágenes sensuales de mujeres en sus portadas como una herramienta de mercadeo constituyéndose un espacio de auto- anuncio publicitario para incentivar su compra. (Pontón, 2015).

por otra, construcciones publicitarias donde la mujer no deja de estar vinculada con temas de cuidado doméstico²¹⁷, tal como se puede reconocer en las imágenes Nros. 23 y 24:

Imagen Nro. 23



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1978

²¹⁷ Estos anuncios permitieron identificar a Pontón que dentro de la revista Vistazo “*Esta dicotomía o contradicción en la representación de las mujeres implica también la existencia de una división sexual de la audiencia a la que van dirigidas las publicidades, de modo que las que se centran en el destape femenino estarían dirigidas a los varones que pueden comprar la revista, mientras que las que se vinculan al cuidado de lo doméstico estarían destinadas a las mujeres que leen y hojean la Vistazo adquirida, pese a no ser el público objetivo de la misma. En este sentido, es evidente que las propagandas difundidas estarían reproduciendo también la dicotomía privado / público en las representaciones que realizan, por lo que se podría decir la publicidad divulgada en el país está cargada de binarismos y esencialismos*” (Pontón, 2015:126).

Imagen Nro. 24



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1979

Paralelamente siguieron apareciendo publicidades de artículos de tocador y cosméticos, en donde la mujer fue utilizada para apelar la idea de "belleza", asociada con el patrón de juventud bajo parámetros hegemónicos²¹⁸. Es así que a finales de los setenta y principios de los ochenta, cuando llega el neoliberalismo, se enfatizó más lo global que lo local y las publicidades que promovían aquel parámetro continuaron manejando estereotipos eurocéntricos- occidentales.

218 "Lo extranjero " especialmente lo norteamericano o europeo " ha constituido un referente y una fuente de prestigio en los productos culturales que se difunden en el Ecuador; y la publicidad es el ejemplo más claro de ello (...) los imaginarios, el estilo de vida y los rasgos étnicos de estas regiones constituyeron desde los inicios mismos de esta actividad un referente mundial" (Pontón, 2015: 127).

En esas piezas publicitarias, los cuerpos y rostros siguieron siendo presentados en función de los parámetros predominantes e internacionales que se iban posicionando como los "deseables", así, "se aprecia un resurgimiento con fuerza de la mujer blanca y rubia de los primeros anuncios publicitarios de los años 50, pero esta vez a través de imágenes cargadas de sensualidad" (Pontón, 2015:127), tal como se evidencia a continuación:

Imagen Nro.25



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1980

Imagen Nro. 26



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1981

Imagen Nro. 27



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1984

Más adelante, las publicidades fueron cada vez más transgresoras, se puede identificar por ejemplo, en la Imagen Nro. 28, la presencia de una mujer de estilo “hippie”, promocionando un licor escocés, al lado de un eslogan que dice: “*tal como a usted le gusta*”. Como se puede ver, por una parte, se utiliza nuevamente el doble sentido en la promoción de un producto asociado con la figura femenina y, por otra, se expone la imagen de una joven perteneciente a un movimiento contracultural de ese entonces, más como moda, que como representación de una ideología política, puesto que “*la imagen nada tiene que ver con el producto promocionado ya que ella no lo está tomando, no obstante, el eslogan que se emplea es ‘¡ITAL COMO A UD. LE GUSTA!’; el cual sugiere que si un hombre consume este producto podrá conquistar a una mujer igual a la fotografiada ¡tal como le gusta!’*” (Pontón, 2014: 114).

Imagen Nro. 28



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1971

Imagen Nro. 29



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1972

Imagen Nro. 30



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1974

Para 1970 se naturalizó la sensualización de la mujer en la publicidad, *“se observa que las marcas que irrumpieron en esta etapa usando publicidades sensuales, transgresoras, y por lo tanto modernas, son principalmente las de licores, vehículos, productos de belleza”* (Pontón, 2015: 121). Un ejemplo de esto en la publicidad es la Imagen Nro. 29, en la que se muestra a una joven, cuya disposición corporal está dirigida al espectador, posa su mano izquierda sobre su cadera, mientras con la mano derecha sostiene un arma. Entre sus piernas se aprecia un apilamiento de carros, del que sobresale uno, mientras en la parte inferior izquierda del anuncio, la leyenda expone: *“disfruta de la AGRESIVA POTENCIA de GASOLINA ANGLO”*. Tanto la mujer, representada y calificada como agresiva, así como los elementos textuales de la publicidad, exponen una relación de semejanza entre la representación icónica de la mujer, la *“potencia”* y agresividad de la misma, con el desempeño de la gasolina ofertada.

También, la imagen Nro. 30, que corresponde a la publicidad del whisky Old Parr, cuyo mensaje pregunta: *“¿Por qué junto a lo más bello y exquisito de la vida, está siempre Old Parr?”*. A continuación, la respuesta articula: *“¡Porque no hay whisky más fino en el mundo que Old Parr!”*. Dentro de la publicidad, la imagen de una mujer desnuda, sentada junto al whisky, ocupa la mayor cantidad de espacio del anuncio, también se evidencia una pequeña descripción del producto que dice: *“Whisky escocés de lujo”*, de tal manera que la composición gráfica y el mensaje explicitan, por un lado, la condición de belleza, asociada con el *“lujo”* y, por otro, la sensualidad del destape del cuerpo femenino con el sabor de la bebida publicitada, de esta manera el deleite al ingerir alcohol se relaciona con el placer sexual.

Posteriormente, se pasó de una sensualización a una marcada erotización de las mujeres retratadas en los anuncios, con una estrategia

de mostrar fragmentos del cuerpo femenino²¹⁹, es decir, en varias publicidades de ese entonces se muestra en el anuncio únicamente la parte de la figura femenina que sirve para promocionar el producto. El anuncio de cigarrillos Doral (Imagen Nro. 31), por ejemplo, muestra *“en primer plano y exclusivamente la cadera de una mujer en traje de baño portando el producto promocionado (...) da a entender que es suave fumarlo y a la vez es suave portarlo pegado a la piel o que tanto el sabor del cigarrillo como la piel de la modelo son suaves”* (Pontón, 2014: 115). Algo similar ocurre con la publicidad de la gaseosa Tropical, imagen Nro. 32, en donde la figura del dorso femenino semi-desnudo deja ver los glúteos de la modelo como gancho para vender la bebida bajo el eslogan: *“La Gente Tropical DA la espalda a la Sed”*.

Imagen Nro. 31



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1985

219 “Esta fragmentación se traduce, por un lado, en una representación que toma un aspecto de la vida de las mujeres y lo muestra como su única identidad, sin que se tome en cuenta las diferentes facetas y ámbitos que conforman su existencia; y por otro lado, en una desintegración del cuerpo femenino, ya que al mostrarlo en partes sueltas o resaltar planos de sus zonas erógenas, cosifica a las mujeres” (Pontón, 2015:14).

Imagen Nro. 32



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1997

Durante la década de los noventa se continúa utilizando el cuerpo femenino para vender todo tipo de artículos y servicios, tengan o no que ver con el tema ofertado, ejemplos al respecto son las publicidades de la importadora de llantas de Guayaquil “Andrés Borbor”, en donde las fotografías de mujeres en bikini eran usadas para promocionar los neumáticos a través de eslogans como: *“Esta negra es rendidora, confiable y servicial”, “Que negra tan rendidora!”*²²⁰.

220 Para una mayor información sobre representaciones del pueblo afroecuatoriano se recomienda la lectura de la investigación “Guía Informativa sobre Discriminación al Pueblo Afroecuatoriano y su Representación en Medios de Comunicación”, elaborada y publicada en 2017 por el CORDICOM. Versión digital disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/guia_informativa_afroecuatorianos/

Imagen Nro. 33



Fuente: Revista Vistazo. Inicios de los años 80

Imagen Nro. 34



Fuente: Revista Vistazo. Inicios de los años 80

Como vemos, en las imágenes Nros. 33 y 34 existe como eje central una imagen caricaturizada de una mujer afrodescendiente con rasgos hiperbolizados de sus caderas y piernas. Los vestidos cortos y escotados resaltan partes específicas de su cuerpo, en concordancia con el estereotipo de la hipersexualidad, asignado socioculturalmente a este grupo étnico. En los dos casos, el título de la publicidad se refiere tanto a la mujer afrodescendiente como a las llantas, configurándose entonces como un discurso de doble sentido en el que los adjetivos empleados sirven para equiparar a la mujer con las llantas. Así, epítetos como “rendidora”, “confiable”, “servicial” están dirigidos también a caracterizar a las mujeres afroecuatorianas, reforzando con ello el discurso discriminatorio y sexista.

Imagen Nro. 35



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1990

Al respecto, cabe indicar que a nivel sociocultural el discurso que se ha elaborado alrededor de la mujer afrodescendiente la ha concebido

como un “*ser hipersexual, como objeto para uso sexual*” (Hernández, 2009: 36). Este tipo de publicidad continuó difundiéndose durante los años noventa, como puede evidenciarse en piezas publicitarias de la importadora de llantas de nombre Andrés Borbor, que fueron reproducidas en el mes de enero de 1990 y 1995.

Imagen Nro. 36



Fuente: Pontón, 2015. Vistazo, 1995

En la Imagen Nro. 35 se puede identificar el eslogan: “*buenas negras*”, utilizado en doble sentido con el objetivo de promover la compra de neumáticos, éste se encuentra acompañado por la fotografía de una mujer en traje de baño, la imagen de cuatro llantas y una palanca de

cambios. En esta publicidad se presenta “*el cuerpo esbelto de una joven que mira al infinito en una actitud que nada tiene que ver con el artículo que se publicita y, frente a ella, diferentes tipos de llantas negras, sugiriendo que tanto éstas como la modelo muy bronceada (negra) son buenas: las llantas en términos de resistencia y la mujer en términos sexuales*” (Pontón, 2014: 116).

Esta construcción se repite en la imagen Nro. 36, publicidad en la que de manera simbólica nuevamente se equiparan las llantas en términos de resistencia, con la mujer en términos sexuales. Además el mensaje que acompaña a esta última imagen: “*todo Guayaquil lo sabe, si quieres averiguarlo...te espero!*”, lo que connotativamente “*da a entender al lector/espectador masculino que tan solo con comprar las llantas tendrá acceso a su cuerpo*” (Pontón, 2014: 116).

Imagen Nro. 37



Fuente: El Universo, 14 de febrero de 1996

En la publicidad Nro. 37 se utiliza la imagen de una llanta sobre el cuerpo de una mujer afrodescendiente como metáfora para evidenciar los beneficios del producto promocionado, señalando en doble sentido que “en las lomas” y “en curvas peligrosas” de la carretera (cualidades también del cuerpo de la mujer afroecuatoriana) las llantas no tendrán problema alguno. Además, es importante fijarse que la imagen solo enfoca las partes erotizadas de su cuerpo, excluyendo su rostro. De tal manera, esta publicidad refuerza la representación de la mujer afroecuatoriana como “objeto de deseo”, a disposición del hombre blanco-mestizo.

Imagen Nro. 38



Fuente: El Universo, 14 de febrero de 1996

La imagen Nro. 38 muestra a una mujer afrodescendiente desnuda, desabotonando la camisa de un hombre blanco. El texto principal que acompaña la imagen dice: “¡Emocionante al ponérsela emocionante al quitársela!”, con lo cual se configura un discurso que representa a la mujer perteneciente a este colectivo como una persona provocadora y dispuesta a satisfacer los deseos sexuales del hombre blanco. Al respecto, Rahier profundiza en el análisis del imaginario de la hipersexualización de la mujer afrodescendiente, mencionando que en nuestra sociedad:

Una mujer negra o de piel oscura será imaginada como un ser de fácil acceso sexual para los hombres, ella destapará su cuerpo en espacios públicos en ‘formas indecentes’, ella eventualmente tendrá hijos de diferentes hombres, ella será ineducada y empleada como sirvienta o cocinera, sus modales serán no-refinados, la forma de su cuerpo voluptuosa, casi concebida como un ser naturalmente obsceno o vulgar; será ocasionalmente amante de un hombre blanco, blanco-mestizo o blanco-mulato casado, quien comentará con locuacidad en reuniones de amigos la ‘habilidad sexual de la mujer negra’ y las curvas de su cuerpo con expresiones como es una buena negra, una negra caliente, o incluso se referirá a partes específicas de su cuerpo, usualmente las nalgas y las piernas (Rahier, 2011: 63).

El mismo autor, a través de una entrevista a profundidad a una mujer afroecuatoriana da cuenta del malestar que produce el constante acoso a causa de este estereotipo:

Cuando caminaba por un barrio blanco-mestizo desconocido yo experimenté agresiones racistas. Si yo pasaba por la calle y algunos blanco-mestizos estaban pasando, ellos inmediatamente gritaban cosas como ‘negra rica’, ‘que guapa

negra' y cosas por el estilo. Usualmente, ellos insistían en las curvas y piernas de las mujeres negras diciendo 'Esa negra tiene un lindo culo'. Yo pude comprender que ellos no estaban diciendo simplemente cumplidos, sino que al contrario eran profundamente irrespetuosos. Ahí es cuando empecé a sentir mi condición como mujer negra y como un objeto sexual. Ellos tienen muchos imaginarios sobre el hecho de que un hombre puede curarse una enfermedad teniendo sexo con una mujer negra, como curar sus riñones. Ellos dicen que una mujer negra tiene mucha energía sexual... Me di cuenta de que ellos en realidad estaban detrás de mi cuerpo, solo querían tener sexo conmigo. Es algo extraño ver a un hombre blanco-mestizo deseando estar con una mujer negra de por vida (Rahier, 2011: 74-75).

De esta manera, el discurso de la hipersexualidad de la mujer afrodescendiente, además de cosificarla y estereotiparla, justifica actos de violencia hacia ellas, conllevando profundas implicaciones en su vida cotidiana. Otro de los estereotipos dominantes respecto a las mujeres afrodescendientes se encuentra en las representaciones casi exclusivas que se realizan de ellas como empleadas domésticas o bien ejerciendo funciones relacionadas con esta labor. Esta representación es tan extendida que *"muchos blancos y mestizos, cuando ven a una negra y no piensan que podría ser un objeto sexual, inmediatamente asumen que es empleada doméstica"* (De la Torre, 2002: 50).

Imagen Nro. 39



Fuente: Comercial detergente Deja

Imagen Nro. 40



Fuente: Comercial detergente Deja

Un ejemplo de este tipo de representación lo podemos encontrar en la publicidad de detergente “Deja”, en donde la mujer que aparece como protagonista se encuentra ejecutando tareas domésticas relacionadas con el detergente y donde la categoría del producto: limpieza, indica el concepto del anunciante ligado a la condición étnica de la protagonista (Imágenes Nros. 39 y 40):

En los años noventa, la primera vez que salía una mujer afroecuatoriana en televisión fue para publicitar un detergente de ropa de marca “Deja”. Esta publicidad mercantil racista reproduce estereotipos: la mujer negra se llama Blanquita asociada a la idea de limpieza con blancura, su cuerpo negro podría llegar a blanquearse, es decir, a ser limpio, incluso Blanquita aclara “yo soy negra pero limpiecita” en contraposición a lo que supone la asociación negro/negrasuciedad. La mujer sale con un pañuelo amarrado en su cabeza y con un delantal, y se ubica en la piedra de lavar ropa, es decir, se reproduce el estereotipo mujer negra-empleada doméstica o lavandera, cuando camina Blanquita baila y mueve sus caderas, muestra un estereotipo que asocia cuerpo mujer negra-exótico-voluminoso con el baile. Finalmente, Blanquita está siempre sonriente, estereotipo que reproduce la idea de que los negros y negras de naturaleza son alegres (Vera, 2016: 46).

Para inicios del siglo XXI, se pueden apreciar varios anuncios comerciales en los cuales se enfatiza más sobre la sensualidad del cuerpo expuesto que sobre las propiedades, funciones o beneficios del producto ofertado, de esta manera *“el erotismo, la sensualidad y la desnudez forman parte de las herramientas utilizadas por los publicistas para provocar a la audiencia y estimular la compra de una manera consciente o inconsciente”* (Córdova, 2005:73).

Podemos observar varios ejemplos del uso de la imagen femenina como gancho para satisfacer la mirada escopofílica²²¹, guiada por el *“instinto que considera a los demás como objetos sometidos a una mirada escrutadora y curiosa, es decir, posee la base erótica de mirar a otra persona en tanto objeto”* (Pontón, 2014: 117). Una mirada inscrita dentro de una cultura androcéntrica que ha propugnado los valores patriarcales tradicionales.

Si se toma en cuenta que la feminidad *“es la distinción cultural e históricamente determinada, que caracteriza a la mujer a partir de su condición genérica y la define de manera contrastada, excluyente y antagónica frente a la masculinidad del hombre”* (Lagarde, 1990:2), se puede comprender la perspectiva de Pontón al inferir mediante su estudio, que en varias publicaciones de Vistazo la mujer es objeto de esta mirada, de esta forma de enunciarla. Esta aseveración implica tener en consideración que en ciertos casos la mujer se encuentra inscrita en un determinado orden simbólico y aparece como ente pasivo, la mujer es la portadora de sentido, no la creadora del mismo, su apariencia es codificada para producir cierto impacto visual y erótico y, en esta construcción, la cosificación hace visible el cuerpo, que es el objeto de la mirada para tornarlo fuente de dominio (Pontón, 2014). Casos en los cuales *“las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos e históricos, inherentes al género y a cada mujer”* (Lagarde, 1990:2) que permean en la subjetividad y construcción de la identidad de las mismas.

221 De acuerdo con Jenny Pontón, *“precisamente Mulvey (1986) asocia la mirada del espectador masculino con la escopofilia, un instinto que considera a los demás como objetos sometidos a una mirada escrutadora y curiosa, es decir, posee la base erótica de mirar a otra persona en tanto objeto, lo cual sucede con la representación publicitaria de las mujeres”* (2015: 18).

Por ejemplo, la Imagen Nro. 41 muestra una publicidad de Murano, donde el concepto arquitectónico de fondo está acompañado por la figura de una mujer que aparece en primer plano y de la cual destaca un escote que resalta la apariencia de sus senos. En esta representación se puede ver cómo el cuerpo, la belleza y la esbeltez son usadas junto con la gráfica que dice: “curvas espectaculares”, para establecer un símil²²² entre la figura femenina con la idea de la marca Murano.

Imagen Nro. 41



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2000.

222 El símil es la “producción de una idea viva y eficaz de una cosa relacionándola con otra que también expresa” (DRAE, 2017), por ejemplo: decir “el oro de tus cabellos”, en vez de “tus cabellos rubios”. Como figura retórica consiste en comparar un término real con otro imaginario que se le asemeje en alguna cualidad, como el hecho de decir: “eres duro como el acero” o “es manso como un cordero”.

Imagen Nro. 42



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2001

En la imagen Nro. 42, en cambio, puede leerse: “Juliana una caleña de fuego”, junto a la imagen de la modelo. En este caso, la centralidad de la corporalidad femenina se conjuga con la nacionalidad de la mujer para promover la compra de la revista. Pontón da cuenta que la otredad colombiana y su contexto ha sido fuente de estereotipos en nuestro país a raíz de la migración masiva de desplazados colombianos que llegaron al Ecuador desde el año 2000, por efectos del conflicto armado que vivió esta población. En ese periodo se fueron posicionando imaginarios negativos alrededor del varón colombiano asociados con la violencia, la delincuencia y el narcotráfico, mientras que a las mujeres se las ha asociado con particularidades del género como la belleza, el poder de seducción y el deseo (Pontón, 2015).

Otros ejemplos los encontramos en las Imágenes Nros. 43 y 44. En estas publicidades no solo aparecen mujeres, sino también hombres, sin embargo, la mujer aparece en actitud provocadora hacia ellos, representación que, a pesar de romper en cierta forma con la histórica pasividad de las mujeres frente a los hombres, forma parte de la estrategia publicitaria que atrae al público target de la Revista: masculino y con poder adquisitivo, en otros términos, se vuelve más que emancipadora, utilitaria y transitoria (Pontón, 2015).

Imagen Nro. 43



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1991.

Imagen Nro. 44



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 1998

Adicionalmente, desde una visión macro, la autora contrasta este tipo de anuncios con otros en que los hombres no aparecen, al respecto expone: *“en el resto de anuncios ellos constituyen la mirada masculina que consume el mensaje y por lo tanto el producto; es decir, que la mujer le da un valor sensual al artículo promocionado y el hombre se convierte en el comprador persuadido por ella”* (Pontón, 2015:131).

Para 1984 la aparición de la computadora personal marca un quiebre tecnológico a nivel mundial e influye, de manera decisiva, en la industria publicitaria de Ecuador a partir de 1990, ya que la fotografía

digital permite el retoque de las imágenes usadas para la producción de los anuncios.

El avance tecnológico ha permitido la ilusión de perfección física de las mujeres que aparecen en las publicidades, gracias a la posibilidad de crear efectos y modificaciones en las imágenes que alimentan imaginarios ficticios de feminidad, con lo cual se ha reforzado la maquinaria de generación de deseo material e incluso humano - inalcanzable, que como menciona Graeber (2011), es el principal artificio al que apela el mercado para la creación de necesidades, consolidando así la cultura de consumo (Pontón, 2015:132).

De acuerdo con Mónica Delgado, las formas de representación de las mujeres responden a construcciones simbólicas e históricas. Esta investigadora, a través de un estudio sobre las imágenes de mujeres publicadas en revista Familia²²³, pudo identificar que en ellas existía una dualidad *“que pretende, por un lado, resaltar una suerte de sacralidad del cuerpo femenino, relacionada con la pureza, belleza, salud, juventud, de mano de lo natural, en lo que sería un retorno hacia las esencias y raíces; mientras, por otro, buscan evidenciar que el cuerpo femenino debe ser permanentemente mejorado, transformado, modelado y tecnologizado”* (Delgado, 2011: 69).

La autora dividió su corpus de análisis en dos décadas, de 1987 a 1997 y de 1997 a 2007, y revisó 36 ejemplares de la revista en mención, correspondientes a los meses de marzo, mayo y diciembre, en donde

223 Familia circuló por primera vez en Ecuador en 1985. Uno de sus públicos objetivos han sido las mujeres por ser *“las responsables primarias de la crianza, educación y salud de los hijos. Además, son ellas quienes manejan los temas de economía doméstica y necesitan información sobre todo lo relacionado con el manejo del hogar”* (Delgado, 2011: 72). De acuerdo a una entrevista realizada a la editora del medio, Delgado observa que en Familia los temas sobre salud, estética y belleza son considerados de elevado interés y alta recepción por parte del público lector (Delgado, 2011).

existe una amplia circulación comercial, por ser meses asociados a celebraciones culturales, como el día de la mujer, día de la madre y navidad, respectivamente. Delgado pudo constatar así, que a lo largo del periodo estudiado se dio un incremento del uso de la imagen de la mujer en las publicidades. *“La diferencia es marcada: en 1987 apenas aparecen 18 imágenes, para 1997 son 104 imágenes y en el 2007 aparecen 197 imágenes de mujeres en anuncios”* (Delgado, 2011: 76).

Delgado reseña que para 1987 la publicidad abordaba temas de adelgazamiento y modelación anatómica, en donde el cuerpo de la mujer aparece de manera fragmentada para promocionar un modelo, como se puede identificar en la siguiente imagen:

Imagen Nro. 45



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1987

La autora señala que a lo largo de la historia, el cuerpo de la mujer ha sido fuente y campo para la continua experimentación tecnológica, ha tenido que ver, por ejemplo, con el uso de fajas y ropa interior “modeladora”, intervenciones quirúrgicas con el fin de ajustar el cuerpo a los cánones estéticos establecidos, implantes, liposucciones, modelación de rostro, tratamientos y terapias para conservar la juventud y la belleza del cuerpo, “en una suerte de carrera por la perdurabilidad”²²⁴ (Delgado, 2011: 62), de la que ha sido partícipe la publicidad al saber explotar “los ideales de belleza determinados por los intereses de mercado, dejando de lado particularidades culturales, de salud, étnicas, entre otras, y mostrando un único patrón de belleza a seguir” (2011: 63).

Delgado corrobora que hacia finales del siglo XX e inicios del XXI, el uso de imágenes de mujeres sigue siendo utilizado como recurso para la venta, con la particularidad de que en esta época se intensifica el uso de la modelación real o ficticia de la figura femenina que aparece en los anuncios. La autora logra identificar varios ejemplos respecto a la supuesta necesidad de modificar el cuerpo, que se traduce en imágenes que “remiten al mejoramiento, modelación, rejuvenecimiento y prácticas de cuidado estético que buscan frenar el paso del tiempo y los cambios normales que enfrenta el cuerpo femenino” (2011: 84).

224 De acuerdo con esta autora la “modelización corporal tiene que ver, además, con la necesidad de crear una sociedad homogénea, que anule las diferencias estéticas, étnicas y etarias, con el fin de que las industrias puedan tener mayor acogida de sus productos y, por ende, mayores ganancias. Esto supone que, al anular las diferencias y unificar las formas de ver y representar el cuerpo femenino, también se afecta la forma en que las mujeres se perciben a sí mismas y construyen su identidad a través de su cuerpo” (Delgado, 2011: 65).

Imagen Nro. 46



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997

Imagen Nro. 47



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997

En las imágenes Nros. 46, 47, 48, 49, 50 y 51, se pueden apreciar varias de las características propias de este tipo de anuncios: se propone un modelo de delgadez de un cuerpo que hay que modelar y representa el “deber ser” físico; los anuncios están acompañados por textos que sirven de eslogan y refuerzan los contenidos de las imágenes, se lee por ejemplo: *“La felicidad de una mujer está escrita en sus formas”, “Para la mujer audaz de hoy”, “Imagen nueva”, “Efecto visual inmediato”, “Para unir resultado, experiencia y tecnología Bella le ofrece tratamientos faciales europeos”, “los beneficios que solo la crema americana Renewal para ROSTRO y MANOS le ofrece”, “Usted no lo creerá hasta verlo”, “El más completo y moderno tratamiento correctivo del Busto, Glúteos, Abdomen”, “¿Acné, Flacidez, Arrugas, Manchas? Ya no son un problema, quiere cambiar la piel y olvidar de un solo gesto el ambiente sombrío, es dar un nuevo espíritu a la piel”*. Es así como el ideal de belleza propugna un rostro y un cuerpo tonificados, las prendas brindan la posibilidad de modelar, levantar y ocultar las imperfecciones del cuerpo, en tanto las cirugías láser e inyecciones de botox y otros productos prometen eliminar manchas, disminuir arrugas, desvanecer pecas, eliminar acné y flacidez o rejuvenecer la apariencia.

Imagen Nro. 48



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997.

Imagen Nro. 49



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997.

Asimismo, estas publicidades muestran por lo general mujeres jóvenes sin “imperfecciones”, como si esas imágenes ya fueran el resultado esperado del producto; no muestran ningún otro elemento que pueda probar la efectividad, riesgo o seguridad del artículo o procedimiento ofertado, se centran fundamentalmente en un futuro lograble y ocultan la posibilidad de que la persona no llegue a alcanzar el ideal en tallas o facciones ofertadas debido a que, como señala Delgado, existen configuraciones culturales, étnicas, herencia genética, hábitos alimenticios que podrían incidir al respecto.

Imagen Nro. 50



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997.

Imagen Nro. 51



Fuente: Delgado, 2011. Revista Familia, 1997.

Bajo este marco, Delgado muestra que el cuerpo aparece como espacio de representación corporal e identitario, las imágenes analizadas “son, a su vez, formas de construcción identitaria que se proyectan con una intención de consumo” (Delgado, 2011: 98) que han legitimado una “deber ser”, invisibilizando otras diversidades de género, clase y etnia a través de la imposición del patrón homogeneizante de la mujer blanco-mestiza -delgada, construcciones que tienen correspondencia con la identidad de género, que al ser una construcción social, en donde intervienen elementos culturales y psicológicos, también permean en la subjetividad de la mujer y, por ende, en su autoestima, en relación con el entorno social (Delgado, 2011).

En este sentido, el semiólogo José Finol explica que la publicidad *“ha encontrado en el cuerpo un campo predilecto para promover el consumo de una enorme variedad de productos que van desde los odoríficos y vestimentarios hasta los de maquillaje y alimentarios”* (2016: 67), el autor sostiene que:

Entre los distintos tipos de mensajes que los medios de comunicación vehiculan constantemente, los de la publicidad ocupan un lugar privilegiado en la creación, formación y refuerzo de estereotipos. Por un principio de economía comunicativa, la publicidad se aprovecha de estereotipos sociales, a menudo creados por ella misma, para lograr una mayor eficacia en la aceptación del mensaje, es decir para persuadir más rápida y fácilmente a los potenciales consumidores” (Finol, 2016: 67).

Un ejemplo de publicidad que utiliza estereotipos alrededor del cuerpo y el “deber ser” femenino está en la imagen Nro. 52, *“según el cual la mujer de hoy tiene que ser bella para ser exitosa y solo es bella, atractiva y exitosa en sus relaciones de pareja si es delgada”* (Finol, 2016: 70).

Como señala Finol, esta publicidad realiza una conminación²²⁵ o apelación para bajar de peso, situación que es expresada en el apelativo lingüístico principal: “Tus razones de peso para bajar de peso”. El término “peso” que aparece dos veces en el texto se maneja connotativamente, como sinónimo de “importancia” o de “trascendencia” la primera vez que aparece, mientras que en la segunda, el término se refiere al significado denotativo general: como magnitud cuantitativa de los cuerpos. Así se transforma el sentido

225 El término conminar significa *“apremiar con potestad a alguien para que obedezca”* (DRAE, 2017).

del segundo uso del término “peso” en sinónimo de “delgadez”, una condición definitoria del modelo mediático de la belleza, condición visible no solo en los medios sino también en los concursos de belleza.

Imagen Nro. 52



Adicionalmente, al percatarse de la forma en que están expuestas las seis razones a las que se refiere el apelativo inicial, se constata que aparecen en primer orden aquellas referidas a las relaciones amorosas, valor expresado en la razón número uno (“Enamorar a tu pareja”), y a la belleza, elemento expresado en la razón número dos (“Entrar en tú ropa”). La cuarta y quinta razón (“Estar saludable” y “Tener vitalidad”) pueden considerarse como razones sanitarias, con

un apoyo en lo que las ciencias médicas han establecido claramente: el exceso de peso afecta la salud y la vitalidad. No es una casualidad que estas dos razones aparezcan casi de últimas: su contenido apela a una isotopía científica, que el publicista considera de menor impacto que las tres primeras, pues da como sentado que la salud tiene menos trascendencia social, menos interés por parte del consumidor, que las relaciones amorosas y que la belleza.

Mientras que con un signo de visto que sirve para resaltar la orden a la que se apela, aparece en sexto lugar el término “cambia”. A nivel semántico, el cambio que se propone supone la transición de un “antes” hacia un “después”. El antes está marcado negativamente, mientras que el después-referente a la nueva vida-supondría la obtención de presuntos logros, jerárquicamente numerados: relación de pareja + belleza + felicidad + salud.

En el plano icónico- visual, las dos imágenes del mensaje establecen una jerarquía ya que existe una que aparece completa, nítida y en primer plano, mientras que la segunda aparece incompleta, difusa y en segundo plano. A esos dispositivos que diferencian y jerarquizan las imágenes corporales se añade la pose: elegante y abierta en la primera imagen, recogida y cerrada, en la segunda. Luego se observa que el cabello de la mujer en la primera imagen aparece cuidado y arreglado, mientras que el de la segunda aparece con una caída no elaborada. Finalmente, a nivel cromático, el vestido de la primera imagen aparece en un color primario, juvenil, de alto impacto visual, en tanto que el de la segunda aparece en un color secundario, más moderado, de menor impacto visual. Gracias a los dispositivos semióticos mencionados, se establece una clara distinción cualitativa entre una imagen de mujer y otra. El relegamiento de las mujeres obesas o con mucho peso, rayando en lo despectivo, proyecta sobre

ellas una menor valoración cualitativa que el mensaje socializa como legítimo y natural. Finalmente, este mensaje:

Al atribuir valores eufóricos a la delgadez y a la belleza y al considerarlas razones para “ser feliz” y “enamorar a tu pareja”, realiza, por ausencia o por oposición, una distinción cualitativa que conduce a una exclusión y, luego, a una restricción o limitación, a una denegación, real o simbólica, de la igualdad. Dicha distinción y sus consecuentes restricciones y denegaciones, no se fundamenta en condiciones naturales, objetivas, sino en patrones culturales, históricos, convencionales. En otros términos, el mensaje al atribuir propiedades eufóricas a un tipo de mujer atribuye también, aún sin mencionarlo, propiedades disfóricas a los otros tipos de mujeres, un efecto de significación y comunicación que es posible porque las ausencias, como los silencios, también son significativos (Finol, 2016: 71).

De esta manera, al hacer solo énfasis en la mujer como destinatario del mensaje se tiende a atribuirle un rol de complacencia y dependencia con respecto al hombre, lo que confirma y reproduce una división de roles entre lo propiamente masculino y lo propiamente femenino.

Otra autora que ha indagado en las formas de representación de la mujer en la publicidad es Evelyn Córdova (2005), ella realizó el análisis de varios spots publicitarios de diferentes marcas²²⁶ y luego indagó, mediante un estudio de impacto entre estudiantes de la Universidad Salesiana del Ecuador, sede Quito, la forma en que la mujer y el sexo se configuran como dos elementos que juegan para atraer la atención del espectador.

226 Entre ellas, de la cerveza Brahma y Clausen; de la empresa de Internet “Punto Net” y de varios comerciales de AXE. En estos últimos existe una predominante presencia de la mujer como objeto sexual y en sí un alto contenido sexual dentro de sus comerciales.

En este marco, se identificó que dentro de varias piezas publicitarias del producto AXE, la mujer, por lo general, porta poca ropa o, a su vez, de manera constante usa ropa ajustada, escotes variados, faldas, shorts, minis o pantalones ajustados, transparencias, etc.; los cuerpos son atractivos y voluptuosos, presentados en posturas eróticas. La trama de los comerciales propende a asegurar el éxito del flirteo²²⁷ (coqueteo) y del sentido de atracción sexual de los hombres hacia las mujeres, “una vez que eres o te transformas en un ‘hombre AXE’” (Córdova, 2005). El concepto de la publicidad de AXE “se basa en fragancias para jóvenes que imprimen su personalidad en todo lo que hacen y que buscan perfumes que refuercen su atracción, su masculinidad y su poder a la hora de seducir” (Jácome, 2012: 69).

Varios de estos elementos los podemos encontrar en el comercial de Academias AXE Unlimited²²⁸ (Imagen Nro. 53), en donde se muestra a una mujer “tipo Marilyn Monroe, rubia, delgada, buen cuerpo, labios rojos y carnosos” (Córdova, 2005: 86) frente a un hombre: su supuesta pareja, quien debe mantener con ella una “escucha obligatoria”, sin distraerse. Mientras esto ocurre, el hombre debe pasar por “duras pruebas”, resistirse a mirar: el motor de un carro, un partido de fútbol o a dos mujeres en bikini, en el momento en que una de ellas pone crema en el cuerpo de la otra y cómo una de ellas es acariciada por la otra.

227 Flirtear es “coquetear, dar señales sin comprometerse”, mientras que flirteo se refiere al “juego amoroso que no se formaliza ni supone compromiso” (DRAE, 2017).

228 “Con más de 15 años en el mercado, AXE es el líder en el segmento de desodorantes masculinos, la marca viene ampliando su participación de mercado a medida que se afirma como una marca *cool*, innovadora y como referente para los jóvenes” (Jácome, 2012:69).

Imagen Nro. 53



Fuente: Escenas del comercial “Escucha Obligatoria”- Academias Axe Unlimited²²⁹

229 Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=gQBIR_GgtCc

Los hechos ocurren dentro de un salón de clase o en un auditorio lleno de hombres jóvenes, que profieren exclamaciones ante las pruebas a las que es sometido el individuo. Un hombre de mayor edad es representado como el director o profesor y es el encargado de calificar la actuación del aspirante. En medio de esta construcción audiovisual, las mujeres son presentadas como objeto de conquista, como objeto de fantasía, sensualidad y distracción. Tal como lo señala Córdoba:

A lo largo de la historia, la seducción y la posesión de las mujeres ha constituido uno de los rasgos fundamentales que han sido utilizados para definir la masculinidad; seducción llevada a cabo, de manera frecuente, mediante la fuerza o el engaño, donde el varón es el motor del deseo sexual, en contraste con la pasividad o el sentimentalismo femenino (2005: 69).

De igual forma, en el estudio “El rol de la mujer en la publicidad de AXE y su percepción en jóvenes universitarios de la ciudad de Quito”, realizado por Tatiana Jácome, se señala que los comerciales de esta marca se valen de la estrategia de utilizar el sexo como gratificación por la compra de un producto, espacios en los que la explotación del cuerpo femenino se encuentra de manera más abundante y donde *“la mujer se convierte en objeto de deseo que tiene un valor en el mercado”* (2012: 62).

Concordante con esta estrategia publicitaria, existen determinados comerciales en donde la mujer como objeto de gratificación es usada también como “premio”, por lo que los hombres compiten en una carrera, principalmente contra sí mismos, la mujer *“es mostrada como un trofeo, a través del cual el hombre conseguirá reconocimiento y admiración, la mujer va a ser el símbolo del triunfo*

masculino, convirtiéndose en una posesión que el hombre ha de tener para mostrar su posición social” (Suárez, 2014:8). Este estereotipo acude a un orden simbólico, en virtud de un modelo estético-comportamental, que es la meta. A continuación se exponen varios ejemplos.

En la Imagen Nro. 54 se pueden observar varias escenas del comercial “Clic AXE”, que tuvo como protagonista al actor de Hollywood Ben Affleck, quien compite con un chico ascensorista para ver quién conquista o logra flirtear (coquetear) con mayor cantidad de mujeres en un mismo día. Valiéndose de un contador (*clicker*) registran el número de personas que demuestran atracción por Affleck. Al final, éste pierde ante el joven ascensorista. Dentro del comercial, las mujeres aparecen como objetivo de conquista dentro de un juego basado en el interés por ganar su voluntad y/o atracción para afirmar el poder de seducción del hombre.

Imagen Nro. 54



Fuente: Escenas del comercial "Clic - AXE"²³⁰

230 Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=B2rBVXtF9-A>

En cambio, el Comercial "Iglesia " AXE" (Imagen Nro. 55), pone en contraste el arquetipo del deseo de matrimonio - tradicionalmente vinculado con la mujer-, encarnado de manera irónica en un hombre, quien supuestamente siente deseos de casarse por el hecho de usar jabón de mujer y, por lo tanto, pensar como ella (se afirma en la publicidad: "el jabón de mujer te hace pensar como mujer"). Al final del comercial aparece el anuncio del nuevo gel de ducha promocionado e inmediatamente después la leyenda: "el efecto AXE llegó a tu baño". En la escena final el protagonista se deja ver acompañado de dos mujeres en bikini que le bañan, de tal manera que se evidencia un cambio de actitud como parte del "efecto AXE", así como un cambio de relacionamiento afectivo en donde, por contraste, el hombre piensa nuevamente como hombre y se encuentra acompañado de dos mujeres. Las alusiones están relacionadas con el estereotipo del hombre conquistador o "don juan" dentro de una construcción que presenta de manera connotativa estereotipos de género. También el uso del cuerpo femenino aparece como símbolo sexual.

Imagen Nro. 55



Fuente: Escenas del comercial "Iglesia - AXE"²³¹

En el comercial "AXE 3 Choques" se muestra: "el chico joven (target primario) que se pone Axe en todo el cuerpo y consigue a una chica muy sexy (promesa) que debe caer a sus pies incondicionalmente" (Payán & Ramírez, 2011: 43). En la Imagen Nro. 56, se pueden apreciar varias escenas del comercial en donde un joven pasea por la ciudad en motocicleta, lleva puesto AXE 3, que es la combinación de dos fragancias AXE, por lo que atrae la atención y la voluntad de todas las mujeres que aparecen a su paso. Cuando ellas perciben su presencia buscan fusionarse unas con otras para convertirse en una "mujer ideal" para él, representada como más bella y llamativa. Al final del comercial se encuentra rodeado por varias mujeres que le siguen (Jácome, 2012).

231 Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=vwDD5YQQPPo>

Imagen Nro. 56



Fuente: Escenas del comercial "AXE 3 Choque"²³²

232 Disponible en: Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=2mQx9gzl05Y>

Con respecto a lo anterior, es importante tener en cuenta que la publicidad *"en muchas ocasiones, utiliza al sexo como enganche para cumplir con sus objetivos de venta, donde la imagen de la mujer, especialmente su cuerpo, ha sido utilizado para que el televidente juegue con su imaginación y pueda ser seducido por esas imágenes que quedarán en su mente y al mirar el producto que se publicita, sentirá el impulso de adquirirlo"* (Córdoba, 2005: 121).

Por otra parte, se ha evidenciado la permanencia de la publicidad que reproduce imaginarios basados en roles de género, por ejemplo, en el caso de las publicidades en las cuales las mujeres se desenvuelven como madres y amas de casa (Imágenes Nros. 57 y 58), en donde lo femenino es ligado a la maternidad, en actitud de cuidado de los miembros de la familia y al desempeño de las labores domésticas dentro del ámbito privado, haciendo eco del marianismo social latinoamericano²³³. Asimismo, cuando aparece la figura masculina lo hace reforzando el modelo de familia nuclear tradicional, generalmente de tipo blanco- mestizo y de clase media alta- alta.

233 "En este modelo tradicional "mariano" el sujeto femenino está asociado al ámbito doméstico y a la maternidad, su lugar en la sociedad pasa por la influencia que la mujer ejerce en el hogar y su poder sobre los hijos. Sus cualidades son su valor moral superior y su rol de mediadora frente a lo sagrado, pues ella detenta el honor familiar colocado en su pureza sexual (Fuller, 1995)" (Pontón, 2015: 150).

Imagen Nro. 57



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo: 2002

Imagen Nro. 59



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo: 2011

Imagen Nro. 58



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo: 2008

A comienzos del siglo XXI persisten publicidades en las que se presentan a las mujeres para promocionar electrodomésticos. A pesar de que este tipo de publicidades se vieron reducidas desde que las mujeres empezaron a ocupar el espacio público, aún subsisten varias en las que se las muestra como las responsables exclusivas del arreglo y la administración del hogar (Pontón, 2015). Tal como se puede apreciar en las Imágenes Nros. 60 y 61.

Imagen Nro. 60



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo: 2001

Imagen Nro. 61



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo: 2008

Tanto la figura de madre como de cuidadora del hogar y de los miembros de su familia, así como la de ama de casa aparecen asociados al estereotipo de que estas funciones son, por naturaleza, atributivas de las mujeres y, por lo tanto, sigue vigente un emplazamiento del espacio privado al género femenino.

Otro hallazgo reseñado son los anuncios que aluden a los noviazgos y matrimonios, todos heterosexuales, convencionales, proyectados como meta para la mujer, quien al conseguirlo puede llegar a disfrutar de un estado de realización futura y felicidad idealizada, como se puede apreciar en las imágenes No. 62, 63 y 64.

Imagen Nro. 62



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2004

Imagen Nro. 63



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2008

Imagen Nro. 64



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2011

En cuanto a las relaciones entre hombres y mujeres, Pontón logró identificar que fuera del ámbito de la maternidad y de la familia nuclear, la principal representación de la mujer en la década del 2000-2012 es en la que ella seduce al hombre, quien, a su vez, está relacionado con la compra de algún producto promocionado, tal como se puede observar en las Imágenes Nros. 65 y 66. Después están publicidades en las que la mujer es seducida, sin embargo, el hombre que lo hace, generalmente, calza con el prototipo: blanco-mestizo, exitoso, de clase media- alta, elegante (Imagen Nro. 67).

Imagen Nro. 65



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2004

Imagen Nro. 66



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2012

Imagen Nro. 67



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2001

Respecto a la representación de las mujeres como estudiantes, profesionales o empleadas, Pontón rescata que el mismo hecho de mostrarlas implica ya una ruptura de viejos patrones comerciales, puesto que en la actualidad la publicidad no puede mostrarse ajena frente a nuevas tendencias y avances dentro del desarrollo profesional y laboral de las mujeres. A pesar de lo expuesto, existen varios sesgos de género dentro de este grupo, especialmente de clase y de etnia, como se puede ver en las publicidades de la Universidad Espíritu Santo, UEES, universidad privada, *“en donde aparecen chicas en un ambiente universitario, que cumplen físicamente con los parámetros occidentales publicitarios; es decir, son jóvenes, delgadas, de estatura alto, blancas y en su mayoría rubias, como si las mujeres que no poseen estas características no estudiaran en universidades privadas”* (Pontón, 2015: 160).

Imagen Nro. 68



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2006

Imagen Nro. 69



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2009

Otro tipo de sesgo se encuentra en varias publicidades donde las mujeres se desenvuelven en el ámbito público (Imágenes Nros. 70 y 71). Por ejemplo, se utiliza la figura de la mujer ejecutiva y profesional, cuyas imágenes coinciden con “mujeres jóvenes, de clase media alta, blanco - mestizas y/o rubias, estilizadas, bien vestidas y maquilladas, y eficientes en su trabajo” (Pontón, 2015: 160). En este sentido, aparece también la imagen de la “superwoman”, es decir, “la mujer que lo hace todo con éxito y a la vez es bella” (Pontón, 2015: 160). Las mujeres ejecutivas presentan como parámetro constante la belleza occidental: “las mujeres ejecutivas son representadas en las publicidades siempre y cuando denoten belleza como puerta de éxito, de lo contrario, pasan a ser simplemente empleadas comunes” (2015: 160).

Imagen Nro. 70



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2002

Imagen Nro. 71



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2007

De igual forma están las publicidades en las que aparecen mujeres practicando deportes, en donde se resalta su imagen en actividades de ejercicio físico, competencia, entretenimiento y aventura, que refleja mayor autonomía. Esa autonomía se vuelve relativa cuando la vinculación entre mujer, deporte, ejercicio y salud lleva implícita la necesidad de modelar el cuerpo para reforzar los parámetros estéticos convencionales: una figura esbelta y atlética vinculada con deporte, juventud y deseo en un contexto actual que imprime *“como una prioridad del ‘deber ser’ actuales, modernas y deseables”* (Pontón, 2015: 163).

En otro orden, aparecen varias publicidades que representan excepciones dentro de las representaciones tradicionales, *“precisamente porque visualizan algunos cambios en el tipo de vinculación entre géneros”*, como se puede identificar en las imágenes Nros. 75, 76 y 77, en las cuales las funciones laborales se desarrollan de forma conjunta y la actividad deportiva es compartida, al igual que las labores domésticas.

Imagen Nro. 72



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2003

Imagen Nro. 73



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2008

Imagen Nro. 74



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2012.

Imagen Nro. 75



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2005

Imagen Nro. 76



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2007

Imagen Nro. 77



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2009

Existen otro tipo de representaciones de mujeres trabajadoras, (Imágenes Nros. 78 y 79), donde ellas aparecen como parte de la empresa, comprometidas con la labor que desempeñan, junto a colegas y que no necesariamente responden al tipo de belleza occidental, sino que ya reflejan características más diversas: *“son funcionarias comunes, de clase media y de varias edades, rostros y cuerpos, de acuerdo al promedio de la población nacional [este es] un paso en lograr una representación más real de la diversidad de mujeres en la publicidad, lo cual permite afirmar que por lo menos en términos de mercadeo institucional los referentes van adaptándose a la realidad ecuatoriana, lo cual contrasta con los prototipos utilizados en la promoción de productos de consumo, (...) cargados de estereotipos que niegan las diferencias e imposibilitan una representación más compleja, estableciéndose una nueva fractura entre las mujeres trabajadoras reales e ideales”* (Pontón, 2015:161).

Imagen Nro. 78



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2009

Imagen Nro. 79



Fuente: Pontón, 2015. Revista Vistazo, 2008

En este contexto, se puede observar que en la actualidad existen varias actividades y funciones de la publicidad en las que se presenta a la mujer, dentro de las que se destaca, actualmente, la figura femenina sensualizada como gancho comercial, en donde las representaciones se ubican en la ambigüedad, entre lo tradicional y lo moderno.

Al respecto, Jenny Pontón afirma que: *“si bien la publicidad difundida en el Ecuador en la última década se ha abierto a mostrar nuevas funciones y ciertas representaciones menos tradicionales de las mujeres “ como la participación femenina en diferentes actividades públicas en las que antes no aparecía (trabajo, estudio, deporte)”* (2015: 183), también se ha evidenciado que existe una proyección cada vez más fracturada y fragmentada de las identidades y de la corporalidad femenina, esta fragmentación *“se traduce, por un lado, en una representación que toma un aspecto de la vida de las mujeres y lo muestra como su única identidad, sin que se tome en cuenta las diferentes facetas y ámbitos que conforman su existencia; y por otro lado, en una desintegración del cuerpo femenino, ya que el mostrarlo en partes sueltas o resaltar planos de sus zonas erógenas, cosifica a las mujeres”* (Pontón, 2015). Por lo tanto, uno de los focos de reflexión crítica que deja esta autora es contrarrestar un capitalismo que se valga del cuerpo y la estética para promover a través de la publicidad una única forma de ser o parecer, debido a que este tipo de comerciales terminan por negar la diversidad, la complejidad de la vida, la apariencia y capacidades de las mujeres al estar basados en estereotipos o prejuicios que simplifican su potencial y logros políticos a lo largo de la historia.

En este sentido es importante recordar que la Plataforma de Acción de Beijing invita a que los medios de comunicación se *“abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como*

objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo” (ONU MUJERES, 2014: 175).

4.3.5 Conclusiones

A lo largo de este recorrido histórico observamos cómo la publicidad se adapta a los tiempos y cómo ciertas coyunturas pasan a ser la matriz para que la mujer sea representada como reflejo de los modelos de relacionamiento social, económico, político, cultural y religioso, que se entretajan a nivel local, pero siempre circunscritos a hechos internacionales que influyen en los imaginarios sociales y construcciones simbólicas que se tejen alrededor de ellas. En este sentido, existe una fuerte relación entre los modelos que se van construyendo en la publicidad alrededor de la representación de las mujeres con los roles que se le han asignado históricamente.

Recordemos que los roles de género son *“las tareas o papeles que se le asignan a hombres y mujeres en la sociedad, los cuales se convierten en modelos a seguir, o sea en estereotipos”*²³⁴ (CTCMIG, 2011: 51), y que los estereotipos de género son *“creencias generales acerca del sexo, asociadas a roles, características psicológicas y conductas que describen a hombres y mujeres”* (Velandia & Roza, 2009: 20). De esta manera, el problema de los roles no es si son positivos o negativos en sí mismos sino, que en la práctica y la vida cotidiana, cuando existe una asignación única de determinadas labores hacia personas en función de su sexo, esto se convierte en una forma simplificada y reducida de concebirlas y considerarlas, pudiendo llegar a excluirlas de otras áreas, formas de participación y campos de conocimiento,

²³⁴ Un rol es la función que alguien desempeña (DRAE, 2017) e implica una forma determinada de desenvolverse en un espacio prefijado.

factores que inciden en el tipo de relacionamiento social que se va construyendo cada vez que se va incorporando esta matriz de pensamiento y práctica social como normal y/o natural.

Por lo tanto, la problemática implica que el hombre, pero con mayor fuerza la mujer, han sido objetos del ejercicio y reproducción de un disciplinamiento social, moral, corporal y espiritual con efectos prácticos y consecuencias que pueden ser terreno fértil para la violencia entre géneros, el trato vejatorio y el abuso de poder.

A lo largo de la historia en la publicidad ecuatoriana se han desarrollado determinadas construcciones idealizadas alrededor de la mujer, tales como: la de la mujer virtuosa, estrechamente ligada con la práctica de los valores cristianos, que forman parte estructural del deber ser que se entretije alrededor de la mujer y que permea en otras construcciones como la de la mujer ama de casa- madre de familia, la mujer bella, la mujer objeto de contemplación, la mujer sensual, la mujer objeto sexual, la mujer trabajadora, presentando como constante el parámetro de belleza occidental.

Así, la publicidad del siglo XIX muestra ciertas particularidades estrechamente ligadas a la influencia ideológica de la Iglesia, que como institución social ha establecido varios parámetros de comportamiento, especialmente, de la mujer, quien personificó la figura de la virgen María a través de la pureza, el recato, el sentido de culpa y el sufrimiento del cuerpo, como símbolos de honor de la familia, operando sobre ella una carga simbólica que se mantiene con cierta rigidez hacia inicios del siglo XX y que, a pesar de existir grandes quiebres, producto de las luchas sociales de mujeres que abogaron por la equidad y no discriminación hacia el género femenino, persisten encubiertas hasta la actualidad.

Hacia fines del siglo XIX e inicios del XX, bajo influencia europea, se apeló por una feminidad espiritual, sublime, delicada y romántica. En este periodo, la publicidad que en Europa se dirigió a las clases burguesas, en Ecuador llegó a calar en las clases altas, quienes las asumieron como signo de distinción frente a otras clases sociales en una población mayormente rural hasta ese entonces. A través de las imágenes de esa época se transmitió una forma de vida idealizada en el progreso, la civilización, la moda y la urbanidad. La belleza de la mujer fue utilizada en relación con el proyecto modernizador de la Nación que la incorporó en el espacio público, antes restringido totalmente para ella. Esta transición generó tensiones paradójicas que se trasladaron nuevamente al cuerpo de la mujer y al “deber ser” que de ella se propugna: la mujer debe ser buena trabajadora sin dejar de ser buena madre y esposa. Ésta imagen sigue siendo de manera prominente la función más importante y la que le otorga más valor a la mujer, el cuidado de su casa y su familia.

A raíz de la expansión agresiva del capitalismo a mediados del siglo XX, la mujer empezó a ser vinculada con el consumo, tanto como productora como compradora. Su imagen apareció de esta manera, apareció de manera predominante junto a la promoción de electrodomésticos que en el contexto ecuatoriano fueron, más que herramientas, artículos de distinción.

A lo largo del siglo XX se mantuvo el uso de las imágenes de reinas de belleza para apelar a través de su fama y atractivo el consumo de ciertos productos. Se emplearon como parte de una estrategia de legitimación en la sociedad del espectáculo, imágenes que fueron mostradas como ejemplos del “deber ser femenino”. El deseo fue un componente al que se apeló y del cual también se valieron los anuncios. Éste empezó a transitar entre el canon de belleza occidental

promovido como marca que se importó para luego ser utilizado como recurso y anhelo que puede ser logrado u obtenido a través del consumo.

Para los años sesenta, el apareamiento de la píldora anticonceptiva marcó un quiebre en la historia con trascendentales implicaciones políticas en el ejercicio de derechos sexuales y reproductivos de las mujeres. En este contexto, por una parte, la publicidad sirvió de escenario para que las mujeres empezaran a mostrar un cuerpo que no solo existe para la procreación y el cuidado, sino también para el disfrute propio, es decir, surgió una representación más liberal de la mujer. Por otra parte, también apareció como terreno opresor: el cuerpo femenino utilizado en ciertas publicidades como gancho comercial para promocionar productos y servicios, llegando a cosificar la humanidad de la mujer al mostrarla de manera fragmentada, aislada y sólo a través de partes eróticas, como parte del artificio de venta que apunta a la mirada masculina para su fin.

Más adelante, la publicidad apuntó al modelamiento corporal y estético, las modificaciones se hicieron de forma digital, en quirófanos, a través de productos como cremas, rayos láser, fajas, etc.; promulgando un estereotipo de mujer delgada-occidental. Finalmente, en el siglo XXI la publicidad empezó a mostrar representaciones menos tradicionales de las mujeres que evidenciaron su participación dentro de actividades en las que antes no aparecían: trabajo, estudio, deporte. Esto supuso un signo de cambio e inspiración para modificar las construcciones tradicionalmente simplificadas que se han hecho de la mujer. A su vez, existen otras en las que, a pesar de mostrar a la mujer en nuevos roles, actitudes y/o funciones, se siguen conservando estereotipos de belleza y roles de género.

4.3.6 Marcadores sobre publicidad sexista, cosificante o denigrante

Dado que las representaciones sexistas, cosificantes o denigrantes tienen mucha relación con la violencia contra las mujeres al estar sustentadas en lógicas tradicionales que han permitido una desigual distribución del poder en el relacionamiento entre hombres y mujeres, es importante considerar varios elementos en su conjunto y así poder valorar correctamente la forma en que la mujer está siendo representada. Los siguientes marcadores pueden dar pautas de un tratamiento no adecuado de la imagen de la mujer en la comunicación mediática:

- Cuando existe participación de mujeres en publicidades fundamentadas en estereotipos de género. Por ejemplo, a través de la reproducción del imaginario en el que se muestra a las mujeres exclusivamente en los roles de ama de casa o madre de familia²³⁵, en detrimento de aquellas representaciones en donde aparecen como estudiantes, profesionales, personas preparadas con múltiples habilidades.
- Cuando los mensajes han sido construidos en un lenguaje que invisibiliza, excluye o subordina a la mujer (lenguaje sexista), por ejemplo, en los casos en los que se sitúa a las mujeres en posiciones de inferioridad, con menores capacidades o no aptas para asumir responsabilidades. Si se menosprecia o ridiculiza las actividades o valores atribuidos a las mujeres.

²³⁵ Como en los casos que se asignan a las mujeres, de manera clara y diferenciada, la responsabilidad exclusiva o principal de cuidados a terceros y al ámbito doméstico, excluyendo o asignando un plano secundario a los hombres en dicha responsabilidad.

- Cuando en el contenido se frivoliza o justifica, de cualquier manera, comportamientos o actitudes que impliquen alguna forma de violencia contra las mujeres. Si se ridiculiza, infravalora o presenta de forma vejatoria a las mujeres en cualquier clase de actividad profesional.
- Cuando se fomenta un modelo de belleza femenino basado en la juventud, la delgadez o la perfección corporal, de acuerdo a cánones poco reales, y que puedan proponer comportamientos lesivos para la salud de las mujeres o asociarse a su éxito personal y social, o cuando el atributo actitudinal se centra exclusivamente en el estereotipo de mujer seductora, pasiva, rival, dependiente y/o incompleta.
- Cuando la publicidad usa el cuerpo femenino en la construcción del mensaje con el fin de vender productos que no tienen relación con éste, hecho que sucede con mayor frecuencia en mujeres que en hombres o cuando la mujer es presentada como objeto decorativo. También si se utiliza a la mujer y su cuerpo reducido exclusivamente a un mero objeto sexual, pasivo y al servicio de la sexualidad y los deseos del hombre.
- Cuando se reproducen diferencias de género en cuanto a los mundos considerados exclusivos para mujeres y otros propios solo de hombres, sugiriendo así que determinada labor debe ser realizada por una persona y no otra, debido a que una de ellas no pueda o deba hacerlo en función de su sexo. Por ejemplo, en los casos que se restringe la representación de la mujer únicamente al espacio privado, equiparando el lugar con la función que “debe” o “puede” desempeñar.
- Cuando las mujeres mantienen un permanente rol de cuidado, servicio y complacencia hacia los demás y nunca hacia ellas mismas. Además, cuando los mensajes naturalizan la doble jornada de las mujeres²³⁶.
- Cuando existe una subrepresentación de los grupos étnicos en la publicidad o al representarlos aptos solo para ciertos roles, poco valorados o incluso prejuiciados socialmente. Invisibilizar la diversidad étnica es otra forma de fomentar estereotipos sobre la sociedad a la que pertenecemos.

236 El fenómeno del doble trabajo o doble jornada se refiere al tiempo invertido por las mujeres tanto en las actividades del espacio público como del privado que es mayor al de los hombres. La investigación “Frenos e impulsos en la trayectoria profesional de la mujeres directivas”, realizada por el Centro Internacional de Trabajo y Familia de la Universidad de Navarra, evidenció que “*numerosos estudios señalan que las mujeres continúan encargándose de las tareas de la casa y, en especial, de los niños, sean cuantas sean las horas de trabajo fuera de casa. Según Hochschild (1989), a causa del reparto desigual del trabajo de la casa, las mujeres manifiestan tener una ‘segunda jornada’ en casa, aparte de su jornada laboral. Hochschild considera que las mujeres cargan con esas segunda jornada porque su trabajo es considerado como de menos importancia que el de su marido*” (Chinchilla et al., 2006: 2).

4.4 Recorrido histórico sobre las representaciones y estereotipos de la mujer en medios de comunicación social ecuatorianos

4.4.1 Introducción

En la segunda parte del presente capítulo, se elabora un análisis alrededor de la imagen y de las representaciones hacia las mujeres en contenidos de crónica roja, *reality show*, comedias de situación, contenidos de entretenimiento, de humor, contenidos informativos y de opinión, que fueron difundidos en medios de comunicación social del Ecuador en las últimas décadas. Posteriormente, se presentan varias recomendaciones para desarrollar una publicidad y una comunicación social que no discriminen por razones de género.

Metodológicamente, el presente estudio tuvo como base una minuciosa revisión de las investigaciones realizadas en el país sobre representaciones mediáticas de las mujeres a partir de libros y artículos, monografías de postgrado elaboradas en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y en la Universidad Andina Simón Bolívar, monografías de pregrado desarrolladas en la Universidad Central, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Universidad Politécnica Salesiana, la Universidad de las Américas y la Universidad de Guayaquil, estudios especializados en esta temática tanto del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina como de la Revista Chasqui, de la Defensoría del Pueblo, del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay, y del Consejo Nacional para la Igualdad de Género. Asimismo, investigaciones y análisis del discurso de contenidos

desarrollados por la Dirección de Evaluación de Contenidos²³⁷ y por la Dirección de Investigación y Análisis del Consejo. El objetivo principal ha sido obtener un estado del arte especializado y actualizado en esta temática que permita develar cuáles son las representaciones mediáticas y estereotipos hacia las mujeres con mayor nivel de institucionalización y reproducción en el país. Así como para desarrollar una serie de recomendaciones y sugerencias para lograr una comunicación que no discrimine por razones de sexo.

4.4.2 Representación de la mujer en crónica roja

En el marco del análisis de la representación de la mujer en los medios de comunicación, este apartado considerará a la crónica roja. Para ello se eligieron las secciones “Lunes Sexy” y “La Diva del Viernes” del Diario Extra. A continuación es pertinente definir los conceptos de sensacionalismo, prensa amarilla y crónica roja, puesto que estos términos, por lo general, han sido utilizados como sinónimos por la estrecha relación que poseen en la forma de presentar las noticias (Buitrón, 1997; Macassi, 2002). Sin embargo, cada elemento posee características particulares que las diferencian y las ubican como categorías separadas.

El sensacionalismo se encarga de presentar las noticias en los medios de comunicación con un estilo narrativo detallado, esta forma de mostrar las noticias es más recurrente en la prensa escrita (Ramírez, 2001). La manera de comunicar un evento adopta y reproduce como

²³⁷ La elaboración de los análisis de discurso de contenidos por parte de la Dirección de Evaluación de Contenidos tiene como base la “Metodología de Evaluación de Presuntos Contenidos Discriminatorios” y la “Propuestas para una metodología de análisis de contenidos de los medios de comunicación masiva en Ecuador con énfasis en contenidos discriminatorios, violentos y sexualmente explícitos”, desarrollados por el CORDICOM. Recomendamos su revisión.

estrategia a la narrativa policial, ya que se presentan detalladamente los acontecimientos que son objeto de la noticia (Brunetti, 2011). Además, el sensacionalismo toma los elementos que generan un impacto en el público a través del manejo intencional de la forma en la que se presenta la noticia²³⁸ (Buitrón, 1997). Es así que es posible entender al sensacionalismo como un discurso a través del cual se construyen y relatan los eventos.

El periodismo sensacionalista es una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social (Pedrosso 1994: 146).

Es decir que el sensacionalismo constituye una modalidad periodística y, sobretudo, discursiva con la intención de despertar en el público diversas sensaciones. Por medio de la provocación de estas se busca obtener una reacción, despertar el morbo y conmover al público (Brunetti, 2011). En los medios de comunicación impresos, por ejemplo, esta reacción se consigue a través del uso de este discurso acompañado de imágenes y fotografías que responden a lo inmediato, es decir al hecho que provoca sensación en el momento. Mattelart se refiere a la ley inmediateista que rige el sensacionalismo que le permite *“elegir de manera anárquica los hechos relevantes”* (2005; 202).

238 En 1898, el periódico de Hearst (Examiner y Morning Journal) precipitó la declaratoria de guerra entre EEUU y España, este último se encontraba en medio de la guerra independentista con Cuba. El hecho ocurrió cuando se produjo el hundimiento del Maine de la flota de Washington, debido a desperfectos. Hearst envió a cubrir la noticia pero al ver que no existía nada extraño qué reportar, este le dijo al periodista: “usted mande sus dibujos, yo pondré la guerra.

En este contexto, el sensacionalismo se encarga de exponer lo que no es común, lo que es prohibido y todo aquello que rompe con el discurso hegemónico, en relación a temas como el sexo, el crimen, lo mágico y el deporte competitivo (Matterlart, 2005).

Esta manera de presentar las noticias persigue un objetivo económico-comercial o económico-político, entonces, la selección de la noticia sensacionalista está enfocada en la generación de un incremento del consumo de información por parte del público (Redondo, 2011), que consecuentemente dará paso a un aumento en la venta del número de ejemplares. Este hecho es definido por Martha Redondo como *“valor-noticia”*, que se refiere a todo acontecimiento que contiene información de impacto para llamar la atención pública, conseguir protagonismo y garantizar una amplia cobertura que apele a la emoción de los receptores y que le permita atraer al público a un tema escandaloso, vibrante e intenso (Redondo, 2011).

Además señala que un tratamiento sensacionalista de las noticias es buscado por el público como una forma de entretenimiento (Redondo, 2011). Esta característica presenta a la noticia, texto o imagen sin dejar mayor espacio a la reflexión; al contrario, debido a la crudeza de sus contenidos es posible que este *“juegue a neutralizar el deseo de profundización e inhibe el desarrollo de la duda”* (Cerbino, 2004: 9). Cabe mencionar que el público al que, principalmente, va dirigido este discurso sensacionalista en las noticias, corresponde mayormente al sector popular. Por este hecho, se dice que esta forma de presentar la noticia es una estrategia para incluir a este grupo dentro de los discursos dominantes de los medios de comunicación masivos (Brunetti, 2011).

El sensacionalismo como discurso está presente en varios géneros y formatos del periodismo (Sunkel, 2002). Es usado en la prensa

amarilla o amarillista y la crónica roja. Elementos que son definidos a continuación.

En cuanto a la prensa amarilla, Berti menciona que *“resalta el morbo, incentiva la violencia y banaliza la vida social”* (2010: 43). Este tipo de prensa se construye en base a los siguientes elementos:

- El gusto por el entretenimiento externo por encima de la veracidad.
- Enfoques trasgresores, es decir, sin reparar en aspectos estéticos, morales o de valores.
- La búsqueda de “horizontalidad social”, o la búsqueda de espacios, rostros y lenguajes similares a los de los grupos excluidos.
- Y, finalmente, la preferencia por las narrativas de acción en desmedro de una actitud más analítica. (Macassi, 2002).

Por otra parte está la crónica roja. En primer lugar, la crónica en los medios refleja el uso de elementos descriptivos mucho más efectivos que un texto tradicional noticioso, por medio de una narrativa que matiza, realza e imprime dinamismo a la historia (Di Palma, 2010: 55). Por su parte, la crónica roja se constituye como un relato detallado de noticias generadas a partir accidentes, crímenes o suicidios, razón por la cual es vista como un género periodístico de gran controversia por tener a la muerte y a la desnudez femenina como un objetivo central. Los textos están redactados en un lenguaje coloquial (Ruiz, 2010: 7), ya que recoge expresiones y dichos populares como recurso atractivo para un público que se ve identificado a través del lenguaje.

La crónica roja presenta a la muerte y el desnudo a través de un discurso sensacionalista. El análisis de su estética y lenguaje puede dar cuenta del estado de la sociedad, las preocupaciones y las urgencias de los

grupos populares, el estado de la seguridad ciudadana, las distancias entre los grupos sociales y la percepción de la sociedad hacia la mujer (Ramírez, 2001). Finalmente, la crónica roja despierta el morbo del público. La presentación del cuerpo muerto ensangrentado, las personas a su alrededor llorando, la mujer casi desnuda exhibiendo su cuerpo y la estética de la noticia están configurados para despertar las pasiones de las personas (Buitrón, 1997), sin embargo, estas imágenes son de alto consumo ya que exhiben estos elementos que han sido escondidos y relegados al considerarseles “inapropiados” y “amorales”.

En este contexto, Diario Extra puede ser considerado como prensa de crónica roja. Fue fundado el 21 de octubre de 1974, en Guayaquil, por Galo Martínez y Nicolás Ulloa. Durante gran parte de su existencia Henry Holguín se desempeñó como director del periódico, tiempo durante el cual creó la escuela sensacionalista no amarillista²³⁹ (Checa, 2010). Su producción llega a todo el Ecuador e incluye el sur de Colombia y el Norte de Perú. Según indicadores de Ibope²⁴⁰, es el medio más leído del país (Ciespal, 2013: 07).

El diario se caracteriza como medio de crónica roja que muestra a los accidentes, los asesinatos, los suicidios, los crímenes, los homicidios

239 En 1986, Henry Holguín describe a Diario Extra como un periódico sensacionalista no amarillista, que según su declaración en una entrevista, trata de presentar al lector la noticia tal como sucedió, porque es deber del periodista darle toda la información maquillaje, sin eufemismos, pero con un profundo respeto y con profunda seriedad, y que esa noticia que se muestra al lector sea absolutamente verás (tomado de la entrevista realizada por Jennifer Ruiz a Henry Holguín).

240 Kantar IBOPE Media es líder en el mercado de investigación de medios de comunicación en América Latina y, después de su adquisición en 2015, forma parte de Kantar Media, líder global en inteligencia, que proporciona a los clientes informaciones importantes para la toma de decisiones sobre todos los aspectos relativos a la medición, el monitoreo y la planificación de medios.

como acontecimientos que reflejan la realidad de la sociedad, además otorga secciones especiales para exhibir a mujeres semi desnudas en fotografías de gran tamaño (Checa, 2001). En sus primeras ediciones este Diario mostraba fotografías que exhibían un alto contenido sexual y violento, las que generaron una gran incomodidad en el público (Ruiz, 2010). Una particularidad del Extra *“es la visibilidad que este le otorga a los recursos gráficos”* (Jaramillo, 2015:37).

Ofrece una mirada caracterizada por la opulencia iconográfica, por titulares y sumillas coloridos con una gramática delirante. Su composición llena al máximo, los espacios en blanco son casi inexistentes, es la organización del collage que rompe los esquemas formales del diseño y donde el color y las formas conforman a esas sobrecargas representativas (Checa, 2003: 66-67).

Otro particular de la composición del Diario Extra es *“el color rojo característico en las portadas, que además de apelar a la sangre, tiene un impacto psicológico fuerte en los lectores, es por esto que el color se conserva en los elementos internos, en los que se vacía junto con el blanco”* (Checa, 2001:74). Siendo los recursos visuales los absolutos protagonistas de las portadas de este diario, colocando al texto como secundario (Checa, 2001: 66).

El público al que va dirigido este periódico es popular por lo que el lenguaje coloquial es un recurso que utiliza para atraer a los lectores. El Diario Extra no solamente exhibe imágenes de homicidios, suicidios o crímenes sino que también muestra desnudos. En algunas ediciones es posible observar la presencia de mujeres semi desnudas en locaciones de lugares comunes o populares. Debido a estos hechos este periódico ha estado permanentemente en la mira de la crítica ya que distintas agrupaciones se han sentido ofendidas por las imágenes que se muestran en sus páginas (Checa, 2010). Una

característica de su portada es el estilo barroco: completamente llena, casi sin espacios blancos, donde se observa una sobrecarga de colores y formas.

Si bien el texto de las portadas de este diario se puede ver opacado por los elementos visuales, como la fotografía y las ilustraciones, los titulares también cumplen una función importante de denotación. Los titulares no utilizan las reglas normales de la gramática, (...) recurren con frecuencia a ciertas figuras retóricas y a otros recursos: adjetivación, hiperbolización, el doble sentido, la fiesta del lenguaje y las expresiones coloquiales -en particular de la jerga popular- (Checa, 2001: 77).

Diario Extra se encuentra impreso en formato tabloide, a todo color, se divide en varias secciones, entre ellas: *judiciales, provincias, comunidad, opinión, info-general, especial, deportes, farándula, clasificados, extra diversión*, etc., que, dependiendo del día cambian²⁴¹. Así, por ejemplo *“en el 2000 se crea el segmento ‘Lunes Sexy’ con la demostración corporal de una mujer bella y voluptuosa. En el 2007 aparece la sección ‘No las amamos ¡las matamos!’ y se empieza a publicar noticias relacionadas a crímenes pasionales”* (Muñoz, 2014: 16). Existe también un despliegue de la temática sexual que se evidencia en secciones como el *“Sexihoróscopo”*, el *“Lunes*

241 Sucesivamente han ido apareciendo nuevas secciones fijas y remozándose las anteriores: *“Extra en mi barrio”* (de lunes a viernes, información de interés barrial, sobre todo de Guayaquil y Quito), *“Extra en mi tierra. La voz de los pueblos olvidados”* (lunes, miércoles y viernes), *“Mi raro Ecuador”* (martes, jueves y sábado, personajes y lugares insólitos). *“Machete y garabato”*, destinado a los agricultores (los sábados, “día en que salen los campesinos a los centros poblados y pueden comprar el Extra”). *“Pareja y hogar”* (los domingos). *“Pregúntale al ángel”* (espacio para la reflexión, los domingos). *“Curvas y frenos”* (los martes, dirigido a choferes, ahora ya no se publica). El boletín de la lotería (los viernes) (Checa, 2001: 31).

Sexy”, y “Secretos de alcoba, una historia erótica”, todo gracias a un público mayoritariamente masculino (Checa, 2001).

En el siguiente apartado se procederá a realizar un análisis del discurso de tres contenidos comunicacionales que fueron difundidos por el Diario Extra, en los segmentos: “Lunes Sexy”, “La Diva de los Viernes” y “No las amamos, las matamos”.

4.4.2.1 Sección “Lunes Sexy”

El diario Extra de los días lunes contiene el segmento “Lunes Sexy”, que presenta “fotografías de mujeres semidesnudas acompañadas de varias frases que realzan ciertas características físicas de la mujer y que construyen ‘una fantasía’, una experiencia ‘vicarial erótica’ que se recrea en el imaginario del consumidor-hombre, incitando al consumo del diario los días lunes” (Checa, 2001: 76). En particular:

La sección especial del Lunes Sexy ocupa alrededor de 5 a 6 páginas del diario, aproximadamente el 19% del total de páginas (...). Las fotografías de cuerpos semidesnudos también forman parte de la caracterización de la prensa sensacionalista. Se despliega una iconografía opulenta donde el cuerpo de una mujer modelo semidesnuda ocupa la mitad de la portada del tabloide y en páginas interiores al menos 3 páginas (Checa, 2001: 77).

Según Fernando Checa (2001) es básicamente su portada (la opulencia de sus fotografías, titulares y el color) la que está orientada a la seducción, a las satisfacciones inmediatas, la que apela al deseo y al *voyeurismo* de las personas.

Esta portada presenta una constante: la presencia de una mujer en ropa interior, en diferentes poses, junto a diversos titulares e imágenes, tal como se puede ver a continuación:

Imagen Nro. 80



Fuente: Diario Extra, 13 de agosto de 2012

A continuación, se desarrollará el análisis del discurso de un contenido comunicacional difundido en el año 2013 con el titular “*Claudia Hurtado ¡Tremenda Potra Carajo!*”, en la sección Lunes Sexy.

“Tremenda potra Carajo”

La diagramación del “Lunes Sexy” del 26 de agosto del 2013 une, mediante la imagen de una mujer, la portada y la contraportada de este diario en una sola carilla, dentro de la que se distinguen los siguientes tópicos: en la esquina superior izquierda el nombre del Diario Extra, en la esquina superior derecha el nombre de la sección “Lunes Sexy” y el nombre de la Modelo “Claudia Hurtado”, seguido por una frase con la que se la identifica: “¡Tremenda Potra Carajo!”. En la esquina inferior izquierda se aprecia el titular “*lo mandaron a la fosa*”, dos imágenes respecto a la nota y una sinopsis de la misma. En la parte inferior derecha el titular: “*¡Ay, Qué bikincito!*”, acompañado de la foto de una mujer en bikini; en la parte central, izquierda dos notas: “*¡Muerte en la laguna de Colta!*” y “*Saltó la cerca y ¡Plaf!*”; y, en la parte central derecha, una publicidad del pozo millonario y una nota cuyo titular dice: “*¡El langostino tiene su reina!*”, acompañado de la imagen de una mujer con corona y cinta, como se puede ver a continuación:

Imagen Nro. 81



Fuente: Diario Extra, 26 de agosto del 2013. Portada “Lunes Sexy”

Esta portada y contraportada presentan en el centro a una mujer joven en ropa interior, viste un baby doll color fucsia y zapatos de tacón alto color plata, se encuentra de pie, apoyada en una puerta, de espaldas a la cámara, con su cabeza levemente girada sobre su hombro. En el costado derecho de la página, bajo el nombre del segmento “Lunes Sexy”, se identifica el titular de la imagen que dice: “Empieza bien parado la semana con tu lunes sexy picante. Claudia Hurtado ¡Tremenda “potra” carajo!”. Y, en letras pequeñas: “con un besito en la orejita su cabeza da vueltas, conoce más de ella en las páginas calientes 15, 16, 17 y 18”.

La imagen de la modelo en esta página: su postura de espaldas y levemente inclinada hacia delante. Su expresión facial con la boca entre abierta y la mirada de lado. Su vestimenta: zapatos de tacón puntiagudo y baby doll color fucsia, así como el ángulo de cámara desde el que se toma la foto²⁴², que resalta su cuerpo y magnifica sus caderas (que se encuentra en el centro de la imagen), hacen alusión a una postura erótica que exotiza su figura física. Es decir, se aprecia una serie de recursos que en conjunto configuran un sentido erótico en la imagen.

En cuanto al texto que complementa la imagen: “Empieza bien parado la semana con tu Lunes Sexy picante”. Este se sirve de una oración imperativa que expresa una orden explícita sobre cómo iniciar la semana: “bien parado”, frase idiomática que significa “tener una buena posición económica, tener fortuna²⁴³” (Asale, 2017), es decir, con esta oración se estaría ordenando iniciar en buena posición o

con buena fortuna la semana “con tu Lunes Sexy picante”. Esta última frase indica el recurso con el que se puede lograr la acción anterior.

Ahora bien, el término “sexy”²⁴⁴, cuyo significado es “que tiene atractivo físico y sexual” (DRAE, 2017), junto al término “picante”, que significa “que tiene cierto carácter mordaz u obsceno” (DRAE; 2017), connotan que lo que se mira los días lunes es algo atractivo física y sexualmente, algo que tiene un carácter “mordaz u obsceno”.

La siguiente expresión: “Claudia Hurtado ¡Tremenda “potra” carajo!” utiliza el adjetivo “tremenda” que en su primera acepción significa: “terrible, digno de ser temido” (DRAE, 2017), y en su segunda acepción: “digno de respeto y reverencia” (DRAE, 2017); y, el sustantivo “potra”, el cual es un “término utilizado popularmente para referirse a una persona digna de admiración por sus cualidades, especialmente por su físico” (Asale, 2017), es decir, con esta expresión se haría referencia a la modelo como algo terrible, digno de ser valorado, específicamente por su físico.

Esta frase termina con la interjección malsonante “carajo”, que es “usada para expresar sorpresa y/o contrariedad” (DRAE, 2017). Esta expresión se encuentra entre signos de admiración, lo que indica que es una oración exclamativa, cuya función es expresar emoción o énfasis en el contenido. Además, se aprecia la utilización de comillas en el término “potra”, signo ortográfico “usado para las palabras y expresiones que se desea resaltar por ser impropias, vulgares o de otras lenguas” (DRAE, 2017). Al respecto, la utilización de comillas, signos de admiración y el término “carajo” funcionan como recursos para hacer énfasis en la belleza y figura física de la modelo.

242 Contrapicado: el fotógrafo está en posición más baja que el objeto a fin de resaltarlo con superioridad o grandiosidad, con respecto a quien observa la fotografía (Mingo, 2010).

243 Por ejemplo: si haces este negocio quedarás bien parado.

244 Voz inglesa que en español es “sexí” (DRAE, 2017).

Por su parte, la frase: “con un besito en la orejita su cabeza da vueltas”, utiliza los diminutivos “besito” y “orejita”, cuya función es “expresar disminución y/o atenuación de lo denotado” (DRAE, 2017), aludiendo a una acción mínima: “un besito”, realizada en un lugar minúsculo: “la orejita”, que genera una reacción por parte de la modelo: “su cabeza da vueltas²⁴⁵”. Esta expresión se referiría a que con una pequeña acción como “un besito en la orejita”, la cabeza de la modelo va de un lado a otro buscando algo, sin especificar qué es lo que Claudia Hurtado busca.

Luego se lee: “conoce más de ella en las páginas calientes 15, 16, 17 y 18”. Oración imperativa que funciona como invitación a los lectores y anclaje hacia las páginas internas del diario, a las que califica como “calientes”. Término que indica que su contenido “tiene o produce calor” (DRAE, 2017). Ahora bien, dado que el texto acompaña a la fotografía de la modelo, sobre la que se configuró previamente un sentido erótico, la frase: “conoce más de ella en las páginas calientes 15, 16, 17 y 18”, genera una percepción de tipo sensual, acorde a la acepción quinta del término “caliente”, que es “lujurioso, muy propenso al apetito sexual” (DRAE, 2017), lo que indicaría que las imágenes de las páginas internas presentan a la modelo como algo lujurioso y propenso al apetito sexual, algo que produce el disfrute de quien lo mira.

En síntesis, la portada en mención presenta elementos de connotación sexual, cuya composición visual resalta la belleza y enfatiza la figura física de la modelo como única característica a valorar. Lo que sumado a la parte textual, cuya alusión erótica enfoca a la modelo como algo lujurioso y propenso al apetito sexual, configuran a la mujer-modelo

245 La locución verbal coloquial “dar vueltas” significa “ir de un lado a otro buscando algo” (DRAE, 2017).

como un objeto de satisfacción sexual que otorga placer, como algo que produce el disfrute de quien lo mira, como un cuerpo del deseo. Al respecto, una vez establecido este sentido de connotación sexual, afirmar que la cabeza de Claudia Hurtado da vueltas, contextualmente hablando, se referiría a que ella, con “un besito en la orejita”, pierde o no tiene control o estabilidad racional, representando a la modelo como alguien pasional, descontrolada e inestable. A continuación se procederá a analizar las páginas internas en mención.

Imagen Nro. 82



Fuente: Diario Extra, 26 de agosto del 2013. Página interna Nro. 15

La diagramación de la página No. 15 presenta en la esquina superior izquierda el nombre de la sección: *“Lunes Sexy Picante”*, elemento que permite identificar continuidad entre la portada y esta página. En el centro superior de la misma, se lee el titular en mayúsculas: *“las modelos más lindas de Colombia”*, frase que indica que las modelos fotografiadas en esta sección son de origen colombiano, a las que califica como *“las más lindas”*, utilizando un superlativo²⁴⁶ que indica que estas modelos poseen belleza superior. Abajo se observan dos fotografías de la modelo de la portada, quien al encontrarse fotografiada en esa sección, adquiere las características mencionadas: es de Colombia y posee mayor belleza, es decir, se enfatiza en la belleza física de la modelo a la que se identifica con un lugar específico de origen.

La primera fotografía presenta a la modelo vestida con un bikini negro y zapatos de tacón plateados. El ángulo de la cámara desde el que se toma la foto es lateral, lo que permite apreciar de lado su cuerpo. Su posición inclinada de frente hacia la mesa de billar, sobre la que ubica su rodilla derecha, así como el taco que sostiene con sus manos, la colocan en posición de jugadora de billar, no obstante su mirada y su sonrisa están dirigidas hacia el lector y no hacia el juego, lo que indica que los dispositivos mencionados (mesa y taco de billar) funcionan como elementos accesorios en la fotografía.

La segunda fotografía presenta un plano americano²⁴⁷ de la modelo

con el mismo vestuario de la portada: baby doll color fucsia. El ángulo de cámara enfoca a Claudia Hurtado de frente, con la espalda apoyada en una puerta, permitiendo apreciar la parte superior de sus senos, configurándose este fragmento de la imagen como centro de atención de la misma. Su brazo derecho levanta la esquina inferior de la lencería, lo que deja ver su piel y destaca la parte interior de esta prenda.

En conjunto, la composición visual e icónica de las dos fotografías presenta elementos que exponen y resaltan únicamente la figura física de la modelo.

Ahora bien, existe un cuadro de texto entre las fotografías, cuyo título es: *“¡Uyyy! ¡Qué lindura!”*, oración exclamativa²⁴⁸ que utiliza el término *“lindura”* que significa *“persona o cosa linda”* (DRAE, 2017), indicando asombro respecto a la belleza y el aspecto físico de la modelo, la cual es calificada como persona linda. Significado que se enfatiza tanto a través de los signos de admiración existentes, así como la repetición de la *“y”* al final del término *“¡Uyyy!”*.

Asimismo, el cuadro de texto dice: *“La blancura de su piel iluminó toda la producción de esta bella modelo vestida con una sexy lencería”*, oración que utiliza una metáfora²⁴⁹ según la cual, su color de piel incidió *“en la producción de esta bella modelo”*, expresión con la que denotativamente se hace referencia a la hermosura de

246 El superlativo se usa para hacer una comparación entre dos cosas o más en la que se define la relación de superioridad. Para formar el superlativo siempre es necesario el uso del artículo definido. Por ejemplo: Juan es el alumno más alto de la clase; La ciudad más grande de España es Madrid. Los plátanos de las Islas Canarias son los mejores del mundo (Cilloniz, (S/F).

247 En este plano la figura humana está cortada por las rodillas, se aproxima al

personaje y muestra la expresividad del rostro e insinúa algo del escenario (Cilloniz, (S/F).

248 Es aquella oración cuya finalidad es expresar emociones y sentimientos como alegría, sorpresa, dolor, miedo, etc. (Cilloniz, (S/F).

249 Figura Literaria que designa una realidad con el nombre de otra con la que mantiene alguna relación de semejanza (Cilloniz, (S/F).

Claudia Hurtado, que está *“vestida con una sexy lencería”*. Esta última parte de la frase, hace referencia a que la modelo utiliza ropa interior femenina que es atractiva de forma física y sexual.

El texto sigue: *“Claudia es un bombón de muestra de la belleza de la mujer colombiana”*, expresión que denotativamente califica a la modelo como un *“bombón”*, término cuyo significado coloquial es *“persona joven especialmente atractiva”* (DRAE, 2017). Es decir, se estaría calificando a la modelo como una persona joven especialmente atractiva, enfatizando en la belleza de la mujer originaria de dicho país. En conjunto, esta frase evidencia una alusión a la juventud y la hermosura de la modelo como características valorativas de la misma.

Luego se lee: *“Nos encantó con sus miradas, con la sensualidad de sus ojos. Lo mejor de todo, su sencillez, su cordialidad y sonrisa a cada instante”*. Esta expresión refleja el criterio de las personas que escriben, las mismas que afirman que la modelo les *“encantó”*. Si se toma en cuenta que el término encantar es *“atraer o ganar la voluntad de alguien por dones naturales, como la hermosura, la gracia, la simpatía o el talento”* (DRAE, 2017), se estaría afirmando que la modelo les atrajo con sus dones naturales, en este caso *“sus miradas”, “la sensualidad de sus ojos”, “su sencillez”, “su cordialidad”, “su sonrisa a cada instante”*. Refiriéndose a la modelo desde categorías referentes, tanto a su físico como a su forma de ser y comportarse.

Debajo de las dos fotografías y separado mediante una línea gris, se identifica la publicidad de una motocicleta que combina la imagen de la parte delantera de una moto con las características de la misma y su costo. De manera indirecta, y a través de la diagramación, articula la publicidad con la sección en mención.

La composición visual e icónica de la página Nro. 15, presentan elementos que en su mayoría, exponen, resaltan y magnifican la figura física de la modelo como cualidad de valoración. No obstante, también se hace referencia a su forma de ser y comportarse.

Respecto a las páginas centrales (Nro. 16 y 17), se aprecia en la esquina superior derecha el nombre del diario y la sección: *“EXTRA”, “Lunes Sexy Picante”*, elementos que por una parte indican continuidad de lo presentado, tanto en la portada como en la página Nro. 15, y por otra parte trasladan hacia la nueva página elementos configurados en las anteriores, como la connotación sexual y de valoración física.

Esta nueva plana, formada por dos páginas, presenta en el centro una fotografía de Claudia Hurtado, desde un ángulo de cámara lateral posterior, quien viste la misma lencería de la portada: Baby doll fucsia. Su postura de pie, junto a unas escaleras, con la pierna izquierda levantada sobre una grada permite destacar sus caderas, siendo este fragmento de la imagen el que se configura como centro de atención de la misma, como se puede ver a continuación:

Imagen Nro. 83



Fuente: Diario Extra. 26 de agosto 2013. Páginas centrales: Nro. 16 y 17

En la esquina superior izquierda se aprecia otra fotografía de la modelo, esta vez tomada desde un ángulo frontal. En esta, Claudia Hurtado viste sombrero, poncho y carriel, objetos propios de la región y de la cultura paísa, elementos connotativos que enfatizan su lugar de origen.

La frase: “*en Sexy poster*”, indica que las páginas centrales del diario funcionan como un póster o “*un cartel que se fija en la pared sin finalidad publicitaria*” (DRAE, 2017), que al utilizar el término sexy, designa a la imagen de esa página un atractivo físico y sexual, otorgándole una connotación de corte sexual. Entonces, esta imagen, al no tener como propósito la promoción y/o venta de productos, se constituye en una carilla que presenta un elemento visual de atractivo físico y sexual para los lectores, un adorno que se puede pegar en la pared (debido a su diseño).

En la esquina inferior derecha se aprecia un recuadro de texto, cuyo título es: “*En privado*”, tomando en cuenta que el significado de privado es “*que se ejecuta a vista de pocos, familiar y domésticamente*” (DRAE, 2017). Se anticipa que lo que se va a leer en este recuadro de texto es algo que no es público ni de conocimiento de todos, sino algo íntimo, familiar y de conocimiento de pocos. Acto seguido, se lee el siguiente texto:

Frase que más usas: Qué lindo es estar sola que mal acompañada.

Qué no harías nunca: Botar a un gatito a la calle.

Dónde te dieron el beso más sensual: Fue en la orejita y la cabeza me dio vueltas.

Anécdota: En pleno desfile de modas tuve un mal paso y resbalé. Solo caí de rodillas, todo pasó rápido, y dije nadie se acuerda. Al otro día, salió ese tropezón en un periódico local. ¡Mira qué horror!

Edad: 24 años.

Estudios: Modelaje y Lenguaje.

Estas preguntas indagan sobre la forma de hablar, de ser, de pensar y de actuar de Claudia Hurtado, sobre su edad y estudios. Incluso la respuesta de la tercera pregunta argumenta la frase de la portada: “con un beso en la orejita su cabeza da vueltas”, esta frase, al estar también en la portada, adquiere simbólicamente mayor peso, así como un cariz de información de interés respecto a conocer algo “supuestamente” íntimo, que se hace público.

En la esquina inferior izquierda se aprecia un óvalo con el texto: “envía S al 7007. Aplican restricciones”, lo que indica que esta imagen de Claudia Hurtado puede ser enviada vía celular a los lectores que lo soliciten mediante mensaje de texto. En la parte inferior de la página, nuevamente se encuentra una publicidad de las motocicletas Honda, que presenta la imagen y precio de una moto.

En síntesis, la composición visual e icónica de las páginas Nros. 16 y 17 presentan elementos que exponen y resaltan la figura física de la modelo, acordes al contexto referencial de alusión física y apreciación de la belleza como cualidad de valoración. Esta imagen se configura como un elemento visual de atractivo físico y sexual para los lectores, un adorno como tal que se puede pegar en la pared o llevar en el celular. No obstante, en el cuadro de texto se evidencia referencias también hacia su forma de hablar, de ser, de pensar y de actuar.

Respecto a la página Nro. 18, su diagramación presenta tres fotos de la modelo en mención, dos verticales y una horizontal. En la parte superior central, se lee el nombre de la sección: “Lunes Sexy Picante”. Es decir, el contenido es secuencia de lo presentado en la portada, así como en las páginas 15, 16 y 17. Se aprecia una columna de texto intermedia entre las fotos verticales, cuyo título es “cuéntanos”, y cuyos subtítulos dicen: “...tus secretos para encantar”, y “...tus trucos de belleza”. Tal como se puede ver a continuación:

Imagen No. 84



Fuente: Diario Extra. 26 de agosto 2013. Página Nro. 18

La primera foto cubre toda la parte izquierda de la página, y muestra a la modelo recostada sobre las gradas, lleva la misma lencería y zapatos de la portada, su pierna derecha levemente levantada y girada hacia la derecha permite destacar sus caderas y muslo como centro de atención de la foto, contrastando con su torso y cabeza ligeramente girados hacia la izquierda.

La foto de la derecha muestra a Claudia Hurtado con la misma vestimenta, esta vez de pie apoyada en una puerta, el ángulo de cámara es lateral, ligeramente posterior, lo que permite apreciar la figura de Claudia Hurtado de lado, levemente hacia atrás, enfocando y convirtiendo en centro de atención de la imagen un fragmento específico de su cuerpo: sus caderas y muslos.

La tercera foto muestra a Claudia Hurtado recostada boca abajo con su espalda levantada, sus piernas entrecruzadas y sus manos apoyadas en el suelo. Viste un bikini de color negro y zapatos de tacón color plata. La posición permite enfatizar en las curvas de muslo, cadera y espalda de la modelo.

Respecto a la columna de texto, inicia con el término “*Cuéntanos*”, con lo que se le solicita a la modelo que les mencione o enumere, de inicio: “*...tus secretos para encantar*”, frente a esta petición, se lee:

Siempre me han gustado las blusas escotadas que dejan entrever mi linda “pechonalidad”. Mira. Creo que si una chica tiene sus atributos naturales muy lindos, tiene la fortuna de encantar y llamar un poquito la atención. Hay que hacerlo, también con cierta elegancia, sin excesos.

Declaraciones que indican que según el criterio de la modelo, su “*linda Pechonalidad*” y “*sus atributos naturales muy lindos*” son características favorables para atraer o ganar la voluntad y “*llamar un poquito la atención*”, asignando principalmente a las características

físicas de su cuerpo cualidades de valoración positiva. Luego, menciona la elegancia, así como evitar lo que va más allá de la medida.

La columna de texto, por otra parte, se refiere a “*... tus trucos de belleza*”. Abajo se lee:

Soy muy temática con mis uñas, me encanta lucirlas bellas, por eso cuando veo que alguna modelo las tiene con algún color algo amarillento le doy la solución. Para blanquearlas hay que remojarlas en una taza de agua con unas gotitas de agua oxigenada aproximadamente diez minutos. A la semana ese problema en sus uñas desaparece.

Tópico que se centra en el cuidado de las uñas e incluso en un tip casero sobre su cuidado.

En síntesis, la composición visual e icónica, así como el contenido textual de la página 18, presenta elementos que en su mayoría, exponen y magnifican la figura física de la modelo como cualidad de valoración, incluso desde la perspectiva de Claudia Hurtado, se enfatiza en el aspecto físico como característica favorable para atraer o ganar la voluntad.

El segmento “*Lunes Sexy Picante*”, del día 26 de agosto del 2013, reúne elementos visuales, icónicos y textuales, que:

- Hacen alusión a un componente sexual que erotiza la figura física de la modelo.
- Connotan que lo que se expone los días lunes es algo atractivo física y sexualmente, algo que tiene un carácter mordaz u obsceno, algo terrible, digno de ser valorado, específicamente por su físico.
- Presentan a la modelo como algo lujurioso y propenso el apetito sexual, algo que produce el disfrute de quien lo mira.

- Ponderan la belleza y la sensualidad de la mujer, por sobre otras características y se especifica que la modelo es originaria de Colombia.
- Presenta elementos que exponen, resaltan y magnifican la figura física de la modelo, así como su juventud y su hermosura como características valorativas trascendentales de la misma.

En conclusión, el segmento en mención configura una isotopía de tipo sensual y pasional, además, presenta elementos de connotación sexual, recursos que en conjunto configuran un sentido erótico, cuya composición visual resalta la belleza y enfatiza la figura física de la modelo como principal característica a valorar²⁵⁰. Lo que sumado a la parte textual, cuya alusión erótica enfoca a la modelo como algo lujurioso y propenso al apetito sexual, convierte a la mujer-modelo en un objeto de satisfacción sexual que otorga placer, como algo que produce el disfrute de quien lo mira, como un cuerpo del deseo. Connotación que se refuerza cuando se la presenta en un póster o como una aplicación a descargar en el celular, un adorno como tal que se puede pegar en la pared o llevar en el celular.

250 El concepto de isotopía se refiere a *“la constancia en una dirección que un texto exhibe cuando es sometido a las reglas de coherencia interpretativa”* (Eco, 1986: 201), es decir, se refiere a las recurrencias o reiteraciones del contenido semántico a lo largo de un conjunto de enunciados, que *“hacen posible la lectura uniforme del discurso, tal como ella resulta de las lecturas parciales de los enunciados que lo constituyen, y de la resolución de sus ambigüedades que es guiada por la búsqueda de una lectura única”* (Greimas & Courtés, 1979: 197). En este sentido, en el contenido analizado se evidencia el desarrollo de una isotopía de tipo sensual y pasional que se logró determinar a través del estudio de las reiteraciones de palabras e imágenes a lo largo del fragmento comunicacional que pueden llegar a hipersexualizarlo, en este sentido el análisis semiótico del texto y el análisis del discurso permiten su comprobación de manera técnica, no para reproducirlo o perpetuarlo, sino para hacerlo consciente y, en relación con las teorías de género y el enfoque de derechos, pueden servir como herramientas técnicas orientadas a la exigibilidad de derechos.

Cabe mencionar que existen referencias hacia la modelo desde categorías relacionadas con su forma de hablar, ser, pensar y comportarse, que resultan mínimas respecto al conjunto de alusiones sexuales y fragmentadas de Claudia Hurtado, incluso ella misma realiza declaraciones con las que enfatiza en su aspecto físico como característica favorable para atraer o ganar la voluntad, por sobre otras particularidades.

Estos elementos en conjunto configuran a Claudia Hurtado como un objeto sexual, asociada a una representación de tipo erótica y pasional. Evidenciando una cosificación de la mujer, a la que se presenta fragmentada, su representación es la de un objeto sexual, al servicio y para el placer de quien la mira, que admira, como atributos válidos, su belleza y figura física.

Esta forma de representarla se encuentra acorde con los estereotipos de la mujer fatal (voluptuosa, insinuante) y de la mujer objeto sexual (“cosa” para satisfacer necesidades sexuales), y va en contra de lo establecido en la Plataforma de Acción de Beijing (1995), ya que presenta a la mujer como un ser inferior y la explota como objeto sexual y bien de consumo, lo que impide lograr el objetivo estratégico respecto a *“fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión”* (ONU Mujeres, 2017).

A continuación se realizará el análisis del discurso de un contenido comunicacional (portada y páginas interiores) de la sección “la Diva de los viernes” del Diario El Extra.

4.4.2.2 Sección “La DIVA de los viernes”

En este espacio se realiza el análisis de la Portada del Diario Extra del viernes 28 de octubre del 2016, que exhibe la imagen de Roxana Palma, joven modelo, oriunda de la Provincia de Portoviejo, quien fue

participante del concurso “Chica monumental del mes”, organizado por Barcelona Sporting Club.

Esta nota ocupa la mitad de la portada del diario, se extiende a las páginas internas 13, 14 y 15, comparte espacio con cuatro notas: “dijo permiso y se botó de la terraza”, “Una neumonía cerró sus ojitos para siempre”, “Descompuesto en el Machángara” y “Quiere unas lecciones de amor”, que se ubican en la parte inferior de la portada y que tratan temas trágicos desde la línea de la crónica roja, como se puede ver a continuación:

Imagen Nro. 85



Fuente: Diario Extra del viernes 28 de octubre del 2016

En esta portada se puede observar a la modelo con sus rodillas y sus manos sobre el piso, sus piernas y sus brazos semi-abiertos, su espalda ligeramente arqueada, similar a la posición de un cuadrúpedo, posición que según el uso popular es conocida como “la posición del perrito” (Alcantara & Gonzales, 2016).

Respecto al vestuario de la modelo, consiste en una tanga de encaje negro con pequeños lazos blancos, un par de mitones de cuero con pasadores en la parte posterior y zapatos negros de tacón de aguja. La combinación de los tacones, la tanga negra y los mitones corresponde a un vestuario utilizado en contextos eróticos y seductores.

Su rostro se presenta ligeramente inclinado, su mirada fija, sus ojos completamente abiertos, su maquillaje resalta sus labios con un color rojo intenso, pómulos marcados con rubor, ojos delineados de color negro y su cabello teñido de color dorado en forma de mechas y estilizado con rizos largos, que caen por encima de sus hombros hasta llegar al piso, cubren una parte de sus senos. Tiene el mentón inclinado y muestra una expresión semejante a una sonrisa que evidencia sus labios ligeramente abiertos. En conjunto, la vestimenta, correspondiente a un atuendo utilizado en contextos eróticos y seductores (tacones, la tanga negra y los mitones), sumado a la postura y los gestos del rostro de la modelo, hacen que se la observe como una mujer erótica con expresión sensual.

En cuanto al escenario, corresponde al campo de fútbol del estadio del Barcelona Sporting Club. Detrás de la modelo se puede observar el escudo del equipo mencionado. No existen objetos adicionales cerca de Roxana, lo que la convierte en el punto central de la fotografía. En relación a la composición fotográfica, esta muestra dos planos: en el

primero, se ubica la modelo y, en el segundo, se observa el graderío del estadio mencionado. En cuanto a la combinación de colores se observa el uso de tonalidades amarillas, blancas, rojas y verdes, que resaltan el tono de piel de la modelo.

Esta portada presenta además el siguiente texto que acompaña la imagen de la modelo: “¡PASEN ALIÑO PARA EL PAVO!”. Este enunciado se encuentra al lado izquierdo de la portada junto a la modelo, con un tamaño prominente y de color blanco de manera que sobresale en la imagen. Este titular utiliza los términos “aliño” y “pavo”. Si se toma en cuenta que la definición de aliño es “Condimento. Aquello que sirve para sazonar la comida y darle buen sabor” (DRAE, 2017), esta expresión indicaría la petición de una sustancia para darle más sabor a algo, en este caso al pavo. No obstante, al estar ubicado junto a la imagen de la modelo, se crea un vínculo entre este titular y la imagen mencionada. Relación que no es lógica, a menos que se considere la imagen del cuerpo de Roxana Palma como el equivalente de un animal que sirve de alimento, como el pavo. Es decir, se considera a Roxana Palma como algo que se come, cuyo cuerpo será revestido de una sustancia que le dará más sabor y gusto.

Debajo de este enunciado se encuentra un párrafo donde se expone la posibilidad del equipo Barcelona Sporting Club de convertirse en el campeón nacional de fútbol del año 2016, temática que tampoco tiene relación con el titular. Al lado derecho de la portada, se exhiben los siguientes enunciados: “LA DIVA DE LOS VIERNES”, “ROXANA PALMA”, “SABE A CARAMELO” y una descripción corta del recorrido profesional de la modelo, así como sus deseos de incursionar en la actuación.

Respecto al primer enunciado, éste utiliza el término “DIVA”, adjetivo que tiene significados poéticos relacionados con “lo divino”

(DRAE, 2017) y que se usa para referirse a “un artista del mundo del espectáculo”. Es decir, se califica a Roxana Palma como algo “divino” o como una artista del espectáculo, en su calidad de modelo y futura actriz. De esta manera, se califica a Roxana Palma como una artista del espectáculo, en su calidad de modelo y futura actriz, o como algo “divino”, es decir, como una diosa.

El siguiente elemento que se puede observar es el nombre de la modelo impreso en letras mayúsculas de color rojo, a manera de titular, que relaciona las descripciones del resto de enunciados directamente con Roxana. Debajo de su nombre se encuentra la frase: “SABE A CARAMELO”. Enunciado que indica que Roxana Palma tiene un sabor específico, el de “caramelo”. Ahora bien, este término en su significado literal hace referencia a un dulce y en su significado coloquial, se usa para referirse a una “persona atractiva” (Asale, 2017). Entonces, la frase afirma que la modelo es considerada como una persona atractiva o como un dulce que puede ser saboreado²⁵¹ y consumido.

A continuación de este enunciado se encuentra el relato de las intenciones de la modelo de participar en el concurso de la “chica monumental” y su futura incursión en la carrera de la actuación. Sobre esta pequeña nota, a manera de subtítulo se lee, también en letras mayúsculas, “Esta hermosa portovejense”, enunciado que la califica como “hermosa” y que agrega un dato, su lugar de origen. Al finalizar la nota existe una referencia que direcciona al lector a las páginas internas 13, 14 y 15.

²⁵¹ Saborear un caramelo implica “apreciar detenidamente y con deleite sus sabores” (DRAE, 2017).

Imagen Nro. 86



Fuente: Diario Extra del viernes 28 de octubre de 2016. Página interna Nro.13

En la página 13 se expone una fotografía con una postura distinta de la modelo. En esta ocasión se encuentra de pie en medio de la banca²⁵², con la espalda apoyada sobre la barda que separa el graderío del campo de fútbol, se puede observar que usa el vestuario previamente

252 “En algunos deportes de competencia, lugar donde permanecen los jugadores a la espera de su turno.” (Asale, 2017).

descrito. La fotografía exhibe a Roxana hasta las rodillas, muestra su rostro ligeramente inclinado con la mirada fija en el horizonte y una pequeña sonrisa. Su cabello cubre parte de sus pechos y deja al descubierto gran parte del torso. Muestra un brazo por sobre su cabeza que agarra una de las vigas de la barda mientras que su otro brazo está apoyado por detrás de sus caderas. Se puede observar que tiene una de sus piernas ligeramente doblada con lo que se crea una curvatura en su espalda que enfatiza sus caderas.

En el lado superior derecho de la página se observa una sobre posición de tres encabezados: el primero corresponde al nombre de la sección del periódico “LA DIVA DE LOS VIERNES”, presentado dentro de un cuadro de color café y escrito con letras mayúsculas en colores blancos y amarillos, elemento que sirve de anclaje con la portada; es decir, lo que se ve en esta página corresponde a una secuencia de lo que se mostró en la portada.

Bajo este encabezado, se encuentra el nombre de la modelo en letras mayúsculas en tonos negros y rojos, seguido de la oración: “Una manabita monumental”. Esta frase utiliza el gentilicio “manabita” que relaciona a Roxana con la provincia de Manabí como su lugar de origen. Este término se combina con la palabra “monumental”, misma que acorde al contexto referencial, se referiría al estadio del equipo Barcelona. No obstante, si nos referimos a la definición literal del término en mención, que es “muy grande” (DRAE, 2017), o “que destaca por sus grandes dimensiones o su categoría” (OED, 2017), se referiría, a nivel connotativo, a Roxana como una mujer que destaca por sus dimensiones, en este caso físicas, las cuales se encuentran relacionadas con su lugar de origen²⁵³.

253 Al respecto, se debe mencionar que en Ecuador existe el estereotipo que reconoce el aspecto físico de las mujeres de la provincia de Manabí como un atributo

Finalmente, existe un recuadro amarillo que funciona como hipertexto²⁵⁴ en el que se lee: *“revisa más contenido en nuestra edición tablet”*, que permite acceder a la edición digital del periódico. En la esquina inferior izquierda se encuentra un cuadro de texto con la información de la modelo:

Repite con orgullo que es 100% ‘manaba’. Roxana Palma nació en Portoviejo, Manabí, hace 27 años, y, es modelo profesional. Ella es una de las participantes del concurso ‘Chicas Monumentales del mes’, que organiza cada 30 días Barcelona en su aplicación celular. Roxana empezó en el modelaje por consejo de su amiga Tatiana Macías, ex modelo del programa Haga negocio conmigo. Ha formado parte de realities de televisión y ha sido imagen de varias marcas a nivel nacional. También su espectacular figura apareció en varias portadas de revistas. Le encantan las pasarelas, la televisión y uno de sus sueños es ser actriz. *“Siempre me digo a mí misma que hay que hacer lo que a uno le gusta y disfrutarlo. Luchar incansablemente por nuestras metas”*, dijo la portovejense.

Como se puede leer, este cuadro de texto presenta un resumen de la carrera de la modelo. Es decir, denotativamente cumple una función informativa, exponer sus datos biográficos, un breve resumen de su recorrido como modelo y sus planes futuros. Este texto la presenta como una mujer emprendedora que busca incursionar en un ámbito diferente del que se ha desenvuelto hasta el momento.

natural característico de ellas. De hecho, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manabí, durante el 2016, construyó una galería donde se exhiben las fotografías de las Reinas de Belleza de la provincia, como un reconocimiento al atractivo de sus mujeres del cual se sienten orgullosos (Gobierno Provincial de Manabí, 2016).

254 Hipertexto.- *“Texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información”* (DRAE, 2015).

Por otra parte, las frases: *“100% manaba”*, *“nació en Portoviejo, Manabí”* y *“dijo la portovejense”*, enfatizan su lugar de origen, evidenciando una relación entre éste y *“su espectacular figura”*. Referencia que nuevamente alude al aspecto físico de Roxana, esta vez por ser de Portoviejo. El cuadro de texto culmina con una declaración de ella, que la muestra como una persona que lucha por cumplir sus metas, se la representa como una mujer joven de características físicas majestuosas, orgullosa de haber nacido en Manabí.

La siguiente imagen que se presenta en el reportaje ocupa las páginas centrales 14 y 15 del diario Extra. Esta fotografía presenta los siguientes elementos: un plano entero de Roxana Palma apoyada en sus rodillas y sus brazos sobre el pasto del campo de fútbol. El vestuario es una constante en las tres fotografías (zapatos de tacón de aguja, tanga negra con lazos blancos y mitones negros con pasadores). La posición de su cuerpo permite ver el costado derecho de la modelo; desde esta perspectiva se genera la ilusión de desnudez en su cuerpo. La sección del cuerpo, del mismo que sobresale sus caderas y muslos, que ocupan la parte central de la página.

Imagen Nro. 87



Fuente: Diario Extra del viernes 28 de octubre de 2016.
Páginas Centrales Nro. 14 y 15

En cuanto a su rostro, éste se encuentra ligeramente inclinado con el cabello llevado hacia la izquierda de manera que permite observar los rasgos de su cara. Tiene su mirada fija a un costado, dirigida hacia a la cámara, su boca está ligeramente abierta con un gesto similar a una sonrisa. Respecto a sus brazos, estos se encuentran rígidos de manera que permiten que la modelo tenga el torso firme. A su vez, esta posición de los brazos cubre sus senos, sin embargo, aún es posible observar una parte de ellos. En relación a sus piernas, estas dan la idea de movimiento, similar a un ganeo; la modelo sostiene su pie izquierdo en el aire mientras que el derecho está recostado en el suelo. Un rasgo sobresaliente en esta disposición de sus piernas es la presencia de sus zapatos de tacón. Postura que se aprecia en la portada, con un ángulo de cámara lateral.

Al fondo de la fotografía se puede observar el graderío del Estadio Monumental. Sobre este existen dos elementos que sobresalen, la leyenda: “UN SOLO ÍDOLO”, pintado en letras negras mayúsculas; y el nombre del exjugador Enrique Pajarito Cantos²⁵⁵, el cual no se lo puede observar por completo debido a que está parcialmente cubierto por la espalda de la modelo. En el graderío predominan los tonos amarillos, que corresponden a los colores del equipo de fútbol en mención.

Al lado izquierdo de Roxana se identifican cuatro enunciados adicionales: en la parte superior izquierda se encuentra el logo de la sección del periódico al que pertenece el anuncio, dentro de un recuadro café, con una combinación de letras en mayúsculas y tonos blancos y amarillos está escrito: “La Diva de los viernes. Talento y Sensualidad”. Respecto a estos dos últimos términos, el primero califica a Roxana como una “persona inteligente o apta para determinada ocupación” (DRAE, 2017), en este caso el modelaje. Y, el segundo hace referencia a su “cualidad de sensual”. Si nos remitimos al significado de este adjetivo, que en su tercera acepción es “Dicho de una persona: Inclinada a los placeres sensuales, especialmente a los relacionados con el sexo” (DRAE, 2017), con este último término, se estaría calificando a la modelo como alguien inclinada al placer sensual.

A continuación de este elemento se encuentra un recuadro de menor magnitud con el texto: “+ FOTOS en nuestra sección digital”, frase con la que se indica que existen fotografías adicionales de Roxana

255 Enrique Cantos, fue una leyenda del equipo. Cantos jugaba de mediocampista de ataque del equipo. Participó en los torneos más importantes de la historia del Club: Campeonatos Amateurs del Guayas (1950), Campeonato de Guayaquil (1955, 1961) y Serie A de Ecuador (1960). Su nombre consta en uno de los muros del estadio como homenaje a sus logros con el equipo. Ver página oficial del equipo deportivo: <https://barcelonasc.com.ec/>

Palma que forman parte de la versión digital del diario. Con esta afirmación se ofrecen más elementos del producto que se presentó en la nota, reforzando la idea de la modelo como un objeto deseable de consumo.

El siguiente elemento se encuentra ubicado debajo de los recuadros mencionados, en forma vertical y con letras mayúsculas se exhibe el nombre de la modelo: “ROXANA”, a la vez dentro de la letra O del nombre y en forma horizontal se encuentra escrito su apellido: “PALMA”. En combinación, estos tres enunciados demuestran que el tema principal de las páginas centrales es la modelo, por lo que los contenidos de los textos se refieren directamente a ella.

Junto a estos textos se encuentra un recuadro de fondo café con letras blancas con la frase: “*ESCANEAR EL CÓDIGO Y DESCARGARLA EN TU DISPOSITIVO*” y un recuadro con el código QR²⁵⁶ que permite a los lectores acceder al contenido expuesto desde sus aparatos electrónicos (tabletas, teléfonos inteligentes, computadoras, etc). La palabra “DESCARGARLA”, que desde su uso informático significa: “*transferir información desde un sistema electrónico a otro*” (DRAE, 2017), y la existencia del código QR, transforman a la imagen de la modelo en un objeto digital de consumo. De esta forma, la modelo se configura como un elemento visual de atractivo físico y sexual para el lector, como un objeto de consumo cuyo acceso responde a la voluntad del consumidor quien, a través de su celular, puede tener su imagen y verla en cualquier momento.

256 Los códigos QR, (en inglés QR Code) son un tipo de códigos de barras bidimensionales. A diferencia de un código de barras convencional (por ejemplo EAN-13, Código 3 de 9, UPC), la información está codificada dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar gran cantidad de información alfanumérica. Los códigos QR son fácilmente identificables por su forma cuadrada y por los tres cuadros ubicados en las esquinas superiores e inferior izquierda.

Por último, existe un elemento adicional que está ubicado en la parte inferior derecha del anuncio. En esta ocasión se trata de un texto aparentemente escrito por la modelo que dice: “*CON AMOR PARA EXTRA DE ROXANA*”. Debido a que este texto mezcla letras con los caracteres como un corazón en lugar de la letra O, combinado con la naturalidad de los rasgos de la escritura, genera el efecto de ser previamente escrito, con el fin de colocarlo como un autógrafo de la modelo, elemento con el que se crea la ilusión de cercanía de Roxana Palma con el lector.

En general, a pesar de que en la página 13 se realiza una referencia hacia la modelo como una mujer emprendedora que busca incursionar en un ámbito diferente al modelaje, existen elementos (término, frases, referencias e imágenes) que en conjunto configuran un sentido de sensualidad, que por una parte exalta de manera predominante el aspecto físico de la modelo, relacionándolo con su lugar de origen, realzando la belleza de la mujer de la provincia de Manabí, y, por otra parte, mostrando a Roxana Palma como un objeto sensual, o como un objeto de deseo, como algo que está para el placer de quien la mira.

En síntesis, el segmento “La diva del viernes” de Diario el Extra presenta una serie de elementos que configuran un sentido sensual, dentro del que Roxana Palma es considerada como un objeto o cosa que se puede saborear, consumir y que está a libre disposición. Es decir, se la deshumaniza y se la cosifica, asignándole una representación de tipo erótica, al servicio y para el placer de quien la mira, valorándola principalmente por su atractivo físico, relacionándola con el estereotipo de la mujer fatal, al destacar su imagen voluptuosa, misteriosa e insinuante. Esta representación de la mujer como un cuerpo hipersexualizado, obstaculiza los esfuerzos de construir estrategias concretas, planteadas en la Plataforma de

Beijín, para la erradicación del hostigamiento sexual y la violencia simbólica contra las mujeres y niñas, en lo privado y lo público (ONU Mujeres, 1995).

Cabe mencionar que, a pesar de la existencia de textos que la presentan como una mujer emprendedora en búsqueda de incursionar en un ámbito diferente del que se ha desenvuelto hasta el momento, estas referencias son mínimas en relación a la cantidad de elementos que la configuran como un elemento visual de atractivo físico y sexual para el lector, como un objeto de consumo, como una imagen - adorno que puede ser llevada en el celular.

Por otra parte, desde el año 2007, Diario Extra empezó a abordar y dar seguimiento a los asesinatos de mujeres perpetrados por sus cónyuges o convivientes, dando origen al especial: *“No las amamos, las matamos”* (Muñoz, 2014:16), el mismo que será analizado a continuación.

4.4.2.3 Sección *“No las amamos, las matamos”*

El especial de Diario Extra, titulado *“No las amamos, las matamos”*, expone sucesos ocurridos a mujeres en los que ellas son víctimas, sea de crímenes o de agresiones. Este especial *“maneja las historias de violencia a las mujeres por medio de la crónica roja, describe los diferentes casos, acompañados de imágenes que trasgreden los derechos de las víctimas”* (Muñoz, 2014: 1). En este sentido:

Los medios gráficos utilizados en la descripciones de los casos publicados en el especial del diario Extra, van más allá de una simple ilustración, es decir; imágenes de sangre hacen que el morbo del lector aumente y que cada publicación sea vista como natural. Los titulares para poder tener la atención del

lector suelen ser: crimen pasional, riña y disputa matrimonial, bajos instintos, crímenes por amor, crímenes de honor o por cuestión de celos, sin tener en cuenta que tales expresiones pueden atentar contra las mujeres, justificando la acción y favoreciendo a quién la comete (Muñoz, 2014:20-21).

Las fotografías, por su parte, *“refuerzan con imágenes y hace que los lectores no tengan imaginación y se den por servidos con la información otorgada por el medio”* (Muñoz, 2014:21). Al respecto, la primera edición de la columna *“No las amamos, las matamos”*, que se tituló: *“Cuando el amor se convierte en tragedia”*, muestra claramente la constancia física de la agresión en la o las mujeres que son presentadas:

Imagen Nro. 88



Fuente: Extra, domingo 1 de agosto 2010

La edición número trece del especial analizado se titula: *“La violencia no conoce de edad, sexo, raza ni condición social”*, y presenta las secuelas generadas por la agresión a este colectivo, condiciones de violencia que reflejan una situación real, la afectación a las mujeres independientemente de su condición de etnia, edad, clase, religión, etc. Sin embargo, en el Especial en consideración, *“la omisión más flagrante es que solo habla de víctimas y no de perpetradores²⁵⁷, o cuando éstos aparecen, ¡es fugaz!, no poseen sexo”* (Eichler, 1997: 22). De tal manera, cuando se los nombra, *“las categorías son extraño, conocido de vista o solo el nombre, conocido cercano, pariente, esposo, otro miembro de la familia, otro miembro del hogar, otra persona, y sin datos”* (Heiskanen et al., 1991: 112). En este sentido:

Ninguno posee sexo. Esta es una incidencia de la insensibilidad de género que no puede ser superada volviendo a analizar los datos provistos. La información podría verse muy diferente si el sexo del perpetrador y la víctima fueran especificados simplemente identificando el sexo dentro de cada categoría actual de los perpetradores. Puesto que la violencia se practica en su mayoría por hombres, la mayoría de estos datos caería presumiblemente en las categorías masculinas, con solo una ínfima proporción en las categorías femeninas (Eichler, 1997: 23).

Es decir, la información referente al perpetrador es importante debido a que *“podría alterar nuestra apreciación de los otros datos proporcionados de manera muy significativa”* (Eichler, 1997: 23). Se evidencia además que las imágenes explícitas de las agresiones físicas

257 Con el fin de evitar el sexismo, “los perpetradores necesitan ser responsables de sus acciones, el papel de los varones necesita ser considerado con el mismo cuidado que el de las mujeres participantes, y los factores estructurales generales deben ser tomados en cuenta”.

en esta sección ocupan mayor parte de la página, y se combinan con fotografías de la campaña *“Reacciona Ecuador, el machismo es violencia”*, mismas que contrastan con los hechos expuestos en la parte superior y que ocupan el 10% restante.

Imagen Nro. 89



Fuente: Extra, sábado 28 de julio 2010

La novena parte del especial se titula *“La solución a los problemas”* y cubre el tema de la violencia hacia la mujer ignorando la voz de las víctimas. Se basa en las opiniones de un sacerdote eclesiástico y un pastor evangélico (no desde una perspectiva femenina), sin abordar la violencia hacia la mujer como una cuestión estructural sino a partir de criterios y aseveraciones realizadas desde una perspectiva androcéntrica que, en un mundo sexualmente jerarquizado, hace que las mujeres acepten como evidentes, naturales, obvias ciertas prescripciones establecidas, y saben claramente lo que pueden hacer

y lo que no pueden hacer, naturalizando la violencia y la dominación (Muñoz, 2014).

Este fenómeno sexista se denomina invisibilización, *“un sesgo teórico e ideológico que presta únicamente o mayor atención a las relaciones sociales de los hombres. Como concepción de la realidad, el androcentrismo sitúa al hombre como el patrón para construir y evaluar la realidad social, pensamiento que conlleva a la invisibilización de las mujeres y de lo adscrito a ellas”* (Domínguez, 2013: 4). En síntesis:

En el especial del diario *“No las amamos, las matamos”* la representación de la mujer contrasta con la presencia de imágenes eróticas de mujeres sexis y voluptuosas que el medio presenta, lo cual deja la idea de que en un momento se las representa como un objeto sexual, como un cuerpo de deseo, mientras que en otro se las representa como víctimas hiperviolentadas que viven vidas trágicas y al mismo tiempo precarias (Muñoz, 2014: 26).

Al respecto, es importante tener en cuenta que representar a la mujer ya sea como objeto de deseo sexual o como una víctima hiperviolentada implica que en ambos casos se haga énfasis en un determinado aspecto de su condición, ya sea como ser sensual / sexual o como ser débil / victimada y no en su condición de mujer como una totalidad, lo que incluye su aspecto afectivo, su rol social, su importancia dentro del hogar, la familia, el grupo de pares, etc²⁵⁸.

258 Por otra parte, de acuerdo con una investigación realizada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina, Ciespal, respecto de los contenidos que transmiten y publican seis medios de comunicación a escala nacional (El Comercio, Diario Hoy, El Universo, Expreso, Extra y El Telégrafo), de 370 notas analizadas que incluyen mujeres, tan solo 58 (15,6%) las ubicaron en titulares; lo que implicó que la mujer no se destaca

Este tipo de representación expone la existencia de una jerarquización en las relaciones sociales, económicas y de parentesco de las mujeres y evidencia la existencia de una estructura de orden patriarcal basada en relaciones asimétricas de poder. Refleja una perspectiva androcéntrica y uno de los sub-aspectos del androcentrismo que es la ginopia (omisión del punto de vista de la mujer en casos de violencia hacia ella). Formas de comunicar que contrastan con lo propuesto por la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer, conocida como “Convención de Belem Do Para”, en la que se propone *“alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer”* (OEA, 1994).

4.4.3 Representación de la mujer en *Reality Show*

Los programas que se transmiten por televisión responden a géneros²⁵⁹ y formatos²⁶⁰ determinados que permiten distinguir el

como contenido principal de la información periodística, lo cual fue recurrente en los seis diarios analizados durante esta semana. Al respecto, diario Extra fue el periódico que aún cuando posee las cantidades más bajas de notas con mujeres, presentó el número más alto de notas que incluyen mujeres en los titulares. Asimismo, el 11,76% del total de notas en el que aparecieron con mayor frecuencia las mujeres en titulares se refirieron a delitos violentos, con un total de 20 casos (Ciespal, 2013: 17).

259 El concepto de género atiende *“a elementos que explicitan el pacto comunicativo establecido entre emisor y receptor a partir de una serie de normas, unidades de contenido y rasgos de estilo que tienen como base la repetición, el reconocimiento y la creación de expectativas (...) El género organiza la esencia ontológica de cada espacio televisivo, mientras que el formato lo configura y materializa sus componentes morfológicos y sintácticos”* (Gordillo, 2009: 42). Por ejemplo: el género informativo, el género ficcional, el género docudramático, el género publicitario o el género de entretenimiento.

260 El formato es *“una plasmación de una idea compleja en todos sus componentes,*

objetivo que estos persiguen. En la actualidad, uno de los géneros más populares en la televisión es el *docudrama*²⁶¹. De este género se desprende el formato correspondiente al *reality show*, cuyo principal objetivo es organizar una situación específica no fingida mediante una puesta en escena, grabación y montaje, tal y como se lo hace con las historias de ficción. Al respecto Gordillo argumenta que:

La única diferencia entre una narración ficticia y el *reality show* es que el personaje protagonista no está representando ningún papel, sino que vive realmente las diversas situaciones a las que las reglas del programa le someten. La ausencia de un guion que el participante tenga que estudiarse para representar su personaje no significa que no exista teatralización de los hechos y espectacularización de la vida cotidiana (2009: 167).

Entonces, el *reality show* presenta situaciones reales donde los personajes, por lo general, no poseen preparación actoral. El espacio del *reality show* no exige una puesta en escena de las habilidades o talentos en la actuación, ya que lo que se busca a través de este es mostrar a los participantes en sus reacciones más naturales y espontáneas (Gordillo, 2009).

organización y estructura de los contenidos de un programa, puesta en escena, narrativa, perfil de personajes o de personas participantes de manera flexible para su adaptación a diversas situaciones, territorios y culturas sin perder sus peculiaridades esenciales “ (Cebrián en Gordillo, 2009: 42).

261 El docudrama podría definirse como “*la construcción, reconstrucción o dramatización de acontecimientos reales interpretados por sus auténticos protagonistas (...) El nuevo género ha trasladado la esfera privada al ámbito de lo mediático y lo público. Este cambio permite que sucesos íntimos y particulares puedan ser manipulados e incorporados como elementos esenciales para la teatralización de las experiencias íntimas de personas anónimas en beneficio del espectáculo que exige la dinámica industrial de los medios de comunicación de masas*” (Gordillo, 2009: 152-153).

Una particularidad de los *realities* es su capacidad de crear espacios adicionales, la transmisión estelar donde se exponen situaciones distintas a las del programa principal. De esta forma, la mayoría de ellos presentan unidades con autonomía y entidad propia tales como: el resumen diario, la gala y el debate semanales que suelen ser fijos (Gordillo, 2009). Los programas de *reality* ecuatorianos, comparten esta característica. Así, se pueden encontrar *realities* como “*La Voz Ecuador*”, “*Atrevidos*”, “*Pequeños Gigantes*”, “*Soy el mejor*”, entre otros, que son adaptaciones de programas extranjeros de alta popularidad. Estos, además de las transmisiones diarias del proceso de preparación o de las actividades de los participantes, tienen un programa adicional donde presentan lo trabajado durante toda la semana.

Adicionalmente, se debe recalcar que la popularidad de la que gozan los *realities* está dada por dos razones: por una parte, debido a que ubican como estrellas y protagonistas predilectos a personas anónimas y comunes y, por otra parte, porque otorgan un placer orgánico a través de la mirada, lo que implica que tiene una necesidad de ver y el deseo/placer de mirar. En razón de esta última característica algunos formatos de docudrama avivan el morbo, ya que hacen visible situaciones habituales de gente común que muchas veces irrumpen en sus vidas privadas y costumbres con el fin de ridiculizarlos (Gordillo, 2009).

Así, junto al *reality show* se puede encontrar el *talk show*²⁶², el

262 Responde a un formato donde una serie de personas comunes van relatando, en sucesión, experiencias, personales más o menos íntimas, referidas a un tema único y concreto, que las agrupa en cada entrega del programa. Por ello se conoce también como programa de testimonios (Gordillo, 2009: 161).

*casting show*²⁶³, *el celebrity show*²⁶⁴, los *realities* de convivencia²⁶⁵, de supervivencia²⁶⁶, entre otros. Además, existen sub-formatos, entre los que se encuentra el *reality game* o *docugame*. Este corresponde a un programa que gira en torno a las características de un concurso: los personajes son participantes a los que se elimina tras una serie de pruebas, se sigue un reglamento preestablecido y se consigue un premio con lo que se reconocerá la supremacía de uno de los participantes en base al desempeño de una actividad o talento. Este premio se lo consigue después de haber atravesado y superado

263 Consiste en organizar la selección de concursantes para un *reality* a modo de programa televisivo por entregas. El *casting show* combina los siguientes elementos: las pruebas de los aspirantes a concursantes del reality que se están preparando; los juicios, comentarios y valoraciones del jurado ante la actuación de los aspirantes; las muestras de alegría o tristeza de los aspirantes a partir del veredicto del jurado después de cada prueba; fragmentos de entrevistas a los aspirantes que relatan sus motivaciones, sensaciones, estados de ánimo, etcétera; fragmentos de entrevistas a los familiares, parejas o amigos que acompañan a los aspirantes; improvisaciones de las habilidades artísticas de los aspirantes mientras esperan su actuación, hacen cola o aguardan los veredictos (Gordillo, 2009: 190).

264 Los programas denominados *star show* o *celebrity show*, recogen noticias triviales, situándolas al mismo nivel que otras más impactantes o trascendentales, rompen la barrera de lo privado y no huyen del sensacionalismo (Gordillo, 2009: 192).

265 Llamado también de tele vigilancia, presenta a los participantes encerrados en una casa, aunque existen variantes como un bus o una granja, y durante el tiempo que se extienda el programa no se puede salir más que cuando un participante es eliminado. Las reglas de convivencia son muy estrictas, por lo que las condiciones de vida real de los sujetos que se someten a la convivencia se ven manipuladas desde el principio (Gordillo, 2009). Los participantes son confrontados con situaciones dramáticas, a fin de entretener al espectador y ganarse su simpatía (García Avilés, 2004: 3).

266 Los concursantes además de coexistir, deben superar determinados retos impuestos por el programa en una dura competencia entre todos los participantes. La supervivencia se desarrolla en un medio natural, salvaje y remoto, como una isla desierta, una selva o una playa agreste donde no se les proporciona ni comodidades ni alimentos (Gordillo, 2009: 181).

algunas pruebas, en ocasiones estas llegan a ser degradantes para los participantes del concurso, por lo que investigadores como Gordillo (2009) los definen como *realities* de humillación. En Ecuador existen varios *docugames* donde se pone a prueba el talento artístico de los participantes. Entre ellos se encuentra el titulado: “*Soy el mejor*”, el mismo que se estudia a continuación.

4.4.3.1 Programa “Soy el mejor”

El programa “*Soy el mejor*” fue difundido por primera vez en enero del 2014 por el medio de comunicación TC televisión. Este programa contó con cuatro temporadas hasta el 2015, la última fue denominada “*Soy el mejor VIP*”, que se centró específicamente en el talento del baile. Se transmitió de lunes a viernes a las 21h00, en franja horaria de responsabilidad compartida²⁶⁷. El tiempo de duración de cada capítulo llegaba a los 120 minutos (2 horas) y se presentaban personas que tenían talento en canto, baile o actuación. Los concursantes debían superar desafíos para poner a prueba su talento. Con el fin de cumplir con estos retos se formaban grupos de participantes a los que denominaban cuadrillas²⁶⁸, que competían entre ellos durante la semana. Luego de una evaluación del desempeño de cada concursante, uno de ellos era nominado a la “zona de peligro o etapa de eliminación”.

267 La componen personas de 12 a 18 años con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de 18h00 a 22h00. En esta franja se podrá transmitir programación de clasificación A y B. Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta (LOC, 2013).

268 Los nombres de las cuadrillas de la primera temporada eran: Black & White, Fuego, Kilates y Neones.

Imagen Nro. 90



Captura de pantalla de los conductores del programa soy el mejor en el escenario.

Los presentadores iniciales de este programa fueron Gabriela Pazmiño y Carlos José Matamoros, quienes en temporadas posteriores fueron reemplazados por Ronald Farina. Inicialmente, los participantes eran personas adultas, sin embargo, en el 2016 se llevó a cabo una versión del programa para niños, a la que se denominó: “Soy el mejor Kids”, como segmento del programa de variedades “De casa en casa”.

Dentro de los segmentos que tuvo el programa “Soy el Mejor” del 2014, se presentó el del “Campeonato del Nalgómetro”, que consistía en mover las caderas y los glúteos mientras se bailaba, con el fin de alcanzar un determinado puntaje. Mientras más alto el puntaje, los participantes se mantendrían en el concurso e incluso podían ganarlo. Con el fin de registrar el número de movimientos realizados, las participantes tenían dos sensores colocados sobre cada uno de sus glúteos, que durante el minuto de participación registrarían

la vibración de las caderas de cada concursante, quienes además debían realizar el movimiento “La Ráfaga”²⁶⁹.

4.4.3.1.1 Segmento “El campeonato del Nalgómetro”

Con el objetivo de analizar la representación de la mujer durante el “Campeonato del Nalgómetro”, se procede a estudiar el segmento en mención del programa “Soy el Mejor”, de fecha 28 de enero del 2014, en el que participan las primeras concursantes: Fernanda Gallardo y Dina Muñoz. El reto consistía en superar el puntaje de movimientos de cadera logrado por la actriz y jurado Sofía Caiche en el programa del día anterior (27 de enero del 2017), al bailar la canción “ponme to’eso pa’lante”. El puntaje a vencer se fijó en 398 vibraciones.

Imagen Nro. 91



Sofía Caiche en el arranque del concurso, participación de Fernanda Gallardo en el programa del 27 de enero del 2017

269 La Ráfaga se refiere al movimiento continuo de las caderas en forma precipitada, de manera que los glúteos de la persona que lo ejecuta se sacuden en forma rápida.

Imagen Nro. 92



Sofía Caiche en el arranque del concurso, participación de Fernanda Gallardo en el programa del 27 de enero del 2017

Es pertinente describir el vestuario de la participante mencionada. Este constó de dos prendas cortas (pantalóneta y camiseta tipo top de tirantes) ceñidas al cuerpo y de colores brillantes, acompañadas de zapatos de tacón alto. Esta vestimenta deja al descubierto gran parte del cuerpo, de tal forma que es posible apreciar su abdomen, brazos y piernas. La camiseta posee una leyenda estampada que dice: “CAMPEONATO DEL NALGÓMETRO”, escrito en letras mayúsculas de color blanco. Esta inscripción se encuentra al nivel de los senos de la participante, por lo que al leerla la mirada se dirige directamente hacia su busto²⁷⁰.

270 Al respecto Pontón menciona que “estas imágenes muestran mujeres artificiales que responden a la ficción de la mirada masculina dominante, cuyo matiz particular es que formaliza el deseo de controlar a las mujeres presentándolas desprovistas de defectos físicos, y por lo tanto, dóciles a los deseos de una mirada escopofílica que las objetiviza” (Pontón, 2015: 18).

Imagen No. 93



Captura de pantalla de la participante Dina Muñoz junto a la presentadora Gabriela Pazmiño

En este programa, la presentadora Gabriela Pazmiño llama al escenario a Dina Muñoz, a quien durante el segmento la llaman por el sobrenombre “la China”. Durante su participación se observan planos y ángulos de cámara que enfocan su cuerpo, sobretodo sus caderas. En este espacio, se destaca la intervención de Gabriela Pazmiño al inicio de la participación de Dina Muñoz.

Gabriela Pazmiño: A ver, me dice la producción. ¿Se lo enciendo?

Mira lo que ¡la gente es bandida! Hoy andan como no sé “¡Enciéndaselo!”, me dice[n].

En este enunciado se evidencia el uso del término “encender”, que en su tercera acepción es “Hacer que funcione un dispositivo o un aparato eléctrico” (DRAE, 2017), y el adjetivo “bandida”, para

referirse a un “niño travieso y pícaro” o “a persona bromista” (Asale, 2017), características que Pazmiño asigna a las personas que forman parte de la producción del programa. Al respecto, cuando la presentadora pregunta “¿se lo enciendo?”, acorde a la definición literal del término “encender”, se interroga respecto a hacer que funcione un dispositivo o aparato electrónico, el mismo que se refiere al sensor que registrará los movimientos de la participante, lo que se confirma en el momento en el que la presentadora menciona “¡enciéndaselo! me dice[n]”. No obstante, la forma de mencionar esta última frase connota un doble sentido, que relaciona el término “encender” con la modelo, lo que indica su consideración como un objeto a ser puesto en función. Frente a esta intervención existe la aceptación de la participante, manifestada a través de su risa²⁷¹. Acto seguido se establece la siguiente conversación:

Gabriela Pazmiño: ¡Ah! viene a apostar por ti me dicen.

Dina Muñoz: ¡Ah! ¡muy bien! ¿Cuánto apuestas por mí, negro? (dirigiéndose al público donde se encuentra el actor Richard Barker).

Gabriela Pazmiño: ¿Cuánto, cuánto le apuestas?... Ya voy Richard ¿cuánto le apuestas? ¡Cinco mil dólares!

Dina Muñoz: ¡Cinco mil dice, cinco mil!

Gabriela Pazmiño: ¡Ñaña!

Dina Muñoz: ¡Estoy hecha, estoy hecha hermana!

Gabriela Pazmiño: Danny Úbeda ¿Cuánto le apuesta? ¿Cuánto apuesta por la China (Dina Muñoz)?

Juez Úbeda: Por la China Yo le tengo confianza a la China, mira lo que te digo: voy a apostar por ti, unos [duda] trescientos dólares ¡apuesto por ti!

Esta interacción entre Gabriela Pazmiño, Dina Muñoz y el jurado Danni Úbeda menciona la cantidad de dinero que el Juez Úbeda apostará por la participación de Dina Muñoz, quien, debido a su intención de ser declarada vencedora del reto, alienta a que se generen estas apuestas. Su interés de ganar el concurso hace que sea ella misma quien aliente a los jurados a observar su cuerpo y su participación, aceptando ser considerada como un objeto por el que se puede apostar una cantidad específica de dinero dentro de un juego de azar.

Al conseguir una oferta por parte de uno de los jueces, Dina Muñoz expresa con entusiasmo: “¡Estoy hecha, estoy hecha hermana!”. En Ecuador, especialmente en la región Costa, esta frase significa “*tener [alguien] los problemas resueltos en determinado asunto*” (Asale, 2017); es decir, el hecho de que la participante realice esta proclamación, significa que ella acepta y está satisfecha con la cantidad ofrecida por ella o por su participación, lo que reafirma su aceptación de ser mirada, admirada y tratada como un objeto de apuesta.

Acto seguido, se puede ver la participación de Dina Muñoz. Ella se ubica en el centro del escenario, de espaldas al público, con el objetivo de desarrollar su baile y de permitir a los camarógrafos enfocarse en los movimientos de sus glúteos, tópico central del concurso, como se muestra en la secuencia de imágenes.

271 La risa es una manifestación física ante un hecho irrisorio, siendo este provocado por un chiste o una extravagancia. Mediante el uso de la risa se manifiesta aprobación a lo que pretende ocasionarla, sea este de tipo verbal o corporal (Schopenhauer, 1968).

Imagen Nro. 94



Capturas de pantalla de la participación de *la China* en el concurso del Nalgómetro

Imagen Nro. 95



Captura de pantalla de Dina Muñoz durante su tiempo de participación

Las tomas durante el concurso varían de plano general a primer plano de las caderas de Dina Muñoz. Adicionalmente, la presentadora Gabriela Pazmiño junto con su compañero Carlos José Matamoros expresan frases de ánimo hacia la participante, a la vez que exponen su admiración y opinión sobre el cuerpo de la misma:

Gabriela Pazmiño: ¡Qué piernas de la China! Ya parezco hombre mirándola ¡Por favor!

Carlos José Matamoros: ¡Ay Dios mío! La verdad... la verdad es que yo soy cardíaco ¡Por el amor de Dios! ¡Ayúdeme! ¡Sópleme Gabrielita!

En esta intervención existen dos tipos de mirada hacia la concursante. Por un lado, la conductora Gabriela Pazmiño, quien recalca el aspecto de las piernas de Dina Muñoz. Al mencionar “*Ya parezco hombre mirándola*”, afirma que esta manera de contemplar es algo que realizan, en particular, los hombres. Así, se puede entender que este contemplar que admira el cuerpo femenino es relativo al género masculino, y que es inusual e inapropiado que sea otra mujer quien lo haga, concepción acorde al paradigma heteronormado²⁷². Además, con la exclamación “*¡por favor!*”, Pazmiño ratifica que las piernas de Dina Muñoz son el objeto de su admiración y reconocimiento.

Por otro lado, están las exclamaciones del presentador Carlos José Matamoros. La frase: “*¡ay Dios mío! La verdad... la verdad es que yo soy cardíaco*”, se refiere, metafóricamente, a que el baile de Dina Muñoz con su movimiento de caderas “*le produce*

272 La heteronormatividad es el “predominio del patrón heterosexual en las relaciones sexuales y sociales, que acepta y normaliza la relación entre personas de diferentes sexos” (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012: 34).

un aumento en los latidos de su corazón o excitación capaz de provocarle un infarto” (DRAE, 2017). Asimismo, la locución interjectiva “*¡por el amor de Dios!*”, que es “*usada para significar admiración, extrañeza, dolor o sobresalto*” (DRAE, 2017), junto con la expresión “*¡Ayúdeme! ¡Sópleme Gabrielita!*”, representan una exacerbación en la reacción de Matamoros ante el efecto del baile de la participante.

Ahora bien, al referirse a la petición de Matamoros respecto a que Pazmiño le sople, ésta indica su necesidad de reducir los latidos de su corazón o excitación, sentida al ver el baile de Dina Muñoz, creando un ambiente de corte sensual, dentro del que la participante se convierte en objeto de placer, digno de ser mirado y admirado debido a su aspecto físico, a sus movimientos de cadera y a su sensualidad.

Cabe mencionar que los presentadores no fueron los únicos en manifestar sus reacciones, también es posible observarlas entre los miembros del jurado: Vito Muñoz, Danni Úbeda y Sofía Caiche. Así, pese a que durante la participación de Dina Muñoz, las tomas se centraron en registrar sus movimientos de cadera, existió una toma de Vito Muñoz, a quien se lo ve sentado, con la mirada fija en la participante y con una sonrisa en su rostro, elementos que connotan admiración, gusto y placer debido a lo visto en el escenario, tal como se puede observar en la imagen:

Imagen Nro. 96



Captura de pantalla de Vito Muñoz durante la participación de Dina Muñoz

Paralelamente a esta imagen, se escucha a Gabriela Pazmiño decir: “*¡La cara de Vito Muñoz es lo que más me gusta!*”, enunciado con el que recalca que la expresión facial de este jurado es lo que a ella más le agrada. Esta aseveración, junto con la transmisión de la imagen de los movimientos de Dina Muñoz, muestra que para la presentadora es normal que se mire y evalúe el cuerpo de una mujer, convirtiendo el cuerpo de Dina Muñoz en un objeto de deseo y disfrute. Esta visión deshumaniza a la concursante y la presenta como un cuerpo que se consume para el deleite de quien lo mira.

Una vez concluido el minuto de participación de Dina Muñoz, se da paso a la verificación de las pulsaciones alcanzadas por la concursante. Los presentadores invitan a los jurados Danni Úbeda y Vito Muñoz al escenario para que estos observen personalmente el nalgómetro.

Gabriela Pazmiño: Usted en un nalgómetro y usted en el otro nalgómetro ¿ok?

Carlos José Matamoros: Quiero decirles que esto que están a punto de hacer ustedes en este momento, tienen que hacerlo en pro de su profesión. Sé que es un sacrificio muy grande mirar cuántas pulsaciones tuvo el nalgómetro con la China.

En este momento, Gabriela Pazmiño dirige la mirada de Vito Muñoz a uno de los medidores que se encuentran sobre uno de los glúteos de Dina Muñoz. Acto seguido, el presentador Carlos José Matamoros, en tono irónico, expresa una obligación que tanto Vito Muñoz como Danni Úbeda deben realizar en obediencia a sus respectivas profesiones (Muñoz: comentarista deportivo; Úbeda: cantante): *“quiero decirles que esto que están a punto de hacer ustedes en este momento, tienen que hacerlo en pro de su profesión”*. Con esta oración el conductor del programa manifiesta un reconocimiento a la oportunidad que tienen los jurados de aproximarse a mirar de cerca el nalgómetro, ubicado en los glúteos de la participante, acción a la que califican como *“un sacrificio muy grande”*, frase que en el contexto de ironía antes establecido, expresa lo contrario, es decir, el beneficio *“muy grande de mirar cuántas pulsaciones tuvo el nalgómetro con la China”*, perspectiva que normaliza la mirada y la valoración masculina respecto al cuerpo femenino, y que hace de la participante un objeto de deleite.

El siguiente diálogo ocurre cuando Vito Muñoz se acerca a la modelo. Se puede observar que este juez se aproxima lentamente con actitud temerosa, comportamiento ante el cual los conductores mencionan:

Gabriela Pazmiño: Pero Vito, ¿sí ves de ahí?, ¿sí ves? Bájate más. Agáchate ¿sí ves?

Vito Muñoz: [Risas de Vito]

Carlos José Matamoros: Agáchese un poquito

Vito Muñoz: Después le van a salir

Gabriela Pazmiño: Más, más jeso! ¡Ahí! [risas]

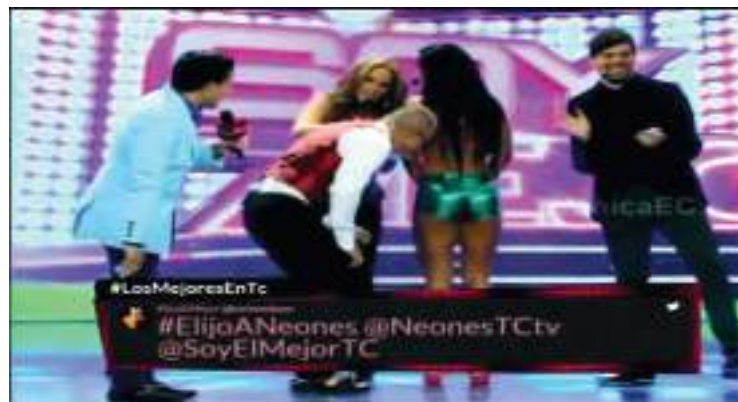
Carlos José Matamoros: [risas]

Gabriela Pazmiño: ¿Cuánto tuvo?

Vito Muñoz: 127, clavados

En este apartado, se puede identificar un suceso particular. En principio, no se manifiesta una intención voluntaria de los jurados de acercarse al escenario, sino que estos fueron llamados por Gabriela Pazmiño y Carlos José Matamoros. La concursante esperó de espaldas en medio del escenario a que se verifique el marcador de los pulsadores y al escuchar que serían los jurados quienes verían de cerca cuánto se había logrado, no realizó ninguna manifestación, ni a favor ni en contra, permaneciendo de espaldas al público.

Imagen Nro. 97



Captura de pantalla de Vito Muñoz verificando el pulsador de Dina Muñoz

Ante el nerviosismo de los jurados, al tener que aproximarse a las caderas de la concursante, por pedido de los presentadores, Vito Muñoz, menciona el número de pulsaciones que marca el sensor de la modelo: “127, *clavados*”. Expresión que utiliza un adjetivo coloquial: “*clavado*”, que significa “*fijo, puntual, acertado, adecuado, oportuno*” (DRAE, 2017), es decir, el juez menciona que el nalgómetro de Dina Muñoz midió 127 pulsaciones con exactitud. Ahora bien, respecto al comportamiento de Gabriela Pazmiño, quien incita a los jueces a mantener una proximidad física con la modelo, reproduce y refuerza el modelo patriarcal que objetualiza a la mujer y la coloca en un lugar de complacencia y deleite del hombre. En este sentido, Dina Muñoz se encuentra en el centro de una mirada escopofílica, que considera a “los demás” como objetos y los somete a una mirada escrutadora y curiosa. Esta forma de mirar es similar a la mirada erótica puesto que considera al “*otro*” como un objeto de placer (Pontón, 2015) de doble vía, pues produce placer observarla en la pantalla y produce placer el ser observada por el espectador (Mulvey, 1973).

Posteriormente, luego de verificar el marcador, se revela que lo logrado por Dina Muñoz no superó lo previamente registrado por Sofía Caiche, con lo que se ratifica a esta última como la campeona del reto. Entonces, Gabriela Pazmiño invita a la vencedora a pasar al escenario a demostrar cómo se debe realizar el movimiento de “*La Ráfaga*”. Para ello, los presentadores, jurados y Dina Muñoz permanecen en el escenario y se ubican de tal forma que dejan a Sofía en el centro para observar su participación. Nuevamente las cámaras se centran en el movimiento de los glúteos de Sofía Caiche como se puede apreciar en la imagen.

Imagen Nro. 98



Captura de pantalla de Sofía Caiche replicando los movimientos de *La Ráfaga*

Esta situación ocurre como cierre del concurso. En este momento se desarrolla una dinámica maestro - alumno, en la que, luego de que la presentadora solicitase a Caiche una demostración de su talento, menciona: “*a ver aprenda ñaña, ¡aprenda!*”, expresión con la que sugiere a Dina Muñoz que adquiera el conocimiento para mejorar su habilidad de mover las caderas al realizar *La Ráfaga*. De esta manera, durante unos segundos, Sofía y Dina Muñoz bailan de espaldas en el centro del escenario para que el público pueda observar su destreza. Nuevamente, las cámaras realizan un acercamiento a las caderas de las dos mujeres para mostrar a los televidentes sus movimientos.

La presentadora Gabriela Pazmiño interrumpe a Dina Muñoz y a Sofía Caiche para manifestar que ella también posee la habilidad de reproducir el movimiento de *La Ráfaga* y que, además, tiene mayor

talento que la campeona del concurso. De hecho, la presentadora corta el baile diciendo: *“Mira si yo lo hiciera te ganara, no más te digo”*, frase que al utilizar el condicional *“si”*, acompañado del verbo *“hacer”* en pretérito imperfecto, convierte a esta afirmación en una idea hipotética, que seguida de la siguiente oración: *“solo que a mí se me mueve con todo y faja”* expresan una excusa con la que se justifica que Pazmiño no realice el movimiento de *La Ráfaga*.

Imagen Nro. 99



Captura de pantalla de Sofía Caiche, Dina Muñoz alentando a Gabriela Pazmiño a bailar *La Ráfaga*

La imagen exhibe el momento en que Pazmiño interviene en medio del baile de Sofía Caiche y Dina Muñoz. En esta se puede ver que Sofía toma las caderas de la presentadora para ayudarle a moverlas, de igual manera, se muestra a la concursante acercarse a Pazmiño con las manos extendidas hacia sus caderas. Detrás de las tres

mujeres se encuentran los jurados Muñoz y Úbeda, acompañados del presentador Matamoros. Estos observan a las chicas con una sonrisa en el rostro y con la mirada en las caderas de la presentadora Gabriela Pazmiño.

El diálogo entre las tres mujeres representa, a manera de juego, una disputa generada por obtener el reconocimiento de ser la que posee el mayor talento para realizar el baile de *La Ráfaga*. La simulación de este conflicto indica que las mujeres del programa legitiman la habilidad de mover las caderas de la forma en la que Sofía Caiche lo hace, como una destreza a la que valoran eufóricamente. Con esto, las mismas mujeres se presentan como objeto de consumo y deseo, haciendo énfasis en la sensualidad y rapidez de sus movimientos, visión que niega e invisibiliza el lado humano e intelectual de las mujeres, así como la posibilidad de poseer otros atributos en lo que se destacan, por lo que se entiende que las habilidades que se reconocen en las mujeres son enteramente físicas y de seducción. Entonces se convierten en *“mujeres contemplativas”*, es decir, aquellas que están hechas para ser miradas, examinadas y observadas (Goetschel, entrevista 13 de febrero 2017).

Este episodio presenta dos hechos recurrentes: el énfasis en el aspecto corporal de las mujeres, expuesto en el vestuario de Dina Muñoz, mismo que deja al descubierto brazos, piernas y abdomen, similar al de Fernanda Gallardo, quien fue la primera participante; y las tomas y ángulos que enfocan fragmentos específicos del cuerpo de las concursantes, en especial las caderas.

Adicionalmente, se debe mencionar que la imagen de la concursante no solamente la presenta como un objeto de placer sino también como un objeto de consumo (De Casanova, 2002), y que el cuerpo mostrado no es cualquier tipo de cuerpo, sino aquel que responde

a las tendencias contemporáneas del aspecto físico²⁷³. Es decir, no basta con que un cuerpo sea delgado y bien vestido, ahora debe demostrar una compleja elaboración que potenciará el impacto visual que la objetualiza (Mulvey, 1971). En el caso de Dina Muñoz se puede ver que ella exhibe un cuerpo modelado, ejercitado, que responde a los parámetros de belleza contemporáneos, exponiendo y estandarizando un único o particular tipo de cuerpo como bello. Estas exigencias hacia el cuerpo de la mujer pueden generar el sometimiento de algunas mujeres a procesos complejos y costosos, con el fin de transformar su figura para encajar dentro de los nuevos parámetros estéticos. Al respecto, Martínez Barreiro afirma que: *“el cuerpo se ha convertido en el centro de un trabajo cada vez mayor a través del ejercicio, la dieta, el maquillaje y la cirugía estética, y hay una tendencia general a ver el cuerpo como una parte del propio yo que está abierto a revisión, cambio y transformación”* (2004: 140).

El cuerpo de Dina Muñoz reproduce estos parámetros con lo que se convierte, no solamente en objeto de admiración por su tonicidad, sino también en algo que tanto hombres como mujeres contemplan, admiran y desean, es decir, una figura que responde a la mirada escopofílica, ya que durante su participación, Gabriela Pazmiño expresa una fascinación hacia las piernas de la concursante y Carlos José Matamoros menciona tanto excitación como posibles problemas cardiacos causados por los movimientos de la participante.

273 Desde la mirada occidental y androcéntrica, actualmente el cuerpo femenino también debe estar tonificado, solo así podrá responder a las exigencias físicas contemporáneas: *“Hoy no queda más remedio que hacer ejercicio, la que no lo hace, podrá ir vestida con toda la elegancia que su buen gusto y sus recursos lo permiten, pero siempre le faltará algo para completar el ideal que persigue, esto es la flexibilidad y tonicidad de sus músculos y por tanto de sus movimientos”* (Ortiz, 2013: 91).

Por otro lado, el nombre del concurso *“El Nalgómetro”*, hace referencia a un aparato que mide el movimiento de las caderas de quienes participan en esta contienda. Desde una mirada androcéntrica, los glúteos representan un atractivo para el hombre debido a que esconden indicadores del potencial reproductor de la mujer que funcionan a nivel del inconsciente masculino (Domínguez, 2004). Este argumento explica la admiración de algunos hombres por esta parte del cuerpo femenino, sin embargo, dentro del contexto en el que se desarrolla la toma de imágenes, junto con los diálogos y las exclamaciones de los asistentes del segmento, se tornan como ofensivos para el género femenino.

Mediante los diálogos, la presentación de las imágenes y el reconocimiento del movimiento exagerado de las caderas como destreza, así como a través de la aceptación y la conformidad, por parte de las mujeres del programa respecto a este trato, se evidencia la concepción de la mujer como un cuerpo-objeto de satisfacción sexual, con lo que se desconoce o invisibiliza el desarrollo intelectual femenino. Estos elementos la configuran como la mujer adorno, carente de inteligencia o personalidad.

Durante el concurso del Nalgómetro, al observar a la mujer a través de la mirada escopofílica se la ubica en dos niveles: como objeto erótico y como un objeto para el espectador (Mulvey, 1973). Esta mirada es producto de la cultura patriarcal, en tanto, se constituye como un significante para el otro masculino que la mantiene.

Este tipo de contenidos, al ser transmitidos en los medios de comunicación masivos, difunde esta visión androcéntrica como natural o normal. Pensamiento que puede ser asumido como un *“deber ser”*, o como un rol a ser reproducido. De esta forma, las mujeres podrían interiorizar que es normal que su cuerpo sea

observado y tratado como un objeto de placer y que, además, este tiene mayor validez si responde a los parámetros de belleza actuales, restando importancia al desarrollo intelectual y afectando su auto percepción corporal y su autoestima.

Finalmente, es importante tener en cuenta que la presencia de contenidos sexistas en medios de comunicación social pueden reproducir y reforzar el modelo de sociedad patriarcal que objetualiza a la mujer y la coloca como objeto de deleite y complacencia del hombre, limitando el avance de un cambio equitativo de respeto tanto para hombres como para mujeres, dentro de sus diferencias y similitudes.

4.4.4 Representación de la mujer en comedias de situación

El presente acápite considera la representación de la mujer en los programas de comedia de situación, para lo que es necesario entender el concepto de este formato. En primer lugar, el término ficción se refiere a *“algo que es inventado o fingido”* (DRAE, 2017), es decir, algo que corresponde a un hecho que no tuvo lugar en la historia y que pudo ser creado en base a elementos irreales. Las narrativas tradicionales (literatura, teatro y cine) toman elementos de la realidad sobre los que se transfigura su imagen original para crear algo nuevo, distinto e irreal (Gordillo, 2009).

La ficción como género ha sido ampliamente explorada en las obras correspondientes a las narraciones tradicionales mencionadas. Sin embargo, el paso del tiempo y la inclusión de nuevas tecnologías en la sociedad han creado otros espacios para la difusión de las mismas. De esta forma, la televisión y los contenidos que ésta transmite

se consolidaron como un nuevo escenario donde se presentan y representan historias atrayentes e interesantes para el espectador, dando lugar al apareamiento del género de ficción televisiva (Gordillo, 2009), el mismo que tiene como objetivo entretener a través de la narración de relatos inventados (Carrasco, 2010).

Estas historias, en la televisión, pueden ser seriadas, con tramas complejas que se desarrollan en varios episodios (Gordillo, 2009). Su narrativa plantea una dialéctica entre la realidad y lo imaginario, de tal manera que *“la ficción es el modo de presentar una historia inventada de forma que el público llegue a creerla o sentirla como una verdad momentánea”* (Palacios, 2001: 81). Es decir, a pesar de que su guión, sus escenarios y sus personajes son previamente construidos, la ficción hace uso de códigos, valores y creencias que forman parte de la realidad social, a fin de que el público pueda reconocerse en él:

En la ficción televisiva hay un encuentro con una realidad cotidiana común y en ese sentido ejerce una función de referencia social (...) los personajes, situaciones y acciones de los programas ficcionales organizan una serie de modelos que son fácilmente imitables por parte de los telespectadores (Gordillo, 2009: 101).

Entonces, la ficción como género televisivo *“hace afirmaciones sobre hechos aunque sea de manera implícita”* (Shohat & Stam, 2002: 187) y, en ese sentido, adquiere espesor social y relevancia cognitiva, ya que *“las ficciones ponen en juego ideas reales no sólo sobre el espacio y el tiempo sino también sobre las relaciones sociales y culturales”* (Shohat & Stam, 2002: 18). Es decir, cumple una función clave en la construcción y la reconstrucción de la identidad cultural de una sociedad por lo que en ocasiones se observa que las tramas presentan situaciones familiares para el espectador. Al basarse en significados y

códigos ampliamente compartidos dentro de un grupo²⁷⁴, este género aparece principalmente como *“interprete de la comunidad, lugar de regreso, expresión y reafirmación de los significados compartidos”* (Buonanno, 1999: 66). De tal manera, se puede concluir que tiene repercusiones concretas en la realidad social²⁷⁵.

El ámbito que abarca este género es amplio, por lo que se lo subdivide en subgéneros y formatos, entre ellos: comedia, telenovela, *soap opera*, drama, miniserie, telefilme, entre otras (Gordillo, 2009). Cada uno de estos presenta distintas historias que abarcan contextos diferentes. Los subgéneros de mayor popularidad son el drama y la comedia debido a que las narrativas que se exponen crean empatía entre el programa y la audiencia por la familiaridad de sus historias (Carrasco, 2010). Para el caso particular de análisis se considerará el subgénero de comedia, que posteriormente permitirá abarcar las comedias de situación.

El objetivo de la comedia en los medios televisivos es lograr que los espectadores puedan ver sus tragedias representadas con humor y así disminuir el grado de tensión que estas puedan generar. Convierte en cómico lo que es considerado como inferior, feo o negativo (Padilla y Requeijo, 2010), es decir, lo que persigue es cambiar el sentido de

274 Lo que Victorino Zecchetto denomina “códigos de emisión amplia”, entendidos como aquellos sistemas de signos que *“debido a la redundancia y repetición de sus formas, su cercanía al sentido común y su tendencia a la naturalización, son códigos fáciles de interpretar por parte de las audiencias. Lo cual constituye una condición fundamental para tener un mayor rating”* (Zecchetto, 2002: 97).

275 Como bien señalan Shohat y Stam, *“el hecho de que las películas solo sean representaciones no impide que tengan efectos reales en el mundo; las películas racistas pueden recabar apoyo para el Ku-Klux-Klan o prepara el terreno para una política social retrógrada. Como ha dicho Stuart Hall, reconocer la inevitabilidad y la inexorabilidad de la representación no significa que no haya “nada en juego”* (Shohat y Stam, 2002: 186).

situaciones que generan aflicción, tristeza o ira. Reducir a lo absurdo situaciones incómodas ha hecho que este género tenga gran acogida entre el público (Padilla y Requeijo, 2010).

Los programas de comedia presentan un subgénero denominado comedia de situación o sitcom, el mismo que se caracteriza *“por presentar una colección acotada de personajes fijos (...) sus diálogos cortos, ágiles y orientados hacia el gag²⁷⁶ humorístico (...) y por explotar una situación narrativa simple con componentes formales estrictamente funcionales: la historia repite una fórmula con leves y previsibles variaciones”* (Gordillo, 2009: 108).

La comedia de situación hace uso, recurrentemente, tanto de los estereotipos como de los valores compartidos entre un grupo social, a través de los que se construye a los personajes. Así, se expone *“una galería de personajes estereotipados, con un comportamiento esquemático y repetitivo: roles bien marcados que siempre llevan consigo un modo de hacer redundante”* (Gordillo, 2009: 111). Este recurso humorístico radica en *“el carácter estereotipado de los personajes y la manera de involucrarse éstos en situaciones absurdas y divertidas”* (Gordillo, 2009: 109). Por lo expuesto, las sitcoms exhiben personajes intencionalmente contruidos en base a actitudes exageradas, simplificadas e inusuales con el que se puede representar a un individuo, grupo social o étnico.

Un factor importante dentro de las comedias de situación es el recurso humorístico del chiste, que se define por *“su función lúdica, su intencionalidad cómica, su brevedad, su efecto-sorpresa y su cierre previsto”* (Vigara, 1994: 24), y que está compuesto por dos fases,

276 Efecto cómico rápido e inesperado en un filme o, por ext., en otro tipo de espectáculo (DRAE, 2017).

independientemente de las figuras retóricas o técnicas humorísticas utilizadas: La primera es denominada “situación real”, donde se reproduce un escenario, comportamiento o acción familiar para la audiencia por la relación directa de ella con la realidad y la lógica. Es decir, que en este espacio ocurre una reproducción exacta de objetos, eventos o personajes reales. La siguiente fase, extrae algunos elementos del contexto real y se lo recrea en un nuevo entorno, es decir en una “situación imaginada”, donde se le otorga una lógica y significado diferente (López, 2008).

En la comedia de situación, estos recursos humorísticos transmiten códigos, valores y creencias latentes en la realidad social. Por tal razón, autores como Henri Bergson, William Beeman o Sergio López consideran que el humor es un elemento político con implicación en la comunidad, ya que pueden transmitir los imaginarios e ideologías que perpetúan las relaciones de poder en las que se basa una sociedad (López, 2008; Beeman, 2000).

La influencia del humor en las sitcom rebasa el contexto lúdico en el que se genera, ya que las ideologías subyacentes a las representaciones que permean en el imaginario social y, ocasionalmente, naturalizan determinadas ideologías, algunas pueden reproducirse y reforzar la discriminación hacia los colectivos sociales representados. Recordemos que entre más sutil y camuflado sea el mecanismo mediante el cual se ejerce la violencia simbólica, mayor será su eficacia (Bourdieu, 1990). En este sentido, determinadas formas de humor, se encuentran camufladas en imágenes o textos aparentemente inocentes y lúdicos, los que pueden llegar a convertirse en mecanismos eficaces que naturalizan actitudes denigrantes y discriminatorias (Sáenz, 2013).

Por otro lado, cabe recalcar que el humor aparece “*como resultado de la necesidad de oponer lo serio “entendido como la expresión de la cultura hegemónica” y lo no serio*” (Yupanqui, 2008: 259); las relaciones de poder lo han convertido en un modo de mediación destinado a reproducir las formas de arbitrariedad cultural. En este sentido, el machismo, el sexismo, la homofobia, el racismo y otras ideologías discriminatorias pueden utilizar al humor como un conducto ideal para su permanencia.

En Ecuador, las sitcoms aparecieron a partir de 1980. Durante esta época se intentó representar la vida tradicional y conservadora del momento mediante la exageración de los personajes y las costumbres regionales manifestadas en elementos como el vestuario, los valores, las actitudes; así como en las relaciones sociales, familiares y de género (Freire & Castillo, 2016). Fue en la década de los noventa, a causa del crecimiento de la producción televisiva ecuatoriana, que surgió mayor interés en crear historias y personajes que representen la cotidianidad. De esta forma, los guiones, libretos y la producción de los programas buscaron reproducir, desde la comedia, las relaciones sociales, laborales, económicas y culturales de distintos grupos urbanos y rurales (Freire & Castillo, 2016).

Como resultado de la construcción de estas formas de representación, se puso de manifiesto un discurso cuyo mensaje consistió en visibilizar los roles de género y la naturalización e interiorización de los estereotipos creados para hombres y para mujeres (Freire & Castillo, 2016). Es decir:

En las comedias de situación ecuatorianas las diferencias están dadas por la cultura estereotipada, ya que las categorías de género se construyen en el discurso social. Se explica así cómo, a partir de la aceptación universal de las diferencias de género, estas se divulgan a

través del lenguaje, el guion y los personajes, en prácticas, situaciones y diálogos que naturalizan estas relaciones (Freire & Castillo, 2016: 386).

En este contexto es necesario referirse a los imaginarios, los que se entienden como esquemas construidos socialmente que permiten percibir un hecho como real, explicarlo o intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como parte de la realidad (Pintos, 1997). De esta forma, aquellos imaginarios sociales que se han construido históricamente sobre las diferencias de género llegan a establecerse como creencias socialmente aceptadas, con características, valores o actitudes propias del género femenino y masculino. En otras palabras, se establecen como estereotipos que naturalizan la diferencia en las formas de pensar, hablar y actuar, tanto de los hombres como de las mujeres (Freire & Castillo, 2016).

Mediante el análisis de las sitcoms es posible identificar una representación de los estereotipos de género en el lenguaje, las características físicas, ideológicas y actitudinales de los personajes que se presentan en los medios televisivos, a partir de características basadas en la aceptación social (Freire y Castillo, 2016). De tal manera, con el afán de identificar los estereotipos más recurrentes en la presentación del género femenino, Freire y Castillo (2016) definen tres categorías de imaginarios: afectivos, sociales-comportamentales y físicos-intelectuales, que permitirían realizar un análisis discursivo en base a la distinción de los mismos.

Ahora bien, los imaginarios afectivos se basan en la consideración de lo femenino como la parte sentimental y emocional. Mediante este imaginario, se puede evidenciar una diferenciación marcada entre la representación de la mujer y del hombre. Pues contrario a la forma en la que se muestra a la mujer, el hombre se configura como

un ser incapaz de demostrar sus sentimientos, desapasionado, sin sensibilidad ni tolerancia para entender a las mujeres, además es una persona valiente, ruda, que no se deja afligir (Freire & Castillo, 2016).

Respecto a los imaginarios sociales-comportamentales, se refieren a los conceptos creados en sociedad, es decir, aquellos que definen las conductas tanto de hombres como mujeres en el ámbito de lo público. De esta forma, aspectos como la coquetería, la impulsividad y el exhibicionismo están ligados a la representación de la mujer; no obstante, actitudes como la liberación sexual son vetadas y juzgadas. Por el contrario, lo masculino posee un comportamiento agresivo, controlador, promiscuo, autoritario y con ambición de poder, factores que socialmente lo configuran bajo la idea de “macho” (Freire & Castillo, 2016).

Finalmente, los imaginarios físicos-intelectuales se refieren al cuerpo y a las formas en las que estos son presentados. Freire y Castillo incluyen el aspecto intelectual en esta representación para visualizar la idea de superficialidad que le da mayor relevancia a la presentación de un cuerpo frente al cultivo intelectual. En este sentido, lo femenino muestra elementos de belleza que resaltan la voluptuosidad del cuerpo, especialmente en las caderas y los senos, con lo que se le otorga un carácter sensual y provocativo. Esta situación varía en relación a la presentación del cuerpo masculino, ya que la valoración intelectual es representada como características independiente de su cuerpo.

A continuación se realizará el análisis de dos comedias de situación ecuatoriana: *Mi Recinto*, para identificar la forma en la que estas comedias de situación presentan y representan a los géneros.

4.4.4.1 Programa “Mi Recinto”

A finales de la década de los noventa, TC televisión transmitía el programa cómico “Ni en Vivo Ni en Directo”²⁷⁷, cuyos presentadores eran Galo Recalde, David Reinoso y Flor María Palomeque. Este programa presentaba un compendio de cortos de temáticas diversas que tenían por objetivo parodiar varios aspectos de la sociedad ecuatoriana de la época. Entre estos cortos apareció el segmento “Pura Paja Toquilla”²⁷⁸, el que retrataba a la comunidad montubia²⁷⁹. Un año después, este segmento cambió de nombre a “Nuestro Recinto”, y presentó por primera vez a Fernando Villarroel como el protagonista del sketch. Durante este tiempo de transmisión, el director fue Jorge Toledo. Para el año 2001, debido a la acogida del público, el corto expande su tiempo de transmisión y se convierte en una serie de comedia de situación con una duración aproximada de 45 minutos. El programa pasa a ser dirigido por Fernando Villarroel y cambia de nombre a “Mi Recinto”, conservando el argumento de representación de situaciones cotidianas de la cultura montubia.

277 Dirigido por Jorge Toledo y Galo Ricaurte.

278 En el año de 1999.

279 Se puede apreciar una escenografía y caracterización de este colectivo, así como la utilización de amorfinos: “estrofas, por lo general de solo cuatro versos octosílabos, improvisada por poetas populares montubios, la cual requiere de respuesta también versificada, y suelen referirse a personajes o acontecimientos populares conocidos. Baile de aire muy vivo y enérgico que se ejecuta al son de música de guitarras, bandoneón, violín y vihuela, y que se acompaña de coplas” (Asale, 2017: S/N).

Imagen Nro. 100



Fuente: <http://maithepineda.blogdiario.com/1403504523/programas-ecuatorianos/>

A partir del año 2004, esta comedia de situación enfrentó una serie de críticas y demandas por presentar contenidos ofensivos e irreales sobre el grupo mencionado. El Instituto de Cultura Montubia, la Corporación del Litoral, los representantes de la Casa de la Cultura del Guayas y alumnos de varios colegios, manifestaron “*su rechazo a la teleserie debido a que la representación de los montubios atentaba en contra de la dignidad de este grupo, mostraba tratos racistas entre los personajes, así como discriminatorios y machistas*”²⁸⁰ (Recalde, 2003: 56). De tal manera que este programa ha sido foco de críticas y reclamos por su contenido. César Ricaurte²⁸¹, por ejemplo, publicó un

280 Este no fue el único problema al que “Mi Recinto” se enfrentó, paralelamente Jorge Toledo presentó una demanda a Fernando Villarroel por 10 millones de dólares a razón de hurto de propiedad intelectual, alegando que Villarroel utiliza la idea original del programa sin su autorización (Recalde, 2003).

281 Comunicador de la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (FUNDAMEDIOS) que se creó en el 2007, con el objetivo de asesorar y apoyar a medios de comunicación, periodistas y personal relacionado, en defensa de su libertad de expresión.

artículo en el año 2005 y uno posterior en el 2006 donde *“manifestó que el programa no representa al grupo montubio sino que lo caricaturiza, denigra y ridiculiza, reforzando estereotipos negativos con los que se califica a este grupo”* (Quinteros, 2013: 65).

En el año 2011, luego de la separación del elenco original, aparece otro programa de comedia de situación con el mismo formato y contenido, que fue transmitido en Canal UNO²⁸², al que se lo denominó *“Los Compadritos”*. Pese a los inconvenientes, el programa *“Mi Recinto”* permaneció durante 11 años en producción con un alto rating²⁸³.

Imagen Nro. 101



Bumper utilizado entre cortes en el programa Mi Recinto

282 Medio de comunicación televisivo que pertenece al Grupo Rivas, operado en Guayaquil por el RELAD S.A., en Quito por CANAL uno S.A.

283 Varios episodios del programa *“Mi Recinto”* están disponibles en la página YouTube. Sobre el registro de ratings del año 2010 de la Ciespal ver: <http://historico.Ciespal.org/repositorioOlacom/index.php/investigaciones/2422-ecuador-es-uno-de-los-mayores-importadores-de-ficcion-televisiva-en-iberoamerica>

Con el objetivo de evidenciar las representaciones de las mujeres en el programa *“Mi recinto”*, se describirá brevemente características de este grupo étnico, para contar con elementos comparativos respecto a la representación del mismo en el programa mencionado y así evidenciar similitudes y contrastes.

Los montubios habitan en varias provincias del Guayas, El Oro, Los Ríos, Manabí y en menor escala en la provincia de Pichincha. La vestimenta tradicional en las mujeres consta de una falda larga y amplia, una blusa con vuelos largos en la parte superior que permite mostrar los hombros, llevan el cabello recogido y los pies descalzos; el vestuario tradicional en los hombres, comprende una camisa blanca de manga corta, pantalón corto generalmente blanco, pañuelo rojo atado en el cuello, sombrero de paja toquilla y botas de caucho; debido a su labor en el campo, el hombre generalmente lleva un machete (Rivadeneira, 2013). Por su parte, el programa *“Mi Recinto”* presenta una escenografía de ambientación montubia, con un escenario de aspecto rural, con casas de construcción rústica, y rodeadas de naturaleza.

Imagen Nro. 102



Imagen de arranque del programa

A continuación, se realizará el análisis del contenido presentado en el episodio de la cuarta temporada denominado “HAYYYY TATITA”²⁸⁴. En el que se identificará la existencia de imaginarios afectivos, social-comportamentales y físico-intelectuales (Freire & Castillo, 2016), categorías con las que será posible observar el tipo de construcción de la mujer en este programa televisivo.

²⁸⁴ El episodio mencionado se lo encontró en YouTube bajo el nombre de “MI RECINTO!!! HAYYYY TATITA !!!!” disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0fnAOocrCJY>

Argumento, estructura y análisis del capítulo

El argumento central del capítulo se desarrolla alrededor de la historia de Tatiana, una mujer joven que asiste a la universidad y que se encuentra a punto de reprobado el curso pre-universitario. No obstante, en la primera escena del episodio aparece desconectada del argumento central del capítulo, sin una secuencia narrativa lineal.

Esta primera escena narra la visita de Analía Yajaira²⁸⁵ al compadre Garañón²⁸⁶ en su casa, quien al abrir la puerta se sorprende al verla y la invita a pasar. Inmediatamente entra en escena María Elisa²⁸⁷, quien disgustada por escuchar la voz de otra mujer en el interior de la casa de Garañón, golpea la puerta y le exige una explicación.

María Elisa: ¡A ver, explícame! ¿Quién es esta mujer y por qué está así?

Garañón: A ver la presento. Analía Yajaira, María Elisa. María Elisa, Analía Yajaira.

María Elisa: ¡No! ¡Yo me voy Garañón! ¡Te pasas!

Garañón: Espérame María Elisa, María Elisa. Espérame yo te explico todo. No te pongas así. Tienes que ser sociable, María Elisa.

María Elisa: ¿Por qué está así ella?, ¡Explícame!

Garañón: Este... [Risas] ¿Así cómo?

²⁸⁵ Una chica joven, delgada, amable que vive fuera del recinto y que llega a sorprender a Garañón con su visita.

²⁸⁶ Interpretado por Fernando Villarroel, es el protagonista de la teleserie, un personaje que suele burlarse de los defectos físicos o de comportamiento de todos, y que a su vez se muestra solidario con los miembros del grupo, siendo capaz de solucionar los problemas de la comunidad. Es joven, soltero, vive solo, siempre está de buen humor y tiene facilidad de intimar con las mujeres, defiende la vida rural y reconoce los beneficios de vivir fuera de la ciudad.

²⁸⁷ María Elisa es esposa del Municipal, mantiene una relación extramatrimonial con Garañón.

María Elisa: Esta desnuda, Garañón.

Garañón: ¡No! ¡No digas eso! Mira, lo que pasa María Elisa es que yo te voy a explicar. Mira, Analía Yajaira, ella estudia para ser profesora. Ella es bien inteligente. ¿Puedes creer tú, María Elisa, que ella sabe incluso cuándo fue la Primera Guerra Mundial, la Segunda Guerra Mundial, tú sabías eso?

María Elisa: No Garañón, no sabía.

Garañón: También me estaba contando ella que hay unos planetas nuevos que han descubierto en el sistema solar. ¿Tú sabías eso?

María Elisa: No Garañón, no sabía

Garañón: Bueno entonces es que por ahí viene la respuesta de por qué ella está así. Lo que pasa es que ella me estaba contando cómo comenzó la humanidad en este mundo.

María Elisa: Pero todos sabemos. Inició con Adán y Eva.

Garañón: Claro, pues con Adán y...

María Elisa: ¡Ah! ¡Ya entendí! O sea, te estaba enseñando a ti.

Garañón: ¡Exacto! Lo que pasa es que como yo no entendía... Tú sabes que yo no me concentro entonces ella me dijo: "Mira, así estaban Adán y Eva".

María Elisa: Yo que estaba pensando mal de ti Garañón.

Garañón: ¡Ay qué linda María Elisa! Me encanta que seas comprensiva [risas]

Este... ¿María Elisa? ¿Y no te gustaría aprender un poco de la historia de este mundo con nosotros?

María Elisa: Sí Garañón, vamos.

Garañón: Pasa María Elisa. ¡Ay diosito, qué linda que estás!

En esta escena el compadre Garañón es descubierto por María Elisa en infidelidad. Su reacción es tratar de engañar a María Elisa diciéndole que Ana Yajaira esta desnuda porque *"estudia para ser profesora"*; *"(...) me estaba contando cómo comenzó la humanidad en este mundo"*. No obstante, María Elisa cree y acepta el engaño

y reacciona con arrepentimiento por haber juzgado mal a Garañón, aceptando "inocentemente" participar en un encuentro con ellos.

La escena presenta tanto a María Elisa como a Analía Yajaira con una pantaloneta corta, camiseta tipo top y zapatos de tacón, prendas que permiten apreciar sus cuerpos, los mismos que son delgados. Sus rostros se encuentran maquillados, sus cabelleras estilizadas. Por su parte, el compadre Garañón viste una camisa de manga larga, pantalón de tela, zapatos de suela y un sombrero de paja toquilla, prendas que no dejan expuesto su cuerpo, su rostro no tiene señales de decoración, se lo muestra desarreglado, de manera que es posible identificar la ausencia de piezas dentales.

Imagen Nro. 103



Rostros maquillados de Analía Yajaira y María Elisa en contraposición al rostro del compadre Garañón.

Esta escena muestra la existencia de imaginarios físico-intelectuales que presentan a la mujer como un ser físicamente bello, de características ingenuas, fácil de engañar; y, al personaje masculino como un ser hábil, manipulador, inescrupuloso, infiel y de amplio apetito sexual. La escena continúa con una toma que enfoca la casa de Garañón una vez que Analía Yajaira, María Elisa y Garañón ingresan, y en off se escucha:

Garañón: Este... mmm... ¿Analía Yajaira? ¿No te molesta que María Elisa se quede a ver cómo comenzó la humanidad con Adán y Eva?

Analía Yajaira: No, para nada Garañón con tal de que estés primero conmigo, claro.

María Elisa: ¡No! ¡Yo voy primero, Garañón!

Analía Yajaira: ¡No! ¡Yo primero!

Garañón: ¡A ver, a ver, a ver! ¡Sin pelearse! ¿Cara o sello?

María Elisa: Cara

Analía Yajaira: Sello

Garañón: ¡Ganaste!

Todos: ¡¡Eh!!

En estos diálogos, se refuerza la representación de las mujeres como seres ingenuos y comprensivos, vulnerables a ser engañados, fáciles de manipular, cambiantes en su comportamiento y tolerantes frente a un acto de infidelidad evidente, capaces de aceptar y perdonar dichos actos. Se presenta a la figura masculina como causante de disputa, con poder de decisión y acción sobre las mujeres, capaz de resolver discordias a su conveniencia, es decir, representa al hombre como conquistador, hábil para la manipulación, promiscuo y engañador. La escena finaliza con una toma que enfoca al compadre Filomeno²⁸⁸ y el compadre Locutor²⁸⁹, quienes miran de lejos lo ocurrido entre María

288 Interpretado por Marcelo Paredes, a quien apodan Pavo Loco debido a su risa sonora y constante. Se lo muestra como un hombre inocente pero a la vez imprudente, capaz de crear momentos incómodos a las personas que lo rodean o de colocarse él mismo en situaciones complicadas.

289 Interpretado por Stalin Baquerizo, es el único miembro del recinto que cuestiona las acciones e ideas de Garañón, en varias escenas se lo ve con un libro en la mano. Es educado, amante de la lectura, dispuesto a debatir sobre temas complejos, moralista, juzga los comportamientos de las personas que no siguen patrones de comportamiento. Fue presentador de un programa radial de la emisora del recinto llamada *HKK*, de donde viene su nombre.

Elisa, Analía Yajaira y el compadre Garañón, y comentan:

Locutor: Compadre Filomeno, ¿Se puede saber cuál es el motivo de la risa?

Filomeno: De mi compadre Garañón pues, que es un bandido.

Locutor: Ah, ¿eso le causa risa “es un bandido”? ¡Un sinvergüenza es lo que es ese hombrecito compadre! Yo no sé cómo es que este hombre utiliza tantas artimañas para convencer a esas mujeres.

Filomeno: No compadre locutor. No son artimañas. Mire, lo que pasa es que ellas son ingenuas pues, y ya pues... mi compadre Garañón es un bandido.

Locutor: Ay compadre Filomeno, el ingenuo aquí es usted. Esa mujercita que está ahí, esa señora, porque es una mujer casada. Acuérdesse, es la mujer del municipal, la María Elisa.

Filomeno: Se da cuenta compadre Locutor, se da cuenta que usted mismo lo está diciendo. ¡Ella es la casada! Mi compadre Garañón está soltero y ya pues. Él responde.

Locutor: No, no, no. A ver. Yo le voy a explicar. Aquí los dos están mal. Ella, porque es casada y el compadre Garañón porque está deseando la mujer del prójimo y ella está cometiendo un adulterio.

Este diálogo da cuenta de dos posturas, por una parte la del compadre Filomeno, quien, entre risas, califica de “*bandido*” al compadre Garañón, calificativo que junto con la risa, se configuran en elementos que connotan aceptación hacia el comportamiento y actitud de Garañón por parte de Filomeno; y la del compadre Locutor, quien, por el contrario, lo califica como “*sinvergüenza*”²⁹⁰, porque “*utiliza artimañas para convencer a las mujeres*”, lo que demuestra el rechazo hacia la actitud y comportamiento de Garañón.

290 Adjetivo que significa pícaro, bribón (DRAE, 2017).

No obstante, en la conversación entre Filomeno y el compadre Locutor se reconoce a Garañón como un “*bandido*” o “*persona sin escrúpulos, que engaña o estafa*” (DRAE, 2017), calificativo que estaría acorde a lo sucedido con María Elisa, quien fue engañada por Garañón. Sin embargo, pese a este hecho, el compadre Filomeno otorga la responsabilidad del acontecimiento a las dos mujeres por ser “*ingenuas*”. La actitud de Garañón es vista con admiración debido a su capacidad de tomar ventaja de esta ingenuidad “propia” de las mujeres, actitud que es valorada positivamente.

En esta interacción comunicativa, se valora eufóricamente a un hombre “*bandido*”, mientras que se recrimina y acusa a las mujeres “*ingenuas*”, a quienes se les asigna la responsabilidad por ser engañadas. En este contexto, dichas intervenciones tienen relación con el imaginario social de lo público y lo privado, puesto que al estar el hombre asignado a lo público tiene más acceso y libertades en cuanto a sus comportamientos sexuales. A las mujeres, por estar ligadas con el imaginario de lo privado, se les niega, juzga y/o recrimina.

Esta representación alimenta los estereotipos sobre el comportamiento de hombres y mujeres alrededor de las relaciones sentimentales y los imaginarios afectivos. Mientras que los hombres son admirados por tener relaciones sentimentales y/o sexuales con varias mujeres, las mujeres son repudiadas dentro de la misma dinámica. Visión que responde a una concepción patriarcal y moralista de los roles de género.

Por otra parte, en la siguiente escena se muestra a Tatiana con un vestido largo, regalo de su tía Bertha, quien planea realizar una celebración en honor a su sobrina por aprobar el curso preuniversitario.

Tatiana: Pero tía ¡No se da cuenta que parezco una loca!

Lengua de Yoyo: Tatianita pero no le eche la culpa al vestido si usted desde que nació tiene cara de loca [risas].

Bertha: ¡Oiga comadre! ¿Qué pasó? ¡Por favor respete! Tatianita ¡Se pone ese vestido porque yo lo digo! Además, tiene que verse como una chica decente.

Tatiana: ¡Pero tía Bertha! Los tiempos han cambiado. Ahora las chicas decentes se visten como las indecentes.

Bertha: ¡Qué dijo!

Tatiana: Nada tía Bertha, que este vestido está horrible. Por qué mejor no le subimos por aquí tía.

Bertha: ¡Oiga niña! ¡Baje ese vestido! ¡Caramba! Se pone ese vestido ¡He dicho! ¡Caramba!

Tatiana: Pero tía Bertha, usted me manda a hacer el ridículo. Yo así no voy a ir, este vestido esta horrible. Oiga comadre ¿Usted no tiene un vestido que me preste?

Lengua de Yoyo: Yo le prestaría Tatianita pero yo estoy segura que no le va a gustar.

Tatiana: ¡Ay no! ¡Por qué la vida es así conmigo!

La escena presenta un conflicto entre la tía Bertha, quien le obsequia un vestido largo a su sobrina porque “*tiene que verse como una chica decente*”, y Tatiana, quien desea usar un vestido corto. La tía Bertha utiliza el término “*decente*”, que significa “*digno*” (DRAE, 2017), y que indica que para ella es importante que su sobrina se vea como alguien “*decente*” o “*digno*”. Por su parte, Tatiana responde: “*Ahora las chicas decentes se visten como las indecentes*”, utilizando el antónimo “*indecente*”, cuyo significado es “*indecoroso*” (DRAE, 2017), contraponiendo los conceptos e indicando que actualmente las chicas se visten “*indecentes*”.

Imagen Nro. 104



La comadre Bertha evitando que Tatiana se suba más el vestido.

Esta interacción comunicativa muestra, por una parte, una conducta caprichosa²⁹¹ por parte de Tatiana, y una reacción autoritaria por parte de Bertha, quien se impone a la postura de Tatiana. El diálogo continúa de la siguiente manera:

Tatiana: ¡Ay! ¡Pero por favor Tía Bertha! Es que este vestido no está adecuado. Yo me quiero vestir de otra manera.

Lengua de Yoyo: ¿Y de qué manera se quiere vestir, Tatianita?

Tatiana: Como mis amigas. Con el pantalón bien a la cadera, una blusa chiquititita y claro, me subo el hilo para que se me note un tatuaje grandote y nos vamos a bailar perreo, perreo para que se nos vea todito.

291 Término que hace referencia a la “determinación que se toma arbitrariamente, inspirada por un antojo, por humor o por deleite en lo extravagante y origina” (DRAE, 2017).

En este diálogo se aprecia una contraposición de posturas, por un lado Tatiana, quien desea vestirse como las personas de su misma edad, vestuario que, acorde a la descripción que ella realiza, consta de prendas cortas y ceñidas que permiten exhibir su ropa interior (hilo-tanga) y un tatuaje mientras mueve su cuerpo al ritmo del perreo, término que alude al “*baile que ejecutan un hombre y una mujer juntando mucho sus cuerpos y agitando ambos a la vez sus caderas*” (Asale, 2017), elementos de connotación sensual que en su conjunto le asignan características de exhibicionismo y provocación; y, por otro lado, la tía Bertha, una mujer madura, recatada y moralista que usa una vestimenta conservadora, ropa que permite esconder su cuerpo, lo que a su criterio es ser “*decente*”. Al respecto, se puede identificar dos tipos de representación de la mujer de acuerdo a imaginarios sociales-comportamentales: la mujer joven hermosa, exhibicionista, que muestra su cuerpo, el mismo que es estilizado, acorde a los estándares de belleza aceptados socialmente, que llama la atención y provoca sexualmente a quienes la observan; frente a la mujer conservadora, que cubre su cuerpo con el objetivo de ser considerada “*decente*”. La escena continúa:

Bertha: No se da cuenta el sacrificio que yo hago por ella. No valora.

Tatianita: ¡Ay tía Bertha! Por favor no vaya a llorar.

Lengua de Yoyo: Se da cuenta Tatianita. ¡Usted la hirió! ¡Es mala, mala!

Comadre Bertha, por eso es que yo le he dicho a usted que no le dé piola, que no le dé todo gusto porque después le va a pagar mal.

En este diálogo se puede identificar la intervención de la comadre Bertha, quien acusa a Tatiana de no reconocer “*el sacrificio*” que ella

realiza para educarla. Si se toma en cuenta que el término “sacrificio”, se refiere a un “*acto de abnegación inspirado por la vehemencia del amor*” (DRAE, 2017), se evidencia que la comadre Bertha cumple un papel asignado socialmente a la mujer, el de realizar actos abnegados debido al afecto que siente por un familiar, con lo que se representa a la mujer como víctima o mártir.

Por otra parte, a pesar de que el conflicto de esta escena es entre la comadre Bertha y su sobrina, la comadre Lengua de Yoyo interviene, dirigiéndose de forma agresiva y con un tono de voz fuerte a Tatiana: “*¡Usted la hirió! ¡Es mala, mala!*”. Con esta intervención, se percibe a la comadre Lengua de Yoyo como una mujer que interviene en situaciones que no le competen, y como una mujer intrigante que busca complejizar y empeorar el conflicto, reforzando el estereotipo de la mujer chismosa y entrometida. Idea que se refuerza cuando se dirige a la comadre Bertha para decirle: “*por eso es que yo le he dicho a usted que no le dé piola, que no le dé todo gusto porque después le va a pagar mal*”, expresión que afirma que “*darle todo gusto*” a Tatiana puede causar que ella “*le pague mal*”, afirmaciones acorde al imaginario de la mujer desagradecida.

Tatiana, por su parte, se muestra incapaz de argumentar su negativa hacia el regalo de su tía, y demuestra culpabilidad, preocupación y tristeza ante la reacción de la misma, quien además es catalogada por la comadre Lengua de Yoyo como “*mala, mala*”. Al respecto, se evidencia la existencia de una exigencia social hacia la mujer, que la considera “buena” o “mala” acorde a sus actitudes de complacencia y obediencia.

Imagen Nro. 105



La comadre Lengua de Yoyo recriminando a Tatiana por su actitud, al mismo tiempo se observa a la comadre Bertha llorando.

Al final de la escena aparece Isabel Cristina²⁹², quien pregunta el motivo de que Tatiana se encuentre usando un vestido largo, a lo que la comadre Lengua de Yoyo responde:

Lengua de Yoyo: Lo va a usar para la celebración que la comadre Bertha le va a hacer porque por fin va a terminar el preuniversitario.

292 Interpretado por Paola Olaya, es una mujer joven, educada, independiente, elegante que conoce otros lugares además del recinto. Está al tanto de las normas de etiqueta, vestuario, comportamiento en sociedad y conoce otros idiomas como el inglés, por lo que tiene una actitud presumida, vanidosa, dramática y delicada. Su vestuario se diferencia del resto de mujeres, ya que no presenta una vestimenta urbana. Sus padres trabajan fuera del recinto por lo que vive sola. Los miembros del recinto la respetan por su conocimiento y su estatus.

Como usted sabe, Isabel Cristina, la Tatiana después de tanto dale y dale, por fin va a terminar ese bendito preuniversitario. Y eso para la comadre Bertha ya es todo un logro. Ya sabrá usted, pues. Viniendo de la Tatianita que es como media tontita [gesto de risa].

En este enunciado, la expresión “*por fin*” que “*expresa con cierto énfasis el término de una situación de espera*” (DRAE, 2017), la interjección “*bendito*” usada “*para expresar dolor, sorpresa, asombro y otros sentimientos*” (DRAE, 2017), así como la frase “*ya es todo un logro*”, mencionados durante la intervención de la comadre Lengua de Yoyo, indican que a su criterio, la finalización del curso preuniversitario por parte de Tatiana, debido a que “*es como medio tontita*”, es un evento esperado, que puede ser catalogado como un triunfo. Estas expresiones muestran a Tatiana como una mujer incapaz intelectualmente, para la que la finalización de un curso preuniversitario representa un esfuerzo mayor debido a su poca capacidad, aspectos que refuerzan el estereotipo de la mujer tonta, superficial e incapaz académicamente.

La siguiente escena enfoca a Tatiana regresando al recinto, preocupada porque está a punto de perder el curso preuniversitario, por lo que, desesperadamente, sortea la posibilidad de acudir donde los compadres del recinto para que le ayuden a encontrar una solución. Entonces aparece el compadre Locutor a quien Tatiana le pide su ayuda; este al enterarse de que las materias en las que es posible que Tatiana se quede son “*literatura, estadística, marketing y educación física*”, le da una respuesta negativa. Ante este hecho, se presenta la siguiente situación:

Locutor: ¡No me va a convencer con sus berrinches!

Tatiana: ¡Compadre!... Bueno, está bien. Si usted no quiere no me ayude. Pero si a mi tía Bertha, le pasa algo, usted se lo va a llevar en su conciencia.

Locutor: ¡Este! Bueno Tatita, tiene razón.

Tatiana: ¡Sí compadre!

Locutor: Esta puede ser una mala noticia para doña Bertha y se le puede parar el corazoncito.

Tatiana: ¡Así es!

Locutor: Me ha conmovido. La voy a ayudar.

Al finalizar esta escena, Tatianita como agradecimiento besa reiteradamente al compadre locutor en la mejilla, quien se muestra molesto y le pide que deje de hacerlo.

Imagen Nro. 106



Tatianita besa al compadre Locutor como muestra de su agradecimiento.

Esta escena presenta a la mujer como chantajista con la frase: “*Si usted no quiere no me ayude. Pero si a mi tía Bertha, le pasa algo, usted se lo va a llevar en su conciencia*”. Se muestra cariñosa por agradecimiento, al punto de crear una incomodidad y rechazo, representándola como incapaz de controlar sus actitudes y emociones. Y, por contraste, representando al hombre como controlado y sensato.

La escena continúa con imágenes del Compadre Locutor y Tatiana mientras estudian. Luego se muestra a Tatiana, sin interés y con poca atención, durante una clase del compadre Locutor.

Imagen No. 107



El compadre Locutor en clases con Tatiana

Imagen No. 108



Tatiana aburrida en clases

Inmediatamente, el compadre Locutor se dirige hacia ella para hacerle algunas preguntas:

Locutor: Mire, aquí tenemos un cuadro estadístico donde nos refleja la población que hay en Mi Recinto y podemos observar qué porcentaje hay de mujeres, hombre, niños y adultos mayores, ¿Le quedó claro?

Tatiana: Sí, compadre [duda].

Locutor: Entonces ahora sí nos puede decir ¿Qué es la estadística y para qué nos sirve?

Tatiana: La estadística. Eh... Es la ciencia... Eh...

Locutor: ¡Eso! ¡Sí!

Tatiana: Que estudia...

Locutor: ¡Sí!

Tatiana: ¡Los animales!

Locutor: ¡No!

Tatiana: ¿Las plantas?

Locutor: ¡Tampoco!

Tatiana: ¿El cuerpo humano?

Locutor: ¡Ay niña! ¡Menos!

Tatiana: ¡Ay! No sé compadre

Locutor: Espero que lo recuerde ya mismo. Vamos a pasar al resumen de literatura.

Como se puede observar en el diálogo, las respuestas de Tatiana son incorrectas, imprecisas y hasta absurdas, con lo que se muestra que la ayuda del compadre no tiene efecto alguno en ella, ante lo que el compadre Locutor se muestra sorprendido y vencido, respecto a que luego de las clases, Tatiana no haya adquirido conocimiento nuevo, así como de su falta de capacidad para usar su sentido común.

La escena continúa mostrando un momento de distracción de Tatiana, en el que ella dibuja un corazón atravesado por una

flecha que tiene escrito: “Pelucón y Tatiana”, más abajo se aprecia nuevamente la palabra “Pelucón” sobre un corazón pequeño, bajo el que se lee “Tati”, imágenes que connotan amor y que manifiestan implícitamente su sueño de encontrar una pareja sentimental. Este gráfico es acompañado de la caricatura de un conejo sonriente, realizado con trazos simples, semejantes a los dibujos elaborados por un infante. Este conjunto de elementos connotan falta de concentración e inmadurez por parte de Tatiana.

Imagen Nro. 109



Minuto 49:11, primer plano del dibujo realizado por Tatiana

Esta escena, presenta a una mujer desconcentrada, de poca capacidad intelectual, distraída y con dificultades de aprendizaje que, además, sueña con encontrar un “Pelucón”²⁹³, es decir un hombre adinerado, de buena posición económica y social, con quien contraer

293 Pelucón: Persona adinerada que hace ostentación de su buena situación económica (Asale, 2017).

una relación, para que la mantenga económicamente. Esta postura es recurrente a lo largo de esta escena y del episodio, en el que se puede escuchar repetidas veces que Tatiana busca un “Pelucón” que la proteja y le evite estudiar y trabajar, postura acorde al imaginario de la mujer pasiva que no actúa por sí misma sino que espera la llegada de un salvador, en este caso un “pelucón”, que la rescate de su situación y que le solucione sus problemas. Posteriormente, ante la reacción del compadre Locutor, Tatiana asume su problema de aprendizaje y propone una solución:

Tatiana: ¿Y si aplico el plan B?

Locutor: Bueno, ¿Y cuál es ese plan B?

Tatiana: ¡Seducir al profesor!

Locutor: ¡Cállese! Eso ni se le ocurra.

Tatiana, al no adquirir los conocimientos necesarios para pasar las materias del preuniversitario en las clases con el compadre Locutor, propone como estrategia de segunda opción: “seducir al profesor”, es decir, “atraerlo físicamente con el propósito de obtener de él una relación sexual” (DRAE, 2017), opción con la que Tatiana construye y presenta su cuerpo como un objeto de cambio y negociación, representando a las mujeres como personas que utilizan su cuerpo para atraer y mantener una relación sexual a cambio de un beneficio, en este caso pasar el preuniversitario. En esta secuencia narrativa se representa a la mujer como incapaz de superar los retos académicos; como pasiva, a la espera de una pareja para tener una relación sentimental o casarse; como enamoradiza y soñadora; como interesada, que busca su bienestar económico a costa de un hombre y no por esfuerzo propio y como capaz de mantener relaciones sexuales a cambio de beneficios. La escena continúa:

Locutor: No sé qué decirle, lo único que puedo decirle es que en estas circunstancias, a mí me gustaría ser usted para poder dar ese examen.

Tatiana: Eso es compadre, ahí está la solución.

Locutor: ¿Qué me quiere decir comadre?

Tatiana: Usted va a ser yo.

Locutor: Me está queriendo decir que pretende que yo... no mijita eso ni se le ocurra, porque esas son cosas que yo jamás haría. Inmediatamente, se pasa a otra escena, en la que se encuentran los compadres Calo, Garañón y Filomeno, quienes comentan sobre la celebración que dará la comadre Bertha por la aprobación del preuniversitario de Tatiana:

Calo: Bueno compadre, le cuento, yo que le encuentro a la Lengua de Yoyo compadrito, ella me dijo pues que a la Tatianita, le van a hacer un fiestón porque ya termina el preuniversitario.

Garañón: Pero que raro compadre, que hagan fiesta por eso del preuniversitario, eso por lo general es cuando uno se gradúa pues.

Calo: Oiga compadre Garañón, pero vea lo bueno compadrito, mire en esa fiesta seguramente la Tatianita va a invitar a todas sus amigas de la universidad pues.

Garañón: Cierto compadrito (relincho)... Y me han dicho compadre que en la universidad hay unas potras compadre, bien bonitas... Con su pelo, bien perfumaditas, y caminan (ademán) y van a recibir clases ellas. Compadre he escuchado una canción que dice: estar en la universidad es una cosa de locos (bailando), (salto de Garañón)

Calo: Buena, buena.

En esta interacción, de inicio se refuerza la caracterización de chismosa de la comadre Lengua de Yoyo, quien es la que les comenta a los tres personajes masculinos sobre la fiesta de Tatianita. Después, Garañón hace referencia a las *“amigas de la universidad de Tatianita”*, como *“potras”*, llamándolas con el femenino de potro, término que por una

parte coloca a estas mujeres al nivel de un animal, y, por otra parte, hace referencia a ellas como *“personas dignas de admiración por sus cualidades, especialmente por su físico”* (Asale, 2017), lo que se confirma cuando menciona *“bien bonitas”*, valorando eufóricamente su apariencia física. La expresión del rostro y sus movimientos mientras habla, connotan deseo y/o satisfacción.

Inmediatamente Garañón procede a imitar los movimientos de a las amigas de Tatiana mientras menciona: *“con su pelo, bien perfumaditas, y caminan, y van a recibir clases ellas”*, acto seguido, este personaje realiza una imitación verbal del relincho de un potro, y continúa: *“estar en la universidad es una cosa de locos”*, realiza movimientos de baile y finaliza realizando el salto de caballo que caracteriza a Garañón. Estos elementos en su conjunto, lo muestran como un potro, un hombre salvaje, activo sexualmente, que aprecia denotativamente el aspecto físico de las mujeres.

El episodio continúa con Tatiana regresando de la universidad con el compadre Locutor vestido de mujer, a quien ella presenta a los compadres Garañón, Filomeno y Calo como Norberta. Los compadres asechan a la amiga de Tatiana y el compadre Calo termina llevándole a la casa de Garañón para *“conocerla mejor”*. Unos minutos después, el compadre Calo sale de la casa gritando debido a que descubre que Norberta es hombre. Inmediatamente el compadre Locutor entra en escena y explica a sus compadres que él está vestido de mujer porque fue a la Universidad para ayudar a Tatiana a pasar el preuniversitario. Tatiana complementa indicándoles que el profesor que tomaba los exámenes, que era medio ciego, no fue, y que el maestro que asistió si la pudo ver, por lo que el compadre Locutor no pudo ayudarle y como consecuencia perdió el preuniversitario. Al ver lo complicado de la situación, los compadres preguntan: *“¿Cómo se lo va a decir a su tía?”*. El dialogo continúa:

Garañón: Sabe que yo creo que usted, Tatianita, a su tía Bertha tiene que decirle la verdad.

Tatiana: No compadre. Yo no puedo decirle la verdad.

Garañón: Tiene que decirle la verdad. Porque recuerde, si dice una mentira, lo único que tapa una mentira es otra mentira.

Tatiana: Entonces le digo dos mentiras.

Garañón: No pues porque entonces tendría que decirle 4 mentiras, y después de 4 mentiras, 8 mentiras y después de 8 mentiras 16 mentiras hay que decirle la verdad. A lo mejor y lo toma con calma.

Todos: Claro, dígale la verdad.

Locutor: Mire Tatianita, mire. Yo voy a conversar con la comadre Bertha, a lo mejor al principio se va a poner un poquito enojada pero después todo lo va a tomar con tranquilidad.

Tatiana: ¡Ay no compadre yo tengo mucho miedo! ¿Usted cree?

En esta escena se puede observar la existencia de un imaginario social-comportamental que diferencia, por un lado, al compadre Garañón como comprensivo, sabio, sereno, con autoridad para aconsejar; mientras que, por el otro lado, a Tatiana como una mujer insegura, cobarde y mentirosa, reflejo de una mujer frágil, dependiente, que necesita de un hombre para tomar una decisión importante, acorde al estereotipo de la mujer incompleta, que necesita de un hombre para poder desenvolverse.

En la siguiente escena, la comadre Bertha recibe la noticia de que Tatiana no aprobó el pre-universitario. Entonces se ve a los pobladores del recinto cargando un tronco del que cuelga una hamaca donde se encuentra desmayada la tía Bertha, hecho ante el que todos se muestran preocupados por llevarla al doctor antes de que cierre, por lo que hablan, gritan y lloran al mismo tiempo, creando desorden y confusión.

Imagen Nro. 110



Imagen Nro. 111



Capturas de pantalla del momento en que los miembros del recinto llevan a la comadre Bertha desmayada hacia el hospital.

Inmediatamente, se enfoca a la comadre Isabel Cristina, quien se encuentra llorando al ver a la comadre Bertha desmayada en la hamaca. Ella intenta hablar pero ninguno de sus compadres la entiende pues no puede controlar su llanto. Este hecho se repite durante tres ocasiones en las que lo único que se logra distinguir es la palabra “Aveiga”, que es pronunciada en un tono agudo y alto, el resto de la oración utiliza tonos finos y sin claridad.

Imagen Nro. 112



Expresión de Isabel Cristina mientras intenta sugerir que se lleve a su comadre Bertha hacia el médico del recinto

Ante este hecho y por la confusión que Isabel Cristina crea, el compadre Garañón menciona: “Oiga compadre. Parecen los grillos que hacen en invierno: Uichi, uichi, uichichichi [sonidos de grillos]”. Esta expresión constituye una burla ante la reacción exagerada de Isabel Cristina, a quien se la compara con los “grillos”, y quien cuando se tranquiliza logra hablar con claridad y decir: “debemos llevarla donde el doctor Aveiga”. Esta puesta en escena refuerza

el estereotipo de la mujer dramática, incapaz de controlar sus emociones, que incomoda y confunde a las personas que la rodean. Además, el uso de tonos agudos muestra a una mujer gritona, que hace uso de chillidos y/o sonidos finos, que constituyen reacciones exageradas y dramáticas.

La escena sigue con la intervención del compadre Garañón, quien respecto a la tía Bertha menciona: “Oiga, ¡Por dios! Esta vieja es fea despierta y fea así dormida [risas]”. Esta mención utiliza la expresión “¡por dios!”, con la que se “expresa protesta con efusividad” (DRAE, 2017), respecto a que la comadre Bertha, a quien llama “vieja” sea “fea”, tanto despierta como dormida. En este contexto, la palabra “vieja” es usada como término despectivo, que caracteriza a la comadre Bertha como alguien “deslucido o estropeado por el uso” (DRAE, 2017), particularidad opuesta a las otras mujeres del recinto. Garañón complementa esta expresión calificándola además como “fea”, es decir, como una mujer “desprovista de belleza y hermosura” (DRAE, 2017). En esta afirmación existe una relación entre la belleza física y la edad, es decir, se vincula belleza con juventud y fealdad con vejez, y se presenta a las mujeres de edad avanzada como personas carentes de belleza física. Al respecto, Le Breton menciona que “la persona envejecida se desliza lentamente fuera del campo simbólico, se aleja de los valores centrales de la Modernidad: la juventud, la seducción, la vitalidad, el trabajo, y encarna lo rechazado” (2003: 146).

Si se toma en cuenta que Bertha es la única comadre mayor, y que este personaje es foco de burlas a causa de su edad, por parte de los hombres del recinto, en especial del compadre Garañón, se puede evidenciar que la edad de los personajes femeninos constituye un elemento que connota valoración positiva si son jóvenes y valoración

negativa si son mayores (representación de la vejez connotada negativamente)²⁹⁴, se puede apreciar una diferenciación acorde a una exigencia social que *“tiene base en imaginarios etarios, que alimentan una congelación simbólica del tiempo, en el cual el cuerpo se detiene para no envejecer jamás”* (Finol, 2015: 114). Por su parte, las risas, existentes al final de la expresión de Garañón, funcionan como un elemento que naturaliza esta perspectiva.

La escena finaliza con la intervención del compadre Calo, quien lamenta haberse quedado sin celebración, a lo que Garañón refuta indicando que se debe *“ver lo bueno y lo malo”*, y que si algo pasa *“hace tiempo que no nos amanecemos tomando café con rosca y jugando cartas”*, acto seguido los personajes salen saltando de la toma.

En términos generales y acorde al análisis de las representaciones afectivas, sociales-comportamentales y físicas-intelectuales, el programa *“Mi Recinto”* presenta a las mujeres jóvenes maquilladas, con un cuerpo y cabello estilizados, con una vestimenta que expone su físico, el mismo que tiene medidas aceptadas socialmente como bellas. Por el contrario, los personajes masculinos se presentan descuidados, con vestuario que no expone su figura, sin maquillaje, con cuerpos fuera de los estándares de belleza aceptados socialmente.

294 En la modernidad, ser atractivos y seductores se ha convertido en una demanda y no cumplir con ella nos trae sanciones de exclusión y segregación social. En el caso de los hombres, la calificación suele estar al margen de su anatomía, es decir, las medidas de su cuerpo pueden ser suplantadas por el poder económico, los logros profesionales, el talento, la fuerza física, la celeridad, la jerarquía o simplemente la simpatía, lo que los protege de la insignificancia o decadencia de sus cuerpos. En el caso de las mujeres la examinación de su cuerpo es mucho más sancionadora y coactiva, se encuentran atrapadas en su cuerpo y en una angustia creciente por no poder dar la talla que plantean los modelos estéticos (Ventura, 2000).

Se evidencia además, una diferenciación acorde a una visión patriarcal y moralista de los roles de género, en relación al imaginario social respecto a que hombre tiene más acceso y libertades a comportamientos sexuales que las mujeres, a las que se juzga y/o recrimina. De tal manera, se refleja admiración y valoración positiva hacia Garañón debido a su capacidad de tomar ventaja de la *“supuesta”* ingenuidad de las mujeres, mientras que a ellas se les acusa de ser responsables de ser engañadas por ser *“ingenuas”*, lo que se valora negativamente.

Respecto a los personajes femeninos, Tatiana representa a la mujer joven exhibicionista, que muestra su cuerpo estilizado, acorde a los estándares de belleza aceptados socialmente, que llama la atención y provoca sexualmente a quienes la observan. Es una mujer poco agradecida, incapaz de defender sus preferencias, chantajista, con falta de capacidad intelectual y sentido común, tonta, superficial, inmadura, pasiva, a la espera de la llegada de un pelucón que la rescate de su situación, capaz de mantener relaciones sexuales a cambio de beneficios; es decir, acorde al estereotipo de la mujer interesada, de menor capacidad intelectual y cognitiva, que ubica a las mujeres en desventaja con relación a los hombres. Adicionalmente, se reproduce el estereotipo de la *“mujer niña”*, que muestra a Tatiana como emocional, ingenua y débil, que necesita de un hombre que le otorgue fortaleza.

La tía Bertha representa a la mujer conservadora, que cubre su cuerpo para ser considerada *“decente”*, que cumple un papel asignado socialmente a la mujer, el de realizar actos abnegados debido al afecto que siente por un familiar, con lo que se representa a la mujer como víctima o mártir. Al ser la única mujer madura, se la presenta con una vestimenta que busca esconder un cuerpo envejecido, poco

atractivo y que es considerado como carente de hermosura, es decir, se relaciona implícitamente a la hermosura y la juventud, como características que se valoran eufóricamente, y por el contrario, vejez y fealdad, categorías valoradas disfóricamente. La representación de la tía Bertha refleja el estereotipo de la mujer sacrificada y dedicada a su familia, relegada a lo privado, a las actividades del hogar, fenómeno relacionado con el marianismo.

La comadre Lengua de Yoyo, por su parte, representa a la mujer intrigante, que busca complejizar y empeorar los conflictos, papel que refuerza el estereotipo de la mujer chismosa y entrometida. Asimismo, Isabel Cristina encarna a la mujer incapaz de controlar sus actitudes y emociones, una mujer dramática, de reacciones exageradas, que incomoda y confunde a las personas que la rodean.

Respecto a los personajes masculinos, el compadre Garañón es representado como un hombre bandido, activo sexualmente, promiscuo, racional, sensato, capaz intelectual y moralmente, como comprensivo, sabio, sereno, con autoridad para aconsejar. Lo que sumado al significado literal de su nombre, que es *“hombre sexualmente muy potente”* (DRAE, 2017), y a los ademanes, expresiones y movimientos realizados por este personaje, lo configuran como un ser de amplio apetito sexual, acorde al imaginario comportamental socialmente aceptado respecto al *“debe ser”* de la masculinidad.

Por su parte, al compadre Locutor se lo presenta como intelectualmente capaz, respetuoso, ilustrado, controlado, amable, y sensato; responde al imaginario intelectual aceptado socialmente respecto a la supuesta capacidad intelectual y social *“innata”* en los hombres.

En síntesis, las representaciones de hombres y mujeres en el programa *“Mi Recinto”*, por una parte refuerzan roles y estereotipos de género, acordes al sistema patriarcal, que son social y culturalmente establecidos; y, por otra parte, socializan una visión sesgada de las mujeres, que al ser presentadas en sentido cómico, normalizan y naturalizan estos imaginarios y formas de percibirlos. El reto está en eliminar este tipo de representaciones y presentar a los géneros dentro de un contexto de igualdad, donde unos y otros gocen de las mismas oportunidades de desarrollo intelectual, físico, afectivo y social.

Otros trabajos sobre *“Mi Recinto”* y la representación de la mujer

A continuación se describen tres investigaciones realizadas sobre el programa *“Mi Recinto”* entre los años 2008 y 2013.

La investigación *“Imaginarios de género en Mi Recinto: programa de la televisión ecuatoriana”*, elaborada por Dayana León (2008) se orienta a entender en qué forma la transmisión de este programa promueve la naturalización y la reproducción de estereotipos de género en la localidad de Flor de Bastión Bloque 8 del municipio de Guayaquil. Para llevar a cabo el estudio, la autora explora cómo se consolidan los roles de género en el espacio rural. Luego de realizar un análisis multimodal de 15 episodios, la autora concluye que:

En el caso específico de los mensajes, las mujeres están expuestas a ser objetos sexuales y amas de casa, mostrándolas igualmente en la pantalla con unos senos exuberantes al vestirse con blusas que los acentúen y faldas muy por encima de las rodillas. Coincidiendo con el marco teórico puesto a discusión en esta investigación, cada una de las representaciones como este caso, potencian las desigualdades entre géneros en la manera

que ellas son proyectadas, presentadas y usadas en pantalla, tal y como lo estudia Silva et al (2003: 7), considerando que no solo se afianza la marginación, sino también las inequidades (León, 2008: 110).

El segundo estudio se denomina “Análisis del programa ‘Mi Recinto’ en su décima primera temporada, año 2012, desde una perspectiva de violencia, machismo y discriminación”, elaborado por Alexandra Neto (2013), se plantea como objetivo analizar si los mensajes que se transmiten en este programa generan actos violentos, machistas o discriminatorios en grupos vulnerables: mujeres, indígenas, montubios, afroecuatorianos o menores de edad.

Para llevar a cabo esta investigación se usaron herramientas tanto cuantitativas como cualitativas, a través del uso de encuestas y entrevistas que registraron los criterios de la población y las percepciones que la teleaudiencia tiene sobre los programas. El autor llega a la siguiente conclusión: *“La décima primera temporada del programa Mi Recinto incita a la violencia, el machismo, por lo que su contenido no aporta al desarrollo de la población, al contrario provoca racismo y discriminación en los grupos más vulnerables de la sociedad. El programa ha alcanzado una importante rentabilidad en cuanto al raiting recibido, no obstante no aporta al crecimiento de la producción nacional, presentando una imagen bastante pobre de la población del campo, distorsionando sus costumbres y tradiciones”* (Neto, 2013: 66). Asimismo, afirma que:

La transmisión de programas como Mi Recinto no apoya a la sociedad. Establece parámetros que afectan la imagen de los montubios y transmiten mensajes distorsionados los cuales pueden incentivar al machismo, la discriminación y a la violencia, por lo que se debería revisar y recomponer nuevamente su contenido (Neto, 2013: 66).

Para finalizar, recomienda a la sociedad proponer alternativas de cambio con el fin de mejorar los contenidos de la producción nacional y así evitar que se exhiba cualquier tipo de violencia o afectación a cualquier grupo social (Neto, 2013).

La tercera investigación fue desarrollada por Carolina Recalde y se denominó “La reproducción del discurso patriarcal y machista en los medios de comunicación. Análisis crítico del discurso del programa Mi Recinto”. El estudio fue realizado en base a 23 episodios del programa, en los que se identificaron actos o eventos que reproducen un modelo machista o patriarcal. La autora parte de la afirmación de que el fenómeno del machismo como violencia de género se reproduce en todos los campos de la vida social, hecho que los medios de comunicación han contribuido a reforzar a través de la difusión de estos contenidos en su programación.

Se realiza un acercamiento teórico en base a los conceptos de género, machismo y patriarcado para así determinar si los contenidos de los episodios de “Mi Recinto” presentan contenidos que denigren o discriminen a la mujer. La elaboración del marco teórico expone el debate entre la discriminación de género y la desigualdad social, con lo que explica la discriminación de la mujer en la sociedad actual. Luego da luces de cómo la sociedad patriarcal ha dado paso a la naturalización de la discriminación y cómo esto se ha convertido en un pensamiento común asumido tanto por hombres como por mujeres. La autora llega a la conclusión de que:

La mujer, a pesar de gozar de los mismos derechos que el hombre, no goza de las mismas oportunidades ya que tras ella hay todo un proceso histórico de desigualdad que determina su vida, su forma de actuar y ver el mundo. El patriarcado ha impuesto roles tanto a mujeres como a hombres que se

encuentran institucionalizados e interiorizados, por lo que es difícil que las mujeres vean esas paredes e incluso se les complica darse cuenta de su existencia, porque son naturales [naturalizadas] y han sido levantadas y fortalecidas a través del tiempo (Recalde, 2013: 74).

De igual forma, respecto a esta serie, el estudio señala que *“al investigar el programa Mi Recinto y relacionar los datos obtenidos con los contextos y los discursos podemos concluir que el programa reproduce patrones machistas y patriarcales muchas veces encubiertos y otras de manera explícita pero que con el humor y la risa intentan ser justificados”* (Recalde, 2013: 74).

En este sentido, varias investigaciones han evidenciado que el programa “Mi Recinto” ha reforzado estereotipos y representaciones discriminatorias sobre las mujeres y otros colectivos. Al ser parte de los programas de alto rating en el Ecuador y al estar al aire en varias temporadas, ha tenido la capacidad de reproducir y socializar esta representación que puede llegar a ser entendida como algo normal en la sociedad y así reforzar distinciones históricamente configuradas hacia estos colectivos.

4.4.4.2 Humor y sexismo

Históricamente, el humor se ha configurado como una expresión del ser humano y como un componente de la sociedad, el cual se manifiesta en la vida cotidiana. De acuerdo con José Jiménez, *“reírnos de nuestro mundo es un gran placer, implica una catarsis que consideramos necesaria para nuestro bienestar, a tal punto que lo buscamos “en mayor o menor medida” y en lo cotidiano hacemos uso del humor para darnos a entender, para conformar relaciones sociales y para identificarnos con los demás”* (2013: 193). Es decir,

se lo cataloga como una necesidad. Consiste en una cadena sucesiva de *“estímulos que puede provocar la risa de un sujeto, como: juegos, bromas, chistes, viñetas, situaciones embarazosas, incongruencias, inocentadas, cosquillas”* (Jáuregui & Fernández, 2006: 19).

Es importante destacar que el humor está conformado por cuatro componentes esenciales: un *“contexto social”*, en el que las personas interactúan y se relacionan lúdicamente; un *“proceso cognitivo perceptual”*, donde las personas procesan mentalmente la información, juegan con las ideas, palabras o acciones y generan expresiones creativas que son percibidas como graciosas; una *“respuesta emocional”*, resultado de la percepción de la acción recibida; y una *“expresión vocal de la risa”*, que consiste en la manera de expresar o comunicar a otros el hecho de que se está experimentando una emoción de alegría durante el acto humorístico (Pérez, 2013: 20-21). En este sentido, debemos tener en cuenta que el humor:

Puede entenderse en un contexto cultural, de otra forma no será entendido como gracioso. Si el humor implica un entendimiento, entonces le precede un conocimiento del mundo y un conocimiento de la contingencia bajo la cual la persona se desenvuelve (...) lo que sugiere que una risa siempre estará en función de un contexto y momento en particular, así como por el uso determinado de un lenguaje y los significados que de él emanan sobre las situaciones y las características que podemos distinguir (Jiménez, 2013: 190-191).

Según Violette Morin, casi todos los chistes tienen una construcción básica: una secuencia que plantea, argumenta y resuelve cierta problemática. Esta secuencia está articulada en tres funciones: a) Función de normalización, que pone en situación o escena a los personajes, b) Una función locutora que plantea el problema a

resolver y c) Una función interlocutora de disyunción que responde ‘graciosamente’ el interrogante” (Holst, 2000: 424). Esta última función *“bifurca el relato en ‘serio’ o ‘cómico’ (o absurdo) y confiere a la secuencia narrativa su existencia de relato dislocado. La bifurcación es posible gracias a un elemento polisémico, el disyuntor, con el que la historia así armada (normalización y locución) choca para girar tomando una dirección nueva e inesperada”* (Morín, 1974: 122).

De igual forma, es importante señalar que hay varios tipos de chistes, según Henri Bergson y Fernández Poncela, algunos son ingenuos o benignos, los que hacen parte del humor blanco, y otros son tendenciosos o agresivos. Estos últimos pueden ser denigratorios hacia algo, alguien, un grupo, institución o creencia (Bergson, 2008), algo que humilla o denigra, en este caso a “los otros” o “las otras”, los diferentes, extranjeros, un grupo social o étnico, pueblo o cultura, pobres y ricos, a las mujeres o a los hombres (Fernández, 2011: 323). De manera similar, Eduardo Jáuregui realiza una diferenciación entre el humor positivo y el humor negativo.

Adoptaremos el término humor positivo para referirnos al tipo de humor que provoca una risa inofensiva, al menos en intención, diferenciable del humor negativo (agresivo, ofensivo, etc.). También puede hablarse de un sentido del humor positivo, que busca provocar la risa propia o ajena sin ofender o agredir a nadie, distinto de un sentido del humor negativo, que busca provocar la risa incluso a costa de los demás (Jáuregui & Fernández, 2006: 20).

En este sentido, si bien el humor y los chistes se producen a través de una disyuntiva entre la forma en que las cosas son y la manera en que las cosas se representan imaginariamente, aparentando así

una situación lúdica, tienen una influencia que rebasa el contexto en el que se genera, permeando en los imaginarios sociales y naturalizando ideologías que, muchas veces, sostienen o perpetúan la discriminación hacia determinados colectivos sociales.

De esta manera, es necesario distinguir entre dos tipos de chistes: los de “humor benigno” que proporcionan placer y distensión, reconfortan el fluir de la existencia cotidiana, son inofensivos e inocuos; y los de “humor denigratorio”, que utilizan la agresión en lo cómico “un grupo, una institución, una creencia”, como la malicia etnocéntrica dirigida a ciertos grupos específicos en cada sociedad, con el fin de ridiculizar al “otro” que reconocemos como distinto y en posición de desventaja (Fernández, 2012).

De esta manera, uno de los efectos de los chistes considerados como ofensivos es que a partir de este tipo de humor *“el racismo, la xenofobia y la discriminación adquieren carta de ciudadanía y se connaturaliza: nadie ve como problemático que se utilice el humor para arremeter contra los otros de forma prejuiciosa y tendenciosa”* (Ramírez, 2007: 16). Razón por la que a través del humor y los chistes se pueden reproducir y consolidar imaginarios y representaciones estereotipadas hacia determinados colectivos, puesto que a través de la burla, la ridiculización o la humillación, es posible encontrar complejos entramados de imaginarios o ideologías que perpetúan las relaciones de poder presentes en una sociedad.

Dentro de la categoría de chistes denigratorios se ubican los chistes discriminatorios o violentos hacia hombres o hacia mujeres (Fernández, 2012), que se caracterizan por ser ofensivos, burlones, maliciosos y, en general, reproducen una representación negativa de cada sexo. También existen los chistes sexistas que *“suelen ser denominados machistas o misóginos, cuando van dedicados a la*

*población femenina*²⁹⁵ (Fernández, 2011: 418). Al respecto, es importante recordar que el sexismo es:

Una construcción multidimensional de un orden simbólico en el que las mujeres son consideradas inferiores a los hombres, implica una serie de comportamientos y actitudes estereotipadas que conducen a la subordinación de un sexo con respecto al otro. El sexismo representa una actitud consciente de orden social, que propicia la dominación y subordinación del sexo femenino con respecto al masculino (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:50).

Un elemento particular de los chistes sexistas o denigratorios es que incurren en sexismo lingüístico, esto quiere decir que emplean vocablos (sexismo léxico) o construyen oraciones (sexismo sintáctico) que, debido a la forma de expresión escogida por el hablante/escritor y no a otra razón, resultan discriminatorias por razón de sexo. En este contexto, el sexismo lingüístico contra la mujer, reproducido en el chiste, es entendido como la imagen femenina menospreciada, descalificada y con base en estereotipos de carácter negativo (Moreno, 1986; Sau, 1990). De ahí que el sentido del humor, en su poder asociativo, pueda llegar a constituirse en una sofisticada herramienta de poder simbólico.

El humor de una comunidad, de una u otra manera, refleja la posición ideológica de dicha comunidad. Cuando un grupo hace chistes acerca de otro grupo de manera sistemática y alude a características negativas del mismo indiscutiblemente lo está discriminando. La excusa de que se trata solo de un chiste

295 La misma autora señala que más recientemente han surgido los “chistes mal llamados feministas –ya que el feminismo es la igualdad de derechos y oportunidades-, que denigran a los hombres” (Fernández, 2011: 418)-

no es procedente. Así pues, el chiste como acto de habla se constituye en una de las formas más claramente evidentes de discriminación social y lingüística (Pardo, 2007: 22).

De tal manera, el lenguaje discriminatorio también se encuentra en el humor²⁹⁶. Estudios de autores como William Beeman (2000) o Sergio López (2008) consideran que el humor no es un elemento de implicancia menor, ya que mediante éste se pueden transmitir determinados imaginarios e ideologías²⁹⁷ que perpetúan las relaciones de poder en las que se basa una sociedad. En este sentido, el chiste resulta negativo cuando cae en el sexismo lingüístico y la violencia simbólica²⁹⁸, por lo que es de especial atención la utilización del humor cuando trasmite ideas o percepciones sexistas, puesto que puede generar condiciones culturales para que se sigan reproduciendo y reforzando estereotipos de género, ya que este tipo de “chistes contienen y transmiten estereotipos y prejuicios y desencadenan actitudes discriminatorias aunque sean discursivas y simbólicas” (Fernández, 2011: 323).

296 En América Latina los chistes de gallegos son populares. Se basan en prejuicios que asumen la inteligencia inferior de los gallegos. La historia de Galicia demuestra que no es así, pero como se lo ha hecho por años, ese estereotipo repite una mala tradición y refuerza el sentimiento de superioridad de un grupo hacia otro. Lo dicho de los latinos sobre los gallegos, también es cierto en otros grupos, como por ejemplo, los estadounidenses sobre los polacos. Estas expresiones solo perpetúan prejuicios y estereotipos culturales (Carhuchín, 2013: 23).

297 La ideología, “por el hecho de ser sistemas de ideas de grupos sociales y movimientos, no sólo dan sentido al mundo (desde el punto de vista del grupo), sino que también fundamentan las prácticas sociales de sus miembros”. (Van Dijk, 2011: 16).

298 La violencia simbólica implica “todo poder de violencia que logra imponer significados e imponerlos como legítimos, disimulando las relaciones de fuerza en que se funda” (Bourdieu y Passeron, 1996:44). De tal manera, se logra legitimar relaciones de dominación e inclusive adoptarlas como naturales por parte de los dominados.

Por otra parte, Margrit Eichler en su libro *“Metodología feminista”*, propone la utilización de siete categorías sobre sexismo²⁹⁹, entre ellas: 1) *Androcentrismo*, que es la adopción de una perspectiva general masculina. Sus sub-aspectos son la misoginia, la ginopia³⁰⁰, el mantenimiento de los intereses masculinos por sobre los femeninos y la defensa de la subyugación o dominación masculina; 2) *Insensibilidad al género*, que se presenta cuando se ignora la variable género, impidiendo identificar los problemas específicos de cada sexo; 3) *Dicotomismo sexual*, que consiste en tratar a los sexos como diametralmente opuestos; 4) *Familismo*, aquel que consiste en considerar a la mujer como el pilar de la institución familiar y de sus lazos afectivos; 5) *Sobregeneralización*, que consiste en considerar válido para ambos sexos estudios realizados sólo con uno de ellos; 6) *Doble parámetro*, que establece que una misma conducta o una situación idéntica es valorada o evaluada con distintos parámetros o doble moral; y, 7) *Conducta adecuada para cada sexo*, aquella que determina que existen características o conductas apropiadas para hombres y para mujeres (Eichler, 1997: 20-22).

Otras manifestaciones sexistas son la generalización³⁰¹, presente *“cuando se le atribuye a un colectivo, por pertenecer al mismo, una*

299 El sexismo viene de varias formas que son irreducibles entre sí. Por lo tanto, si no hay un solo problema, no puede existir una sola solución. En cambio, la tarea es identificar las varias formas de sexismo e idear soluciones para cada una de ellas. Fallar en ello podría llevar a reemplazar inadvertidamente un tipo de problema sexista con otro, todo el tiempo, bajo la ilusión de haber resuelto “el” problema (Eichler, 1997).

300 Es un neologismo, reconocido en el marco de lo legislativo como forma de nombrar la omisión del punto de vista de la mujer en casos de violencia hacia ella: *“En el caso de los delitos donde mayoritariamente son las mujeres las personas lesionadas o dañadas, es evidente el sexismo manifestado por medio de la ginopia (la imposibilidad de ver lo femenino)”* (BDpedia LatAm, 2017).

301 Abstrae lo que es común y esencial de muchas cosas, para formar un concepto general que las comprenda todas (RAE, 2017).

característica de algunos de sus individuos” (Guzmán, 2004: 8), y la especificidad, presente cuando *“los resultados de un estudio se reportan de tal manera que es imposible determinar si se refieren a uno o ambos sexo”*. Un ejemplo lo constituye el empleo del genérico masculino para referirnos a poblaciones que incluyen a personas de ambos sexos: *“médico”* para doctoras y doctores (Guzmán, 2004: 8-9).

Teniendo en cuenta este referente conceptual, a continuación se analizarán tres contenidos comunicacionales que han sido difundidos en diversos medios de comunicación, los mismos que fueron realizados en diferentes formatos y géneros, cuyo factor común se encuentra en la comicidad y en la utilización del humor.

4.4.4.3 Sección de Entretenimiento diario “El Colorado”

El medio de comunicación social “El Periódico Colorado”, es de carácter privado, fue creado el 4 de enero de 1986³⁰², forma parte de la “Corporación de Comunicación Colorado”. Su matriz se encuentra en Santo Domingo de los Tsáchilas y tiene un alcance regional. Se encuentra impreso en formato A3, con la portada y contraportada a todo color y las páginas internas en blanco y negro. Presenta varias secciones: *“noticias”, “editorial”, “comunidad”, “nacional”, “sociales”, “clasificados”, “deportes”, “varios”, “entretenimiento”, “de boca en boca”* y *“sucesos”*, teniendo un total de 16 páginas.

Para efectos de este apartado, se analizará la página 13, sección de *“Entretenimiento”*, de “El periódico Colorado”, del 26 de enero de 2015.

302 De acuerdo al estudio de Antonio Checa, *“La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador”*. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html

Imagen Nro. 113



Fuente: Página 13 de “El Periódico Colorado”.

La diagramación de la sección “*Entretenimiento*” presenta los siguientes tópicos: en la esquina superior izquierda se encuentra el “*Sexi Horóscopo*”; en la esquina superior derecha la “*SOPA DE LETRAS*” (en la que los nombres para identificar se refieren a plantas medicinales, las que se ubican en la parte inferior derecha de la página); en la esquina inferior izquierda se aprecia la imagen de una mujer joven, y en la parte inferior central, la columna “*CHISTES*”, como se puede ver a continuación:

La composición de esta página resalta cuatro elementos:

El nombre de la sección: “*Entretenimiento*”, que denota que lo que se va a leer es algo para divertir o distraer (RAE, 2015).

Imagen Nro. 114



Fuente: Página 13 de “El Periódico Colorado”.

El horóscopo titulado “*Sexi Horóscopo*”, donde la palabra “*Sexi*”, adaptación gráfica propuesta para la voz inglesa “*Sexy*”, que significa “*la persona o cosa que provoca atracción o deseo sexual*” (Millán, 1991), da a entender que el contenido tiene relación con dicho significado, sin embargo, al leer el horóscopo se puede apreciar que su contenido no hace ninguna referencia a esta temática.

Imagen Nro. 115



Fuente: Página 13 de “El Periódico Colorado”.

La imagen, ubicada al final del “*Sexy Horóscopo*”, representa a una mujer que lleva un vestido corto de color oscuro ceñido a su figura, con un escote profundo, su cabello se dirige hacia atrás como si recibiera viento de frente, se encuentra sonriendo, lleva lentes,

una manzana en la mano derecha y una regla en la mano izquierda, elementos que le brindan una connotación sensual a la imagen y dan la idea de que es una maestra³⁰³.

Imagen Nro. 116



Fuente: Página 13 de "El Periódico Colorado".

Esta fotografía no tiene un objetivo informativo o publicitario (no se encuentra ahí para dar a conocer o promocionar ningún artículo), incluso se ubica junto a una frase cortada por la mitad (olest; Math; acher; ver!), que no permite distinguir lo que dice, elemento que denotativamente revela que su existencia en la página no tendría lógica, a menos que sea de relleno. Por el contrario, esta imagen, al estar colocada en la página "Entretenimiento", connota que es una imagen para "entretener", para el disfrute, deleite o recreación de alguien.

303 Acorde con el imaginario de mujer como profesora sensual.

La columna "CHISTES", presenta nueve bromas en total, de las que siete hacen referencia a las mujeres y dos aluden a otras temáticas (respecto a Jaimito, el primero en clases de matemáticas³⁰⁴; y el segundo, ejemplificando injusticia³⁰⁵).

Se procede a realizar el análisis de los siete chistes referentes a mujeres, así como a evidenciar el tipo de representación que se utiliza en cada uno de ellos.

Imagen Nro. 117



Fuente: Página 13 de "El Periódico Colorado"

304 Haber Jaimito, si en un bolsillo tienes 100 euros en pesetas y en el otro tienes 240 euros, ¿qué tienes en total? - Los pantalones de otro señorita.

305 Jaimito: cítame un ejemplo de injusticia. " Sócrates pudo decir "solo sé que no se nada", yo le dije lo mismo el año pasado y me tocó repetir el año.

Primer chiste:

Una maestra nueva, trata de aplicar sus cursos de psicología.

Comienza su clase diciendo:

- Todo aquel que crea que es estúpido, que se ponga de pie.

Luego de unos segundos de silencio, Jaimito, se pone de pie.

-La docente le pregunta: Jaimito, ¿crees ser estúpido?

- No, señorita , pero me da pena verla parada solita

En esta broma existen dos personajes centrales: la maestra y Jaimito, y una acción específica: crear ser estúpido. En este chiste se juega con el elemento sorpresa, ya que el final es inesperado, sin embargo, el mensaje es que la profesora es estúpida, y que Jaimito, es solidario con ella. No obstante, en este caso no se le asigna a la maestra la característica de ser estúpida por el hecho de ser mujer.

Al respecto, es importante considerar que *“no todas las representaciones negativas conllevan necesariamente un ejercicio de discriminación* (Conapred, 2011), por ejemplo, decirle ladrón a alguien porque ha robado o insultar a alguien por sus acciones no es un acto discriminatorio. Entonces, la representación realizada sobre la maestra en este chiste es insultante más no estereotipada.

Segundo chiste:

¿Por qué las mujeres no escriben el 11?

Porque no saben que 1 va primero.

Este chiste se compone de un enunciado interrogativo: *“¿Por qué las mujeres no escriben el 11?”*, que se transforma en una afirmación generalizadora: *“las mujeres no escriben el 11”*, es decir, cualquier mujer, por el hecho de ser mujer *“no escribe el 11”*. La respuesta a esta interrogación es otra afirmación generalizadora: *“Porque no saben que 1 va primero”*, dando por hecho que las mujeres

“desconocen” o no tienen la *“capacidad”* o *“habilidad”* de saber qué el número 11 se forma con dos números 1, sin importar el orden en que éstos sean ubicados. Este chiste muestra la manifestación sexista de la generalización, atribuyéndole al colectivo de mujeres un comportamiento o característica específica, representándoles, en este caso, de manera generalizada, como seres faltos de capacidad o habilidad.

Tercer chiste:

¿En qué se parecen las mujeres a las botellas de cerveza?

En que las dos están vacías del cuello para arriba.

En este chiste se realiza una comparación entre las mujeres y las botellas de cerveza, en base a una supuesta similitud dada por el vacío existente del cuello para arriba, tanto en las mujeres como en las botellas de cerveza. En este contenido, al utilizar la palabra *“mujeres”*, no se alude a una mujer específica, sino a las mujeres en general, es decir, se generaliza al género femenino y se las coloca al mismo nivel que un objeto: las *“botellas de cerveza”*³⁰⁶, con las que se les compara.

Si nos remitimos a la definición de mujer como *“persona de sexo femenino”* (RAE, 2015), y al significado de *“persona”* como *“Individuo de la especie humana”* (RAE, 2015), que se caracteriza por poseer poder de raciocinio, podemos observar que en el chiste, no habría una relación lógica entre la comparación *“mujeres”* con las *“botellas de cerveza”*, a excepción de que, en el discurso, se las considere implícitamente como personas *“sin capacidad de raciocinio”* o *“cuerpos sin cabeza”*, debido a que las botellas después del cuello

306 Son *“vasijas de cristal, vidrio, barro cocido u otro material, con el cuello estrecho, que sirve para contener líquidos”* (RAE, 2015).

poseen tapa y no cabeza. Entonces, la representación de todas las mujeres en este chiste es como personas “sin capacidad de raciocinio” o “cuerpos sin cabeza”.

Cuarto chiste:

*¿Qué hace una mujer lanzando manotazos al aire?
Reuniendo sus pensamientos.*

Este también inicia con un enunciado interrogativo: “¿Qué hace una mujer lanzando manotazos al aire?”, expresión que implica la acción de mover las manos para atrapar algo en el aire, cuya respuesta: “reuniendo sus pensamientos”, utiliza los términos “reunir” que es “volver a unir” (RAE, 2015), y “pensamientos” que es “conjunto de ideas propias de una persona o colectividad” (RAE, 2015). Es decir, la respuesta: “reuniendo sus pensamientos” haría referencia a la acción de volver a unir las ideas propias de una mujer.

Esta contestación puede interpretarse en relación a la existencia de ideas o pensamientos en el cerebro de la mujer que se encuentran separados o aislados³⁰⁷, puede ser debido a la complejidad del pensamiento de la mujer, lo que supone una dificultad de reunir sus pensamientos, por lo que debe ayudarse con sus manos. En este sentido, el chiste, representa a la mujer como un ser de pensamientos o ideas dispersas.

Quinto chiste:

*¿Qué es para una mujer una línea recta?
Un laberinto.*

Este chiste indaga: “¿Qué es para una mujer una línea recta?”, y, especifica “para una mujer”, lo que indica la existencia de una

cualidad connatural al género femenino respecto al concepto “línea recta”, la misma que en su primera acepción se refiere a “línea directa” (RAE, 2015) y, en su segunda acepción, relacionada con la geometría, indica: “línea más corta que une dos puntos” (RAE, 2015). En tanto, laberinto tiene varios significados, el primero de ellos alude a un “lugar formado artificialmente por calles y encrucijadas, para confundir a quien se adentre en él, de modo que no pueda acertar con la salida” (RAE, 2015); y, en segundo lugar, a “una cosa confusa o enredada” (RAE, 2015). En este sentido, se identifica a las mujeres con la cualidad de confusas o enredadas en relación a los conceptos geométricos.

Es importante señalar que históricamente se ha construido una conjunción entre ciencia y masculinidad, y una disyunción entre ciencia y feminidad, convicción tradicional que persiste en el ideario colectivo acerca de lo científico, relacionado casi exclusivamente con aspectos masculinos (Vázquez, 2010). En este sentido, este chiste evidencia el uso de una de las manifestaciones del sexismo, el dicotomismo sexual³⁰⁸, que como se había explicado anteriormente, trata a los sexos como diametralmente opuestos. De tal manera, se asocia a la mujer y “solo a la mujer” con la carencia de capacidad para entender las ciencias exactas, particularmente, en este caso, la geometría.

307 En relación con el antónimo del verbo reunir.

308 Otra de las manifestaciones del sexismo que “parte de que hay conductas o características humanas que son más apropiadas para un sexo que para el otro”, por lo que “trata a los sexos como seres opuestos y no con características humanas semejantes”(Asamblea Nacional, 2013: 24), permitiendo la asignación de atributos acorde al sexo, así, al sexo masculino se le asignan atributos que son más valorados en sociedades patriarcales: la actividad, la capacidad de abstracción, el conocimiento lógico, etc. (Policy Project, 2001).

Sexto chiste:

El 99% de los accidentes automovilísticos es culpa de los hombres al prestarle las llaves del coche a las mujeres.

El chiste realiza una afirmación basada en una estadística: *“el 99% de los accidentes son culpa de los hombres”*, en la que se acepta una condición de error masculino en relación a los accidentes automovilísticos, que se complementa con una segunda afirmación: *“al prestarle las llaves del coche a las mujeres”*, donde la culpa inicial, asumida por los hombres, se traslada a las mujeres.

En este fragmento existen dos elementos: el primero, referente a la incapacidad de las mujeres de conducir adecuadamente, por lo que, de acuerdo con lo mencionado en el chiste, causan el 99% de accidentes automovilísticos, dato que no es corroborado por fuentes académicas u oficiales; y, el segundo, la dependencia económica de las mujeres, que por sí solas no poseen carro, por lo que para poder conducir deben pedir prestado el coche a los hombres.

De acuerdo con el *“Reporte Mensual de Siniestros y Víctimas de Tránsito”*, de la Agencia Nacional de Tránsito, las categorías para estudiar las causas de accidentes automovilísticos son: embriaguez o droga; mal rebasamiento o invadir carril; exceso de velocidad; impericia e imprudencia del conductor; imprudencia del peatón; daños mecánicos; no respeto a las señales de tránsito; factores climáticos; mal estado de la vía; causas desconocidas, entre otras (Citado en INEC, 2013). Como se puede observar, la variable género no es utilizada para determinar las causas de estos accidentes de tránsito, lo que refuerza el carácter estereotipado del chiste objeto de análisis.

El chiste representa a las mujeres de manera estereotipada como incapaces de conducir y dependientes del hombre económicamente. Además, se generaliza a las mujeres al insinuar que ellas son las culpables del 99% de los accidentes de tránsito.

Séptimo chiste:

Las mujeres serían los seres más maravillosos de la creación si no fuera porque para estar en sus brazos hay que caer antes en sus manos.

Este chiste afirma que las mujeres poseen cualidades maravillosas, e indica que *“para estar en sus brazos”*, o ser abrazados, ejercicio que se relaciona con el afecto y la seguridad, hay que *“caer en sus manos”*, locución verbal³⁰⁹ utilizada coloquialmente para decir *“caer en su poder, quedar sometido a su arbitrio”* (RAE, 2015). Es decir, se revierte el enunciado positivo realizado al inicio de esta broma y lo transforma en una expresión negativa que relaciona a la mujer con la manipulación, otorgándole esta cualidad como característica propia del género femenino, elemento que refuerza la representación de la mujer como manipuladora.

En síntesis, se puede evidenciar que en la construcción de la página “Entretenimiento” de “El Periódico Colorado”, al utilizar la palabra “Sexi” sin un contenido referido a esta temática en el horóscopo; al colocar una fotografía de una mujer con una connotación sensual, orientada a entretener; al publicar 7 de 9 chistes referentes a mujeres, se desarrollaron elementos que permiten evidenciar de manera

309 Las locuciones verbales son un grupo de palabras que forman un sentido. En la locución el significado del conjunto no es la suma de los significados propios de esas palabras. Desde el punto de vista sintáctico expresan procesos y actúan como predicados con o sin complemento. Ejemplos: dormir como un tronco, oler a cuerno quemado, costar un ojo de la cara, etc. (Dovrtělová; 2008: 21)

coherente y recurrente la presencia de un discurso diferencial hacia las mujeres. Además, los chistes analizados reflejan a la mujer con características relacionadas con: el desconocimiento, la incapacidad, la inhabilidad, las representa como seres sin capacidad de raciocinio, de pensamientos aislados, incapaces de diferenciar conceptos geométricos, sin habilidad para la conducción de vehículos, dependientes económicamente de los hombres y como personas manipuladoras, representaciones negativas y estereotipadas de la población femenina, elementos que crean una isotopía³¹⁰ o atmósfera simbólica de carácter sexista.

En este contexto, se puede determinar que en el material comunicacional analizado se desarrolló un proceso reiterativo y coherente de diferenciación de las mujeres sobre la base de generalizaciones estereotipadas de carácter sexista, que desvalorizan a las mujeres a través de la asignación de valores, capacidades y roles diferentes a los de los hombres, representaciones que se contraponen con el derecho de las mujeres de “*ser valoradas y educadas libres de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación*”(OEA, 1994).

Más tarde fue difundido en un medio radial otro contenido comunicacional con un segmento humorístico dirigido hacia mujeres.

310 Isotopía es “*la interatividad, a lo largo de una cadena sintagmática, de clasemas (semas contextuales, recurrentes en el discurso) que aseguran al discurso-enunciado su homogeneidad*” (Greimas, AJ, Courtés, J y Eco, Umberto; 1979: 197); se refiere a “*la constancia en una dirección que un texto exhibe cuando es sometido a las reglas de coherencia interpretativa*” (Eco; 1986:201).

4.4.4.4 La Trifulca

El programa “La Trifulca” es difundido en franja horaria de adultos³¹¹, de 22h00 a 23h30 por el medio de comunicación Radio Scándalo, 103.7 FM. Es de clasificación “E”, entretenimiento, y combina música con saludos, publicidad, menciones, llamadas, chistes y comentarios. En el programa del 25 de febrero de 2015 participaron dos locutoras: la primera personifica a “Chavela” y la segunda da vida a “La Yoyi”; así como dos locutores: el primero caracteriza al “Negro Urli Quiñóñez Hurtado”, y el segundo a “Peteryo”.

A continuación se realizará la transcripción del fragmento presuntamente discriminatorio y se realizará el análisis del programa en mención:

Peteryo: *¿En qué, negro, en qué se parecen las mujeres a las botellas de cerveza?*

Negro Urli Quiñóñez: *A pues, mijo, son frías.*

Peteryo: Noo

Negro Urli Quiñóñez: *¿No?*

Peteryo: *En que del cuello para arriba están vacías. (Se escuchan risas)*

Negro Urli Quiñóñez: *O sea, no tiene nada aquí, arriba en la cabeza. (Risas)*

Chavelita: *Entonces es una cabeza de camarón. (Risas)*

Negro Urli Quiñóñez: *Son cabeza de camarón pues, porque el camarón tiene la Jiña en la cabeza*

Chavelita: *Dice ese es un caso de masoquismo, como el que hablábamos enante.*

311 Compuesta por personas mayores de 18 años. En esta franja se podrá difundir programación clasificada como “A”, “B” y “C”. Apta solo para personas adultas (LOC, 2013).

Negro Urli Quiñonez: *Ah sí, es algo como masoquismo, como una enfermedad esa pendejada.*

Este fragmento inicia con un enunciado interrogativo dirigido al locutor Negro Urli Quiñonez, respecto al parecido entre las mujeres y las botellas de cerveza, de acuerdo con una “supuesta” similitud respecto al vacío existente del cuello para arriba, entre las mujeres y las botellas de cerveza, representándolas como cuerpos sin cabeza y por ende sin capacidad de raciocinio, como en el caso anterior.

Manifestación que se confirma denotativamente cuando el locutor señala: *“O sea, no tiene nada aquí arriba en la cabeza”*. Si se considera que los seres humanos tienen cerebro en la cabeza, esta frase, ratifica la afirmación de que las mujeres no tienen “cerebro en la cabeza”, lo que implicaría que no tienen capacidad de pensamiento. Las risas de fondo (presentes en la grabación) constituyen un elemento que indica anuencia y complicidad con lo afirmado.

El fragmento continúa con la intervención de la locutora que interpreta el personaje denominado “Chavelita”, quien menciona: *“entonces es una cabeza de camarón”*³¹², expresión que nuevamente es acompañada por risas. Posteriormente, su compañero el Negro Urli Quiñonez menciona: *“son cabeza de camarón pues, porque el camarón tiene la Jiña en la cabeza”*. Con este enunciado se crea una relación entre la cabeza de las mujeres y la del camarón, asumiendo como similitud, que las mujeres y el camarón tienen “jiña” en la cabeza.

312 Es importante tener en cuenta que el cuerpo de los camarones se divide en dos regiones: cefalotórax y abdomen, el cefalotórax es el resultado de la fusión de la cabeza y el tórax. Según la morfología externa del camarón, en la cabeza hay un par de ojos móviles, un par de antenas y un par de mandíbulas, y según la morfología interna del mismo animal, en el cefalotórax se encuentran los órganos internos como el estómago, el hepatopáncreas, el esófago, el corazón, etc. (Botanical, 2015).

Ahora bien, tomando en cuenta que el término “jiña” significa “Excremento humano” (RAE, 2015), la frase: *“son cabeza de camarón pues, porque el camarón tiene la Jiña en la cabeza”*, afirmaría que las mujeres, al igual que el camarón tienen excremento humano en la cabeza en lugar de cerebro, lo que las representaría como seres sin cerebro y, por ende, sin capacidad de pensamiento.

Este fragmento continúa con la intervención de Chavelita, quien menciona: *“dice ese es un caso de masoquismo, como el que hablábamos enante”*, expresión que recibe la siguiente afirmación por parte del personaje Negro Urli Quiñonez: *“Ah sí, es algo como masoquismo, como una enfermedad esa pendejada”*, frase que hace referencia a que las características antes mencionadas sobre las mujeres son comparables con el masoquismo³¹³, considerando ambos elementos como una enfermedad.

Como se puede apreciar en este contenido comunicacional se transmite un código de representación de la realidad desde una mirada androcéntrica, en la que se representa a las mujeres por una parte como “cuerpos sin cabeza” (comparables con las botellas de cerveza, ya que éstas después del cuello poseen tapa y no cabeza), y, por otra parte, como “cabezas de camarón” (que al igual que estos animales tienen “jiña” <excremento humano> en la cabeza), es decir, como seres sin cerebro y sin capacidad de raciocinio, puesto que no tienen nada en la cabeza o tienen en ella excremento humano.

A pesar de que parte de este contenido es expresado por una mujer, *“los mensajes que se transmiten construyen un código de representación de la realidad desde una mirada masculina heterosexual”* (Quintana,

313 *“Perversión sexual de quien goza con verse humillado o maltratado por otra persona”* (RAE, 2015).

2011:14), que reproduce elementos de una sociedad patriarcal, mecanismos exitosos que logran esconderse dentro de la lectura cotidiana, a través de conductas consideradas “normales” dentro de las relaciones familiares y laborales, lo que contribuye a que, *“aunque la mujer esté consciente de los estereotipos de género impuestos por la sociedad, sea ella misma la que, en algunas situaciones, se autocalifique y califique a las otras mujeres mediante el cumplimiento o no de estos estereotipos”* (Méndez, 2012:11). En este contexto:

El hecho de que una mujer tenga conductas machistas sin siquiera percibirlo es un tema que permite desentrañar los mecanismos de dominación que habitualmente pasan desapercibidos, mecanismos que tienen que ver mucho con la comunicación y la simbología de las culturas dominantes (Quintana, 2011: 11).

Ahora bien, para determinar la existencia de reiteraciones y recurrencias de representaciones hacia las mujeres, se procedió a realizar el análisis de la cotextualidad del contenido. De tal manera, se realizó una revisión completa del programa “La Trifulca”, encontrando las siguientes referencias humorísticas hacia mujeres:

La Yoyi: Chavela este era un hombre que se encuentra con un hombre, dice bien pobre, iba con una horrenda hembra. Dice, amigo lo felicito, dice qué mujer, dice, sí mijo tranquilo, usted nunca podrá tener lo que tiene un hombre para conquistar una mujer. Ay dice qué ¿un pene grande?, no, dinero mijito, ¡dinero! [Risas]

Peteryo: ¿En qué se parece negro, Superman a una mujer lista?

Negro Urli Quiñonez: ¿A una mujer? Pilas

Peteryo: Sí Negro Urli Quiñonez: ¿Superman a una mujer lista?

Chavela: Usa la capa

Negro Urli Quiñonez: No

Peteryo: En que los dos son personajes de ciencia ficción [Risas]

Peteryo: Negro, ¿Cómo se le ayuda a una mujer a limpiar la casa?

Negro Urli Quiñonez: ¿Cómo la ayudo?, ahí pues mijo trapeando, alguna cosa haciéndole.

Peteryo: Levantando los pies para que pase la aspiradora... [Risas]

Peteryo: ¿En qué se parece una goma de mascar, o sea el chicle a una mujer?_

Negro Urli Quiñonez: Son pegajosas pues mijo.

Peteryo: Claro, que entre más las pisas

Negro Urli Quiñonez: Que entre más las pisas, más fuerte está pegado [Risas]

Peteryo: Negro, ¿por qué las mujeres deberían estudiar en un submarino?

Negro Urli Quiñonez: ¿Por qué las mujeres deberían estudiar en un submarino? ¿Por qué?, no se mijo,

Peteryo: Porque en lo muy profundo si son inteligentes [Risas].

Estos chistes representan a las mujeres de acuerdo con las siguientes características: 1) interesadas (para estar con ellas es necesario tener dinero); 2) Tontas o no listas (al igual que Superman una mujer lista es considerada como un personaje de ciencia ficción); 3) Amas de casa (al asignarle el rol de aseo del hogar, en este caso aspirar), con ello se naturalizan los roles de género; 4) Que admiten malos tratos y se “pegan” a estos (al afirmar que entre más se las pisa, más se te pegan); 5) Requieren de condiciones específicas para desarrollar su inteligencia (porque en lo muy profundo si son inteligentes). Conjunto de elementos semánticos que al presentar a la mujer de

acuerdo con las características antes mencionadas, configuran un sentido que da cuenta de un proceso de distinción hacia la población femenina, sobre la que se refuerza una visión estereotipada.

En síntesis, de acuerdo con los elementos encontrados en el análisis textual (que representa a las mujeres como seres sin cerebro y sin capacidad de raciocinio); y en el análisis cotextual (que caracteriza a las mujeres como interesadas, tontas, amas de casa, que admiten malos tratos y se pegan a éstos, como seres que requieren condiciones específicas para desarrollar su inteligencia), se puede evidenciar que a lo largo del programa analizado se desarrolló un discurso que, tanto denotativa como connotativamente, expresa una visión sexista que difunde estereotipos de género a través de los que se diferencia y se representa negativamente a las mujeres.

4.4.4.5 El Taller del Buen Humor

El Programa “El Taller Buen del Humor” es difundido en franja horaria familiar y de protección reforzada³¹⁴ de 8:00 a 11:30 de la mañana, por el medio de comunicación radio Canela, 92.7 FM. Es de clasificación “E”, entretenimiento, y su dinámica comunicacional se caracteriza por la difusión de música variada, saludos, publicidad, menciones, llamadas, relatos, mensajes, chistes y comentarios.

En el programa del jueves 11 de febrero de 2016 se manejó una dinámica comunicacional desarrollada en un ambiente humorístico, donde los comentarios y risas, así como los efectos de sonido

314 La franja horaria familiar comprende desde las 6h00 hasta las 18h00, en esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público. Incluye a todos los miembros de la familia (LOC, 2013). Adicionalmente, la franja horaria reforzada se orienta por el interés superior de niñas, niños y adolescentes.

estuvieron presentes de manera constante, tanto en los momentos en que se mencionó un chiste, como en los que se habló de otras temáticas. En este programa participaron dos locutoras: Carolina Machuca y Elisa Puga, al igual que dos locutores: el Dr. Yacelga y Ponchito.

Dado que el sentido de este discurso inicia con anterioridad al fragmento reportado, y una vez identificada la dinámica de su secuencia narrativa, se procederá a realizar el análisis textual del contenido comunicacional en mención, el mismo que coloca sobre el tapete la temática respecto al “*día internacional de la mujer y la niña en la ciencia*”.

De tal manera, en el marco de esta celebración, el locutor Ponchito menciona: “*lor a las mujeres que son estudiantes, que son científicas y que en el mundo de la ciencia han hecho uh maravillas, y hacen maravillas* “. Expresión que alaba las cualidades y méritos de las mujeres “*estudiantes*” y de las mujeres “*científicas*”, que en “*el mundo de la ciencia han hecho uh maravillas, y hacen maravillas*”, reconociendo la participación exitosa de mujeres en sucesos científicos, a las que valora positivamente.

El locutor continúa elogiando a este colectivo de manera generalizada, e indica que la condición de igualdad hacia las mujeres es mayor en la actualidad, reconociendo que “*recién les están otorgando las leyes a favor de la mujer en el mundo*” y dando su apreciación sobre este asunto: “*que mejor no, que mejor*”. Enunciados con los que denota su conformidad ante la existencia de leyes a favor de la mujer como algo bueno o conveniente. Ante esta afirmación, la locutora Carolina acota: “*Solo en catorce países aprueban que las mujeres puedan acceder a una carrera*”, indicando que aún existen índices de desigualdad respecto a la educación de las mujeres en el mundo,

también afirma que: *“todavía hay discriminación, porque dicen que solo los hombres son los que dan ciencia”*, enunciado que indica que aún se mantiene la idea de que únicamente los hombres tienen capacidad para la ciencia, por lo que aún existe discriminación hacia las mujeres al respecto.

Posteriormente, se genera la siguiente interacción comunicacional:

Ponchito: Chiste machista, pero este es medio, medio, medio simpático; Challenger

Carolina: Challenger.

Ponchito: Sí, ¿en qué año fue? ¿Cuándo fue la primera mujer al espacio? Cuando fue la primera mujer al espacio se acuerdan que fue una maestra, una profesora en un cohete al espacio, le lanzaron al espacio ¿se acuerdan?

Carolina: Una mujer al espacio.

Ponchito: Sí fue una mujer y fue una profesora, fue una mujer ¿se llamaba?

Carolina: Valentina.

Ponchito: Valentina, sí, algo así como Valentina Valentina Rugnikova, algo así (risas), Tereskova.

Carolina: Rusa.

Ponchito: Eso Rosa.

Carolina: Rusa.

Ponchito: No, Valentina no era Rosa.

Carolina: No, no rusa digo (risas)

Ponchito: Fue la primera mujer que fue al espacio, y le mandaron en el cohete, en eso el cohete explotó ¿se acuerdan?

Carolina: Explotó

Ponchito: Explotó pues.

Carolina: Calle (en tono de asombro).

Ponchito: Explotó el cohete, sí.

Carolina: ¿Qué pasó, se murió?

Ponchito: Noo, sigue allí (en tono de sarcasmo), se quedó ahí en el espacio un rato flotando y después dijo vengan a traerme (risas de locutoras). Mil disculpas mujeres pero, pero lastimosamente acá hay la , explotó el Challenger pues allá en el espacio, ni bien salían de la atmosfera ¡blum!... una bola de fuego, cómo la ve.

En esta dinámica conversacional el locutor Ponchito anuncia que lo que va a mencionar es un chiste en contra de las mujeres, al que califica por tres ocasiones como *“medio simpático”*. Si nos remitimos al significado del adverbio *“medio”*, que es *“No del todo, no enteramente, no por completo”* (DRAE, 2016), con la expresión *“medio simpático”*, el locutor afirma que el chiste que va a decir, no es del todo, enteramente o por completo *“simpático”*.

Luego, el locutor Ponchito procede a mencionar un hecho histórico: El Challenger³¹⁵ y la primera mujer que fue al espacio, a la que *“le mandaron en el cohete, en eso el cohete explotó, ¿se acuerdan?”*. Enunciado ante el que la locutora Carolina se asombra, lo que indica que ella no conocía el desenlace de esta historia, y pregunta: *“¿Qué pasó, se murió?”*. Interrogante que es respondida por el locutor Ponchito en tono sarcástico y burlón: *“Noo, sigue allí, se quedó ahí en el espacio un rato flotando y después dijo vengan a traerme”*, se escuchan las risas de las locutoras.

Ante lo mencionado por su compañera, el locutor Ponchito menciona: *“Mil disculpas mujeres pero, pero lastimosamente acá hay la ,”*

315 El 28 de enero de 1986, 73 segundos después de haber despegado de la base aérea de Cabo Cañaveral, en Florida (EE.UU.), el transbordador espacial Challenger de la NASA explotó en el aire causando la muerte de sus siete tripulantes. Millones de personas seguían con interés por televisión las incidencias de este viaje espacial sobre el que se había creado gran expectativa porque en la nave viajaba Christa McAuliffe, la primera maestra en ser enviada al espacio exterior (BBC Mundo, 216).

expresión que constituye una crítica hacia la respuesta de la locutora Carolina específicamente, sin querer generalizar a las mujeres, a las que pide disculpas. El diálogo continúa:

Ponchito: Entonces los científicos fueron a investigar todos los restos, entonces ahí buscaban la caja negra, ¿qué color es la caja negra?

Carolina: Negra (risas locutor y locutoras)

Ponchito: La caja negra es...

Elisa: Es negra, por eso dicen la caja negra.

Ponchito: Es negra (risas locutores), al menos tómense la molestia de acercar el micrófono.

Elisa: Es que ahí se escucha.

Ponchito: ¿Qué? (risas locutores), la versión shunshoman en femenino que bestia (risas locutores), bueno si ya no pueden (Frase inentendible)

Elisa: Bueno es que ahí me siento mejor estar así bien apegada no.

Ponchito: Si no que no tiene que acercarse usted encima de la mesa sino el micrófono jalarle hacia usted, que le trae malos recuerdos o que (risas de locutoras), hay dios que hago dios mío, que hice yo en la otra vida para en esta merecer semejante castigo de estar rodeado, llego la otra bestia humana (risas de locutoras) buenos días doctor.

El locutor Ponchito continúa explicando sobre la explosión del Challenger y sobre la búsqueda de la caja negra. Acto seguido califica a sus compañeras como *“la versión Shunsho man en femenino”*, cuando ellas afirman que la caja negra de un avión es de color negro³¹⁶, las expresiones de Ponchito continúan: *“que bestia”*, *“bueno*

316 Las cajas negras, a pesar de su nombre, **son en realidad naranjas**. La elección de este color tiene una sencilla razón: facilitar su visibilidad y las labores de búsqueda tras un accidente. Si realmente fueran de color negro, estas resultarían mucho

si ya no pueden”, frases que indican su molestia ante las respuestas de sus compañeras.

Al respecto, dado que el significado de la palabra “shunsho” en Ecuador es *“persona tonta, de poco entendimiento”* (Asale, 2016), y que el término en inglés *“man”* es “hombre”, el locutor Ponchito consideraría a sus compañeras como “hombre tonto, de poco entendimiento”, pero, al agregar *“en femenino”*, traslada este calificativo hacia ellas. Las dos menciones siguientes: *“¡qué bestia!”*³¹⁷, y *“bueno si ya no pueden...”*, denotan la aceptación, por parte del locutor, de esta incapacidad de respuesta de Carolina y Elisa. Actitud ante la que se lamenta: *“Hay Dios, que hago Dios mío, que hice yo en la otra vida para en esta merecer semejante castigo, llego la otra bestia humana”*, expresión que confirma el desaliento del locutor respecto a sus compañeras y que indica la llegada de otro locutor con las mismas características, lo que genera risas por parte de los locutores.

En este momento interviene el Dr. Yacelga, quien luego de saludar y realizar algunas referencias humorísticas hacia sus compañeros de la radio, retoma el tema de las mujeres y la ciencia, específicamente el caso del Challenger y la primera mujer en el espacio. En este momento empieza el siguiente diálogo:

Dr. Yagacela: ¿Quién les manda a estar montando en naves? mujer al volante peligro constante, tenga pap.

Ponchito: Ahí está.

Dr. Yagacela: se chocó con una nube, con una nube pesada en el cielo.

Ponchito: Sí que nube pesada va a haber en el cielo

más difíciles de encontrar y, por lo tanto, dificultarían el proceso de investigación (ORH, 2016).

317 Locución que se utiliza para *“expresar asombro o sorpresa”* (Asale, 2016).

Dr. Yagacela: Cuando estaba cargado de nubes.

Ponchito: No, ya salieron, ya salieron de la atmósfera.

Dr. Yagacela: Cuando estaban cargadas de como se dice de líquido a sodio (risas), el sodio estaba cargado demasiado, estaba cargado de permítame, demasiada nube, estaba cargado, demasiado agua, estaba cargado de rayos también cuando se chocó la nave, pero tenga ¡puf! el pepazo ¡acabó! Mujer al volante peligro constante. Ahí está, quien les manda a eso, esas son cosas de varones mijito, el varón se hizo para pilotear, arriesgar, estar subido (Inaudible) (Risas).

La intervención del Dr. Yacelga inicia utilizando el pronombre interrogativo “*quién*”, el mismo que indaga sobre qué persona fue aquella que “*les manda*”, en este caso a las mujeres, a “*estar montando naves*”. Frase mediante la que se evidencia que, a criterio del locutor Dr. Yacelga, las mujeres no actúan por sí mismas sino cuando “*les mandan*”. Y que la actividad de “*montar naves*” no es propia de las mujeres, sentido que se refuerza cuando menciona: “*mujer al volante peligro constante*”, refrán de conocimiento popular que enfatiza en la supuesta peligrosidad de las mujeres cuando conducen.

Si se toma en cuenta que “*estudiar el lenguaje y en especial el refranero, es profundizar en torno a la cultura y la vida cotidiana, y sirve también como un medio para comprender y conocer las fuentes orales a través de sus convenciones lingüísticas*” (Fernández Poncela, 2002: 23), y que es así como los refranes evidencian convencionalismos culturales y sociales también respecto al género³¹⁸, mencionar este

318 “*A juzgar por el mensaje en los refranes, las mujeres engañan y mienten constantemente. También son calificadas de incoherentes y desordenadas, su habla es vacía y sin sentido, carente de interés, con acciones incompetentes y pensamiento mudable y contradictorio, es decir, la difundida debilidad e inestabilidad que reproduce el tradicional estereotipo de las mujeres*” (Fernández Poncela, 2011: 43).

refrán, reproduce y naturaliza la supuesta falta de experticia de las mujeres en la conducción, en este caso, de naves espaciales. Sentido que se complementa con la última parte de la frase: “*tenga pap*”, que utiliza la onomatopeya de un golpe para indicar el resultado: el choque de la nave, como desenlace de que una mujer haya conducido como una consecuencia “*previsible*” de este accionar.

Acto seguido, el Dr. Yacelga explica que el choque fue con “*una nube cargada que estaba en el cielo*”, afirmación que carece de una argumentación científica que, por el contrario, apela a la imaginación o la ficción, y que regresa al desenlace del choque: “*tenga ¡puf! el pepazo ¡acabó*”, como consecuencia de que una mujer la haya pilotado, mencionando nuevamente: “*mujer al volante peligro constante*”, enfatizando en la peligrosidad de las mujeres que conducen, idea que concibe a la mujer en concordancia con imaginarios sociales estereotipados arraigados en la sociedad.

Su intervención continúa: “*Aquí está, quién les manda a eso*”, enunciado que mediante el pronombre interrogativo “*quién*” indaga sobre qué persona fue aquella que “*les manda a eso*”, entendiendo el término “*eso*”, de acuerdo al contexto referencial, al hecho de conducir o pilotear, y afirma: “*esas son cosas de varones mijito, el varón se hizo para pilotear, arriesgar, estar subido*” (risas), expresión con la que el Dr. Yacelga asevera denotativamente que este tipo de actividades: pilotear, arriesgar y estar subido, en este caso en una nave espacial, es una actividad propia para los hombres y no para las mujeres, vislumbrando la utilización de un dicotomismo sexual, una forma sexista para referirse hacia los sexos como diametralmente opuestos. Al finalizar la frase se escuchan risas.

La dinámica de la conversación continúa:

Dr. Yagacela: Sí, deberían coger una profesión no te digo, la mujer tiene derecho a coger una profesión Gabriel.

Ponchito: Fue creo 2005 o 2006, fue el 2005 o 2006, fue cuando le mandaron al Challenger y había una mujer al volante pues una profesora.

Dr. Yagacela: Claro, de ley, tienen que mandar pues una mujer, si no ¿quién va a cocinar allá arriba para los astronautas? (risas pregrabadas).

Ponchito: ¡Cómo que va a cocinar!

Dr. Yagacela: Sí ¿quién va a cocinar para los astronautas?

Ponchito: No iba a cocinar, como científica iba.

Dr. Yagacela: ¿Quién iba a barrer la nave de los astronautas? ¿quién iba a limpiar los vidrios de la nave de los astronautas? ¿quién iba a dar planchando el uniforme de los astronautas? a ver.

Ponchito: ¡Deje de ser machista!

Dr. Yagacela: Después de meterse a la luna tremenda polvareda ¿quién iba a meter a la lavadora la ropa de los astronautas?, a ver dime tu Gabriel (risas pregrabadas)

Ponchito: Que no...

Dr. Yagacela: ¿Quién iba a golpear con los astronautas? (risas pregrabadas), nunca al volante, a manejar tenga

En este fragmento, el Dr. Yacelga afirma estar de acuerdo en que las mujeres estudien y tengan una profesión, mientras el locutor Ponchito retoma el tema del Challenger, indicando el año aproximado en que este trasbordador fue conducido por una mujer. Acto seguido, el Dr. Yacelga expresa: “Claro, de ley, tienen que mandar pues una mujer, si no quién va a cocinar allá arriba para los astronautas”, enunciado que indica que a criterio del locutor, el que una mujer sea parte de un equipo de científicos o astronautas es exclusivamente para

desempeñar un rol doméstico, asignado socialmente como propio de las mujeres, el de preparar los alimentos para los astronautas, y no debido a un rol científico o de conocimiento. Al término de esta expresión se escuchan risas.

Ante esta afirmación, el locutor Ponchito refuta, indicando que la mujer en mención tenía conocimientos científicos al igual que el resto de la tripulación. No obstante, el Dr. Yacelga, ignorando lo mencionado por su compañero continúa: “¿Quién iba a barrer la nave de los astronautas?, ¿Quién iba a limpiar los vidrios de la nave de los astronautas?, ¿Quién iba a dar planchando el uniforme de los astronautas?, a ver”, afirmaciones que indican nuevamente, que el Dr. Yacelga, considera que el papel de una mujer, incluso en el espacio, es realizar actividades domésticas como barrer, limpiar vidrios y planchar.

Frente a estas expresiones, el locutor Ponchito le increpa: “¡Deje de ser machista!”, reconociendo que las referencias hacia las mujeres por parte de su compañero tienen una connotación hegemónica patriarcal. No obstante, el Dr. Yacelga continúa: “Después de meterse a la luna, tremenda polvareda ¿quién iba a meter a la lavadora la ropa de los astronautas? a ver dime tu Gabriel”, afirmación que nuevamente ignora la formación científica de la mujer que fue miembro de la tripulación del Challenger, refiriéndose a ella respecto a un rol doméstico: “meter la ropa a la lavadora”. Se reiteran las risas pregrabadas mientras el locutor Ponchito rebate: “Que no...”, expresión con la que ratifica que la mujer en el espacio no iba para realizar los roles domésticos mencionados. Sin embargo, el Dr. Yacelga continúa: “¿Quién iba a golpear con los astronautas?”. Frase de utilización ilógica, puesto que implicaría que la mujer daría golpes con los astronautas, acción que al ser incoherente con el relato, no indica a qué actividad específica se refiere.

La expresión continúa: “*nunca al volante, a manejar tenga...*”, frase que utiliza el adverbio “*nunca*”, que significa “*en ningún tiempo*” (DRAE, 2016), confirmando nuevamente, que para el Dr. Yacelga, la mujer no debe estar al volante en ningún momento, es decir, nunca debe conducir, imaginario que se confirma cuando menciona “*a manejar, tenga...*”, expresión que vuelve a hacer referencia a la actividad de la conducción y al desenlace en la explosión del transbordador. Acción específica que se traslada a todas las mujeres en general. Se escuchan risas pregrabadas.

Ponchito: Entonces dice que después buscaron la caja negra para oír las grabaciones y decían, ¿cuáles creen que fueron sus últimas palabras?

Carolina: mmm díganle a mi familia que los amo.

Ponchito: No.

Dr. Yagacela: Déjame manejar a mí, déjame manejar a mí, eso decía la chica.

Ponchito: Eso decía, sí, que las últimas palabras fueron déjenme manejar un ratito, y el otro ya, ya bueno.

El locutor Ponchito narra que después de que el Challenger explotó, se procedió a buscar la caja negra de la nave espacial y les pregunta a sus compañeros sobre las últimas palabras mencionadas por la astronauta mujer, validando como respuesta adecuada la que menciona el Dr. Yacelga: “*Déjame manejar a mí, déjame manejar a mí, eso decía la chica*”; y afirmando: “*Eso decía, sí, que las últimas palabras fueron déjenme manejar un ratito, y el otro ya, ya bueno*”. Expresiones que indican que tan pronto la tripulante mujer empezó a conducir, la nave explotó. Sentido que se confirma con las expresiones mencionadas después por los dos locutores: “*Toma*” (risas); “*Blum...*”, “*jajajaj (risas)*”.

Cabe mencionar que el locutor Ponchito, que hasta el momento había mantenido una postura neutral en el tema, e incluso había

mencionado algunas reflexiones desde la equidad de género, reafirma la posición del Dr. Yacelga, quien finaliza mencionando: “*Tenga papá, tengo razón, ya viste que tengo razón, ahí está, ahí está, ahí está Gabriel*” (risas). Afirmación que con la locución verbal “*tener la razón*”, cuyo significado es “*estar en lo cierto*” (DRAE, 2016), confirma, reiteradamente, estar en lo cierto respecto a lo mencionado sobre las mujeres, sobre su rol doméstico y sobre su falta de capacidad para la conducción de vehículos, apreciaciones acorde a estereotipos históricamente atribuidos a este colectivo.

En este sentido, a nivel textual, se devela:

- El reconocimiento inicial de la existencia y la participación de las mujeres en sucesos científicos, a quienes se exalta y asigna un valor positivo o eufórico. Se reconoce como favorable el que existan leyes a favor de la mujer, así como que la igualdad debió existir siempre. Sentido que, posteriormente, se resignifica debido a la existencia de referencias hacia las mujeres con base en estereotipos históricamente configurados, como la supuesta falta de habilidad o peligrosidad de las mujeres al manejar o conducir vehículos.
- La validación del rol doméstico asignado tradicionalmente a las mujeres: “*cocinar*”, “*barrer*”, “*limpiar vidrios*”, “*meter la ropa en la lavadora*”, “*planchar*”, menospreciando el aporte de las mujeres en el área científica.
- La existencia de una de las manifestaciones del sexismo denominada dicotomismo sexual, concepción sobre la existencia de actividades propias o naturales para cada género³¹⁹.

319 “*son cosas de varones mijito, el varón se hizo para pilotear, arriesgar, estar subido, a mujeres le mandan*”.

En síntesis, si bien el contenido comunicacional analizado presenta de inicio una dinámica comunicacional que reconoce y exalta la existencia y aportes de las mujeres en la ciencia, estas referencias resultan mínimas en comparación con la serie de representaciones de la mujer de acuerdo con estereotipos históricamente configurados, cuya fuerza semántica de diferenciación es profunda y estructural. Tomando en cuenta que en nuestro país la población femenina ha sido históricamente invisibilizada (MIES, 2014: 21), la utilización de todo este conjunto de recursos simbólicos, reproducidos a través de un medio de comunicación, constituyen un acto de estereotipación, en virtud de que promueven la naturalización de este imaginario sobre el género, así como la reproducción de las relaciones de poder construidas dentro de un contexto histórico patriarcal. Al respecto, es importante recordar que:

Los medios de comunicación desempeñan un papel socializador, y la efectividad de su papel se establece a nivel individual: mediante los procesos que se generan en la actividad cognoscitiva del sujeto, expresados en los conocimientos obtenidos, las convicciones y actitudes que se adoptan y que se traducirán en conductas y modos de actuación; y, a nivel social: mediante la conformación de una tendencia social que se genera a partir de los grupos más pequeños (familia, colectivos laborales, comunidades, etc.) y se extiende en la forma de “opinión pública” (Borges y Ramírez, 2000:1) .

En este sentido, cabe reflexionar sobre la difusión de un discurso a nivel masivo, cuando los medios de comunicación transmiten estereotipos o prejuicios sobre un determinado grupo social, que históricamente ha sido excluido o invisibilizado, su poder de influencia en la construcción o perpetuación del imaginario social estereotipado llega a tener efectos profundos y duraderos, lo cual, a su vez, refuerza

procesos de exclusión hacia dicho grupo, perpetuando el “*deber ser*” establecido como “*normal*” para los géneros.

Esta manifestación es otra forma de sexismo relacionada a “*lo que se espera de cada género*”, fenómeno que “*se estructura esperando comportamientos, características y resultados coherentes con el género asignado socialmente, esta es una concepción fraccionada de lo que se espera de las mujeres y los varones*³²⁰” (Guzmán, 2004: 10), y se basa en la creencia de que existen conductas o características humanas que son más apropiadas para hombres que para mujeres, acorde a la categoría sexista del dicotomismo sexual que considera a los sexos como diametralmente opuestos, lo que constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales, y limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades, tal como lo señala la Convención de Belém do Pará (1994).

4.4.5 Sexismo en contenidos informativos o de opinión

La comunicación debe comprender un ejercicio con responsabilidad social que permita la construcción de un estado democrático, incluyente, participativo, plurinacional, intercultural y no discriminatorio. Los sujetos de derecho deben ser protegidos para asegurar la vigencia de los derechos consagrados en la Constitución

320 Un ejemplo lo podemos ver en estudios que se proponen establecer el impacto de la documentación en jefes de familia refugiados y desplazados en cuanto al mejoramiento de sus condiciones laborales. El sesgo deviene del hecho de que se parte de la premisa de que es el hombre el proveedor material de la familia, lo que le otorga la condición de “jefe de familia”. Las refugiadas y desplazadas quedan excluidas de la investigación, ya que no se espera que ellas “trabajen” ni sean “jefas de familia” (Guzmán, 2004: 10).

de la República y en los instrumentos internacionales. Los medios de comunicación social, como parte del sistema de comunicación, deben brindar un servicio público con responsabilidad, respetando los derechos de las personas y contribuyendo al buen vivir. Al respecto, la OEA, en Asamblea General celebrada el 5 de junio de 2007, expresó que:

Los medios de comunicación libres e independientes son fundamentales para la democracia, para la promoción del pluralismo, la tolerancia y la libertad de pensamiento y expresión, y para la facilitación de un diálogo y un debate libre y abierto entre todos los sectores de la sociedad, sin discriminación de ningún tipo³²¹ (OEA, 2007).

En este marco, el Código Europeo de Deontología del Periodismo, en su apartado 1, indica que: *“los medios de comunicación asumen en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos así como para la evolución de la sociedad y la vida democrática”*. Siendo así, la responsabilidad de los medios de comunicación está directamente relacionada con el impacto que pueden ocasionar sus contenidos en la ciudadanía, lo que implica una reflexión sobre su responsabilidad social.

En un Estado de Derecho son deberes primordiales del Estado garantizar, sin discriminación alguna, el efectivo goce de los derechos establecidos en los instrumentos internacionales y en la Constitución

321 Derecho a la libertad de pensamiento y expresión y la importancia de los medios de comunicación (Aprobada en la cuarta sesión plenaria, celebrada el 5 de junio de 2007) OEA. Pág.3.

de la República del Ecuador (Art. 3). Asimismo, este cuerpo legal ratifica que todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades. De igual forma determina que nadie podrá ser discriminado en razón de ninguna causa que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos, disponiendo además que la ley sancionará toda forma de discriminación (Art. 11). Es decir, se reconoce y garantiza la igualdad y la no discriminación, como un derecho y un principio básico de aplicación por medio del cual se rigen todos los derechos reconocidos en la Constitución de la República del Ecuador. Adicionalmente, la Ley Orgánica de Comunicación Ley Orgánica de Comunicación 2013 y su Reforma 2019. Poner punto final después de dignidad humana.

En este contexto, el derecho a la no discriminación y el principio de igualdad se encuentran estrechamente vinculados ya que ambos son principios básicos de las normas internacionales de derechos humanos, que son reconocidos por una gran cantidad de cuerpos jurídicos y doctrinarios del ordenamiento jurídico internacional³²². Así, la Declaración Universal de los Derechos Humanos determina el derecho a la igualdad y a la no discriminación en sus artículos 1³²³,

322 Existe una serie de instrumentos internacionales de derechos humanos que ratifican y ofrecen una especial protección a los derechos a la igualdad y a la no discriminación. Es así que se establecen en los artículos 2.1 y 26 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; en el artículo 2 del Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales; en el artículo 14 del Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales; en el artículo 3 del Protocolo Adicional sobre Derechos Humanos “Protocolo de San Salvador”, entre otros.

323 Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros

2³²⁴ y 7³²⁵. Igualmente, en armonía con la Constitución de la República y la normativa internacional, la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y su Reforma 2019, en su artículo 62 establece una prohibición expresa respecto a la emisión de contenidos discriminatorios: *“Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos Internacionales ratificados por el Ecuador”*.

Por su parte, la dignidad humana³²⁶ trasciende de ser un valor para convertirse en un derecho que instituye la obligación de todos los ecuatorianos a respetar, en todas sus actuaciones públicas y privadas, la necesidad de reconocer que los seres humanos, iguales entre sí, son titulares de una igual dignidad, integrada con todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.

El concepto de dignidad humana no niega la existencia de desigualdades entre los individuos. Lo que sí niega es que esas desigualdades naturales y sociales sean la justificación de un tratamiento desigual por parte de las instituciones o un trato degradante entre los individuos. Es decir, cada uno merece respeto debido y por el hecho de ser humano (Pelé, 2004).

324 Numeral 1.- Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

325 Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.

326 Incorporada en la Constitución de la República del Ecuador como principio constitucional, en el Art. 11 numeral 7.

De igual manera, el derecho a la honra y la reputación³²⁷, reconocido expresamente en tratados internacionales de derechos humanos, tanto universales como regionales, así como en algunas de las constituciones políticas de América Latina, rige la conducta de los Estados que han ratificado dichos instrumentos. De tal manera: *“1. Nadie será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra y reputación; 2. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques”* (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos: Art. 17). También es importante tener en cuenta que:

El derecho al buen nombre es esencialmente un derecho de valor porque se construye por el merecimiento de la aceptación social, esto es que gira alrededor de la conducta que observe la persona en su desempeño dentro de la sociedad. La persona es juzgada por la sociedad que la rodea, la cual evalúa su comportamiento y sus actuaciones de acuerdo con unos patrones de admisión de conductas en el medio social y al calificar aquellos reconoce su proceder honesto y correcto (Corte Constitucional Colombiana: expediente T-40754 y T-44219).

Al respecto, la igualdad jurídica implica *“proteger las diferencias personales y excluir las diferencias sociales, debido a que cada persona es, al mismo tiempo, diferente a los demás, en cuanto a su identidad; y, a que es una persona como todas las demás, en cuanto a la igualdad social”* (Ferrajoli, 2005: 905). Es decir, se tutelan las diferencias en el primer caso, y se combaten las desigualdades en el segundo. Dentro de la jurisprudencia ecuatoriana, la Constitución y

327 En la República del Ecuador se estipula en el Art. 66 de la Constitución.

Convenios Internacionales, constituyen instrumentos de obligación, conforme a los que se puede actuar para evitar lesionar el honor de las personas, desamparar a ciudadanos indefensos ante noticias y/o comentarios falsos o maliciosos, desacreditar a una persona o grupo.

Por su parte, la libertad de expresión³²⁸ es otro derecho que se encuentra garantizado en los instrumentos internacionales de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador, en la que se establece que es *“el derecho de toda persona a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones”* (Art. 66, Numeral 6). No obstante, la Corte Interamericana de Derechos Humanos indica que:

El derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, garantiza no solo el derecho y la libertad de expresar su propio pensamiento, sino también el derecho y la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole. De esa manera se determina que la libertad de expresión tiene una dimensión individual y una dimensión social. Esta requiere, por un lado, que nadie sea arbitrariamente menoscabado o impedido de manifestar su propio pensamiento y representa, por tanto, un derecho de cada individuo; pero implica también, por otro lado, un derecho colectivo a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno (*“La Última Tentación de Cristo”*: Párrafo No 65 - Olmedo Bustos y Otros vs Chile).

Entonces, el reconocimiento de la libertad de expresión como un derecho fundamental evidencia su trascendencia e importancia en

328 La libertad de expresión pertenece a la familia de los derechos civiles de primera generación, que son parte del espacio público de lucha contra el poder (Conapred, 2011: 32).

las democracias modernas, en ese sentido es necesario tomar en consideración que:

En un Estado Constitucional, los derechos fundamentales no se pueden presentar como absolutos sino que su ejercicio debe ser respetuoso de otros derechos y bienes jurídicamente tutelables, en función de intereses y necesidades objetivas que vinculan al conjunto del cuerpo social. Consecuentemente, la libertad de expresión puede estar sujeta a ciertas restricciones (OEA, Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la libertad de expresión: 27).

Al respecto, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (1994), mediante jurisprudencia, ha determinado que *“la libertad de expresión no es un derecho absoluto y, como tal, admite reglamentaciones y restricciones”*³²⁹. El Consejo Nacional para la Prevención de la Discriminación de México señala que:

Ninguna libertad es ilimitada. Los límites están marcados por las garantías y derechos de que goza el “otro”. Todas las legislaciones, tratados, declaraciones y pactos internacionales coinciden en que la no discriminación es requisito indispensable para el cumplimiento de todos los derechos (Conapred, 2011:31).

329 CIDH. Informe Anual 1994. Capítulo V: Informe sobre la Compatibilidad entre las Leyes de Desacato y la Convención Americana sobre Derechos Humanos. OEA/Ser. L/V/II.88. doc. 9 rev. 17 de febrero de 1995. Corte I.D.H., Caso Kimel Vs. Argentina. Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia de 2 de mayo de 2008 Serie C No. 177, (párr. 54); Corte I.D.H., Caso Palamara Iribarne Vs. Chile. Sentencia de 22 de noviembre de 2005. Serie C No. 135, (párr. 79); Corte I.D.H., Caso Herrera Ulloa Vs. Costa Rica. Sentencia de 2 de julio de 2004. Serie C No. 107, (párr. 120); y otros

De tal manera que las opiniones también tienen un límite, que se evidencia cuando éstas vienen cargadas de insultos, afirmaciones y ofensas que no tienen relación con el contexto del programa, o que se convierten “(...) en meras exteriorizaciones de sentimientos personales ajenos a la información sobre hechos o a la formación de una opinión pública responsable” (Bianchi y Gullco, 2009: 538), colocándolas por fuera del ámbito constitucionalmente protegido de la libertad de expresión, y representando, en consecuencia, la privación a una persona o grupo social de su honor y reputación.

En un Estado Constitucional, los derechos fundamentales no se pueden presentar como absolutos sino que su ejercicio debe ser respetuoso de otros derechos y bienes jurídicamente tutelables, en función de intereses y necesidades objetivas que vinculan al conjunto del cuerpo social. La limitación de los derechos es de suma importancia porque los límites más que restricciones son una garantía del contenido pues toda la limitación de los derechos fundamentales tiene carácter de elaboración de los mismos. En este sentido, la libertad de expresión, al igual que otros derechos fundamentales, no puede considerarse como absoluta en el entendido de que permita cualquier contenido del discurso, al margen de cualquier consideración sobre la dignidad de la persona y el respeto de los derechos de los demás (Sánchez, 210: 200).

Al respecto, el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos establece que:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
- b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas (...) (OEA, 1969).

Adicionalmente, el artículo 11 de esta Convención estipula que:

“toda persona tiene derecho al respeto de su honra y al reconocimiento de su dignidad, por lo que este derecho implica un límite a la expresión, ataques o injerencias de los particulares y del Estado. Por ello, es legítimo que quien se sienta afectado en su honor recurra a los mecanismos judiciales que el Estado disponga para su protección” (OEA, 1969).

Es decir, la tutela que se brinda a la expresión del pensamiento, y que supone el suministro de informaciones y la manifestación de opiniones no suprime, de manera alguna, otros derechos individuales o colectivos. En correspondencia a lo antes citado, la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y su Reforma 2019 establece que *“En correspondencia a lo antes citado, la Ley Orgánica de Comunicación establece que “todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley”* (Art. 17) Este cuerpo legal también hace referencia a la figura de la responsabilidad ulterior de los medios de comunicación:

Art. 19. Responsabilidad Ulterior.- (...) es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos

que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley..

De acuerdo con lo expresado, *“la comunicación del pensamiento es enteramente libre, sin necesidad de previa censura, pero con responsabilidad por los abusos que se cometieren”* (Gaceta Judicial, 2004: 15). Entonces, en un contexto democrático, *“la libertad de expresión y el derecho a la no discriminación comparten el propósito de garantizar la igualdad y la libertad de todas las personas”* (Conapred, 2011:31). Por lo que debe comprenderse que el derecho fundamental a la libertad de expresión tiene claramente determinadas las limitaciones frente al uso inadecuado de información, expresiones o palabras que vulneren, agraven y ofendan la condición humana, puesto que *“cuando la libertad de expresión tiene contenidos discriminatorios deja de ser una forma de lucha contra el poder y la refuerza”* (Conapred, 2011: 33).

Por lo tanto, los medios de comunicación, los periodistas, los comunicadores y cualquier persona natural o jurídica que ejerza el derecho a la libertad de expresión y participe en el proceso comunicacional en general, asumirá ese derecho con responsabilidad social. La libertad de expresión debe ser actuada en un marco mediático responsable y plural enmarcado en el respeto de todos los derechos humanos.

Uno de los aspectos clave respecto de la interacción entre la libertad de expresión, la igualdad y el derecho a la información, se encuentra en el principio de la igualdad y no discriminación, su práctica es esencial para impulsar y disfrutar todos los derechos humanos.

4.4.5.1 ¡Mundialistas! pero son mujeres

A continuación, se realiza el análisis del discurso de un contenido comunicacional reportado como presuntamente discriminatorio, difundido el 3 de diciembre de 2014 en el programa “Primer Plano”, del medio de comunicación social “Radio Zapotillo” de la ciudad de Loja.

El programa “Primer Plano” transcurre entre la emisión de varios comentarios del locutor Freddy Aponte y la interacción con los radioescuchas que llaman. Tras la participación de un oyente, el conductor del programa realizó varios comentarios frente a una noticia de primera plana que registró el diario de cobertura nacional “El Telégrafo”, que circuló el 3 de diciembre de 2014, comentarios que son el objeto del presente análisis:

¿Qué dice el diario ‘El Telégrafo’? Que ya mismo pasamos una entrevista. Eh, el diario ‘El Telégrafo’ en primera plana, en realidad dice: ¡Mundialistas!, mundialistas. Yyy (...) ¿sabe qué? Es una y, no hay, no hay un titular así eh, pero es una fotografía a colores que parece de Alianza País, todo está verde aquí el fondo. No, es el estadio hombre, ¡debe ser el estadio! ¡Mundialistas! pero son mujeres. Si quieren algún día yaaa, el penúltimo día cuando est (...), ya sea para largarme de esta tierra, de este mundo, de donde sea, yo le di(...), yo no estoy de acuerdo con eso, yo no estoy de acuerdo, o sea, no tiene nada que ver el periódico aquí en esto, me refiero al fútbol de las mujeres ¡Por Dios santísimo, solo porque dice aquí!, se nota que son mujeres porque el aspecto si es de ¡hombre!, y yo soy exageradamente machista, y tienen que respetarme, es mi opinión tambiénff. También tengo derecho a decir lo que pienso. Es decir, bien feito el aspecto aquí de la seleccionada de fútbol. Como ser la selección de hombres, no se les nota la diferencia, incluso utilizan pantaloneta, por lo menos póngase

un shortcito hombre, de mujer. Hay que ser feminista, o sea las mujeres tienen que ser femeninas y los hombres bien varones, bien, bien, lo dice así es la naturaleza pues ho(...) por eso es que se complica lo otro pero, por ejemplo yo no me siento orgulloso de esto. ¡Imagínense ustedes!, ¡un cabezazo!, ¡un balonazo! de una mujer allí, son deportecitos medio fuertes. Ta bien un fútbol con, con una, con, con un globo ahí que, que juegan en la playa, con un globito, una de plástico ta bien hombre, pero esto ya es fuerte. De mi parte yo sí (aspiración) respeto, pero hasta ahí no más llevo.

Como vemos, el conductor comenta sobre la clasificación de la Selección Ecuatoriana Femenina de Fútbol al Mundial de Canadá 2015, a partir de la lectura del titular de la primera plana de diario “El Telégrafo”. Esta portada, que para efectos del análisis funciona como hipertexto³³⁰, es la base sobre la cual se expresan los comentarios del locutor:

Imagen No. 118



Fuente: Portada de diario “El Telégrafo”, publicada el 3 de diciembre de 2014

330 “Texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información” (DRAE, 2015)

Inicialmente, desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, podemos identificar que el tema, como un significado global en la acción comunicativa, hace referencia a las deportistas que participarán en el Campeonato Mundial de Fútbol de 2015. Sin embargo, a partir de un análisis semántico local podemos observar otras características importantes:

En este segmento el locutor afirma: “¡Mundialistas! pero son mujeres”. En esta primera parte aparece un *disclaimer*, pues el emisor utiliza la conjunción adversativa “pero” para enlazar al adjetivo ¡Mundialistas! con el término mujeres. De acuerdo con el lingüista Teun van Dijk, el concepto *disclaimer* se refiere a:

Jugadas (moves) semánticas con una parte positiva sobre Nosotros, y una parte negativa sobre Ellos, por ejemplo: Negación aparente: no tenemos nada en contra de los negros, pero... Concesión aparente: algunos de ellos son inteligentes, pero en general... Empatía aparente: por supuesto los refugiados han tenido problemas, pero... Ignorancia aparente: no sé, pero... Excusas aparentes: perdón, pero... Revocación (culpar a la víctima): no ellos, sino nosotros somos las verdaderas víctimas. Transferencia: a mí no me importa, pero mis clientes”. (Van Dijk, 2001: 197).

Se puede observar, en este sentido, que el significado de “¡Mundialistas!” se contrapone, restringe o limita con el uso de la conjunción “pero”. Es decir, la utilización de ese término anula o resta valor al significado de mundialistas porque sus participantes son mujeres. Esta negación aparente lleva en su estructura semántica una denominación positiva de “Nuestro grupo”: Conductor-hombre-selección de fútbol-“mundialista”, clásicamente conformada por hombres, con aspectos negativos de los “Otros-Otras”: Mujeres, lo que permite identificar aquí un prejuicio por parte del locutor. “En

los discursos con prejuicios es muy típico el juego de la negación” (van Dijk, 2011: 65). Se evidencia, por lo tanto, una contradicción en el discurso guiado por una ideología que ve mal la asociación entre fútbol y la participación de las mujeres en este deporte.

Adicionalmente, cuando el locutor lee el titular: *“¡Mundialistas!”*, con respecto a la Selección Ecuatoriana Femenina de Fútbol, también hace alusión a un contexto social y cultural de la incursión de las mujeres en un deporte tradicionalmente considerado para hombres. Al igual que el rugby y el fútbol americano, el fútbol soccer se ha configurado históricamente como un espacio de actividad “masculina”, social y culturalmente “definida” como una práctica exclusiva de los hombres.

Como consecuencia de la masculinización del fútbol, el discurso que se crea entorno al mismo, es aún producido principalmente por hombres (o desde la perspectiva de los hombres), de tal forma, es el discurso del otro el que define el campo de las prácticas de las mujeres, sean éstas espectadoras mass-mediáticas, deportistas, asistentes a los estadios, hinchas militantes o barras bravas (Binello et al, 2000: 34).

Esta masculinización del fútbol se fundamenta en una tradición cultural que ha limitado a lo largo de los años la participación de las mujeres en el deporte, la que tuvo sus orígenes en buena medida en la misma sociedad que creó los juegos deportivos, la Antigua Grecia, en donde *“la mitología dominante asignaba a los dioses las cualidades masculinas de la fuerza, el vigor y la actividad y a las diosas los rasgos de belleza, pasividad y sexualidad”* (Carrión, 2006:132). Esta tradición cultural permanece vigente en la actualidad, es así como:

El estadio ofrece a los hombres un sitio donde desplegar su virilidad, donde construir un orden y un mundo estrictamente

masculino, donde se lleva a cabo un discurso moral de lo que teóricamente se define como masculino: la autonomía, la independencia, el control, la dignidad, la autoestima y la fidelidad a los compromisos, constituyendo un mundo pleno de significados donde aparecen de manera clara las fronteras simbólicas a partir de la reflexión sobre un conjunto de relaciones sociales importantes: padre/hijo, adulto/niño, hombre/mujer (Archetti, 1998: 302).

De esta manera, se ha *“estereotipado como femeninos los deportes que emplean acciones delicadas y como masculinos los que utilizan fuerza y movimientos más bruscos”* (Carrión, 2006: 147). Es así como *“las mujeres que juegan fútbol se convierten en transgresoras sociales, al practicar un deporte que es considerado cultural y socialmente como exclusivo de varones por ser rudo”* (Carrión, 2006: 147).

En una sociedad como la nuestra, en la que los roles de género se han delimitado rígidamente, incluso a nivel deportivo, *“el atreverse a tener nuevas experiencias de vida y de ser mujer, lleva a las futbolistas a distinguirse como diferentes”* (Carrión 2006: 147), enfrentando una serie de problemas en torno a dos aspectos: *“que las mujeres no deben realizar un deporte catalogado como masculino por ser rudo, y/o que las mujeres proporcionan mucho tiempo a esta práctica, descuidando sus ‘deberes’ con la familia”* (Carrión, 2006: 148). Lo que refuerza el estereotipo de mujer débil y el rol de la mujer como centro de la familia.

Ante lo expuesto, es importante tomar en cuenta que el discurso dispone de estructuras argumentativas donde el punto de vista de los actores adquieren prominencia, así los significados de los argumentos son signos importantes de las actitudes ideológicas que se expresan: *“la elección del punto de vista no es trivial, ya que se trata de una*

de las posibilidades de que disponen los usuarios del lenguaje para poner énfasis en el significado y las creencias subyacentes” (van Dijk, 2011: 72). De allí que el punto de vista del conductor respecto a la participación de las mujeres en la actividad futbolística evidencia un prejuicio que se configura como el argumento central de esta crítica.

De la misma manera, cuando el locutor expresa: “¡Por Dios santísimo, solo porque dice aquí!, se nota que son mujeres porque el aspecto si es de ¡hombre!”, utiliza una frase que relaciona el aspecto de las seleccionadas y lo masculino con la belleza, como parámetros que dejan por fuera aquello que se consideraría estéticamente como no “femenino”, en función de una asociación al sexo.

Cuando el locutor menciona: “bien feito el aspecto aquí de la seleccionada de fútbol. Como ser la selección de hombres, no se les nota la diferencia, incluso utilizan pantaloneta, por lo menos póngase un shortcito hombre, de mujer”, podemos apreciar que los comentarios del segmento tienen una connotación de diferenciación que aluden a las futbolistas en dos aspectos: por un lado, comparando su aspecto con los jugadores masculinos de fútbol, es decir, negando su feminidad, reduciendo el “ser mujer” al “deber verse como mujer” y, por otra parte, por su forma de vestir, considerada como “no adecuada”, no acorde a la cultura patriarcal³³¹ que delimita las maneras de verse de la mujer, la misma que “debe” complacer el criterio masculino.

331 El patriarcado “es un orden social fundamentado en relaciones asimétricas de poder que se sustentan en la imposición de la supremacía de lo masculino y en la consideración de lo femenino como inferior y subordinado, y que en aras de legitimación, da origen a preceptos sociales que implican en mayor o menor medida, la imposición directa o solapada de órdenes por parte de los hombres o las instituciones que les representan, sobre las mujeres” (Duarte y Fernández, 2006: 145).

Posteriormente, el locutor menciona: “hay que ser feminista, o sea las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones, bien, bien, lo dice así, es la naturaleza pues ho (...), yo no me siento orgulloso de esto”. En esta parte se puede apreciar primero, la confusión del locutor frente a los términos “feminista”³³² y “femeninas”³³³, que son utilizados como sinónimos de la idea de feminidad promulgada por el locutor. En segundo lugar, cuando se refiere a “las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones”, reproduce estereotipos relacionados con el “deber ser del hombre y la mujer”³³⁴, los mismos que se basan en dicotomías establecidas como representativas de un género u otro, en el caso del masculino con lo fuerte, lo hábil, lo ágil, lo público; y en el del femenino con lo débil, lo torpe, lo lento, lo privado, en el marco de una sociedad patriarcal.

Esta construcción del discurso, a nivel social representa una normativización de la existencia de los géneros masculino y

332 Feminismos “se refieren tanto a corrientes de pensamiento teórico como a movimientos sociales, que postulan una forma diferente de entender el mundo, las relaciones de poder, las estructuras sociales y las relaciones entre los sexos” (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012: 30).

333 La feminidad y la masculinidad “son los patrones que ofrece el sistema de género vigente, los cuales conducen a la represión de los deseos, inclinaciones, aptitudes y sentimientos personales de las mujeres. Mujeres y hombres nos comportamos como la sociedad espera o tiene codificado para cada género, y no como queremos”. (Comisión de Transición hacia el Consejo de la Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:31).

334 Los estereotipos de género “son ideas, prejuicios, creencias y opiniones simplificadas, preconcebidas e impuestas por el medio social y cultural, con respecto a las funciones y los comportamientos que deben realizar hombres y mujeres, así como su comportamiento sexual”. (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:30). La estereotipia “implica asumir y reproducir estereotipos y patrones culturales”. (Mies, 2014:19).

femenino, de su comportamiento en base a los roles³³⁵ y estereotipos que se generan sobre el “ser hombre” o “ser mujer”, además de la valorización o desvalorización de los mismos.

Así mismo, al mencionar la frase: “*así es la naturaleza*”, se otorga a esta diferenciación de género, basada en roles y estereotipos, una connotación “natural” como principio universal, es decir, que esta división de roles termina socializándose como algo que va acorde a la cualidad o propiedad de los hombres y de las mujeres.

Esta concepción androcéntrica universal se establece sutilmente como el orden natural de las cosas, de manera que se arraiga, se interioriza, se asume y se normaliza en la conciencia de la sociedad. Según esta concepción, el papel a desempeñar por mujeres y hombres en la sociedad es diferente, como también lo son los espacios asignados, las responsabilidades, las oportunidades y las tareas desempeñadas. (García, 2009:18).

En el fragmento final, el locutor dice “*¡Imagínense ustedes! ¡Un cabezazo!, ¡Un balonazo! De una mujer allí, son deportecitos medio fuertes. Ta bien un fútbol con, con una, con un globito, una de plástico, ta bien hombre, pero esto ya es fuerte*”; con estas afirmaciones se configura una utilización de apelativos e imágenes que diferencian al

335 De acuerdo al Instituto Interamericano de Derechos Humanos, bajo el marco del programa “*Mujer y Derechos Humanos*”, los roles de género son “*aquellas expectativas sociales creadas en torno al comportamiento femenino y masculino. Son construcciones sociales de lo que se espera sea el comportamiento de la mujer y del hombre. Contienen autoconceptos, características psicológicas, así como roles familiares, ocupacionales y políticos que se asignan a uno y otro sexo de acuerdo con dicotomías que los separan y los consideran como opuestos. Así se espera que las mujeres sean pasivas, dependientes y cariñosas, mientras que los hombres agresivos, competitivos e independientes. En este contexto se concibe al hombre como el modelo frente al que se compara al otro grupo, las mujeres*” (Guzmán, s.f: 1).

género femenino como débil y falto de habilidad competitiva en un deporte “rudo”, para “hombres fuertes”.

En nuestra sociedad, este tipo de valoraciones se asocian con la hegemonía de lo androcéntrico que implica también el uso del lenguaje, donde a nivel simbólico se reproduce en el imaginario social una especie de estándar de lo masculino, orden que ha afectado no solo a mujeres, sino a hombres también. Justamente a lo largo de los comentarios objeto de análisis, existen dos afirmaciones que realiza el locutor: la primera: “*Y yo soy exageradamente machista³³⁶(...) y tienen que respetarme, es mi opinión tambiénff*”; la segunda: “*De mi parte yo sí (aspiración) respeto, pero hasta ahí no más llego*”.

Esta primera afirmación da cuenta explícita de una actitud machista e implícitamente de una ideología sexista³³⁷, bajo la cual se entretienen las opiniones vertidas sobre la nota de las seleccionadas de fútbol femenino que fue difundida por el diario “El Telégrafo”. Si bien los comentarios caben como opiniones, no dejan de ser contenidos

336 El locutor expresa su concepción particular, un tipo de ideología explícitamente. El machismo es el “*comportamiento individual de desvalorización hacia las mujeres. Se caracteriza por el énfasis en la virilidad, la fuerza y el desinterés respecto a los asuntos domésticos por parte de los varones*” (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:41).

337 El sexismo “*se lo usa para demostrar que el sexo femenino es considerado inferior al masculino basándose en las diferencias biológicas entre hombres y mujeres. El sexismo es una construcción multidimensional. Se muestra de manera hostil o benévola, patente o encubierta. La construcción de un orden simbólico en el que las mujeres son consideradas inferiores a los hombres implica una serie de comportamientos y actitudes estereotipadas que conducen a la subordinación de un sexo con respecto al otro. La diferencia entre machismo y sexismo es que el machismo es una actitud individual e inconsciente, mientras que el sexismo representa una actitud consciente de orden social, que propicia la dominación y subordinación del sexo femenino con respecto al masculino*” (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:50).

comunicacionales que están marcados por ese sistema de ideas que históricamente han reforzado un dominio simbólico y material de los hombres hacia las mujeres e incluso hacia los propios hombres³³⁸.

Las proposiciones emitidas por el conductor guardan coherencia lógica y argumentativa que evidencia de principio a fin un hilo discursivo basado en la ideología sexista; incluso cuando a modo de negación aparente expresa: *“De mi parte yo sí (aspiración) respeto, pero hasta ahí no más llevo”*.

En este sentido, cabe reflexionar sobre la difusión de un discurso a nivel masivo, cuando los medios de comunicación transmiten estereotipos o prejuicios sobre un determinado grupo social, que históricamente ha sido excluido o invisibilizado, su poder de influencia en la construcción o perpetuación del imaginario social estereotipado llega a tener efectos profundos y duraderos, lo cual, a su vez, refuerza procesos de exclusión hacia dicho grupo, ya que los estereotipos funcionan como una clase de economía cognitiva que da la sensación de “ya conocer todo lo necesario” sobre el grupo estereotipado (Molina, 2000), perpetuando el “deber ser” establecido como “normal” para los géneros.

De igual forma, teniendo en cuenta que en nuestro país la población femenina ha sido históricamente invisibilizada (MIES, 2014), la utilización de todo este conjunto de recursos simbólicos, reproducidos a través de un medio de comunicación, constituyen un acto de violencia simbólica, en virtud de que promueven la naturalización de este imaginario sobre el género, así como

338 La ideología como fundamento de las prácticas sociales *“por el hecho de ser sistemas de ideas de grupos sociales y movimientos, las ideologías no sólo dan sentido al mundo (desde el punto de vista del grupo), sino que también fundamentan las prácticas sociales de sus miembros”*. (van Dijk, 2011: 16).

la reproducción de las relaciones de poder construidas por el paradigma heteronormado³³⁹.

En conclusión, a lo largo del segmento del programa “Primer Plano” se puede evidenciar la existencia de un discurso que, tanto connotativa como denotativamente, expresa una visión androcéntrica a partir de estereotipos heteronormados (adjudicar como cualidades masculinas la fuerza, el vigor y la actividad, frente a cualidades femeninas como la belleza, la delicadeza, la pasividad), en la que se manifiestan roles de género (*“las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones”*) y se reproduce la mirada masculinizada del fútbol. Discursos que dan cuenta de una diferenciación hacia lo que es concebido como un tipo de sexualidad inferior. Se evidencia un tipo de ideología sexista que impone una carga valorativa negativa a las mujeres por fuera de los estándares de feminidad socializada y naturalizada desde una concepción androcéntrica y heteronormada, que da cuenta de las relaciones de poder que se tejen entre hombres y mujeres dentro de una sociedad patriarcal. Formas de presentar y representar a las mujeres, contraria a *“su derecho a ser libre de toda forma de discriminación”* (Convención de Belem do Para, 1994). Además, este tipo de contenidos al insistir en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales, *“no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución”*, constituyéndose en programas que pueden ser igualmente restrictivos, que se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada (ONU Mujeres, 1995).

339 La heteronormatividad es el *“predominio del patrón heterosexual en las relaciones sexuales y sociales”*. La heterosexualidad por su parte es la *“afinidad psicoactiva- sexual con personas del sexo opuesto. Relación entre personas de diferentes sexos”*. (Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, 2012:34).

4.4.5.2 Representación trabajadoras remuneradas del hogar

Las labores del cuidado familiar abarcan diversas actividades dentro y fuera del ámbito de la familia, que contribuyen *“al bienestar físico y mental de sus miembros, incluyendo: el trabajo sin remuneración realizado por los miembros del grupo familiar; las labores domésticas y de cuidado de niños, ancianos y enfermos realizadas remuneradamente; y actividades y ocupaciones relacionadas con la educación y la salud del grupo familiar”* (Valenzuela & Mora, 2009: 13). Este conjunto de actividades son necesarias para la subsistencia y la reproducción familiar y social. Al interior de la familia se reproduce la pirámide social en la que las mujeres ocupan la base, realizando las tareas más extenuantes del hogar y lo hacen con una mayor responsabilidad y vinculación identitaria.

Uno de los mitos que sostiene la sociedad patriarcal es que las «labores domésticas» constituyen, por excelencia, el “lugar natural” de las mujeres por su relación cercana con la reproducción biológica. Más allá de la credibilidad que este mito inspire, lo cierto es que para la mayoría de las sociedades modernas el trabajo doméstico es y ha sido considerado como el reino de la feminidad. La mayoría de las mujeres desarrollan estas actividades en algún momento de sus vidas y son socializadas desde la infancia en su conocimiento detallado para un eficiente desempeño. La asignación de roles dentro de la familia nuclear tiene, por tanto, la función de establecer los límites en los que prioritariamente se mueve una mujer (y seguramente también un hombre), y son parte de su asignación identitaria culturalmente construida (Peredo, 2003: 54).

En este contexto, la mujer desde la infancia ha sido socializada para el desempeño de tareas domésticas y de reproducción, que

constituyen un trabajo invisible, que al no ser remunerado, no tiene valor de cambio dentro de la sociedad, y queda circunscrito al espacio privado de la intimidad del hogar (Herrero, 2006), proceso que tiene como base la asignación de roles de género³⁴⁰. De ahí que esta labor fue invisibilizada y durante muchos años no se concibió como trabajo. Es decir, *“el trabajo doméstico de las mujeres amas de casa, como servicio prestado al esposo, hijos/as y otros, que se ejerce sin remuneración, como expresión amorosa de su rol en la familia, no se considera trabajo y es definido como rol propio de las mujeres”* (León, 2009: 6). Ahora bien, es importante tener en cuenta que:

Hablar de trabajo doméstico en las sociedades actuales no solamente equivale a hablar del “lugar natural” de la mujer, sino además de un trabajo totalmente desvalorizado e invisibilizado, cuya importancia social para la sobrevivencia y el desarrollo de las sociedades es sistemáticamente negada (Peredo, 2003: 55).

De igual forma, el trabajo en el hogar se fue configurando socioculturalmente como *“una actividad que las mujeres principalmente deben cumplir, es decir, que ya sea que ejerza una actividad productiva fuera del hogar o no, debe también cumplir con tareas del hogar y el cuidado de los niños”* (Intriago, 2016: 27), situación que ha generado el fenómeno de doble trabajo o doble jornada³⁴¹, en el que el tiempo invertido por las mujeres tanto en las

340 En este mismo sentido, se ha señalado que *“la división sexual del trabajo, como construcción cultural, remite a los roles sociales diferenciados por sexo, dando paso a uno de los núcleos de la desigualdad de género. A las mujeres se les asigna las tareas de la reproducción social en lo privado, y a los hombres, las de la producción en lo público”* (León, 2009: 6).

341 Según Hochschild (1989), *“a causa del reparto desigual del trabajo de la casa, las mujeres manifiestan tener una ‘segunda jornada’ en casa, aparte de su jornada laboral. Hochschild considera que las mujeres cargan con esas segunda jornada porque su trabajo es considerado como de menos importancia que el de su marido”* (Chinchilla et al, 2006: 2).

actividades del espacio público como del privado es mayor que el de los hombres³⁴².

En este contexto, las mujeres han incursionado en nuevos y diversos escenarios del espacio público, tanto en los ámbitos laborales como educativos, en los que han desarrollado sus capacidades. El acelerado crecimiento de la sociedad ha obligado a que tanto el hombre como la mujer laboren fuera del hogar, creando una mayor demanda de personas que presten sus servicios dentro de las casas y en el cuidado de los niños.

Ahora bien, pese a que actualmente el trabajo remunerado del hogar es reconocido como un trabajo que debe ser adecuada y justamente pagado³⁴³, así como un derecho humano³⁴⁴, se ha desarrollado

en el marco de procesos de discriminación y es objeto de ciertos estereotipos³⁴⁵ que afectan el reconocimiento de esta labor dentro de la sociedad. Varios estudios sobre el trabajo doméstico en América Latina y Ecuador han evidenciado las siguientes características comunes en el desarrollo de esta labor:

- El trabajo remunerado del hogar no ha sido reconocido socialmente como trabajo formal sino como un “apoyo”; debido a que, por una parte, “se realiza en casa y no en oficinas o empresas”; y, por otra parte, “porque es realizado en su mayoría por mujeres”³⁴⁶ (Gonzales & Solano, 2012: 24). Ante esta situación, los movimientos feministas han ido avanzando en el reconocimiento del trabajo del hogar y en deslindarlo como una actividad propia de las mujeres (Valenzuela & Mora, 2009), dichos avances permitieron a la mujer educarse, emplearse y ocupar espacios públicos donde podían desempeñar actividades diferentes a las domésticas. Sin embargo, la trabajadora del hogar, al remplazar a la ama de casa, “hereda socialmente la subvaloración del trabajo doméstico de las amas de casa”³⁴⁷ (León, 2009: 7). Es así como:

342 De acuerdo con la investigación “Frenos e impulsos en la trayectoria profesional de la mujeres directiva”, realizada por el Centro Internacional Trabajo y Familia de la Universidad de Navarra, se ha evidenciado que “*numerosos estudios señalan que las mujeres continúan encargándose de las tareas de la casa y, en especial, de los niños, sean cuantas sean las horas de trabajo fuera de casa* (Hochschild, 1989; Lewia y Cooper, 1987; Pleck, 1985).

343 Al respecto, “*La Constitución de la República del 2008 contempla en los Artículos 325 y 333 el reconocimiento a todas las modalidades de trabajo y al trabajo no remunerado como labor productiva*” (INEC, 2015: 4). Adicionalmente, el Pleno de la Asamblea Nacional ratificó la Aprobación del Convenio 189 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre el Trabajo Decente para Trabajadores y Trabajadoras Domésticas “*Este instrumento internacional garantiza a todas las trabajadoras y trabajadores domésticos el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas, el desempeño de un trabajo libremente escogido y aceptado, así como el pleno respeto a todos los demás derechos establecidos en la Constitución y leyes del Ecuador*” (Asamblea Nacional, 2013). De igual forma, desde el 2014 inicia los debates del proyecto de reformas al Código de Trabajo que terminó con la aprobación de la “Ley para la justicia laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar” en el 2015.

344 El Conapred utiliza “*el concepto derechos humanos laborales, porque resulta ser el término más indicado para dar una visión amplia sobre los derechos involucrados en la temática del trabajo del hogar*” (2013: 53).

345 “*Los estereotipos constituyen una representación (mental) colectiva que desindividualiza y generaliza de manera simplista a los miembros de un grupo*” (González & Solano, 2010: 26).

346 De esta manera, por ejemplo, se ha podido evidenciar que “*el trabajo del hogar ha mantenido históricamente una estrecha relación con la esclavitud y otras formas de servidumbre (...). Las relaciones laborales actuales en el trabajo del hogar continúan perpetuando situaciones de discriminación, muchas veces basadas en relaciones jerárquicas establecidas en función del sexo, el origen étnico, racial o nacional y la condición social o económica, entre otras*” (Conapred, 2013: 59).

347 Adicionalmente, el reconocimiento de derechos laborales para este sector, por lo general, es “*menor o limitado en comparación con los derechos garantizados para el resto de las y los trabajadores*” (Conapred, 2013: 59), razón por la cual al generalizarse esta opinión se descalifica su labor y, por tal motivo, muchas veces se justifica que no posean derechos laborales o que se les reconozca sólo parcialmente y también las condiciones precarias en que desempeñan su trabajo.

“la empleada doméstica, queda confinada a la esfera privada, ocupándose de un trabajo socialmente desvalorizado, y cuya desvalorización hunde sus raíces en la misma subvaloración del trabajo doméstico por considerarse éste, ‘propio’, ‘natural’ de la mujer (ama de casa) realizado ‘por amor’ a su familia” (Herrero, 2016).

- El trabajo remunerado del hogar en América Latina se ha concentrado *“de manera principal en mujeres, niñas y niños, jóvenes y migrantes (que pueden ser indígenas, rurales-urbanos o internacionales), razón por la cual se acumulan factores de vulnerabilidad propios de sus circunstancias, que a su vez inciden para que se establezcan relaciones asimétricas frente a las personas empleadoras”* (Conapred, 2013: 64). Además, debido a que este trabajo no requiere de una certificación que acredite el ejercicio de esta labor, es de fácil acceso para las mujeres que migran del campo a la ciudad³⁴⁸. En este contexto, las trabajadoras remuneradas del hogar pueden ser *“sujetos a discriminación. Algunas formas son las mismas que otros trabajadores deben enfrentar, pero en el caso del servicio doméstico varias ecuaciones se entrecruzan (género, clase social, etnicidad, raza, nacionalidad, educación, edad, idioma, etc.) que dan lugar a discriminaciones acumuladas”*³⁴⁹ (Rodgers, 2009: 96).

348 Dado que el trabajo doméstico constituye una alternativa de empleo para las mujeres de la zona rural, es visto como una oportunidad para salir de sus comunidades en búsqueda de *“un mejor modo de vida”* y así evitar reproducir las labores tradicionales del campo como son la agricultura y la ganadería (Santillán, 2008).

349 En torno a la discusión sobre la doble discriminación, las discriminaciones múltiples o las discriminaciones acumuladas, ha ido surgiendo el concepto de la interseccionalidad, el cual se orienta a hacer consciente *“cómo diferentes fuentes estructurales de desigualdad (u ‘organizadores sociales’) mantienen relaciones recíprocas. Es un enfoque que subraya que el género, la etnia, la clase,*

- En un espacio de poder como lo es la casa, se desarrolla un *“juego de fuerzas opuestas entre la empleadora y la empleada, en el que se crean ventajas y desventajas que son simbólicamente significativas para la una y la otra”*³⁵⁰ (Carlos Ríos, 2005: 70-71). En este contexto:

“las trabajadoras contratadas cargan no solo con el estigma de una tarea socialmente infravalorada como el trabajo doméstico, que no es reconocida en su valor económico de producción, sino que, a su vez, son llamadas a realizar esas actividades en hogares de otros. Allí están bajo las órdenes de otra mujer, generalmente, perteneciente a una clase de mayor poder adquisitivo, realizando tareas que pivotean entre lo servil y lo laboral. Es aquella quien se encarga de la contratación y estipulación de las tareas que realizará la empleada” (Gorban, 2011: 34). Esta *“desigualdad que caracteriza la relación entre ambas mujeres se objetiviza en los límites que la empleadora le impone a la empleada en el uso de los espacios, los objetos y en el tipo de actividades que puede realizar o no dentro de los límites de ese espacio privado por excelencia que es su hogar”* (Gorban, 2011: 46).

- Una de las representaciones que se ha desarrollado hacia este colectivo es la que caracteriza a las trabajadoras remuneradas

u orientación sexual, como otras categorías sociales, lejos de ser ‘naturales’ o ‘biológicas’ son construidas y están interrelacionadas. No se trataría tanto de enumerar y hacer una lista inacabable de todas las desigualdades posibles, en una especie de “Juegos Olímpicos de la Desigualdad” (opresion olympics) y superponiendo una tras otra, como de fijarse en aquellas manifestaciones e identidades que son determinantes en cada contexto y cómo son encarnadas por los sujetos para darles un significado, que es temporal” (Platero, 2014: 56).

- 350 *“Por ejemplo: se saca provecho de las adolescentes empleadas no solo porque son indígenas sino porque son recién llegadas a la ciudad. Las empleadoras suponen que son ingenuas, sumisas y hasta ‘tontitas’”* (Carlos Ríos, 2005: 70-71).

del hogar como “malogradas y mañosas” (Carlos Ríos, 2005: 71), “ladronas, mentirosas y flojas” (Carlos Ríos, 2005: 93), “ladronas, lúbricas, incultas, perezosas y traicioneras” (Acha, 2013: 8), “que se van, que te roban, que te sacan” (Gorbam, 2012: 37), “es una ladrona en potencia” (Borgeaud-Garciandía & Lautier, 2014: 97). Las trabajadoras remuneradas del hogar también se enfrentan a “frases y actitudes discriminantes, por ejemplo, algunos mestizos las llamas ‘Marías’, porque las consideran un ‘colectivo amorfo’ o se refieren a ellas como ‘las primas’ para ratificar las distancias, pues hermanas o iguales no pueden ser”³⁵¹ (Santillán, 2009: 143).

Por otra parte, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, el trabajo doméstico en el Ecuador está conformado casi en su totalidad por población femenina, puesto que “el 96% de los ocupados dentro de esta categoría son mujeres, mientras que apenas el 4% son hombres” (Moncayo, 2014: 116). Este sector económico ha sido un espacio en el que muchas mujeres ecuatorianas “de escasos recursos, con bajo nivel de instrucción, encuentran una plaza de trabajo, labor que en años anteriores fue mal remunerado aun cuando las jornadas de trabajo eran extensas” (Moncayo, 2014: 105).

351 La investigación “Hola María: racismo y discriminación en la interacción interétnica cotidiana en Quito”, evidencia el uso despectivo del nombre María hacia mujeres indígenas y la asociación de este con el trabajo doméstico, al respecto una de las mujeres entrevistadas manifestó “todas las indígenas somos María para el mundo occidental, no tenemos otros nombres, no sabemos pensar... porque para el mundo mestizo quedamos como Marías empleadas domésticas y punto. Además determinó que el uso de María y otros términos genéricos similares despojan a la persona de su identidad individual al circunscribir a la mujer indígena dentro de una categoría global y asociarla con ocupaciones poco valoradas como las de empleada doméstica (...) estos usos constituirían ataques a la imagen de las indígenas por su significado reduccionista, pero los saludos descritos podrían también ser considerados como ataques a sus derechos de no asociación pues normalmente en Quito no se espera saludos de extraños en la calle, y menos aún con un sobrenombre despectivo” (Placencia, 2008: 588).

Así, por ejemplo:

En el año 2007, las citadas trabajadoras ganaban \$120 cuando el salario básico era de \$170. En el 2008, las trabajadoras debían recibir como mínimo \$170, pese a que el salario básico era de \$200; en el año 2009, recibían como mínimo \$200, aunque el salario básico esté en \$218 y es en el año 2010 cuando se les iguala al salario básico unificado del trabajador en general con \$240.34. Con este análisis se puede concluir que a las mujeres trabajadoras remuneradas del hogar se les mantenía en un escalafón menor al de un trabajador en general, como si su trabajo fuese poco importante o su resultado no fuese productivo para la sociedad (Intriago, 2016: 25).

Es importante señalar que el Ecuador ha ido avanzado en la regularización de este colectivo, así: “los únicos países en los cuales el salario de los trabajadores domésticos representa la totalidad del salario mínimo vital, dentro de la región latinoamericana, son Chile, Brasil y Ecuador” (Gualaivisi, 2014: 44). En particular, en Ecuador la Constitución del 2008 hizo énfasis en los derechos fundamentales de los trabajadores, incluyendo a grupos como los trabajadores autónomos, de autosustento y de cuidado humano que antes eran discriminados en el acceso a condiciones laborales dignas. En este sentido:

Es importante reconocer que el Estado ecuatoriano, por mandato constitucional, garantiza todas las modalidades de trabajo, sean en relación de dependencia o no, de tal manera en el Art. 325 incluso se admite como actores sociales productivos las labores de auto-sustento y cuidado humano; en definitiva lo que constituye el trabajo doméstico remunerado y no remunerado. Aquello constituye un avance en cuanto a las relaciones producción-reproducción con el objeto de que se

reconozca el aporte del trabajo de las mujeres y hombres en sus labores de auto-sustento (Moncayo, 2014: 89).

No obstante, a pesar de que han existido en los últimos años avances en el país en cuanto a leyes, derechos y políticas laborales, hay que tener en cuenta que el trabajo remunerado del hogar ha sido tradicionalmente subvalorado en el ámbito económico y social, reproduciendo rezagos de creencias y representaciones coloniales y patriarcales que han desprestigiado el trabajo de las mujeres y el trabajo doméstico (Valenzuela, 2008).

Teniendo en cuenta estos aportes conceptuales y contextuales, se procederá a realizar el análisis textual del contenido comunicacional presuntamente discriminatorio emitido en el programa “Retweet, todo y sin filtro”, difundido el 14 de diciembre de 2016, por el medio de comunicación social Radio I99.

El programa “*Retweet, todo y sin filtro*”, se clasifica como un programa tipo B, apto para menores bajo la supervisión de un adulto y con contenido de entretenimiento y opinión. Los locutores son: Rosanna Queirolo, María de Lourdes Queirolo, Andrés Pelaccini y José Peralta³⁵², quienes luego de saludar a los radioyentes y dar la bienvenida comentan respecto a un hecho particular: la detención del sonidista del programa por no haber pagado la pensión alimenticia.

Esta primera interacción comunicativa da paso a críticas y observaciones a diversas leyes: la primera es precisamente al derecho de alimento, frente a la que el locutor Andrés Pelaccini señala entender que: “*el principio es mucho padre irresponsable, hay que*

hacer algo al respecto, perfecto, pero las medidas que se tomaron ¡son más que estúpidas!”, mencionando su posición de protesta ante esta ley. Inmediatamente después, se desarrolla el contenido denunciado como presuntamente discriminatorio:

Andrés Pelaccini: Como siempre lo he dicho, el tema de las empleadas domésticas fueron unas medidas

María Queirolo: Sí te escuché una vez

Andrés Pelaccini: Reestúpidas, to, pero ¡sin sentido!, sin sentido

María Queirolo: Jajajaja (risas)

Andrés Pelaccini: O sea, la base está bien, si, es verdad, hay gente que abusa, hay que poner un sueldo lógico porque también son mujeres que trabajan, perfecto adelante; hay que afiliarlas al IESS porque perfecto adelante. Pero de ahí de que tengo que indemnizarla si la boto, tengo que pagarle el décimo, tengo que pagarle

María Queirolo: Que te demandan por absolutamente todo..., no, o sea.

Andrés Pelaccini: Una empleada doméstica puede, de, si yo fuera presidente ¿no? o si yo tuviera el poder para hacerlo digo: “señores, a partir de ahora las empleadas domésticas pueden ser despedidas en cualquier momento, sin ninguna indemnización de absolutamente nada”.

En este fragmento, Andrés Pelaccini menciona y califica las leyes sobre el trabajo remunerado del hogar como “*reestúpidas*” y “*sin sentido*”, calificativos que son enfatizados por su tono de voz y que generan risas por parte de la locutora María Queirolo. No obstante, Pelaccini indica estar de acuerdo con la base porque “*si, es verdad, hay gente que abusa, hay que poner un sueldo lógico porque también son mujeres que trabajan, perfecto adelante; hay que afiliarlas al IESS porque perfecto adelante*”, es decir valora positivamente aspectos

352 A quien sus compañeros le llaman Cholucón.

como un “*sueldo lógico*” y la afiliación al IESS. Sin embargo, se muestra en desacuerdo respecto a indemnizarla y pagarle los décimos. Ante lo cual Queirolo agrega: “*Que te demandan por absolutamente todo..., no, o sea*”. Es decir, los locutores critican tres aspectos de la ley: la indemnización, los décimos y la posibilidad de demanda laboral por parte de las trabajadoras remuneradas del hogar.

Posteriormente, Pelaccini menciona un caso hipotético: “*si yo fuera presidente o si yo tuviera el poder para hacerlo digo: señores, a partir de ahora las empleadas domésticas pueden ser despedidas en cualquier momento, sin ninguna indemnización de absolutamente nada*”. Enunciado que expone una de las medidas que a su criterio es ideal sobre el tema de la indemnización, proposición que usa términos hiperbólicos como: “*en cualquier momento*”, “*sin ninguna indemnización*”, “*de absolutamente nada*”, que además de una exageración intencionada de la realidad, dotan a esta frase de un sentido de autoridad y firmeza en relación al tópico “*pueden ser despedidas*”. Acto seguido, el locutor expone los argumentos de su postura:

Andrés Pelaccini: Porque son eso, empleadas do-més-ti-cas (pronuncia la palabra entrecortadamente), no trabajan en una empresa, trabajan en una casa, y en una casa el sueldo de una empleada doméstica es el suel, viene del sueldo de, de y el salario de esas personas. Entonces no puedes, no se le puede exigir igual que Molinera Nacional.

Por favor, no es lo mismo, no sean tan idiotas, o sea, hay que pensar un poquito señores de los competentes, no puedes decirle a una persona que cobra su décimo para alimentar a su familia y tiene que ir así como está directito al bolsillo de la empleada doméstica (en off empieza a sonar un música con tono de lastima).

¡No! ¡Porque es una casa! no es una empresa es una casa, es una casa. Esa casa no vende artículos, esa casa no tiene un fin comercial, esa casa no es una empresa no sean tan retrasados, eso es una casa donde viven papá, mamá, hijos. Y que necesitan y han empleado a una persona para que les ayude con los quehaceres domésticos, para que la mamá pueda trabajar .

María Queirolo: Correcto.

Andrés Pelaccini: Ya, para que la mamá pueda trabajar, no es justo que ahora todo lo que ganan lo tengan que desembolsar todo para pagar una empleada ¡doméstica!, es de la casa, tiene que ser una aportadora especial, es decir no puede gozar con los mismos derechos que una persona que trabaja en un banco. Es lógico, yo no me gradué en Harvard, yo no fui a Cambridge, o sea

María Queirolo: Pero hay que tener simplemente dos dedos de frente para poder descifrar eso.

La argumentación del locutor diferencia las dinámicas económicas de la “*casa*” y la “*empresa*”, y las contrasta mencionando que “*el sueldo de una empleada doméstica viene del sueldo de, de y el salario de esas personas*”, entendiéndose por “*esas personas*” a los dueños de casa, espacio que además “*no tiene un fin comercial*”, ya que en ella “*viven papá, mamá, hijos. Y que necesitan y han empleado a una persona para que les ayude con los quehaceres domésticos, para que la mamá pueda trabajar*”. Es decir, desde la perspectiva de Pelaccini, las trabajadoras remuneradas del hogar son contratadas por una parte para suplir un trabajo propio de la “*mamá*”, y por otro lado para posibilitar la entrada de la “*mamá*” al espacio público-laboral, es decir, para que ella pueda trabajar. Estas menciones evidencian una perspectiva de corte sexista que refuerza la existencia de roles de género dentro de la casa. Además, la ausencia de una figura masculina en estas frases (padre/hijos/hogar) corrobora esta perspectiva.

Luego, el locutor Pelaccini reitera el contraste entre la casa y la empresa, y menciona comentarios peyorativos respecto de las autoridades que plantearon las leyes sobre las trabajadoras remuneradas del hogar especificando que: *“no es lo mismo, no sean tan idiotas, o sea, hay que pensar un poquito señores de los competentes”*, *“no sean tan retrasados”*; y propone: *“tiene que ser una aportadora especial, es decir no puede gozar con los mismos derechos que una persona que trabaja en un banco”*, manifestando e instando a una diferenciación en torno a los derechos laborales entre una trabajadora remunerada del hogar y una *“persona que trabaja en un banco”*. La interacción comunicativa continúa:

Andrés Pelaccini: ¡Nada más!, ¿Qué sucedió con esta gran idea?... más desempleo, porque comenzaron a botar no solo empleadas sino guardianes.

María Queirolo: Por supuesto.

Andrés Pelaccini: Comenzaron a contratar peruanas...

María Queirolo: Indocumentadas que no se sabía de dónde venían ni para donde iban.

Andrés Pelaccini: Indocumentadas, exactamente, exactamente y se, y se mmm, como, se, se mermó el estilo de vida del ecuatoriano; yo tenía una empleada, ya no tengo, no puedo, no puedo tener empleada, ya.

María Queirolo: Claro, es súper fregado con los décimos y esto que hay que pagar o sea tienes que ingeniártelas.

Andrés Pelaccini: Yo, yo tengo un amigo...

María Queirolo: O personas que atienden dos veces a la semana que te dejan lista la comida.

Andrés Pelaccini: que tenía una empleada, y la esposa, que no debería,

María Queirolo: Está haciendo lo que hacia la empleada

Andrés Pelaccini: Está haciendo todo lo que hacia la empleada.

María Queirolo: Y esa empleada, seguramente está

desempleada, entonces eso es lo que el gobierno ha causado.

Andrés Pelaccini: ¡Exactamente!... Exactamente.

María Queirolo: Que haya una cantidad de desempleo porque ya no se puede, simplemente la situación no da.

Andrés Pelaccini: Porque tiene que quedarse en la casa para cocinar para los hijos, ya la labor que ella hacía, el ingreso que ella representaba ya no lo tiene, para no tener que lidiar con los problemas; porque me dicen: “sabes que Pelacho, no es la plata, no es tanto que tengo que pagarle el sueldo básico, no ese no es tanto el problema, el problema es los problemas que me ocasiona si la tengo que despedir”.

María Queirolo: Que es preferible a pagarle.

Andrés Pelaccini: Los problemas que me ocasiona si tengo un problema con ella y luego la man “ay es que despido intempestivo, ay es que me tocaron, ay no sé qué, no sé cuánto”.

María Queirolo: Es una cantidad de cosas...

Andrés Pelaccini: Y luego vienen los décimos, no puedo, no puedo o sea ya

María Queirolo: No se puede solucionar la situación.

En este fragmento se menciona que la implementación de leyes respecto al trabajo remunerado del hogar ha causado: *“más desempleo”*, *“contratar peruanas indocumentadas”* y que *“se merme el estilo de vida del ecuatoriano”*. Luego, a manera de ejemplificación, el locutor Pelaccini menciona: *“yo tenía una empleada, ya no tengo”* y agrega *“yo tengo un amigo (...) que tenía una empleada, y la esposa, que no debería, (...) está haciendo todo lo que hacía la empleada (...) porque tiene que quedarse en la casa para cocinar para los hijos, ya la labor que ella hacía, el ingreso que ella representaba ya no lo tiene”*.

En este discurso subyace, en primer lugar, la idea de que hay tareas o labores propias de las trabajadoras remuneradas del hogar que no *“deberían”* ser realizadas por *“las esposas”*, afirmación que evidencia

una jerarquización respecto a la existencia de una clase de mujeres para las que realizar quehaceres domésticos está bien y otra clase de mujeres para las que no; y, en segundo lugar, se reafirma la idea anterior, de que al no contar con la trabajadora, es la esposa quien “tiene” que quedarse en la casa y desempeñar las labores domésticas. En este sentido, se evidencia una perspectiva sexista bajo la cual se entretejen opiniones vertidas que refuerza la existencia de roles de género dentro del hogar.

El locutor Pelaccini continúa indicando la queja de un amigo: *“me dice: ‘sabes qué Pelacho, no es la plata, no es tanto que tengo que pagarle el sueldo básico, el problema es los problemas que me ocasiona si la tengo que despedir (...) Los problemas que me ocasiona si tengo un problema con ella y luego la man ‘ay es que despido intempestivo, ay es que me tocaron, ay no sé qué, no sé cuánto’*. Expresiones que configuran el sentido de una presunta facilidad de las trabajadoras remuneradas del hogar para iniciar una demanda legal en contra de sus empleadores, así como la posibilidad de que ellas se inventen situaciones que justifiquen tal demanda. La conversación sigue:

Andrés Pelaccini: Tuvieron que sacar un guardián, tuvieron que pagarle como siete mil, ocho mil dólares , o sea.

María Queirolo: ¡Imagínate!,

Andrés Pelaccini: O sea, y no es de maldad.

María Queirolo: Una amiga tuvo que mandar todo su taller de, de, de , daba servicio de, de uniformes y me dijo: “negra tuve que despedir a doce empleadas porque ya no me calaba, discúlpeme el término, no me calaba esta vaina de que la una me comenzó a demandar, la otra me puso no sé qué, la otra , sabes que no, simplemente ya reduje y creo que tengo tres costureras, todo está hecho de una manera distinta, se quedaron sin trabajo ellas pero no puedo eh , sostenerme con este sistema “.

Andrés Pelaccini: No, no, no...

José Peralta: Yo creo que, yo creo que una opción. Pero hay que dar la solución, si estamos diciendo el problema también podemos decir

María Queirolo: La solución

José Peralta: Yo puedo decirte algo, la facturación.

Andrés Pelaccini: La solución ya la di

José Peralta: La facturación sería para mí una forma ideal.

Andrés Pelaccini: Brother...

José Peralta: Tu empleada te puede facturar, claro.

María Queirolo: Puede que facture.

Andrés Pelaccini: La, la, la.

José Peralta: Paga impuestos, paga el IVA, paga todo como cualquiera.

En este fragmento, los locutores indican diferentes casos en que sus amigos tuvieron que despedir e indemnizar a un guardia de seguridad y a algunas trabajadoras de un taller, debido a las demandas recibidas por ellos. Esta frase hace uso, de manera reiterada, de los pronombres “*la una*”, “*la otra*”, “*la otra*”, constituyéndose en anáforas³⁵³ que colocan énfasis en la idea de facilidad y constancia de demanda por parte de las trabajadoras remuneradas del hogar. Este caso guarda relación semántica con el anterior fragmento analizado, en el que Pelaccini hace alusión a la posibilidad que tienen las trabajadoras remuneradas del hogar de inventarse situaciones para iniciar demandas laborales, construyendo en conjunto la representación de que las trabajadoras remuneradas del hogar, como otros trabajadores, tienden a demandar constantemente a sus empleadores.

353 La Anáfora “*es una figura retórica que consiste en la repetición intencionada de palabras al comienzo de frases o versos generalmente consecutivos (...)* La Anáfora tiene la función de crear ritmo y sonoridad en la expresión a la vez que enfatiza una idea que se quiere remarcar” (Retóricas, 2017).

Ante los problemas señalados por los locutores, José Peralta interviene mencionado que una solución es la “*facturación*”, frente a lo que recibe la siguiente respuesta:

Andrés Pelaccini: Esa es una, esa es una. Y la otra, es que sea una aportadora especial.

Otros Locutores: Eso también

Andrés Pelaccini: Nada más.

María Queirolo: Claro, son figuras que se pueden lograr

Andrés Pelaccini: Es una aportadora especial. Señora usted no recibe décimos.

Parodia Andrés Pelaccini: Oiga por qué no recibo si yo

Otros Locutores: Risas

Andrés Pelaccini: Usted es una empelada doméstica. Usted trabaja en una casa, usted no trabaja en una empresa. ¡Por eso no recibe el décimo!, ¡Ni el décimo cuarto ni nada! (sube progresivamente el tono de voz). Exactamente.

Parodia Andrés Pelaccini: Pero que es lo que pasa es que a mí me botaron el otro día de manera injusta.

Andrés Pelaccini: Lo siento señora, usted trabaja en una casa no en una empresa. La pueden botar cuando les da la gana, ¿por qué?, porque se puede quedar sin trabajo el señor y no tiene como pagar Alicia María, discúlpeme pero no puedo seguirle pagando. Tiene que irse.

Otros Locutores: Claro

Risas de los locutores.

Andrés Pelaccini: Por esa razón, por esa razón, usted no puede recibir ni décimos ni compensación ni nada por el estilo. Ya.

Continúan las risas.

Parodia Andrés Pelaccini: No, que es lo que pasa, que yo también tengo derechos, que porque el gobierno me apoya, porque que el presidente ha dicho que entonces

En este fragmento, Pelaccini menciona que otra solución ante los problemas planteados es que la trabajadora remunerada del hogar sea considerada “*una aportadora especial*”, propuesta con la que insta, nuevamente, a una diferenciación en torno a los derechos laborales entre este colectivo y otros trabajadores. Cabe anotar que, anteriormente, el mismo locutor había mencionado esta propuesta. En esa ocasión, planteó un aspecto que definiría esta categoría: “*ser una aportadora especial, es decir no puede gozar de los mismos derechos que “una persona que trabaja en un banco” o que una persona que trabaja en una empresa. Posteriormente, realiza una parodia de las trabajadoras remuneradas del hogar, a través de tres frases mencionadas en diferente tono de voz: “oiga por qué no recibo si yo”, “pero que es lo que pasa es que a mí me votaron el otro día de manera injusta”, “no, que es lo que pasa, que yo también tengo derechos, que porque el gobierno me apoya, porque el presidente ha dicho que entonces”; y, advierte que han vulnerado sus derechos: “me votaron el otro día de manera injusta”.*

El tono de su voz al realizar la parodia y las risas que produce cada una de estas frases configuran un sentido de burla hacia las trabajadoras remuneradas del hogar, respecto a las situaciones en las que reclaman sus derechos o cuando éstos han sido vulnerados. Ante estos supuestos reclamos, Pelaccini responde a la trabajadora imitada reiterando el argumento del contraste entre “*casa*” y “*empresa*”, y reafirma su postura de que las trabajadoras remuneradas del hogar no deban recibir décimos.

Luego menciona: “*la pueden votar cuando les da la gana, ¿por qué?, porque se puede quedar sin trabajo el señor y no tiene como pagar Alicia María, discúlpeme pero no puedo seguirle pagando. Tiene que irse*”. Esta frase, además de reforzar la idea planteada anteriormente,

respecto a que las trabajadoras remuneradas del hogar no deben recibir indemnización alguna, hace uso de una expresión que connota autoridad y arbitrariedad a la hora de despedir a una trabajadora remunerada del hogar: *“La pueden botar cuando les da la gana”*. Esta idea constituye una reiteración de la propuesta ya mencionada anteriormente por el mismo locutor: *“las empleadas domésticas pueden ser despedidas en cualquier momento sin ninguna indemnización de absolutamente nada”*. Adicionalmente, es posible evidenciar en esta frase el uso del nombre “Alicia María” para referirse al personaje imitado, que constituye una de las denominaciones peyorativas que, histórica y socialmente, se ha configurado hacia las trabajadoras remuneradas del hogar. El posterior fragmento del contenido es el siguiente:

María Queirolo: Y son las once y media de la mañana, todavía no hay almuerzo y ustedes siguen discutiendo.

Andrés Pelaccini: Te roban. Te roban.

Rosanna Queirolo: Es una cosa increíble, claro.

Andrés Pelaccini: Sabe que, usted me ha robado, por favor lárguese de mi casa.

José Peralta: Nooo. Ha pasado.

Parodia Andrés Pelaccini: Yo me voy, pero usted me tiene que indemnizar que.

Andrés Pelaccini: Y los tinterillos que están afuera.

José Peralta: Claro, se aprovechan de eso, claro.

María Queirolo: Ellas te roban, ellas te demandan.

José Peralta: Oye, pero es que saben todito pues. Ya se saben todos los pasos que tienen que hacer pues de memoria.

Andrés Pelaccini: Pero por supuesto negra. No es chiste lo que estoy hablando. No es broma, es real. Gracias a la inteligencia legal de este país. Gracias a la inteligencia legal que hay en estos casos. No son en todos. Pero son casos que han pesado mucho.

María Queirolo: Yo lo sé. Es verdad. Yo lo he vivido. Bueno

esperemos que se acabe, esperemos que se acabe todo esto, gracias...

En este fragmento, Pelaccini inicia con una expresión indeterminada y en plural: *“Te roban. Te roban”* y ejemplifica esta acusación con una situación hipotética: *“Sabe que, usted me ha robado, por favor lárguese de mi casa”*. Después, vuelve a imitar a una trabajadora remunerada del hogar en un tono de voz burlesco: *“Yo me voy, pero usted me tiene que indemnizar que”*, planteando así el caso en el que una trabajadora remunerada del hogar le roba al dueño de casa y además le pide una indemnización, aludiendo que existen *“tinterillos”*, oficinistas o tramitadores³⁵⁴ que ayudan a las trabajadoras remuneradas del hogar a lograr su propósito: su indemnización.

El locutor José Peralta ratifica lo mencionado por Pelaccini sobre los *“tinterillos”*, y la locutora María Queirolo expresa: *“ellas te roban, ellas te demandan”*, proposición que, al igual que la expresión anterior: *“Te roban. Te roban”*, está planteada en plural y de manera indeterminada. Esta aseveración es corroborada por Pelaccini, al afirmar: *“pero por supuesto negra”*, quien además menciona: *“no es chiste lo que estoy hablando. No es broma, es real”*, frase que fija el sentido del caso planteado, en tanto lo representa como algo paradójico o absurdo, pero que pasa en la realidad: *“no es broma, es real”*. Después María Queirolo menciona:

Tú sabes que mi empleada como es tecnológica, que todavía la tengo pero ya la estoy, ya ella está mentalizada de que no puede ser así. O yo soy más. O sea, tiene el trauma de que soy tan

354 El término “tinterillo”, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua constituye un coloquialismo despectivo que significa “oficinista”. En su segunda acepción, hace referencia a *“Picapleitos, abogado de secano, rábula”* (DRAE, 2017)

contactada, o más que ella, porque si ella comienza a molestar yo me armo de mis abogados y nos vamos a problemas. Porque también comenzó con esta vaina, que esto que el décimo que lo otro. A ver, un ratito, todo está, ¿qué más quieres? O sea, se llama el apellido de ella es Conforme. Yo le decía: Inconforme, porque era una inconformidad, todos los días me salía con cualquier cosa.

Fragmento en el que Queirolo califica a la trabajadora remunerada del hogar que labora en su casa como “*tecnológica*”, en relación a que usa Internet o redes sociales, e “*inconforme*”, calificativo que acorde a la secuencia semántica hace referencia a que la trabajadora del hogar conoce sus derechos laborales y los exige constantemente, actitud que es calificada de manera negativa. Esta frase, además, tiene relación semántica con la representación, construida anteriormente, de que las trabajadoras remuneradas del hogar demandan constantemente a sus empleadores³⁵⁵, configurando en su conjunto una isotopía del reclamo de derechos por parte de este colectivo, valorada negativamente.

Además, Queirolo menciona, en dos ocasiones, que es más “*contactada*” que la trabajadora remunerada del hogar que labora en su casa, es decir, tiene mayores contactos y que “*si ella comienza a molestar yo me armo de mis abogados y nos vamos a problemas*”. De ahí que la comparación que la locutora realiza en un inicio, “*soy tan contactada, o más que ella*” y la oración condicional posterior que advierte “*armarse*” de abogados si la trabajadora “*comienza a molestar*”, constituyen un acto discursivo que denota mayor capital social y un ejercicio de superioridad y poder por parte de Queirolo

355 Esta representación fue configurada a partir de las expresiones: “*la man ‘ay es que despido intempestivo, ay es que me tocaron, ay no sé qué no sé cuánto*”, y “*la una me comenzó a demandar, la otra me puso no sé qué, la otra*”.

sobre su trabajadora remunerada del hogar, a partir del que se genera un sentido de amedrentamiento³⁵⁶ y control. El fragmento posterior del contenido se desarrolla de la siguiente manera:

Andrés Pelaccini: A perfecto yo tengo la solución, yo tengo la solución. ¿A usted le gusta la ley? Perfecto no hay problema. ¿Qué me está exigiendo? ¿Usted quiere el décimo? A partir de ahora le va a costar dos con cincuenta la comida, ¿usted come en esta casa? Pues le voy a cobrar la comida (Risas de los locutores) porque no tengo ningún derecho, ninguna obligación, Ni la ley me obliga

José Peralta: Claro ese es otro detalle que nos estamos olvidando.

Andrés Pelaccini: A que le tenga que pagar, ¿ya? En una empresa le subsidian, con suerte, el cincuenta por ciento de la comida.

José Peralta: No, nadie, no, muy difícil, muy difícil.

Andrés Pelaccini: Con suerte, con suerte, dije con suerte. Ahora entonces, en otra empresa que ganan también el sueldo básico, ya no les pagan la comida. Yo ¿a cuenta de qué usted está comiendo gratis en mi casa?

María Queirolo: Una no quiere ser así, pero te sacan esa parte. Te la sacan, te la llegan a sacar.

José Peralta: Dos cincuenta mínimo cuesta un almuerzo ahorita. Mínimo.

Andrés Pelaccini: Por eso. ¿Dos con cincuenta por veintiocho días que trabaja?

Andrés Pelaccini: No, no, veinticinco días perdón

José Peralta: Veinte al mes, veinte al mes. Dos cincuenta por vein cincuenta dólares

Andrés Pelaccini: ¿Cuánto son?

José Peralta: Cincuenta dólares.

356 El verbo amedrentar significa: “*infundir miedo, atemorizar*” (DRAE, 2017).

Andrés Pelaccini: Cincuenta dólares. Bueno, entonces le resto cincuenta dólares, listo y ya está.

María Queirolo: Claro.

Andrés Pelaccini: ¿O trae lonchera? ¿O trae lonchera?

Locutores: Risas.

María Queirolo: Lo malo es que después en esa lonchera se llevan algo.

En este fragmento, Andrés Pelaccini introduce un nuevo subtema a la conversación: la alimentación de la trabajadora remunerada del hogar, que califica como un “beneficio” (no obligado) hacia ellas al ser “gratuita”, y, por tanto, un acto de bondad por parte de los empleadores.

Después, Queirolo interviene mencionando que las trabajadoras remuneradas del hogar “te sacan” o “te llegan a sacar” actitudes como la expuesta por Pelaccini respecto a la alimentación. No obstante, a nivel semántico, la expresión “te sacan esa parte. Te la sacan, te la llegan a sacar”, podría también hacer referencia a que las trabajadoras remuneradas del hogar “te sacan”, “te llegan a sacar” la comida, problema ante el cual Pelaccini plantea: “le resto cincuenta dólares, listo y ya está”, “¿O trae lonchera?”. Ante esta propuesta, Queirolo menciona: “Lo malo es que después en esa lonchera se llevan algo”. Esta proposición planteada en plural y de manera indeterminada, acorde al contexto referencial en el que se ha indicado que “Te roban”, “Ellas te roban, ellas te demandan”, representa a las trabajadoras remuneradas del hogar como potenciales ladronas.

La conversación continúa con la intervención de Pelaccini, quien narra una experiencia personal en la que discutió con una trabajadora remunerada del hogar sobre la alimentación. Luego de señalarle que: “la comida es mía, la comida es para mi familia”, y preguntarle: “¿Va

a traer lonchera o le descuento? ¿Cómo hacemos?”. Pelaccini asegura que la trabajadora “No volvió más”, es decir, no aceptó el trabajo sin el “beneficio” de la comida “gratis”. Al final de su intervención menciona: “porque así son”, proposición que califica y generaliza a las trabajadoras remuneradas del hogar como personas que prefieren no trabajar, a que el empleador les quite el supuesto “beneficio” de la alimentación.

Finalmente, María Queirolo afirma: “Ah no, yo si llega quince minutos o veinte minutos tarde, día descontado. O mitad del día”, oración que señala las medidas que ella toma cuando su trabajadora llega tarde a la jornada laboral, acciones que no están contempladas en la ley, por lo que su frase constituye una apelación al incumplimiento de la misma.

Inmediatamente, los locutores tratan el tema de las mujeres que inventan supuestas agresiones físicas de parte de sus parejas, para poder conseguir réditos económicos o mandar detenidos a sus convivientes; en este sentido, Andrés Pelaccini pregunta: “¿Tú quieres meter preso a tu marido?” y se responde: “Ya te voy a decir cómo se mete preso a un hombre, clávate un puñete y di que te pegó, no necesitas fotos, no necesitas ¡nada! Clávate un puñete, clávate un puñete en la cara, anda y haz la de Laura, Laura en América, este hombre me ha pegado, no se diga más, orden de captura a ese hijo de su grandísima, y se va preso”. Insinuando que las mujeres utilizan las leyes para aprovecharse de los hombres y obtener réditos económicos, representando a las mujeres como aprovechadas y por contraposición a los hombres como inocentes.

Estas declaraciones tienen un vínculo con las enunciadas antes de que se empiece a abordar el tema de las empleadas domésticas, ya que se hace un ejercicio de diálogo en el que se ejemplifican las

formas en que las mujeres pueden sancionar e inclusive hacer que se detenga a un hombre, ya sea por pensiones alimenticias o situaciones de maltrato físico, mismas que son evaluadas disfóricamente, lo que evidencia la existencia de un discurso patriarcal y clasista que, por una parte, naturaliza la existencia de roles y clases y, por otra parte, banaliza un problema estructural como es la violencia hacia la mujer y el maltrato doméstico.

En síntesis, durante este contenido comunicacional se puede evidenciar los siguientes elementos:

Los discursos que conforman el contenido presuntamente discriminatorio transcurren a partir del tema general de las leyes sobre el trabajo doméstico hacia el tema particular de las trabajadoras remuneradas del hogar. En un inicio, los locutores manifiestan su postura ante las leyes en términos abstractos e impersonales. En un segundo momento, se remiten a casos de amigos para ejemplificar sus afirmaciones y su postura ante las leyes, generándose de manera implícita algunas representaciones sobre las trabajadoras remuneradas del hogar. Por último, mediante un ejercicio de parodia hacia este colectivo y la narración de experiencias personales, los locutores configuran, de manera explícita, sentidos y representaciones negativas sobre las trabajadoras remuneradas del hogar, quedando la crítica hacia las leyes en un segundo plano.

En cada una de estas etapas del discurso, se desarrolla una serie de ejercicios discursivos que cabe precisar. Inicialmente, los locutores manifiestan su postura ante las leyes. Mediante proposiciones compuestas, reiteradamente, por marcadores de obligación, expresiones hiperbólicas y en un tono de voz que connota autoridad y firmeza, el locutor Andrés Pelaccini expresa que la trabajadora remunerada del hogar “debería” ser considerada “una

aportadora especial”, es decir, no tener derecho a los décimos ni a la indemnización. Además, el empleador “debería” tener la posibilidad de despedirla “en cualquier momento”, “cuando le da la gana”. De esta manera, el locutor insta a una diferenciación de los derechos laborales entre las trabajadoras remuneradas del hogar y otros trabajadores (como en el caso de los que trabajan en un banco).

Los argumentos que sustentan esta postura giran en torno a la diferenciación de la “casa” y la “empresa” en su dimensión económica. Es decir, de acuerdo con Pelaccini, las trabajadoras remuneradas del hogar no deberían tener derecho a los décimos ni a la indemnización debido a que laboran en un espacio (casa) que no genera réditos económicos en sí misma. En este punto, cabe mencionar que, de acuerdo con las leyes nacionales e internacionales vigentes, los décimos y la indemnización constituyen derechos laborales que deben cumplirse para todos los trabajadores del país, independientemente de las características económicas del lugar de trabajo. Por tanto, el locutor Andrés Pelaccini insta a una diferenciación de los derechos laborales entre las trabajadoras remuneradas del hogar y otros trabajadores en base a un argumento que carece de sustento técnico y jurídico.

En la segunda parte del discurso, subyacen ideas en torno al trabajo doméstico, el espacio privado y los roles de género que, implícitamente, configuran representaciones sobre las trabajadoras remuneradas del hogar. En las frases “[Las familias] necesitan y han empleado a una persona para que les ayude con los quehaceres domésticos, para que la mamá pueda trabajar”, y “Yo, yo tengo un amigo (...) que tenía una empleada, y la esposa, que no debería, (...) está haciendo todo lo que hacía la empleada (...) porque tiene que quedarse en la casa para cocinar para los hijos, y la labor que ella hacía, el ingreso que ella

representaba ya no lo tiene”, subyacen imaginarios respecto a que los quehaceres domésticos son tareas propias de las mujeres, y que hay actividades que hacen las trabajadoras remuneradas del hogar que no *“deberían”* ser realizadas por “las esposas”. En esta última premisa, subyace, a su vez, la idea de que hay labores domésticas que son menos valoradas y que podrían ser denigrantes. Teniendo en cuenta que el contexto social y cultural ecuatoriano se encuentra formado bajo estructuras patriarcales históricas, estas ideas e imaginarios expresan ideologías sexistas y clasistas que han limitado o condicionado el reconocimiento de los derechos laborales a las trabajadoras remuneradas del hogar.

Entre tanto, las expresiones: *“la man [la trabajadora remunerada del hogar] “ay es que despido intempestivo, ay es que me tocaron, ay no sé qué no sé cuánt”*”, *“la una [trabajadora] me comenzó a demandar, la otra me puso no sé qué, la otra”* y *“el apellido de ella [de su trabajadora remunerada del hogar] es Conforme. Yo le decía: Inconforme, porque era una inconformidad, todos los días me salía con cualquier cosa”*, recrean, en su conjunto, una isotopía del reclamo de derechos por parte de las trabajadoras remuneradas del hogar, la que es valorada disfóricamente. En ella se representa a las trabajadoras remuneradas del hogar como personas que demandan constantemente a sus empleadores, cuyo trabajo es considerado inferior al que estos realizan.

En la tercera y última parte del discurso, se desarrolla una serie de referencias hacia las trabajadoras remuneradas del hogar, de manera explícita y directa. Reiteradamente, Andrés Pelaccini parodia a las trabajadoras remuneradas del hogar en dos actos discursivos en particular: reclamando sus derechos y advirtiendo que han vulnerado sus derechos. El tono de su voz al realizar la parodia y las risas que

produce cada una de estas frases, configuran un sentido de burla hacia este colectivo, particularmente respecto a las situaciones en las que reclaman sus derechos o cuando éstos han sido vulnerados. En el marco general del contenido, estas parodias no solo ridiculizan públicamente a las trabajadoras mencionadas sino que además, gracias a ese recurso, el locutor refuerza y legitima estereotipos negativos sobre ellas. Además, en una ocasión, Pelaccini utiliza el nombre “Alicia María” para referirse al personaje imitado. Es importante tener en cuenta que el nombre “María” constituye una de las denominaciones peyorativas, y de trasfondo racista, que se han utilizado para referirse a las trabajadoras remuneradas del hogar.

Por otro lado, la locutora María Queirolo narra una experiencia personal mediante un acto discursivo que denota mayor capital social y un ejercicio de superioridad y poder por parte de ella sobre su trabajadora remunerada del hogar. En un contexto sociocultural marcado por relaciones de poder entre empleadores y trabajadoras remuneradas del hogar, este tipo de discursos podrían reforzar prácticas de amedrentamiento y control hacia las trabajadoras remuneradas del hogar.

Además, en reiteradas ocasiones, los locutores Andrés Pelaccini y María Queirolo al referirse a las trabajadoras remuneradas del hogar expresan frases como: *“Te roban. Te roban”*, *“Ellas te roban, ellas te demandan”*, *“Lo malo es que después en esa lonchera se llevan algo”*, fijando en su conjunto y de manera general la representación disfórica de las trabajadoras remuneradas del hogar como potenciales ladronas. Estas referencias a nivel textual concuerdan con el estereotipo configurado sociocultural e históricamente en nuestra sociedad que representa, precisamente, a las trabajadoras remuneradas del hogar como potenciales ladronas.

Teniendo en cuenta los anteriores elementos expuestos, se puede concluir que el contenido comunicacional analizado denota un proceso de distinción hacia las trabajadoras remuneradas del hogar por razones de la intersección sexo y condición laboral.

Estas representaciones reflejan las estructuras de poder existentes en la sociedad, lo que sumado a la intersección de factores de discriminación que muchas mujeres enfrentan, constituyen *“otras barreras para el disfrute de sus derechos humanos debido a factores tales como su raza, idioma, origen étnico, cultura, religión, incapacidades o clase socioeconómica o debido a que son indígenas, migrantes, incluidas las trabajadoras migrantes, desplazadas o refugiadas”* (ONU Mujeres, 1995). También, *“las mujeres pueden encontrarse en situación desventajosa y marginadas por falta de conocimientos generales y por el no reconocimiento de sus derechos humanos, así como por los obstáculos que encuentran para tener acceso a la información y a los mecanismos de recurso en caso de que se violen sus derechos”* (ONU Mujeres, 1995).

4.4.6 Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas en Medios de Comunicación Social

Si partimos del hecho de que la representación es *“la producción de sentido de los conceptos en nuestras mentes mediante el lenguaje”* (Hall, 1997: 4), podríamos afirmar que la representación de las mujeres indígenas en el Ecuador tiene varios momentos de construcción histórica que han dado vida a diversos sentidos.

Según Enrique Ayala Mora podemos evidenciar que, desde la naciente República, la idea de nación ecuatoriana fue concebida como una sola cultura uniforme, es decir, monocultural, lo cual mantuvo en

condiciones de hegemonía y servidumbre a hombres y mujeres de la población indígena (Ayala, 2014). Posteriormente a esta construcción, debido a la imposibilidad de negar la existencia y diversidad cultural de los pueblos y nacionalidades, *“se pensó que todo el mundo debía tratar de aproximarse al estereotipo de ‘lo ecuatoriano’ e ‘integrarse’ a la sociedad dominante”* (Ayala, 2014:12), manteniendo la ideología racial que permitió *“uniformar las costumbres, lengua y formas de organización social de todos los ecuatorianos”* (Ayala, 2014:9). Es decir, se invisibilizó a los pueblos y nacionalidades y con ellos las diferentes características identitarias de mujeres y hombres.

Por consiguiente, y de acuerdo con la literatura existente sobre la representación de las mujeres indígenas ecuatorianas en medios de comunicación, históricamente, *“el sector dominante blanco-mestizo ha construido imagerías³⁵⁷ sobre las diferencias étnico - raciales, en las que los indígenas han sido representados como sujetos ahistóricos, anclados en la reproducción de prácticas ‘ancestrales’, reminiscencias de un pasado ‘mítico’ y ‘remoto’”* (Pequeño, 2007: 11).

En este contexto, los levantamientos indígenas del Ecuador de la década de los noventa pusieron un énfasis especial en el reconocimiento de la pluriculturalidad³⁵⁸ como bandera de lucha.

357 Se entenderá como imagería a las representaciones sociales, mediáticas y culturales que se han configurado en torno a las mujeres indígenas. Estas representaciones han generado imaginarios sociales que históricamente han configurado un deber ser de las mujeres indígenas adscrito a roles subalternos, cultural y socialmente (De la Cadena, 1994; Pequeño, 2007). Un imaginario social se define como *“un conjunto de valores, instituciones, leyes, símbolos y mitos comunes a un grupo social más o menos concreto y, en parte, a su correspondiente sociedad”* (Saint, 2010: 433).

358 La pluriculturalidad se entenderá como la convivencia armónica y las interrelaciones entre distintos pueblos y nacionalidades indígenas, afros, montubios, blanco-mestizos, etc., dentro del territorio nacional.

Estas acciones de valoración identitaria desde los propios indígenas, han implicado que:

El monólogo iconográfico del S. XIX y aún el ventriloquismo liberal del S. XX, estén siendo reemplazados por un discurso dialógico entre culturas autónomas y una cultura nacional que todavía se debate en la paradoja de la homogeneización igualitaria y democrática, y la exclusión que heredó de la colonia (Muratorio, 1994: 20).

Cabe mencionar que se entiende por monólogo iconográfico a la imagen o representación tradicional y hegemónica que se ha elaborado, en este caso de las mujeres indígenas, por parte de la sociedad blanca-mestiza dominante (De la Cadena, 1991; Muratorio, 1994). Asimismo, se entiende por ventriloquismo liberal a la forma de representar y hacer hablar a las poblaciones indígenas de parte del Estado, con el fin de que a través de este ejercicio de ventriloquía, el sector indígena se adapte al proyecto nacional blanco mestizo y lo acoja como propio (Guerrero, 2010). Finalmente, se entiende por cultura autónoma a los diversos pueblos y nacionalidades indígenas del país, y como cultura dominante a la cultura de la sociedad blanco-mestiza ecuatoriana.

En este contexto, fue en la década del 2000 cuando se evidenciaron tres acontecimientos sociales y políticos que pusieron en el debate, desde distintas ópticas, el tema de la identidad nacional. Uno fue el V Censo de Población realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, cuya finalidad fue, entre otras, la de *“producir información estadística que posibilite el estudio y la comprensión de una realidad latente, la existencia de una población perteneciente a los distintos pueblos y nacionalidades indígenas en el Ecuador. Estudio que se*

*lo adelantó con una variable novedosa, la autoidentificación”*³⁵⁹ (INEC, 2006). El segundo hito fue *“el nombramiento, en el año 2003 de los líderes indígenas Nina Pacari y Luis Macas como Ministros de Estado; y, finalmente, el concurso Internacional de Belleza Miss Universo - Ecuador 2004. Eventos en los que la sociedad dominante y el Estado, propusieron una imagen de nación y de incorporación de ‘lo indígena’”*³⁶⁰ (Pequeño, 2007: 13).

Estas acciones se configuraron como una ruptura en las concepciones *“blancas, urbanas y elitistas de la nación”*, elaboradas históricamente, y se constituyeron en *“una fractura en los imaginarios nacionales”* (Radcliff & Westwood, 1999: 21), lo cual permitió un diálogo al interior de la sociedad que trascendió al ámbito político y que supuso la construcción de *“nuevos tipos de representación de la identidad nacional y las diferencias étnico-raciales que alberga”* (Pequeño, 2007: 12).

Dentro de este contexto, se puede evidenciar que respecto a las representaciones de las mujeres indígenas, *“la imaginería les asigna el rol de reproductoras biológico-culturales de su grupo”* (Pequeño, 2007: 19). También se ha encontrado que estos imaginarios han ligado a las mujeres indígenas con el universo de las tradiciones rurales, caracterizándolas por la conservación de hábitos como el

359 Autoidentificación es la manera como una persona se define a sí misma a partir de la experiencia personal, social, y cultural. De acuerdo con Apolo Espinoza, la autoidentificación se la podría entender como *“el sentimiento de pertenencia e identificación de individuos con la colectividad”* (Espinoza, 1995: 199).

360 Andrea Pequeño, en su libro *“Imágenes en disputa, representación de mujeres indígenas ecuatorianas”*, realiza un recorrido de las imágenes sobre mujeres indígenas producidas entre 1999 y 2004 que fueron publicadas en un diario de circulación nacional desde las cuales establece algunas características de los procesos de representación (Pequeño, 2007: 23).

idioma kichwa, la vestimenta, las labores de manutención de los hijos, etc. De tal manera, su imagen *“aparece con mayor frecuencia manipulada, en muchas ocasiones como carente de historicidad y, por consiguiente, estancada en el tiempo”* (Pequeño, 2007: 17).

Representaciones que han construido un modo indigenizado a través del cual las élites representan a las mujeres indígenas que *“apelaría mayoritariamente a la mujer como emblema de las colectividades y logotipo turístico de coloridas diferencias étnico-raciales al interior de la nación”* (Pequeño, 2007: 11). Lo que expone una concepción folklorizada³⁶¹ de concebir a la mujer indígena.

Al respecto, es necesario señalar que mientras a las mujeres indígenas, acorde a una característica socio “ cultural de lo femenino que las considera reproductoras (desde el ámbito biológico y/o cultural) de su grupo, se les impone que deben preservar la cultura; a los hombres indígenas, por el contrario, al haber experimentado mayor movilidad social, mantienen su posición de ser los destinatarios del capital social al acceder a la educación, aprender el idioma castellano, acceder a espacios urbanos, etc. (De la Cadena, 1991). Elementos que, según Andrea Pequeño, harían percibir como *“más indígenas”* a las mujeres que a los hombres, *“no tanto por su ubicación social y económica, sino por una característica cultural que se basa en una tendencia adscrita al género femenino y que se centra principalmente en la capacidad asignada de preservar la cultura”* (2007: 19).

³⁶¹ *“La folklorización, instalada en el sistema de relaciones intersubjetivas, es un dispositivo que activa la enajenación de las representaciones y las prácticas desconectándolas de sus historias y procesos locales, produciendo su fragmentación, su discriminación y la selección de algunas, muy pocas, para ‘envolverlas’ con otra estética hasta convertirlas en mercancía”* (Romero, 2016: 18-19).

Por consiguiente, se evidencian dos intersecciones iniciales que inciden en la concepción y la representación de las mujeres indígenas: ser mujer y ser indígena, con lo que se le adscribe, además, ciertas representaciones relacionadas con el género, como las que se han señalado anteriormente en el marco teórico y en la referencia histórica de la mujer.

Si bien esta normativización de la representación femenina indígena se ha plasmado en periódicos, textos escolares, e inclusive documentos e imágenes generadas desde organismos indígenas, en la actualidad, se han generado procesos de autorepresentación que están contrastando con la representación tradicional.

El poder de la representación

En este apartado se realiza un recuento de las distintas representaciones de las mujeres indígenas en medios de comunicación social del Ecuador, a partir del análisis realizado al respecto, por diversos autores.

Los siguientes contenidos analizados están basados en textos e imágenes que fueron difundidos a través de dos medios de comunicación impresos de circulación diaria: El Comercio de la ciudad de Quito, y El Universo de la ciudad de Guayaquil, entre 1999 y 2004.

Muñeca Barbie vestida con ropa de la cultura otavaleña

Una de las referencias encontradas es la publicación de una imagen publicitaria elaborada por una empresa de cosméticos, difundida el primero de enero del 2004 en el diario El Comercio, bajo el slogan: *“Celebramos que la belleza ecuatoriana sea universal”*. La misma que muestra la imagen de la muñeca Barbie, con rasgos notoriamente blancos, vestida con indumentaria que representaría a la mujer

otavaleña y que fue elaborada a propósito del concurso Miss Universo realizado en el Ecuador en ese año (El Comercio, 01/01/2004).

Imagen Nro. 1119



Muñeca Barbie vestida con ropa de la cultura otavaleña

Sobre esta imagen, se puede señalar que se presenta a una Barbie, de tez blanca y facciones occidentales, vestida con ropa característica de los otavaleños, un grupo étnico del Ecuador, cuyas características faciales y físicas, poco o nada tienen que ver con las de un rostro indígena.

Si se toma en cuenta que la muñeca Barbie *“se ha convertido en una referencia de belleza para niñas de todas las edades”*³⁶²,

362 De acuerdo con Pamela Uchôa-Craveiro: *“puede ser vista como un estereotipo de belleza que las chicas quieren seguir, llevadas a creer que si son como Barbie serán más felices”* (2011: 4).

constituyéndose desde su surgimiento, después de la segunda Guerra mundial, en *“uno de los juguetes más populares [que] desde el momento de su creación, se convirtió en un ícono cultural”*, también es *“el primer juguete globalizado (...), un símbolo de la belleza, de la juventud y del éxito, adorada por niños y adultos en todo el mundo”* (Uchôa-Craveiro, 2011: 5). En este contexto, la muñeca Barbie establece parámetros de belleza aceptados globalmente (Brown, 2004).

Ahora bien, considerando que esta imagen surge bajo el slogan: *“Celebramos que la belleza ecuatoriana sea universal”*, se identifica que esta publicación es un claro intento de representar e incorporar la diversidad cultural del país a un discurso global. No obstante, se presenta básicamente la misma Barbie, con una capa de pintura distinta, cabello de otro color y vestimenta de un grupo indígena de la sierra del Ecuador. Es decir, se utiliza su mismo molde original, conservando sus facciones establecidas culturalmente y reconocidas globalmente, y su estilización característica.

Este tipo de representación se adscribe al modelo histórico de una sociedad dominante, en el sentido de que esta imagen *“como estrategia publicitaria, activa patrones tradicionales de representación, tanto para las mujeres como para los indígenas”* (Goetschel et al., 2007: 107).

Esta forma de representación *“constituye un intento de un grupo determinado, en este caso hegemónico, de tratar de incorporar y apropiarse de lo otro, de lo distinto, pero sin aceptar realmente las diferencias, sino incorporándolo según sus propios parámetros, es decir, transformándolo”* (Brown, 2004: 6).

Representación de la mujer indígena en mapas territoriales

El análisis contempla dos mapas territoriales³⁶³ publicados por El Comercio: el Mapa Etnográfico y Productivo del 8 de marzo del 2000; y, el Mapa de Nacionalidades del Ecuador del 20 de mayo del 2001, los que se elaboraron sobre la base de los resultados del Censo Poblacional del Ecuador en 2001, el cual, por primera vez, incluyó la variable de autoidentificación étnica³⁶⁴.

Es importante resaltar que se debe tomar en cuenta el punto de enunciación desde el cual se emite una información, en este caso, “acerca del ‘otro indígena’ distinto al sujeto emisor y canal de estas representaciones” (Pequeño, 2007: 23), lo que puede determinar diversos sentidos y significados de los contenidos señalados anteriormente.

En este contexto, respecto a los mapas territoriales, el *Mapa Etnográfico y Productivo* fue publicado como parte del artículo titulado: “Pueblos sin cifras oficiales”, denominación que coloca a las diferentes culturas indígenas del Ecuador, denotativamente, como conjuntos de personas carentes de datos reconocidos o autorizados. El título *Mapa Etnográfico y Productivo*, hace referencia a un gráfico del territorio ecuatoriano, que presenta una descripción de las actividades productivas agrícolas que realizan cada uno de los pueblos y nacionalidades indígenas. No obstante, la determinación del titular de “*etnográfico*”, implica que debería presentar un estudio descriptivo de las costumbres y tradiciones de los pueblos, situación que no contempla, como se puede apreciar a continuación:

363 En relación al censo poblacional del año 2001.

364 El análisis parte del hecho de que las imágenes públicas difundidas por diversos periódicos “*pueden ser leídas como un mensaje*” (Barthes, 1986), “*un espectáculo del otro*” (Berger 1975).

Imagen Nro. 120



Mapa Etnográfico y Productivo publicado por el Comercio, el 8 de marzo del 2000

La publicación es una infografía donde se aprecia el mapa del territorio del Ecuador, identificando la ubicación de pueblos y nacionalidades indígenas del país por colores y asignando el color blanco a provincias y territorios donde no habría presencia indígena. En el contorno del mapa se aprecia imágenes de personas que representarían a los diversos pueblos y nacionalidades indígenas, y junto a ellas, reseñas de los productos agrícolas producidos y consumidos por cada población. Dentro de los pueblos y nacionalidades kichwas se coloca a los Panzaleo, Puruhá, Otavalos, Saraguros, Cañaris, Warankas y Chibuleos, representados en su mayoría con rostros de mujeres.

Este mapa da realce a la actividad agrícola productiva de los pueblos y nacionalidades, dejando en segundo plano su riqueza cultural, sus tradiciones y costumbres. Según Andrea Pequeño (2007), entre el título: *“Mapa etnográfico y productivo del Ecuador”* y la gráfica de este mapa territorial, existe un vínculo establecido que refleja una relación directa entre pertenencia étnica y el rol de producción agrícola, asignado tradicionalmente a los pueblos indígenas.

En este mapa aparecen los rostros de las personas que representan a los diversos pueblos y nacionalidades, de ellos cabe resaltar que siete son de mujeres y uno de una niña. Al igual que en los rostros masculinos, en los de las mujeres resaltan marcadores étnicos identitarios como el uso del sombrero, además, las imágenes de las mujeres en el mapa resaltan su cabello y las joyas que utilizan como parte de su vestimenta típica.

Si se toma en cuenta que *“el ser humano se apropia de la cultura y de sus símbolos para construir su aparato cognitivo y mental”*, y que *“nuestra identidad se va formando a partir de elementos que recogemos del medio ambiente y de la cultura”* (Brown, 2004: 6), este tipo de información, que asocia a los pueblos y nacionalidades

con un único rol: el de producción agrícola adjudicada a su zona de pertenencia, y que no refleja su historia, tradiciones y costumbres, no ayuda a visibilizar su riqueza cultural sino que los representa como meros encargados de la producción agrícola.

La siguiente infografía analizada es el *Mapa de Nacionalidades* que fue publicado junto al artículo *“Los quichuas y sus distintos rostros en el país”*. Tanto la imagen como el texto forman parte de un proyecto turístico-informativo que el diario El Comercio realizó sobre las diversas nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador.

Imagen Nro. 121



Mapa de Nacionalidades del Ecuador publicado por El Comercio, el 20 de mayo del 2001

En esta ilustración se aprecia nuevamente el mapa del Ecuador, y por colores se identifica la ubicación de los diferentes pueblos y

nacionalidades indígenas del país. Alrededor del mapa se aprecian imágenes de los diferentes pueblos y nacionalidades que conforman “Los Kichwas”, con la vestimenta tradicional de cada uno de ellos. En el margen derecho se referencia a otros pueblos y nacionalidades, aparecen en la parte superior una familia perteneciente al pueblo Awa, ubicado en la provincia de Esmeraldas; debajo de ellos un Siona perteneciente a la región amazónica, y por último, en la parte inferior, un grupo de Tsáchilas, pertenecientes a la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Cabe mencionar que esta infografía ilustra a los distintos pueblos kichwas de la sierra ecuatoriana mediante figuras femeninas, los cuerpos de mujeres indígenas. Así, *“ellas son el recurso para ilustrar identidades colectivas y para establecer fronteras étnicas y raciales, y consecuentes lugares al interior de la nación”* (Goetschel et al. 2007: 96), cumpliendo con su rol de reproductoras culturales de su grupo. Además, debido a que del total de pueblos y nacionalidades representados por mujeres, 13 en total, se observa que siete aparecen junto a niñas o niños, presumiblemente sus hijos. Además, estas mujeres se encuentran hilando, danzando y tejiendo. Es decir, este mapa, por un lado, muestra a las mujeres indígenas vinculadas a labores como la manutención de los hijos, y por otro, también las relaciona con la actividad productiva agrícola, la producción de textiles y las danzas tradicionales.

Por consiguiente, esta ilustración de los pueblos y nacionalidades a través de la presentación de mujeres de diversos pueblos y nacionalidades, transforman a la mujer en una especie de logotipo turístico del país, pues sus cuerpos y trajes, repercuten en una representación que las *“(...) convierte en símbolos de una cultura tradicional-rural arcaizada y que al escencializarlas las transforma en*

un ícono pictórico y estático” (Pequeño, 2007: 45). Es decir, este tipo de representación folcloriza a los pueblos y nacionalidades.

El utilizar en los mapas estos recursos ilustrativos [y textuales] da cuenta de cómo la mujer indígena está destinada a ejecutar su tarea social, la que en su caso específico implica no solo ser reproductora biológica y cultural de su etnia. Es su cuerpo y el vestuario que porta, la marca de las diferencias culturales (...) y también el emblema de su rol de reproductora (Pequeño, 2007: 45).

En este sentido, es necesario señalar que otra de las representaciones que estos mapas generan es la feminización del territorio, ya que la visión tradicional concibe a la nación como mujer, como una madre. Así, *“la utilización de las mujeres indígenas como guardianas y reproductoras pasivas de la colectividad (...) constituye una racialización y feminización de la geografía nacional”* (Pequeño, 2007: 60).

Esto ha significado que se asigne a las mujeres *“roles de guardianas y reproductoras de lo existente”* que pasan a ser *“cuerpos comunitarios vinculados al espacio rural”* (Goetschel et al., 2007: 117). Representación que, además de asignarles a las mujeres indígenas roles de guardianas y reproductoras, de desprenderles de su independencia para volverlas colectivas, las ubica en un espacio específico, el rural, con la carga negativa que este espacio conlleva (Muratorio, 1994).

La forma fronteriza de representación que se elabora en ambos mapas, el primero con la exposición de los rostros indígenas, y el segundo resaltando su vestimenta y las labores a las que se adscribe a la mujer indígena, reafirma la tesis de Stuart Hall, de que en este tipo de representación existe un doble proceso identitario en el que se marca la pertenencia territorial y étnica para los distintos grupos

de la nación (1997). De tal manera, las dos infografías “(...) ordenan territorialmente el caos de la diferencia y con ello normativizan una imagen de la población y el territorio. En virtud de ello, pueden ser leídos como un rito de organización étnico-racial y espacial de la nación” (Pequeño, 2007: 40).

Otra de las formas de representación de las mujeres indígenas es la de “las reinas indígenas” y posteriormente la de “las lideresas indígenas”. A continuación se analizan dos concursos de belleza indígena: *Sumak Warmi* del 2003 e *Inty Ñusta* del 2004, mismos que recibieron cobertura, en relación con el evento de Miss Universo Ecuador 2004, tanto por parte del Comercio como del Universo.

Concursos de belleza indígena

Es importante mencionar que uno de los eventos que causo conmoción en el Ecuador en el 2004 fue el certamen “Miss Universo”³⁶⁵, que por primera vez se realizó en el país y que permitió visibilizar algunos conflictos relacionados con la representación de la mujer indígena en medios de comunicación. “En esa ocasión, las imágenes del país iban a ser transmitidas a una audiencia de millones de televidentes en el mundo” (Moreno, 2007: 84), por lo que se puso en marcha diversas estrategias comunicativas para promocionar al país internacionalmente³⁶⁶. De tal manera, “el discurso oficial ecuatoriano remarcó el tema de la identidad nacional desde la óptica neoliberal, desde el deseo y la necesidad de posicionarse en el mercado global” (Pequeño, 2004: 115).

365 “los concursos de belleza son espectáculos en los cuales el cuerpo femenino se convierte en un operador simbólico para ideologías y proyectos políticos más amplios” (Moreno, 2007: 82).

366 Según Radhika Paraneswaran (2001), ganar la sede del concurso había sido una estrategia del gobierno para promocionar al Ecuador y renegociar su posición marginal en el orden económico global.

Según María Moreno (2007), paralelamente, los medios de comunicación establecieron en sus agendas diversas temáticas que recalcan la importancia de mostrar lo mejor del Ecuador al mundo. “Los discursos de las autoridades públicas trataron de obtener consenso a través de la idea de la calidez de los y las anfitrionas, la belleza de los paisajes y la rica tradición cultural de la nación” (Moreno, 2007: 84).

El evento causó que las ciudades que recibían la visita oficial de las candidatas sean arregladas y pintadas, de igual manera el Estado debió realizar altas inversiones en la adecuación y construcción de edificaciones en las ciudades sedes. Dichas acciones fueron rechazadas por las mujeres indígenas “mientras al mismo tiempo el gobierno se hacía de oídos sordos ante las necesidades urgentes de una población masivamente empobrecida” (Moreno, 2007: 85). Esto implicó que en Ecuador se expresen algunas representaciones sociales e imágenes de la nación ecuatoriana, pues en este concurso se hizo aún más evidente la relación entre el orden racial/espacial y lo transnacional (Moreno, 2007: 84). En esta coyuntura, los periódicos *El Comercio* y *El Universo*, aparte del certamen internacional mencionado, cubrieron dos concursos de belleza indígena que se realizaron en la sierra ecuatoriana: el *Sumak Warmi*³⁶⁷, realizado en el 2003, y el *Inty Ñusta*³⁶⁸, realizado en el 2004.

Respecto al *Sumak Warmi*, fue un concurso organizado por la administración provincial de Chimborazo, en el que participaron concursantes de diversas comunidades de la provincia³⁶⁹. Sobre este

367 Mujer Bella.

368 Princesa del Sol.

369 Acorde a lo publicado por *El Universo* el 27 de marzo de 2003, las participantes fueron de: Atapo, Cacha, Calpi, Colta, Columbe, Chambo, Galte, Guano, Licto, Muyucancha, Puruhay y Tiquizambi.

evento el diario El Universo dedicó pequeñas notas periodísticas acompañadas de fotografías.

En la primera nota se observa a las trece concursantes en una foto en blanco y negro dentro de un auditorio, las candidatas lucen sus atuendos tradicionales y detrás de ellas se aprecia la imagen de Monseñor Leonidas Proaño, personaje considerado como un cura defensor de los indígenas.

Imagen Nro. 122



Imagen publicada por El Universo, el 27 de marzo del 2003

El titular de la nota: *“Riobamba elegirá reina indígena”*, enfatiza el carácter étnico del concurso. En el cuerpo de la noticia se establece que el evento se realiza en homenaje al Mushuk Nina, que en la

cosmovisión andina es el inicio del nuevo año andino³⁷⁰. Renglones más abajo se señala que *“se elegirá a la primera Reina Indígena de Chimborazo”*, lo que constituye un hito histórico para la provincia. Al respecto Mark Roger afirma que este tipo de eventos pueden ser usados por los grupos indígenas para cuestionar las ideologías locales y nacionales sobre la superioridad blanco mestiza (1999). Es decir, estos concursos no estarían interesados en la belleza de la misma manera que los eventos mass-mediáticos (Moreno, 2007: 87).

De igual manera, el artículo realiza una referencia superficial a la cosmovisión y filosofía indígena, así como también nombra a las participantes y a los pueblos y nacionalidades a los que ellas pertenecen.

El 30 de marzo de 2003, diario El universo publica la segunda nota que consiste en un artículo de mayor extensión que el anterior. La nota periodística se acompaña de una fotografía de las participantes que alcanzaron los tres primeros lugares: *“María Guamán, Señorita Nuevo Año; Miranda Cepeda, Señorita Flor Hermosa; y Diana Tene, Reina Indígena”*, mismas que visten trajes tradicionales de su cultura. Además, se incluye un pie de foto donde se establece los nombres de las tres ganadoras.

370 Al respecto, María Moreno (2007) señala que en algunos concursos locales o regionales de belleza en poblaciones con componentes mestizos e indígenas, tanto los concursos de belleza mestizos como los indígenas forman parte de las festividades religiosas y civiles, lo que explica la coyuntura que apuntaló la realización del evento.

Imagen Nro. 123



Imagen publicada por El Universo, el 31 de marzo del 2003

El titular: *“Diana Angélica Tene, elegida reina indígena de Chimborazo en una ceremonia masiva”* establece el nombre de la ganadora del certamen y califica al evento como *“una ceremonia masiva”*, frase que indica la participación de una gran cantidad de personas en el evento.

Esta nota describe el concurso de belleza, combinando textos en castellano y en kichwa, con las palabras mencionadas por el presentador Efraín Daquilema³⁷¹: *“Alli tuta mashikuna”*³⁷², el tiempo que tomó la elección, el número de asistentes *“2500 nativos”*,

371 Autoridad provincial de Chimborazo.

372 Buenas noches amigos.

la secuencia y el desarrollo del evento, la preparación de las concursantes, los nombres de las ganadoras y el pueblo o nacionalidad a la que pertenecen, finalizando con la descripción de los productos con los cuales las participantes se alimentaron: *“máchica, sopas de quínoa, cebada, papas y otros productos”* (El Universo, 30/03/2003)

Además, el texto menciona: *“Diana Angélica Tene, de la parroquia Cacha (Riobamba), de 17 años y estudiante de cuarto año de secundaria, fue elegida reina indígena y coronada con símbolos reales autóctonos: sombrero (corona), bayeta (capa) y tupu (cetro)”* (El Universo, 31/03/2003). Es decir, tanto en el texto como en la imagen se aprecian elementos identitarios de las mujeres indígenas: su vestimenta tradicional, su cabello largo, el uso del sombrero, elemento simbólico indígena que reemplazaría a la tiara o corona de los reinados blancos-mestizos, etc.

Al respecto, María Moreno (2007) establece que mientras que en los concursos de belleza mestizos las participantes se visten como mujeres indígenas en el segmento de traje típico, en los concursos indígenas las participantes se visten y bailan en las versiones más tradicionales de sus propios vestidos, es decir, se evidencia el esquema impuesto para la sociedad indígena, en el que la mujer es responsable de conservar las tradiciones y su cultura.

Llama la atención que en esta nota exista una referencia hacia los asistentes al evento como *“nativos”*, término que posee una carga colonial, acorde con el discurso que relaciona a lo indígena con lo salvaje, como aquel que necesita de la civilización para salir de su atraso (Botero, 2001; Wade, 2007; Muratorio, 1994). Es decir, el escribir *“2500 nativos”* en lugar de indígenas, o asistentes, connotativamente asigna a los indígenas esta representación de salvajes o no civilizados.

Debido al constante énfasis en los elementos que componen la vestimenta de las mujeres, misma que las vincula “*potencialmente al rol de reproductoras biológicas y culturales de su comunidad*”, y “*a ser las custodias de la cultura y tradiciones de su pueblo*”, se generó una representación que “*adscribe a las mujeres indígenas, y sus actividades, al ámbito privado-reproductivo*” (Pequeño, 2007: 80).

De igual manera, diario El Comercio publicó una nota periodística sobre el evento, el 31 de marzo de 2003, con el titular: “*4 comunas y dos cantones eligieron a su Reina India*”. En su publicación, este medio hace referencia a hechos suscitados en el concurso: “*lanzaron gallinas vivas y tortillas de maíz al público que las aplaudía*” (El Comercio, 31/03/2003).

Esta forma de mostrar el evento gira en torno a la ruralidad asignada a las participantes, así como también al grupo étnico al que representan, circunscribiéndolas con ello nuevamente al espacio rural, y “*al espacio doméstico-comunitario(...)*”. Representación que espectaculariza los eventos indígenas y los diferencia de los blanco-mestizos, asignándoles una representación de ruralidad relacionada con lo no civilizado y folclorizando sus tradiciones y costumbres.

Por otra parte, al cubrir solamente eventos de participación femenina, y no otros eventos de los diferentes pueblos y nacionalidades en los que participen hombres y mujeres o solamente hombres, se da nuevamente una especie de “*feminización en la representación de las nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador*” (Pequeño, 2007: 80).

En lo referente al certamen de la Inty Ñusta, que se desarrolló en la localidad de Chibuleo, provincia de Tungurahua, como uno de los eventos del Encuentro Internacional de Danza Indígena, mismo que convocó a países como Bolivia, México, Perú, Canadá y Estados

Unidos, el diario El Comercio, en la cobertura de este evento, el día 22 de julio de 2004, publicó una nota con el título: “*Los pueblos indígenas de América en Chibuleo*”:

Imagen Nro. 124



Artículo publicado por el diario El Comercio, el 22 de julio de 2004

La nota empieza informando que durante tres días se realizará en Chibuleo el Festival Internacional de Danza Indígena, así como también el concurso de la Inty Ñusta, en el que *“las 16 princesas del Inti del Ecuador, competirán por la nominación”, y “participarán en un ritual en el cerro Carihuairazo”*. Luego, se enuncia que además del evento de belleza se pondrá en escena la performance de grupos de danza provenientes de localidades de Imbabura, Tungurahua y Cotopaxi; por último se señala que los Yachaks o curanderos atenderán a los participantes del evento y se referencia a las fundaciones que permitieron hacer posible este festival.

En lo referente a la representación de las mujeres, se señala que 16 de las participantes concursarán por la corona y que además serán parte de un ritual en el cerro Carihuairazo. Esta forma de referenciarlas las vincula con elementos rituales andinos que son parte de su cultura, proporcionando una vez más un énfasis en el papel identitario que como Ñustas se considera deben exhibir y conservar³⁷³.

Cabe resaltar que a diferencia del evento anterior, los nombres de las candidatas a Inty Ñustas nunca aparecen en los textos de las notas periodísticas. Esto, de acuerdo con Andrea Pequeño, *“se constituye como una especie de invisibilización”*, debido a que a diferencia de la nota de El Universo, en este artículo se invisibiliza la identidad tanto de las participantes como de las Ñustas recientemente embestidas (2007:82).

373 Respecto a este evento, en el marco del Concurso Internacional de Belleza Miss Universo, (...) el diario El Comercio, publicó una nota periodística destinada a dar a conocer la elección de la Reina Indígena de Ecuador: *“Este mes se elegirá a la Miss Ecuador indígena”* (El Comercio, 07/07/2004), *“el título de la crónica así como la naturaleza de la convocatoria, refieren directamente al certamen Miss Universo”* (Pequeño, 2007: 81).

De igual manera, en la cobertura del evento, a pesar de que las concursantes fueron todas participantes nacionales, debido al objetivo del concurso, que giraba en torno a la promoción turística del Ecuador, los textos enfatizaron en el carácter internacional del evento. El establecer y destacar que el evento sea internacional podría tener dos propósitos: situarlo en el espacio público como un evento de mucha importancia para la región y como un evento que muestra las diversas representaciones de la mujer indígena de las diferentes culturas indígenas de los países invitados. En este sentido, se representó a la mujer indígena como un ser pictórico y exótico debido a que *“los atuendos, así como el paraje (...) sugieren un espacio onírico, mítico y a-histórico, fuera de lo real cotidiano”* (Pequeño, 2007: 86).

Cabe mencionar que en los dos medios que cubrieron los concursos de belleza indígena, se identifica que existe una similitud en la representación respecto a la vestimenta que, según María Moreno (2007), es el elemento más importante para constituir el ideal de ser auténtica mujer en las poblaciones indígenas, es decir, la vestimenta se constituye como un elemento de *“indianidad”*. Así, su ropa se transforma en *“un demarcador explícito de pertenencia étnica racial, y, consecuentemente, social”*, esta forma de representarlas, al mismo tiempo, constituye una forma de *“rescatar un pasado indígena glorioso y, consecuentemente, legitimar una historia remota y digna para los blanco-mestizos del Ecuador”* (Goetschel et al., 2007: 104).

De tal manera, *“el llamado a la autenticidad no hace uso de las experiencias cotidianas de las mujeres indígenas, sino más bien de un ideal del ser mujer indígena que toma elementos de identidades atemporales. El esfuerzo para recuperar una tradición única vuelve objetos a los cuerpos y prácticas de las mujeres”* (Moreno, 2007: 89).

Representantes indígenas

Otra representación de las mujeres indígenas en medios surge a partir de un hecho social, político e histórico: la designación como Ministra de Relaciones Exteriores de la lideresa indígena Nina Pacari³⁷⁴ y de Luis Macas³⁷⁵, como Ministro de Agricultura por parte del gobierno de Lucio Gutiérrez.

A partir de esta designación, el diario El Comercio publicó un artículo que se tituló: *“La Nina y el Patrón Luis”*, en el que se lee el siguiente enunciado: *“¡Quién lo diría!, Nina Pacari dará órdenes a los perfumados de la cancillería (...). La Nina mientras tanto, ordenó que las indígenas que pasaban cafés en la Cancillería dejen inmediatamente todos esos menesteres”* (El Comercio, 03/01/2003).

A nivel textual, el enunciado señala: *“¡Quién lo diría!, Nina Pacari dará órdenes a los perfumados de la cancillería”*, frase que implica un ejercicio de asombro, incredulidad y conmoción por el hecho de que una mujer indígena, tras la designación gubernamental, será la persona que en su calidad de Ministra ordene a los tradicionales funcionarios blanco-mestizos de la Cancillería.

El enunciado: *“La Nina mientras tanto, ordenó que las indígenas que pasaban cafés en la Cancillería dejen inmediatamente todos esos menesteres”*, por una parte implica una manera informal y no diplomática de dirigirse a una Ministra de Estado, nombrándola como *“La Nina”*, una manera de referirse a las personas en ámbitos

374 Nina Pacari es una lideresa indígena e intelectual nacida en Cotacachi provincia de Imbabura. Fue de las primeras mujeres indígenas en obtener un título universitario en jurisprudencia, participó activamente en los movimientos indígenas del 90 y 99, así como también formó parte de las y los líderes indígenas que conformaron la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE).

375 Luis Macas es un líder indígena, intelectual, político ecuatoriano de la nacionalidad kichwa nacido en Saraguro, provincia de Loja.

de cercanía y/o confianza. Por otra parte, si se toma en cuenta que el objetivo de la decisión tomada por la Ministra, implica un reconocimiento de las mujeres indígenas que trabajaban en la Cancillería, a quienes a través de la historia social y culturalmente se les ha asignado roles domésticos, entre ellos los de servicio, la manera en que el medio describe esta orden, deslegitima lexicalmente la decisión de la Ministra.

Además, esta forma de enunciar a la lideresa indígena y el lenguaje utilizado en el encabezado que titula el artículo, *“apelan a las relaciones de poder propias del sistema de hacienda vigente en Ecuador hasta 1963”*, así la ex Ministra Nina Pacari fue representada de una manera peyorativa como *“La Nina”*, pues *“este modo de nominarla lleva la carga implícita de la indígena doméstica y, como tal, la desplaza y circunscribe en la subordinación. Así, la sorpresa frente al ascenso del poder institucional y, de manera especial, la referencia peyorativa a la nueva Canciller de Ecuador, reiteran la representación de los indígenas como sujetos subalternos”* (Pequeño, 2007: 104).

Sobre la designación de Nina Pacari y Luis Macas como ministros de Estado, Andrea Pequeño señala que el discurso representacional mediático de este suceso, tiene una correlación visual con dos caricatura elaboradas por El Comercio, la primera titulada: *“El último Alarido de la Moda”*, que muestra a un indígena bajo de estatura vistiéndose y observándose frente a un espejo; y, la segunda caricatura, publicada en el marco de la Asamblea de 1937-1938, cuando un grupo de indígenas demandó al Estado, a través de una carta, el reconocimiento de Luis Felipe Huara Duchicela XVI³⁷⁶ como representante de los indígenas en el Congreso Nacional.

376 Supuesto descendiente de la nobleza Shiry e Inca.

Imagen Nro. 125



La primera imagen presenta a un indígena que viste “un sombrero alargado que recuerda a los elegantes sombreros de copa, un poncho que se ha transformado en una suerte de capa terminada en puntas a modo de frac, y el uso de zapatos que le quedan grandes” (Pequeño, 2007: 105), junto a la frase: “el último alarido de la moda”, elementos que remiten a la importancia de los cargos públicos que ambos ministros asumieron (Nina Pacari y Luís Macas), lo que se grafica en el vestuario del indígena de la imagen. Esta forma de representarlo sugiere que la vestimenta, así como los zapatos que el indígena usa, no le son propios y por ello le quedan grandes. Lo que connota la idea de que “su presencia en cargos político-públicos y en el poder no es lo propiamente suyo, es interesante que se hable de un alarido y no de un grito. En este contexto, claramente el uso de este término connota una animalidad” (Pequeño, 2007: 105).

Imagen Nro. 126



En la segunda imagen se presenta al real Duchicela claramente disminuido en estatura, frente a un alto congresista vestido impecablemente con un frac, quien al mismo tiempo se encuentra sirviendo un “locro constitucional”. Esta forma de representar “caracteriza a Duchicela como un indio miserable y por ello minimiza su naturaleza y función política” (Prieto, 2004: 130). Cabe mencionar que si bien esta imagen no hace referencia a la designación de los Ministros indígenas en 2003, cobra importancia debido a que evidencia una continuidad en la representación del indígena.

Esta correlación gráfica de las dos caricaturas denota la idea hegemónica respecto a que los roles subalternos de los indígenas no deberían modificarse, en ese sentido se configura un ejercicio de burla frente a la designación de indígenas en cargos públicos. En este contexto y retomando el tema de la ex Ministra Nina Pacari:

Era común a la gente escuchar decir: Nina Pacari va a trabajar en el Ministerio de Relaciones Exteriores ¿será puertas adentro o afuera?, mofándose de su condición de mujer indígena y tratando de subrayar irónicamente que las indígenas mujeres no pueden llegar más allá de ser empleadas domésticas. Esta es una forma de desmerecer y menospreciar su capacidad por ser mujer e indígena (Santillán, 2009: 154).

En síntesis, la representación de la mujer indígena que se ha realizado en medios de comunicación, en torno a hechos como la imagen de la barbie otavaleña, los mapas territoriales, los concursos de belleza indígenas y la designación de la lideresa indígena Nina Pacari, han adscrito a la mujer indígena al rol tradicional de guardiana/custodia y reproductora biológica y cultural de la comunidad, responsable de la manutención de los hijos y de las labores de producción agrícola o doméstica, ubicándola espacialmente en el ámbito de la ruralidad, además de que con fines turísticos, se la representa como un ser pictórico, ahistórico y exótico, folklorizándola y resaltando elementos identitarios y culturales como su vestimenta, su alimentación, su cabello largo, entre otros. En relación a los hombres indígenas se considera que las mujeres son percibidas como *“más indias”*, no tanto por su ubicación social y económica, sino por una característica cultural que se basa en una tendencia adscrita al género femenino, lo que evidencia que además de las representaciones asignadas a ellas por su condición de indígenas, también representaciones vinculadas con el género, mismas que han sido construidas históricamente.

A pesar de ello, las mujeres indígenas no han sido totalmente pasivas y receptivas a las formas en que se las ha representado, al punto en que ellas mismas han producido una ruptura, resignificando las formas de representarlas y proporcionándoles un matiz identitario reivindicativo.

Las mujeres indígenas no serían sujetos pasivos de esta representación. Muchos de los discursos de lideresas se surten de imágenes de las que son objetos, erigiendo desde aquí modos de acción político-social y revalidaciones de su presencia. (...) Esta serie de apelaciones no es, por consiguiente, la mera aceptación de las representaciones y las funciones comunitarias que les han sido asignadas por otros, sino una estrategia discursiva que valida y reivindica su lugar al interior del colectivo y del movimiento (Prieto, et al., 2005: 152).

Así por ejemplo, acciones como el despliegue de la vestimenta tradicional, el énfasis en su cabello, así como otros marcadores identitarios entre lideresas indígenas, Ñustas y mujeres indígenas en general, *“no sería solo un acto de la reproducción mecánica de las prácticas culturales de su pueblo, sino la puesta en escena de una conciencia y orgullo indio”* (Pequeño, 2007: 10), este desplazamiento discursivo así como también esta apropiación y resignificación de la forma en que se las ha representado *“resemantiza positivamente un rasgo identificador de identidad, desvalorizado por la cultura dominante en tanto concebido como signo de retraso”* (Pequeño, 2007: 10). Por consiguiente, es necesario expresar que la sociedad ecuatoriana y específicamente las mujeres deben *“estar pendientes de cómo las construcciones de feminidad que nos apelan pueden estar propiciando procesos que refuerzan exclusiones basadas en raza y etnicidad”* (Moreno, 2007: 90).

Al respecto, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing reconoce que las mujeres hacen frente a barreras que dificultan su plena igualdad y su progreso, y, teniendo en cuenta la necesidad de asegurar el pleno respeto de los derechos humanos de las mujeres indígenas, se insta en la necesidad de contar con *“programas que*

permitan la plena participación de mujeres indígenas, en los que se respete su diversidad cultural” (ONU Mujeres, 1995).

Finalmente, es preciso subrayar que la representación de las mujeres indígenas en los medios de comunicación es un tema que necesita ser investigado y analizado con mayor amplitud, por lo que se establece la necesidad de construir más material académico que dé cuenta de las características y particularidades sobre dicha temática, lo que ayudará a entender el fenómeno y establecer nuevos procesos de construcción que no violenten ni vulneren los derechos.

4.5 Conclusiones

En el presente apartado sobre las representaciones y estereotipos hacia las mujeres, difundidos en medios de comunicación social (radio, prensa y televisión) del país, en formatos como crónica roja, *reality show*, comedia de situación, entretenimiento, informativos o de opinión, se evidencia la reiteración de las siguientes representaciones:

- La mujer valorada exclusivamente por su belleza y figura física, apreciada desde cánones estéticos hegemónicos: mujer alta, delgada, rubia, joven; propugnando el modelo de belleza occidental, desconociendo o invisibilizando la diversidad de las mujeres ecuatorianas, su capacidad intelectual y personalidad.
- La mujer como un cuerpo-objeto: tanto de deseo o satisfacción sexual (erotizada y sexualizada, al servicio o placer y disfrute de quien la mira), de consumo (a libre disposición), o de adorno (en un afiche o como aplicación de un teléfono móvil).
- La mala mujer, lujuriosa y propensa al apetito sexual, que provoca sexualmente exhibiendo su cuerpo, que es interesada, capaz de

mantener relaciones sexuales a cambio de beneficios, chantajista, manipuladora, desagradecida, chismosa, entrometida, vaga y sin oficio.

- La mujer falta de capacidad intelectual (sin cerebro) y sentido común (sin capacidad de raciocinio), tonta, superficial, que requiere de condiciones específicas para desarrollar sus capacidades.
- La mujer ama de casa, que ejerce los roles tradicionales asignados al género femenino: “cocinar”, “barrer”, “limpiar vidrios”, “meter la ropa en la lavadora”, “planchar”, etc.
- La mujer pasiva, romántica e inmadura, a la espera de la llegada de un amor, obediente y subordinada, ingenua, incauta, distraída y confiada, incapaz de defender sus preferencias, incapaz de conducir adecuadamente.
- La mujer dramática, irracional, alterada, inquieta, nerviosa, incapaz de controlar sus actitudes y emociones.
- La mujer madura, conservadora, amargada, carente de hermosura, se relaciona con la “vejez” o la “fealdad”.
- La mujer víctima, hiper-violentada, como ser débil o mártir, que es “culpable” o “responsable” de abusos infringidos hacia ella (ser engañada o violentada), que admiten malos tratos y se pega a éstos.

Por otra parte, la representación de los personajes masculinos es como activos sexualmente, promiscuos, racionales, sensatos, capaces intelectualmente y moralmente, bandidos, comprensivos, sabios, serenos, con autoridad para aconsejar, ilustrados, controlados,

amables, sensatos; acorde al imaginario intelectual aceptado socialmente respecto a la supuesta capacidad intelectual y social “innata” en los hombres. Además, sus actitudes, ademanes y expresiones los configuran como seres de amplio apetito sexual, acorde con el imaginario comportamental socialmente aceptado respecto al “debe ser” de la masculinidad, características de valoración positiva.

La presencia de discursos diferenciales hacia las mujeres, de acuerdo con las características antes mencionadas, constituyen representaciones negativas y estereotipadas de la población femenina, elementos que refuerzan la ideología patriarcal y configuran un discurso de carácter sexista, que históricamente ha valorado al hombre y su performatividad en función de su sexo, en desmedro de lo femenino y sus roles (dominio masculino y la correspondiente sumisión femenina³⁷⁷).

Estos discursos, tanto denotativa como connotativamente, expresan una visión sexista y heteronormada que difunde estereotipos de género (mujer débil de sentimientos / hombre racional), puesto que expresan una visión androcéntrica al adjudicar supuestas cualidades (estereotipos) femeninas como la belleza, la delicadeza, la pasividad, el romanticismo, la falta de capacidad intelectual, la falta de sentido común, superficialidad, entre otras, a las mujeres; así como cualidades masculinas relacionadas con la fuerza, la racionalidad, el vigor, la actividad, la sensatez, entre otras, a los hombres. También se manifiestan roles de género (*“las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones”*), se asigna prevalentemente el espacio privado a las mujeres (actividad y espacio considerado inferior y denigrante)

377 Y hacia la población con orientación sexual diversa a través del predominio de la visión heterosexual.

y el público a los hombres (actividad y espacio considerado superior y dominante), se reproduce la mirada masculinizada del “deber ser” de los sexos, socializando una visión sesgada de las mujeres³⁷⁸, difundiendo como “normales” formas estereotipadas de percibir las, desde una visión androcéntrica.

En este sentido, se evidencia un tipo de ideología sexista que impone una carga valorativa negativa a las mujeres por fuera de los estándares de feminidad socializada y naturalizada desde una concepción androcéntrica y heteronormada, que da cuenta de las relaciones de poder que se tejen entre hombres y mujeres dentro de una sociedad patriarcal. De esta manera es importante tener en cuenta que:

El derecho fundamental a la libertad de expresión tiene claramente determinadas las limitaciones frente al uso inadecuado de información, expresiones o palabras que vulneren, agraven y ofendan la condición humana; los medios de comunicación deben garantizar estándares mínimos de respeto por los derechos humanos. Por lo tanto, los mensajes que contengan una carga sexista, estarían fuera del ámbito de la expresión protegida, tomando en cuenta la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer, en el que todos los Estados partes se comprometen a tomar acciones apropiadas para cambiar los patrones socioculturales de hombres y mujeres con la finalidad de alcanzar la eliminación de prácticas que denoten inferioridad o superioridad de sexo en función a estereotipos (Gómez, 2016: 134).

De igual forma, tal como lo señala Daniel Sánchez, no debemos

378 No en su condición de mujer como una totalidad.

olvidar que *“los medios de comunicación no son la causa en sí misma del [sexismo o del] racismo pero sí contribuyen a normalizarlo, institucionalizarlo y preservarlo mediante la difusión de estereotipos, manteniendo los prejuicios y un imaginario social negativo sobre determinadas personas o grupos de personas que pueden traducirse en acciones o conductas discriminatorias contra ellos”* (2010: 125), en este sentido es fundamental tener en cuenta que:

El periodismo y los medios de comunicación son un reflejo de la cultura social y también reproducen prejuicios, estereotipos y estigmas. Por eso es tan importante que participen en la promoción de la igualdad y el combate hacia todas las formas de discriminación, violencia, machismo, misoginia y homofobia, situaciones absolutamente inaceptables, que a menudo se asumen como circunstancias que inevitablemente vivimos en el país. Los medios pueden ser un motor de cambios culturales, no sólo difundiendo o

visibilizando los efectos de la discriminación, sino también teniendo mucho cuidado en la forma y en el manejo de la información³⁷⁹ (Conapred, 2011: 11).

De esta manera, los medios de comunicación pueden jugar un papel importante en la transformación de estos parámetros culturales hegemónicos a través de la difusión de contenidos comunicacionales que contengan un enfoque de género y de protección de los derechos humanos.

379 Es muy importante tener en cuenta que *“los prejuicios sexistas “también los raciales, religiosos, sociales y culturales- que los medios de comunicación transmiten en el lenguaje son el reflejo del papel social que se ha atribuido a las mujeres durante generaciones. Así pues, el lenguaje tiene una dimensión conservadora, con una gran carga tradicional. A pesar de esto, por su estrecha relación con el pensamiento, puede cambiar gracias a la acción educativa y cultural y, de esta manera, influir positivamente en el comportamiento humano y en nuestra percepción de la realidad”* (Bach et al, 2010: 115).

5. RECOMENDACIONES PARA UNA PUBLICIDAD Y UNA COMUNICACIÓN QUE NO DISCRIMINEN A LAS MUJERES

5. RECOMENDACIONES PARA UNA PUBLICIDAD Y UNA COMUNICACIÓN QUE NO DISCRIMINEN A LAS MUJERES

En el siguiente apartado presentamos una recopilación de recomendaciones útiles para evitar que persistan estereotipos y roles de género tradicionales en las representaciones que se hacen sobre las mujeres en publicidad y en medios de comunicación (radio, prensa y televisión). Aspiramos con este acercamiento facilitar la participación activa de los trabajadores y propietarios de los medios de comunicación, en la construcción de una sociedad más equitativa, justa, cohesionada, respetuosa de la dignidad de las personas y de los derechos humanos. De igual forma, queremos aportar a generar líneas de reflexión para una lectura crítica de medios e incentivar la creación de publicidades y contenidos comunicacionales que desafíen los estereotipos de género a través de la creatividad e innovación.

En este sentido es fundamental reconocer la importante capacidad de los medios de comunicación para informar y educar a la población acerca de las causas y efectos de la discriminación y la violencia hacia las mujeres, así como para promover tanto el debate público sobre estos temas como para promover diversos tipos de representaciones que permitan generar patrones culturales orientados a la equidad entre hombres y mujeres.

A continuación presentamos las recomendaciones para una comunicación incluyente y no discriminatoria:

- Incluir la perspectiva de las mujeres, su participación, planteamiento de necesidades y retos en los contenidos de la publicidad y de los medios de comunicación.
- Propiciar que las mujeres participen en la toma de decisiones y en la producción de contenidos en las empresas publicitarias y en los medios de comunicación.
- Brindar espacios de participación a la mujer en el tratamiento de las noticias y en la generación de información de las mismas.
- Apoyar a los medios de comunicación y las agencias de publicidad para que visibilicen a las mujeres triunfadoras, en donde se resalten sus aportes en la historia, la ciencia, la economía y la sociedad, se visibilice lo que han hecho más allá de su cuerpo o su imagen.
- Desde un enfoque de igualdad, mostrar a la mujer en la misma situación de derechos que los hombres y representar su imagen sin patrones discriminatorios. Reconocer la igualdad de derechos y oportunidades de todas las personas y colectivos, sin discriminación alguna.
- Evitar promover modelos que consoliden pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros. Por ejemplo, los anuncios

publicitarios y contenidos comunicacionales que, de forma explícita e implícita, perpetúan roles fijados históricamente para mujeres y hombres. De igual forma, evitar relacionar a las mujeres únicamente con el espacio privado y a los hombres con el ámbito público³⁸⁰. Se recomienda considerar que los grandes cambios experimentados por las mujeres en las sociedades democráticas han de tener correlación en los medios de comunicación, ofreciendo la diversidad de actividades y roles que las mujeres desarrollan actualmente.

- Evitar mostrar las labores domésticas y de cuidado como roles exclusivos de las mujeres. Y visualizar a los hombres en el cuidado de los hijos y del hogar, siendo esta una labor compartida. Se recomienda difundir información sobre la economía del cuidado y promover la corresponsabilidad en esta actividad.
- No presentar el cuerpo femenino siendo objeto, ni únicamente con un valor añadido a los atributos de un determinado producto. Este es el caso de anuncios publicitarios o contenidos comunicacionales que utilizan el cuerpo de la mujer, en su totalidad o en ciertas partes del mismo, mostrándo solamente piernas, caderas, busto, abdomen o boca para erotizarlos y mercantilizarlos. Esto ocasiona que el cuerpo pase a ser objeto junto con el producto que se pretende publicitar. Su uso busca atraer la atención de su potencial clientela, reforzando con ello

380 Por ejemplo, representar sistemáticamente a hombres y mujeres desempeñando exclusivamente roles asignados socialmente a ellos: el hombre arreglando el auto, la mujer cocinando; el hombre mirando televisión, la mujer cuidando los niños. Ubicar constantemente a hombres y mujeres en espacios exclusivos: el hombre en la oficina y la mujer en la casa. De igual manera, representar sistemáticamente a hombres y mujeres acorde a estereotipos de género: el hombre fuerte, la mujer débil, el hombre racional, la mujer emocional e irracional.

un imaginario sobre las mujeres como objeto sexual- erótico, de quienes no importa, ni se destacan otra cualidades, fortalezas, atributos, más allá de su apariencia física³⁸¹.

- Evitar presentar el cuerpo como un espacio de imperfecciones que hay que corregir. Este es el caso de varios anuncios publicitarios y contenidos comunicacionales que resaltan los cambios experimentados por los cuerpos de las mujeres debido a la edad, tratando de posicionar la idea de que estos son “problemas” que precisan ocultar y/o corregir.
- Abstenerse de fijar estándares únicos de belleza, sin enfatizar o sobrevalorarlos. Tampoco promoverlos como sinónimos de éxito o requisitos para alcanzarlo³⁸². Suelen reflejarse en anuncios publicitarios y contenidos que limitan los objetivos vitales de las mujeres, adecuándolos a patrones estéticos y de belleza, los que en ocasiones afectan la salud física y psíquica de mujeres adultas y adolescentes. No visibilizar a las mujeres sólo por su estética o características físicas.
- Evitar mostrar el cuerpo de la mujer o del hombre exclusivamente como reclamo publicitario u objeto de gratificación por la compra de un producto.
- Evitar difundir anuncios que sitúen a las mujeres en una posición de inferioridad, dependencia y déficit. Por ejemplo, en el caso de anuncios publicitarios que las presentan asociadas a la idea de personas incompletas, necesitadas de la presencia masculina.

381 Es muy importante evitar objetualizar a las personas, fragmentarlas y deshumanizarlas.

382 Como en los casos en los que se difunde, exalta y utiliza exclusiva y reiteradamente modelos hegemónicos de belleza, por ejemplo: mujer alta, delgada, rubia, joven.

Esto ocasiona que prevalezca la idea de que la mujer por sí sola no puede realizar determinadas actividades o alcanzar el éxito. De igual forma, anuncios que las muestren dependientes, en cualquier aspecto, incluido el económico, anulando su libertad y su capacidad de respuesta y de elección.

- Se recomienda que, en general, se valore la presencia de personas con diversas características físicas, étnicas, etarias y socioeconómicas para representar al conjunto de mujeres que existen en la sociedad ecuatoriana. Esto permite construir otros modelos de referencia para la juventud que amplíen el campo de la representación y reconozcan las diversas pautas de comportamiento, actitudes y valores³⁸³.
- No utilizar un lenguaje que excluya a las mujeres, que dificulte su identificación o que las asocie a valoraciones peyorativas. Es decir, anuncios publicitarios que en su mensaje usen un lenguaje estereotipado, discriminatorio y parcial. Esto imponen barreras arbitrarias e injustas en el desarrollo profesional y colectivo de las mujeres. No posicionar la idea de que los hombres son los únicos representantes del género humano.
- Evitar mensajes que nieguen los deseos y las voluntades de las mujeres y muestren este hecho como “natural”. Este es el caso de comerciales en los que ellas responden a los deseos de las personas de su entorno familiar (hijos e hijas, el marido, el padre, la madre...) por encima de sus deseos y sus objetivos de vida.

³⁸³ Al igual que existen diferentes formas de ser mujer o ser hombre, el reto planteado es que la comunicación de cuenta de esa diversidad, referir mujeres y hombres de diferentes edades, etnias, niveles socioculturales, lo que implica salir de las visiones encasilladas a la que nos llevan los estereotipos y en contraste enriquecer el debate social.

- No promover ni identificar comportamientos emocionales e incontrolables ligándolos a un comportamiento propio de las mujeres. Por ejemplo, en el caso de anuncios publicitarios o contenidos comunicacionales que las muestren movidas por caprichos, faltas de juicio en sus reacciones y comportamientos.
- Evitar la indagación y mención del estado civil de las mujeres o referencias de parentesco en las entrevistas, puesto que no es relevante para ejercer sus derechos ni comunicar sus perspectivas.
- Promover un manejo contextualizado y con explicaciones detalladas sobre la discriminación y la violencia de género (causas “ efectos / fenómenos estructurales), tanto en la producción de noticias como en la generación de contenidos comunicacionales. Se recomienda incluir datos estadísticos oficiales, información de investigaciones especializadas e invitar a expertas, expertos, autoridades públicas, representantes de la sociedad civil, activistas, entre otros, para que contextualicen la problemática y fundamenten una diversidad de criterios sobre el tema.
- Promover la eliminación de patrones de conducta generadores de discriminación y/o violencia hacia las mujeres difundidos en medios de comunicación. No justificar la violencia o la discriminación, ni utilizarlas para la espectacularización. Se recomienda explicar el significado del “feminicidio”, con la finalidad de que la sociedad comprenda que este delito es resultado de la violencia de género en extremo y se profundice la información sobre los ciclos de violencias para su prevención.
- Incluir en los criterios de producción de publicidades y contenidos comunicacionales elementos relacionados con: el respeto y la observancia de los derechos de las personas, los colectivos y de los grupos de atención prioritaria.

- Capacitar a directivos y equipos de producción de contenidos de los medios sobre el enfoque de igualdad y derechos humanos.
- En la producción de comedias y contenidos de entretenimiento, hacer uso del humor sin inferiorizar, humillar o denigrar a las personas por ninguna condición.
- Evitar hacer uso de lenguaje inferiorizante, peyorativo, estereotipado, estigmatizante o prejuiciado hacia las mujeres. No desvalorizar lo femenino o inferiorizarlo.

Para informar sobre las mujeres que viven en contextos de conflicto armado y alrededor de temas relacionados con la violencia sexual utilizada como arma de guerra, la esclavitud doméstica, el reclutamiento forzado con fines sexuales, el aborto forzado o la imposición de conductas, es necesario considerar las especificidades de estos fenómenos para evitar reproducir y profundizar estigmas o representaciones discriminatorias. Debido a los riesgos específicos a los que se enfrentan estas mujeres, requieren de una protección especial por parte del Estado y de los medios de comunicación.

En este contexto, la perspectiva de género se orienta a transversalizar, en todos los temas, la búsqueda de la equidad en el enfoque

comunicativo, esto implica romper con la división, a veces invisible, que se hace entre secciones “duras” y “blandas” dentro de la agenda de los medios. Por ejemplo, en los casos de secciones de política o economía, consideradas de mayor importancia, frente a secciones dedicadas a consejos del hogar, belleza, familia, en las que aparecen visiones o recomendaciones direccionadas hacia mujeres o apelando al lado femenino. Asimismo, en la selección de fuentes, protagonistas y productores en las que en su gran mayoría se incorporan visiones masculinas.

Otra consideración para comunicar con enfoque de género involucra preguntarse de qué manera afecta tal o cual situación a hombres y mujeres, sin direccionar el contenido hacia visiones únicas e intentar no quedarse con acontecimientos aislados, sino dar seguimiento a los temas, promover el debate y alternativas diversas a las problemáticas. Al igual que existen diferentes formas de ser mujer o ser hombre. El reto planteado es que la comunicación de cuenta de esa diversidad; referir mujeres y hombres de diferentes edades, etnias, niveles socioculturales; lo que implica salir de las visiones encasilladas a la que nos llevan los estereotipos y en contraste enriquecer el debate social.

6. INSTRUMENTOS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LAS MUJERES

6. INSTRUMENTOS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LAS MUJERES

A continuación se presenta un apartado informativo sobre diversos instrumentos de protección de los derechos humanos de las mujeres. Si bien el proceso de materialización de los mismos no termina con su formalización, cabe contemplar que el reconocimiento jurídico de éstos es producto de luchas históricas y constituye una de las vías para hacerlos exigibles, a través de garantías normativas “*relativas al reconocimiento del derecho a escala nacional e internacional*” o jurisdiccionales, que suponen “*la posibilidad de reclamación ante los tribunales*” (Saura, 2011: 4), tanto a nivel interno -por medio del derecho constitucional, penal, laboral, administrativo de cada país-, como a nivel internacional, a través del Sistema Universal o mediante los sistemas regionales de derechos humanos.

En virtud de lo expuesto, este capítulo pretende ser un espacio de consulta para el conocimiento de varias normativas y mecanismos dispuestos en caso de violación o posibles vulneraciones que llegaren a obstaculizar el disfrute y el ejercicio efectivo de las libertades y los derechos fundamentales de las mujeres, sin embargo:

La losa de los estereotipos, la falta de libertad, la negación de la igualdad de oportunidades, la exclusión de la vida política, la falta de acceso a la educación, la exposición a la violencia social y familiar, etc., a lo largo de la historia son constantes que gravitan sobre las mujeres. En muchos casos, estas agresiones o discriminaciones se han desarrollado bajo el cobijo de las leyes vigentes, y casi siempre bajo la justificación de las “costumbres

sociales”, alentadas por las distintas sociedades patriarcales. Para las jerarquías dominantes, civiles o religiosas, el papel subordinado de la mujer no se ha puesto en duda durante siglos; lo que ahora valoramos como atentados contra los derechos de las mujeres, históricamente, no han sido considerados como tales: no se podía vulnerar el derecho de alguien que, precisamente por el hecho de ser mujer, “no tenía derechos” (Amnistía Internacional, 2009: 57).

En este sentido, si bien existe un amplio marco para la promoción y la protección de los derechos humanos,³⁸⁴ en general, también se han desarrollado cuerpos jurídicos específicos para la protección de los derechos de las mujeres, los cuales se presentarán a continuación.

384 La característica fundamental de los derechos humanos es que son: universales, porque les pertenecen a todos los seres humanos por el mero hecho de serlo; Inalienables, no se pueden enajenar, es decir, nadie puede ser despojado de ellos; Irrenunciables, son intransferibles y nadie más que el titular puede valerse de ellos; Imprescriptibles, para toda la vida, no existe “fecha de caducidad”; Indivisibles, implica que ningún derecho puede disfrutarse a costa de otro derecho porque estos funcionan de manera interdependiente (Amnistía Internacional, 2009: 79).

6.1 Principales Instrumentos de Protección de Derechos a nivel nacional

El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social. Como parte especializada en el cuidado de los intereses de un pueblo, su accionar y poder están supeditados a la Constitución, cuyo eje central gira entorno a los derechos instituidos, es decir, su más alto sentido es respetar y hacer respetar los derechos humanos dentro de un régimen de desarrollo, que asimismo reconoce los derechos a la naturaleza. Concordante con la Constitución, dentro del ámbito nacional, se encuentran otras normas activadas para hacer exigible el efectivo goce y ejercicio de derechos. Unas están inscritas en el sistema jurídico, por ejemplo: la Ley de Violencia Contra la Mujer y la Familia, Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, el Código Orgánico Integral Penal; la Ley Orgánica de Comunicación, entre otras. También existen aquellas circunscritas a las políticas públicas, como es el caso de la Agenda Nacional de Mujeres y de la Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI 2018 - 2021. A continuación, presentaremos un extracto de los instrumentos orientados a la protección de los derechos de las mujeres en el país.

6.1.1 Constitución de 2008

En esta normativa, todos los derechos tienen una doble dimensión: la colectiva y la individual, es decir, son derechos fundamentales, no subjetivos. Esto implica que la forma de su ejercicio puede ser a través de una intervención individual o como parte de un colectivo, esto conlleva que cualquier persona o grupo de personas

pueden proponer acciones constitucionales. De esta manera, Miguel Carbonell sostiene, *“el primer requisito para poder aplicar una Constitución es conocerla; estar al tanto de su contenido, sus significados, su alcance”* (2012: 15).

La Constitución del Ecuador reconoce que todas las personas son iguales y gozan de los mismos derechos, deberes y oportunidades, en virtud de lo cual se establece que nadie podrá ser discriminado por razones de sexo, identidad de género, orientación sexual, entre otras; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tengan por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. Se señala que de ser el caso, la ley, basada en los derechos garantizados en la Constitución y en los Instrumentos Internacionales, deberá sancionar esta conducta (Constitución 2008, Art. 11, numeral 2). Adicionalmente, en el campo de la comunicación e información se prohíbe la publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el sexismo³⁸⁵ y la toxicomanía³⁸⁶ y toda aquella que atente contra los derechos de las personas (Constitución 2008, Art. 19).

Se promulga una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado, alrededor de lo cual el Estado se compromete a adoptar las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad (Constitución 2008, Art. 66, literal b). El derecho de todos y todas a una vida libre de violencia se encuentra

385 *“Discriminación de las personas por razón de sexo”* (DRAE, 2017).

386 *“Hábito patológico de intoxicarse con sustancias que procuran sensaciones agradables o que suprimen el dolor”* (DRAE, 2017).

interrelacionado con el derecho a la integridad personal que incluye la integridad física, sexual, psíquica y moral.

Además, el marco jurídico nacional establece, dentro del capítulo sobre Derechos de Protección, una disposición que eleva la violencia intrafamiliar de categoría penal a delito:

La ley establecerá procedimientos especiales y expeditos para el juzgamiento y sanción de los delitos de violencia intrafamiliar, sexual, crímenes de odio y los que se cometan contra niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas con discapacidad, adultas mayores y personas que, por sus particularidades, requieren una mayor protección. Se nombrarán fiscales y defensoras o defensores especializados para el tratamiento de estas causas, de acuerdo con la ley (Constitución 2008, Art. 81).

En este régimen constitucional, se considera como grupos de atención prioritaria a:

Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos (Constitución 2008, Art. 35).

La norma establece que el Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad y promueve el respeto a las mujeres en situación de movilidad humana, las niñas, los niños, los adolescentes, las mujeres embarazadas, las madres con hijas o hijos menores, así como las personas con

discapacidad, quienes deberán recibir asistencia humanitaria preferente y especializada.

Por su parte, el Art. 65, correspondiente a los derechos de participación, contempla el deber del Estado de promover la representación paritaria de mujeres y hombres en cargos públicos, en instancias de dirección y decisión y en los partidos y movimientos políticos. Asimismo, se define la responsabilidad del Estado para formular y ejecutar políticas apropiadas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, para lo cual se determina, como mecanismo especializado de acción transversal, la incorporación del enfoque de género en los planes y programas que se lleven a cabo en el sector público (Constitución 2008, Art. 70).

Concordante con este aspecto, el artículo 108 garantiza la alternabilidad, rendición de cuentas y conformación paritaria de las directivas entre hombres y mujeres. En este ámbito, se estipula que la representatividad política debe apoyarse en los principios de equidad, paridad y alternabilidad entre mujeres y hombres. Lo mismo se estipula dentro del campo judicial (Art. 176). Se establece además, que debe propenderse a que en varias instancias públicas, las mujeres participen en igualdad de condiciones, que los concursos y las designaciones de cargos se hagan siguiendo el principio de paridad. El artículo 171, en cambio, ampara el derecho de las mujeres a participar de las decisiones que lleven a cabo las comunidades, los pueblos y las nacionalidades.

Por otra parte, se establece igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres en la toma de decisiones y en la administración dentro de la sociedad conyugal (Constitución 2008, Art.324).

Se dispone también que el Estado tienen la responsabilidad de velar por las formas de trabajo y retribución, en virtud de lo que se debe garantizar la igualdad de acceso de las mujeres al empleo, formación y promoción laboral y profesional, el derecho a un trabajo autónomo y a una remuneración equitativa. Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o cualquier acto de violencia que afecte a las mujeres en el trabajo (Constitución, 2008, Art. 331).

Concordante con el derecho al trabajo, se estipula que el Estado tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de una serie de parámetros a tomar en cuenta, como la eliminación de riesgos laborales que afecten la salud reproductiva; el acceso y estabilidad en el empleo sin limitaciones por casusas de embarazo, número de hijos e hijas, la garantía sobre el cumplimiento de derechos de maternidad, lactancia y de licencia de paternidad.

El derecho al trabajo también establece la prohibición del despido de una mujer trabajadora en condición de gestación y maternidad, así como la discriminación vinculada con los roles reproductivos (Constitución 2008, Art. 332).

En el artículo 333 se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado que se efectúa en el hogar y se establece que la seguridad social deberá ser extendida de forma progresiva a las personas que tengan a cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar. De manera paralela, se insta a la reciprocidad del trabajo doméstico entre hombres y mujeres, como obligaciones familiares que deben ser realizadas de forma conjunta, en coresponsabilidad.

Existe también una sección de democratización de los factores de producción asociados al trabajo, en donde se establece la obligación del Estado de desarrollar políticas específicas para erradicar la

discriminación y la desigualdad hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción (Constitución 2008, Art. 332).

En cuanto a derechos sexuales y reproductivos, se dispone que el Estado será responsable de asegurar acciones y servicios en estos ámbitos para así garantizar la salud integral y la vida de las mujeres, con especial atención durante los periodos de embarazo, parto y postparto (Constitución 2008, Art. 363. Num. 6).

En cuanto a hábitat y vivienda, el Estado tiene a su cargo el deber de garantizar el derecho al hábitat y a la vivienda digna, en virtud de lo cual deberá desarrollar planes y programas de financiamiento para estos fines, considerados además de interés social. Los mecanismos de financiamiento se establecerán a través de distintas instituciones que atiendan las necesidades de las personas de escasos recursos económicos y mujeres jefas de hogar (Constitución 2008, Art. 375. Num. 5).

6.1.2 Ley de Violencia contra la Mujer y la Familia

Esta normativa nace gracias al trabajo conjunto de mujeres de sectores populares, amas de casa, mujeres profesionales y organizaciones que se unieron para exigir una ley que las ampare frente a la violencia doméstica. Así, *“tiene por objeto proteger la integridad física, psíquica y la libertad sexual de la mujer y los miembros de su familia, mediante la prevención y la sanción de la violencia intrafamiliar y los demás atentados contra sus derechos y los de su familia”* (Congreso Nacional y el Plenario de las Comisiones, 2014, Art. 1).

En su cuerpo legal se señala quiénes son considerados miembros del núcleo familiar, es decir, se establecen los sujetos de derechos y las obligaciones para su aplicación.

Tipifica que “*se considera violencia intrafamiliar toda acción u omisión que consista en maltrato físico, psicológico o sexual, ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar*” (Congreso Nacional y el Plenario de las Comisiones, 2014, Art. 1). Asimismo, en el artículo cuarto, literales a, b y c, se tipifica a la violencia física³⁸⁷, psicológica³⁸⁸ y sexual³⁸⁹, como las diferentes formas en que se presenta la violencia intrafamiliar.

También ratifica las normas de prevención y sanción de la violencia, contenida en instrumentos internacionales, como normas con fuerza Ley y se establece que los trámites para su aplicación se regirán por los principios de gratuidad, intermediación obligatoria, celeridad y reserva, estipula que “*Salvo en los procesos a cargo de los jueces y tribunales de lo Penal, no se requerirá patrocinio de abogado, excepto en los casos en que la autoridad lo considere necesario. En este caso llamará a intervenir a un defensor público*” (Congreso Nacional y el Plenario de las Comisiones, 2014. Art. 7).

387 *Violencia Física.- Todo acto de fuerza que cause daño, dolor o sufrimiento físico en las personas agredidas, cualquiera que sea el medio empleado y sus consecuencias, sin considerarse el tiempo que se requiera para su recuperación (Ley contra la violencia a la mujer y la familia, 2014).*

388 *Violencia Psicológica.- Constituye toda acción u omisión que cause daño dolor, perturbación emocional, alteración psicológica o disminución de la autoestima de la mujer o el familiar agredido. Es también la intimidación o amenaza mediante la utilización de apremio moral sobre otro miembro de familia infundiendo miedo o temor a sufrir un mal grave e inminente en su persona o en la de sus ascendientes, descendientes o afines hasta el segundo grado.*

389 *Violencia Sexual.- Sin perjuicio de los casos de violación y otros delitos contra la libertad sexual, se considera violencia sexual todo maltrato que constituya imposición en el ejercicio de la sexualidad de una persona, y que la obligue a tener relaciones u otras prácticas sexuales con el agresor o con terceros, mediante el uso de fuerza física, intimidación, amenazas o cualquier otro medio coercitivo.*

En su cuerpo legal dispone que el Ministerio de Bienestar Social, por medio de la Dirección Nacional de la Mujer, es el encargado de llevar a cabo acciones y políticas encaminadas a erradicar y prevenir la violencia contra la mujer (Congreso Nacional y el Plenario de las Comisiones, 2014. Art. 24), que van desde la disposición de infraestructura para las personas afectadas por este tipo de violencia hasta la ejecución de actividades educativas, capacitaciones con perspectiva de género, disponibilidad financiera y registro cualitativo sobre la problemática.

Por otra parte, reglamenta que la resolución de las causas formuladas en la Ley deberá ejecutarse por comisarios y jueces de la mujer y la familia, con lo que los profesionales encargados mantendrán un ámbito de competencia especializado.

6.1.3 Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres

Esta normativa entró en vigencia en febrero de 2018. Surge a partir de la constatación de que las medidas adoptadas por el Estado “*han sido insuficientes en el accionar institucional para prevenir, proteger y atender a las mujeres víctimas de violencia*” (Asamblea Nacional, 2018: 4). Por ello, en esta normativa se propone articular un Sistema Nacional para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las Mujeres, que vincula a todos los poderes públicos, y hace efectivo el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia.

Esta ley enfatiza la corresponsabilidad del Estado y de la ciudadanía en la transformación de los patrones socioculturales y la erradicación de las prácticas que naturalizan la violencia contra las mujeres. Por ello incluye conceptos como violencia de género, estereotipos de género,

ámbito público, ámbito privado, relaciones de poder, discriminación contra las mujeres, revictimización y masculinidades. También incluye una definición de la violencia simbólica que permite comprender el rol de las imposiciones de género, sociales, económicas, políticas y culturales en la naturalización de la subordinación de las mujeres.

6.1.4 Código Orgánico Integral Penal, COIP

Es un instrumento jurídico que fue reformado en febrero de 2014, define los delitos y establece sanciones. Dentro de sus aspectos más destacables está la tipificación, por primera vez, del femicidio como delito, lo mismo ocurre con la discriminación y con los delitos motivados por el género de la persona vulnerada. También establece que la violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar constituye un delito. Dentro de su cuerpo legal tipifica la violencia física, psicológica y sexual con sus respectivas sanciones. No lo hace respecto a la violencia económica o patrimonial.

El artículo 155 se refiere a la violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar, estableciendo que: *“se considera violencia toda acción que consista en maltrato, físico, psicológico o sexual ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar”* (COIP, 2014). Al respecto, se determina como miembros del núcleo familiar *“a la o al cónyuge, a la pareja en unión de hecho o unión libre, conviviente, ascendientes, descendientes, hermanas, hermanos, parientes hasta el segundo grado de afinidad y personas con las que se determine que el procesado o la procesada mantenga o haya mantenido vínculos familiares, íntimos, afectivos, conyugales, de convivencia, noviazgo o de cohabitación”* (COIP, 2014).

En cuanto a la violencia física contra la mujer o los miembros del núcleo familiar establece que: *“la persona que, como manifestación*

de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, cause lesiones, será sancionada con las mismas penas previstas para el delito de lesiones aumentadas en un tercio” (COIP, 2014: Art. 156).

Respecto a la violencia psicológica se enuncia que ésta causa perjuicio en la salud mental *“por actos de perturbación, amenaza, manipulación, chantaje, humillación, aislamiento, vigilancia, hostigamiento o control de creencias, decisiones o acciones”* (COIP, 2014: Art. 157). Para quien incurra en este delito, se establecen las siguientes sanciones:

1. Si se provoca daño leve que afecte cualquiera de las dimensiones del funcionamiento integral de la persona, en los ámbitos cognoscitivos, afectivos, somáticos, de comportamiento y de relaciones, sin que causen impedimento en el desempeño de sus actividades cotidianas, será sancionada con pena privativa de libertad de treinta a sesenta días.
2. Si se afecta de manera moderada en cualquiera de las áreas de funcionamiento personal, laboral, escolar, familiar o social que cause perjuicio en el cumplimiento de sus actividades cotidianas y que por tanto requiere de tratamiento especializado en salud mental, será sancionada con pena de seis meses a un año.
3. Si causa un daño psicológico severo que aún con la intervención especializada no se ha logrado revertir, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años (COIP, 2014: Art. 157).

Sobre la violencia sexual contra la mujer o los miembros del núcleo familiar se indica que: *“la persona que, como manifestación de violencia contra la mujer o un miembro del núcleo familiar, se imponga a otra y la obligue a tener relaciones sexuales u otras prácticas análogas, será sancionada con las penas previstas en los delitos contra la integridad sexual y reproductiva”* (COIP, 2014: Art.

158). Respecto a violencia sexual, también se establecen sanciones a los delitos de: violación, acoso sexual, abuso sexual y explotación sexual (Arts. 171; 166; 170; 100).

El cuerpo legal tipifica el femicidio como delito, estableciendo en su artículo 141: *“Femicidio.-La persona que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, dé muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años”* (COIP, 2014).

En cuanto al delito de discriminación se establece en el artículo 176 que:

La persona que salvo los casos previstos como políticas de acción afirmativa propague, practique o incite a toda distinción, restricción, exclusión o preferencia en razón de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género u orientación sexual, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, condición socioeconómica, condición migratoria, discapacidad o estado de salud con el objetivo de anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de derechos en condiciones de igualdad, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. Si la infracción puntualizada en este artículo es ordenada o ejecutada por las o los servidores públicos, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años (COIP, 2014).

6.1.5 Ley Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación (2019)

La ley tiene como fin *“desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar el ejercicio de los derechos a la comunicación*

establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación.” (LOC, 2019: Art. 1).

Este cuerpo normativo contempla la paridad y la equidad como parámetros claves de transformación en el ámbito laboral dentro de los medios de comunicación: *“Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional”* (LOC, 2019: Art. 43).

La norma acoge la definición de discriminación de la Constitución del Ecuador, y establece en el artículo 61 como contenido discriminatorio:

Contenido discriminatorio. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios (LOC, 2019: Art. 61).

Bajo este marco, dispone la prohibición de este tipo de contenidos, así como la *“la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador”* (LOC, 2019: Art. 62).

También prohíbe la difusión de *“todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso y de cualquier otra naturaleza* (LOC, 2019: Art. 67). Este mismo artículo estipula que *“La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos de conformidad con sus competencias”* (LOC, 2019: Art. 67).

En su artículo 32 establece el reconocimiento formal a la protección integral de niñas, niños y adolescentes, al respecto, determina que *“los contenidos que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros”* (LOC, 2019).

Sobre la protección de derechos en publicidad y propaganda se indica que éstas deberán respetar los derechos garantizados por la Constitución y los Tratados Internacionales. Se determina la suspensión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución (LOC, 2019: Art. 94).

En este ámbito, se establece como una responsabilidad que debe ser compartida por los medios de comunicación, el *“impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas”* (LOC, 2019: Art. 71, literal g).

6.1.6 Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014-2017

Se trata de un instrumento técnico- político, cuyas directrices han sido diseñadas para orientar la actuación del Estado con el propósito de lograr la reducción de las brechas de desigualdad que históricamente han afectado a las mujeres³⁹⁰ y a personas de diversa orientación sexual e identidad de género, su propósito apunta a la transformación de las relaciones sociales discriminatorias hacia un Estado en el cual el principio de igualdad y no discriminación sea garantizada (CDT, 2014).

La Agenda es la herramienta técnico-política que tiene como objetivo principal efectivizar el cumplimiento de los derechos y la transversalización de la igualdad de género en el país a través de la vinculación del mecanismo especializado con las entidades rectoras y ejecutoras de la institucionalidad pública, mediante un elenco de políticas de igualdad, que se orienten a la acción pública intersectorial, sectorial y territorial en un horizonte de mediano plazo de ejecución y cumplimiento (CDT,2014:21).

390 Las desigualdades de género *“constituyen una de las problemáticas estructurales del sistema socioeconómico ecuatoriano. Durante siglos, tanto bajo el régimen colonial, como en la posterior República, ha prevalecido una estructura de poder y una cultura, que en los ámbitos público y privado colocaron a las mujeres en una situación de desventaja, al negarles y limitarles sus derechos y libertades”* (CDT, 2014:27).

Para el fin propuesto, incorpora el enfoque de género, como una estrategia para la consecución de la equidad entre mujeres y hombres y para la reducción de las brechas de desigualdad a fin de lograr el cumplimiento de los derechos humanos. Esta Agenda surge como un *“instrumento vinculante para la transversalización del Principio de Igualdad y No Discriminación en razón de Género en el Estado ecuatoriano, para que desde sus distintas funciones, instancias, organismos y entidades, garantice la debida diligencia en el cumplimiento del mandato constitucional”* (CDT, 2014: 44).

Es construida desde el Consejo Nacional de Igualdad de Género con la participación de mujeres y personas LGBTI del país a través de consultas previas, encuentros nacionales, talleres y otras actividades realizadas para encaminar los diálogos políticos sobre temas como *“producción, empleo y trabajo, economía del cuidado, salud, erradicación de la violencia, educación, recreación, saberes y tecnología de la información y comunicación “ TIC, participación política y paridad, ambiente y recursos naturales”* (CDT, 2014: 27).

Identifica ejes políticos y lineamientos estratégicos para su articulación en las diferentes Funciones del Estado y Gobiernos Autónomos Descentralizados con aportes que recogen las cosmovisiones, formas de vida y reivindicaciones desde la sociedad civil. En este sentido, los ejes tratados son: reproducción y sostenibilidad de la vida, una vida libre de violencia, educación y conocimiento, salud, deporte y recreación, cultura, comunicación y arte, producción y empleo, ambiente, poder y toma de decisiones³⁹¹.

391 Se recomienda la lectura de cada uno de los ejes de la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género, que se encuentra disponible en: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-de-Mujeres-y-Igualdad-de-Genero.pdf>

6.1.7 Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI 2018 - 2021

Este documento es un instrumento mandatorio de la planificación nacional y se alinea al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, *“se convierte en la estrategia macro para transversalizar el principio de igualdad y no discriminación en razón de género, tanto para la gestión pública como para el empoderamiento de los sujetos de derechos, elemento fundamental de todo el ordenamiento jurídico y del sistema político democrático”* (Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI, 2018: 16). La Agenda está constituida por:

Un marco referencial que despliega el principio constitucional de igualdad y no discriminación; un marco jurídico en el que se expone ampliamente la normativa nacional e internacional actual, con relación a los derechos de la mujeres y personas LGBTI; la articulación de la Agenda a la planificación nacional que contiene la lectura institucional de este proceso tanto en el ámbito central como local; el diagnóstico sobre la situación de las mujeres y personas LGBTI, desde una perspectiva de derechos y del análisis estadístico; luego se plantean las nuevas políticas y acciones para lograr la igualdad de las mujeres y personas LGBTI; y, finalmente, se incluye el seguimiento y evaluación de la misma (Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI, 2018: 17)

La Agenda exige trabajar activamente para garantizar el respeto de los principios de igualdad y no discriminación en la adopción y aplicación de la normativa, así como en la definición y ejecución de las políticas, las asignaciones presupuestarias, y en las acciones públicas (Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI, 2018)

6.2 Instrumentos Internacionales de Protección de Derechos – Organización de Naciones Unidas

Los instrumentos internacionales surgen a raíz de las experiencias vividas durante la Segunda Guerra Mundial, a través de la acción de la sociedad civil y de los pueblos por limitar los poderes del Estado. Estos hechos provocaron a su vez, la creación de instancias internacionales de protección en el ámbito universal (Sistema de Protección Universal de Naciones Unidas) y en los ámbitos regionales (Sistemas Regionales de Protección “ Interamericano, en nuestro caso).

Estas normas, que surgen del acuerdo entre los Estados: *“no se refieren sólo a las relaciones entre Estados, sino que también cubren la trama de derechos y deberes constitutiva de las relaciones entre el Estado nacional y los habitantes de su territorio”* (Pásara, 2008: 29). Esto nos permite tener en cuenta que la Constitución ecuatoriana se inscribe dentro de la corriente monista, *“llamada así por su tesis de que ambos tipos de norma, la interna y la internacional, configuran un solo orden jurídico integrado”* (Pásara, 2008: 31), de tal manera que las normas de origen internacional, *“al ser suscritas, aprobadas y ratificadas, pasan a ser parte del derecho interno, en virtud de un mandato constitucional expreso”*³⁹² (Pásara, 2008: 31).

Ante lo expuesto, cabe considerar también que al usar las normas de derechos humanos de origen internacional ante un tribunal nacional,

392 El artículo décimo de la Constitución reconoce el mismo valor a la norma interna e internacional: *“Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales”* (Constitución, 2008: Art. 10).

son exigibles aquellas que han sido adoptadas formalmente por el Estado, las demás fuentes pueden ser invocadas pero desempeñan un rol secundario. Adicionalmente, es importante tomar en cuenta que en el Ecuador se concibe un orden jerárquico de aplicación, establecido en el artículo 425 de la Constitución, que expone:

El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos. En caso de conflicto entre normas de distinta jerarquía, la Corte Constitucional, las juezas y los jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquica superior (Constitución, 2008: Art. 425).

Bajo este marco, las fuentes de derecho internacional a los que la Constitución del Ecuador alude como instrumentos internacionales pertenecen a dos categorías:

Por un lado, se encuentran las Convenciones, Pactos o Acuerdos de los que el Estado forma parte a través de un procedimiento que implica, usualmente, la suscripción, aprobación y finalmente, ratificación. Este tipo de fuentes son conocidas en el derecho internacional como “Tratados”³⁹³ y suponen una obligación jurídica

393 De acuerdo con la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados, de 1969: *“se entiende por ‘tratado’ un acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional, ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular (...) se entiende por ‘ratificación’, ‘aceptación’, ‘aprobación’ y ‘adhesión’, según el caso, el acto internacional así denominado por el cual un Estado hace constar en el ámbito internacional su consentimiento en obligarse por un tratado”* (Art. 2.1.a y b).

para el Estado. Entre otros, tenemos, la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención Belem do Pará) y el Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

Son fuentes también del derecho internacional de los derechos humanos, las Declaraciones y Recomendaciones, éstas proporcionan directrices y principios dentro de un marco normativo y, aunque no constituyen instrumentos jurídicamente vinculantes, debido a que no se han abierto al proceso de suscripción y ratificación, sí suponen un compromiso y obligación moral para los Estados parte, como ejemplos están la Declaración y Plataforma de Acción de Beijín y la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer.

Tras ratificar un Tratado, los Estados parte deben asumir la obligación de aplicar las disposiciones de fondo establecidas en el Tratado y presentar informes periódicos al Comité respectivo, informando las medidas jurídicas, administrativas, judiciales y demás que hayan adoptado para su aplicación, así como las dificultades que se planteen. Ante esto, el Comité examina los informes en presencia de una delegación de representantes del Estado. Por lo general, un año o dos después de entrar en vigor el tratado, el Estado parte deberá presentar su informe inicial. La periodicidad de los informes posteriores oscila entre dos y cinco años, en virtud de las disposiciones del tratado y de las decisiones que el comité apruebe.

A continuación se presentan los principales tratados del Sistema de Protección Universal de las Naciones Unidas en relación a los derechos humanos de las mujeres.

Declaración Universal de Derechos Humanos. Aprobada el 10 de diciembre de 1984, está compuesta por un preámbulo y treinta artículos que congregan los derechos básicos- universales de carácter civil, político, cultural, social y económico. Este cuerpo normativo establece como principio fundamental la dignidad de la persona y la igualdad de derechos entre hombres y mujeres.

Declaración sobre la Protección de la Mujer y el Niño en estados de emergencia o en conflicto armado. Fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 14 de diciembre de 1974, en ella se reconoce que mujeres, niñas y niños son la población más vulnerable durante los conflictos armados e insta a los Estados parte a adoptar medidas pertinentes para la protección y la promoción de sus derechos.

Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, (CEDAW). Surge a raíz de la constatación de que, a pesar de la existencia de varios instrumentos internacionales, las mujeres siguen siendo objeto de discrimen a nivel mundial. Constituye el primer instrumento internacional jurídico que aborda de manera extensa los derechos de las mujeres para prevenir, juzgar y sancionar actos de discriminación en varias de las esferas públicas, políticas, económicas, sociales y culturales.

Este instrumento se encuentra entre los diez principales tratados de derechos humanos, su propósito está regido por tres principios básicos: 1. Igualdad de resultados; 2. No discriminación; 3. Responsabilidad estatal.

En su cuerpo normativo se establece que para lograr igualdad de derechos es significativa la modificación de patrones socio culturales de la conducta de hombres y mujeres, expone que la

violencia y la discriminación son atentatorias contra la vida digna de las mujeres y, por lo tanto, crea un marco normativo para erradicarlas. Fue adoptado en Nueva York en 1979 y entró en vigencia el 3 de septiembre de 1981. En su preámbulo se describe por qué es necesaria la CEDAW, contiene 30 artículos, organizados en seis partes, donde se define:

Cuáles son los actos que constituyen discriminación contra la mujer; describen la naturaleza de la obligación estatal mediante leyes, políticas públicas y programas que el Estado debe desarrollar para eliminar la discriminación; especifican las diferentes áreas en las que los gobiernos están obligados a eliminar la discriminación; describen el establecimiento y las funciones del Comité de la CEDAW; y tratan principalmente sobre la administración y otros aspectos de procedimientos para la firma, ratificación, adhesión y funcionamiento de la Convención (Sistema de Naciones Unidas de Panamá, 2010:6).

Esta Convención Internacional define en el artículo 1 la discriminación realizada en contra de las mujeres de la siguiente manera:

“Discriminación contra la mujer” denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera (CEDAW, 1979, Art. 1).

También reconoce el papel de la cultura y las tradiciones como factores que han operado en el mantenimiento de la discriminación contra las mujeres, “a diferencia de otros tratados de derechos humanos, la

Convención se ocupa de los que tienen que ver con la reproducción humana y con las consecuencias de los factores culturales en las relaciones entre los sexos” (CEDAW, 1979).

Concordante con su finalidad, obliga a los Estados a eliminar los estereotipos en los roles de hombres y mujeres, en virtud de ello obliga a: “*modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres” (CEDAW, Art. 5, l. a.).*

Además, establece que los Estados podrán tomar medidas especiales, de carácter temporal, encaminadas a lograr una igualdad efectiva respecto a la situación de la mujer, en este sentido el artículo 4 determina que:

1. La adopción por los Estados Partes de medidas especiales de carácter temporal encaminadas a acelerar la igualdad de facto entre el hombre y la mujer no se considerará discriminación en la forma definida en la presente Convención, pero de ningún modo entrañará, como consecuencia, el mantenimiento de normas desiguales o separadas; estas medidas cesarán cuando se hayan alcanzado los objetivos de igualdad de oportunidad y trato.
2. La adopción por los Estados Partes de medidas especiales, incluso las contenidas en la presente Convención, encaminadas a proteger la maternidad no se considerará discriminatoria (CEDAW, 1979, Art. 4).

Adicionalmente, establece un concepto de igualdad sustantiva, en tanto que integra a lo largo del cuerpo normativo el principio

fundamental de que todas las personas tienen la misma dignidad, independientemente de su sexo, raza, nacionalidad, edad, etc.

Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer. Se trata de un instrumento de carácter jurídico, adoptado por la Asamblea General, el 6 de octubre de 1999, que permite a los Estados que lo ratifican la posibilidad de presentar comunicaciones al Comité sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, denunciando al Estado por el incumplimiento de su obligación en el marco de la Convención. En éste se establecen una serie de elementos a tomar en cuenta por parte de las peticionarias o peticionarios.

Artículo 1

Todo Estado Parte en el presente Protocolo (“Estado Parte”) reconoce la competencia del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (“el Comité”) para recibir y considerar las comunicaciones presentadas de conformidad con el artículo 2.

Artículo 2

Las comunicaciones podrán ser presentadas por personas o grupos de personas que se hallen bajo la jurisdicción del Estado Parte y que aleguen ser víctimas de una violación por ese Estado Parte de cualquiera de los derechos enunciados en la Convención, o en nombre de esas personas o grupos de personas. Cuando se presente una comunicación en nombre de personas o grupos de personas, se requerirá su consentimiento, a menos que el autor pueda justificar el actuar en su nombre sin tal consentimiento (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 1999, Art. 1 y2).

Este documento nace como complemento a la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, CEDAW, y reafirma la necesidad de adoptar medidas eficaces y de encausarlas a través de una política que permita eliminar la discriminación contra la mujer. Reconoce la competencia del Comité, conformado por expertos encargados de la supervisión del tratado para recibir y considerar las denuncias de personas que se encuentren bajo la jurisdicción de un Estado Parte y que aleguen haber sido víctimas de una violación de cualquiera de sus derechos enunciados en la CEDAW.

Comité de las Naciones Unidas para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Dado que cada tratado ha establecido un Comité de expertos encargado de supervisar su aplicación por los Estados Partes, éste vela por que la CEDAW y su Protocolo Facultativo se cumplan.

Entre sus funciones principales tiene recibir y analizar los reportes periódicos de los Estados Parte sobre la implementación de los Tratados; emitir recomendaciones u observaciones generales sobre la debida interpretación y aplicación de los Tratados; recibir comunicación de un Estado contra otro Estado por violaciones a los derechos; recibir comunicación de individuos que alegan que un Estado parte vulneró alguno de sus derechos contemplados en el Tratado; realizar investigaciones y visitas *ad locum* cuando tengan conocimiento certero de que se produce una violación masiva o sistemática de los derechos humanos.

Este Comité está compuesto por veintitrés expertos independientes, elegidos por un periodo de cuatro años, renovables. Se reúne dos o tres veces al año en Nueva York y Ginebra y sus periodos de sesiones

se suelen complementar con una reunión del grupo de trabajo previo al periodo de sesiones.

Dentro de los requisitos para la presentación de informes, se requiere que los Estados presenten su primer informe, una vez se hayan adherido al tratado y después, a instancia del Comité, por lo general, cada cuatro años. La presentación de Informes suele estar seguida de una revisión por el Comité y un diálogo constructivo con las y los representantes del Estado. Asimismo la sociedad civil puede presentar “reportes sombra o paralelos” a los del Estado para que el Comité tenga una idea cabal de la situación de cada derecho en su país.

Los reportes del Estado permiten hacer seguimiento a los siguientes aspectos: la implementación de los estándares en la legislación, la implementación de medios de protección de los derechos, la efectiva aplicación de los derechos, los principales obstáculos fácticos para la implementación, las acciones llevadas a cabo para salvar los obstáculos y la progresividad en la efectiva vivencia de los derechos. Con los insumos, el Comité elabora sus observaciones finales para cada Estado.

Con excepción del Comité sobre los Derechos del Niño, éste es uno de los Comités que puede recibir denuncias individuales (peticiones) de las víctimas de violaciones a los derechos protegidos por los Tratados, siempre que el Estado denunciado sea parte del Tratado correspondiente y haya aceptado la competencia del Comité. Cualquier persona que se encuentre en el territorio de un Estado parte o bajo su jurisdicción puede presentar la denuncia.

En algunos casos, las denuncias también pueden hacerlas otras personas, a nombre de los afectados, siempre que éstos presenten

su consentimiento por escrito. Las denuncias (peticiones) serán admitidas siempre que se hayan agotado primero los mecanismos legales existentes en el Estado al que se denuncia. Se deberá demostrar que existe una afectación directa a los derechos, establecer la relación entre la violación y el derecho consagrado en el Tratado y que los hechos se hayan suscitado una vez que el Tratado entró en vigor.

Las informaciones por escrito a la Secretaría pueden ser presentadas por las ONG, actores de la sociedad civil, así como por expertos independientes y parlamentarios. Cabe indicar que los actores de la sociedad civil pueden asistir a las reuniones del Comité en calidad de observadores, previa solicitud, que deberá ser acreditada por la Secretaría. De igual manera, éstos pueden hacer presentaciones verbales ante el Comité la mañana de la primera jornada de cada semana en que se llevan a cabo las sesiones. En ciertos casos se pueden concertar reuniones con los miembros del Comité, escribiendo a la dirección de la Secretaría que figura más adelante:

Con arreglo al Primer Protocolo Facultativo de la Convención pueden ser remitidas las denuncias a la siguiente dirección:

Equipo de peticiones:

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Palais des Nations
8-14, avenue de la Paix
CH-1211 Ginebra 10- Suiza
Fax: +41(0)22 917 90 22 (en particular para denuncias urgentes)
Correo-e: tb-petitions@ohchr.org

Declaración sobre la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer.

Fue adoptada el 20 de diciembre de 1993. Reconoce que la violencia contra la mujer constituye una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales que han conducido a situaciones de subordinación de ésta respecto al hombre. Resalta la labor de movimientos sociales en pro de la mujer para que se preste mayor atención a la gravedad, la magnitud, la sistemática y endémica presencia de la violencia hacia las mujeres. Bajo este marco establece formulaciones claras de la “violencia contra la mujer”, “la violencia física, sexual y psicológica” en la familia y también en la comunidad.

Para los efectos de la Declaración por violencia contra la mujer “*se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada*” (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 1993. Art. 1).

Se establece que la violencia contra la mujer abarca los siguientes actos, aunque sin limitarse a ellos:

- a) La violencia física, sexual y psicológica que se produzca en la familia, incluidos los malos tratos, el abuso sexual de las niñas en el hogar, la violencia relacionada con la dote, la violación por el marido, la mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales nocivas para la mujer, los actos de violencia perpetrados por otros miembros de la familia y la violencia relacionada con la explotación;
- b) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones

educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada;

- c) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 1993. Art. 2).

En virtud de considerar la violencia contra la mujer como un obstáculo para el logro de la igualdad, la libertad, la paz- tal como se reconoce en las Estrategias de Nairobi³⁹⁴-, y la eliminación de la discriminación contra la mujer, la Declaración establece los derechos interrelacionados con la protección de las mujeres, entre los que se encuentran: el derecho a la vida, a la igualdad, a la libertad y seguridad de la persona, a la igual protección ante la ley, a verse libre de todas las formas de discriminación, a alcanzar el mayor grado de salud física y mental, al derecho a condiciones de trabajo justas y favorables y al derecho a no ser sometida a tortura, ni a otros tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 1993. Art. 3).

394 “*El activismo de las mujeres respecto de la violencia contra la mujer se incrementó a comienzos del decenio de 1980 y la cuestión tuvo un mayor destaque en la Conferencia de Nairobi (Examen y la Evaluación de los Logros del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: Igualdad, Desarrollo y Paz) en 1985. En las Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro se reconoció que se ejercía, en diversas formas, violencia contra la mujer en la vida cotidiana de todas las sociedades, y se señalaron diversas manifestaciones de violencia, señalando a la atención a las mujeres que sufren tratos abusivos en el hogar, las mujeres víctimas de la trata y la prostitución involuntaria, las mujeres privadas de libertad y las mujeres en los conflictos armados. Se comenzó a reconocer la vinculación existente entre la violencia contra la mujer y las demás cuestiones que figuraban en el programa de las Naciones Unidas, al irse determinando que dicha violencia era uno de los principales obstáculos para el logro de los objetivos del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: igualdad, desarrollo y paz*” (Revista Encuentro, s/f).

Declaración y Plataforma de Acción de Beijín. Nace en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, desarrollada del 4 al 15 de septiembre de 1995, donde se señaló la responsabilidad que las instituciones deben asumir en la erradicación de la violencia contra la mujer, al ser éste un problema estructural y, a la vez, factor esencial para la igualdad, el desarrollo y la paz entre naciones. Surge de este encuentro una agenda para el empoderamiento de las mujeres de todo el mundo, en ella se reafirma que los derechos humanos de las mujeres y las niñas son una parte inalienable, integral e indivisible de los derechos humanos universales y se hace hincapié en la necesidad de trabajar mancomunadamente para lograrlo.

Asistieron a su conformación la sociedad civil y 189 representantes de los Estados participantes. Allí se reconoció que, aunque la situación de la mujer presentaba actualmente algunos avances importantes, aún persisten graves desigualdades, en vista de lo que se establecieron compromisos para combatir las limitaciones y obstáculos promoviendo el adelanto y el potencial de las mujeres alrededor del mundo. En torno a este objetivo, se acordó la necesidad de realizar acciones específicas, de ahí nace la Plataforma de Acción de Beijín, misma que establece varios ámbitos de acción alrededor de doce esferas de especial preocupación:

Mujer y pobreza, educación y capacitación de las mujeres, la mujer y la salud, violencia contra las mujeres, mujeres y conflictos armados, desigualdad en el ejercicio del poder y la toma de decisiones, debilidad y marginalización de las instituciones, derechos humanos de las mujeres, mujeres y medios de comunicación, y violación de los derechos de las niñas.

Bajo este marco, se explican las medidas que los gobiernos debían adoptar a más tardar para el año 2000, incluyendo a la comunidad

internacional, ONG's y el sector privado, para proteger los derechos humanos de las mujeres y las niñas, promover la igualdad de género y empoderar a las mujeres. *“En Beijin se ha puesto de manifiesto con claridad que lograr la igualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres no sólo interesa a las mujeres, sino que es una cuestión fundamental para alcanzar el desarrollo social que interesa a la sociedad en su conjunto”* (SENDAS, 1998, 16).

A continuación, se realizará una revisión más profunda de la Plataforma de Acción de Beijin, dado que constituye una ruta de acción que es considerada la Carta Magna de las Mujeres, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). Se prestará especial atención a la esfera de “La Mujer y los Medios de Comunicación”, que tiene como foco central de atención los estereotipos y la falta de participación de las mujeres en los medios de comunicación.

En primer lugar y en concordancia con las aspiraciones y obligaciones adoptadas por el Estado ecuatoriano, la Plataforma de Acción de Beijín establece que:

En el último decenio, los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de una red mundial de comunicaciones que trasciende las fronteras nacionales y que influye en las políticas estatales, las actitudes privadas y el comportamiento, en especial de los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en mucha mayor medida al adelanto de la mujer.

Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de

difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentará su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género.

La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las infopistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Así pues, es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las

decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.

Al abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, los gobiernos y otros sectores deberían fomentar una política activa y visible de incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas (ONU MUJERES, 2014: 171 y 172).

De todo este marco diagnóstico, surgen dos objetivos principales, contenidos en el literal J de la Plataforma. El primero: *“aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación”*³⁹⁵. El segundo: *“fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión”*³⁹⁶ (ONU MUJERES, 2014: 172 y 175)

395 *“Según un estudio realizado por el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) y el Instituto de la Mujer (MTAS) realizado en 2004-05 sobre la representación de género en los informativos de radio y televisión, señala que las mujeres constituyen el 15% en radio y 21% en televisión de las personas mencionadas, con nombre propio, como protagonistas de las noticias o de quienes hablan en las noticias (los hombres, el 85% en radio y el 79% en televisión), mientras que el porcentaje de mujeres entrevistadas sube al 18% en radio y al 26,5% en televisión. Otro estudio llevado a cabo durante 1995 y 2000 por MediaWatch Canada, realizó un monitoreo que reflejaba que las mujeres comprenden el 17% de los sujetos de las informaciones de los medios internacionales analizados. Estos datos son sólo un esbozo de las grandes diferencias de representación de las mujeres que existe en los medios de comunicación y refleja el retraso que este tema viene arrastrando en la agenda de la igualdad de género”* (Ayuda en Acción, Entreculturas e InteRed, 2017-2012).

396 Todas las medidas que los Estados Parte deben adoptar, y, que se desprenden de estos objetivos, pueden consultarse en el siguiente link: http://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf#page=177

Al respecto, la Fundación Servicio para un Desarrollo Alternativo del Sur, SENDAS, en su publicación “La plataforma de Acción de Beijing y los compromisos de Ecuador”, señala que uno de los motivos que guiaron a mujeres ecuatorianas a formar parte de esta Conferencia y su respectiva Plataforma, respecto al rol del Estado, fue que *“el acceso a la información es uno de los elementos indispensables para lograr igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres”* (SENDAS, 1998: 1).

Además, se señala que *“otro elemento característico de la crisis es el cada vez decreciente acceso de la población a la información y a la educación, que origina un paulatino deterioro de los valores culturales existentes”* (SENDAS, 1998: 6). El Ecuador ha adoptado, desde ese entonces, medidas estratégicas en función de los compromisos adquiridos, como áreas en las que debe trabajar de forma permanente y perfectible.

En este sentido, se evidencia la necesidad de *“concientizar a la sociedad a través de los medios de comunicación sobre la dignidad y los derechos de la mujer, y de que la violencia contra la mujer es una violación de los derechos humanos”* (SENDAS, 1998:25). Además *“exigir que los medios de comunicación cumplan con las leyes y reglamentos y no se difundan programas nocivos para la niñez y la juventud”* (SENDAS, 1998:25). De forma paralela, se establece, entre otros aspectos, la necesidad de *“realizar campañas y movilizaciones de comunicación para prevenir la violencia contra la mujer y la familia”* (SENDAS, 1998:26).

También se determinó como importante efectuar un estímulo y apoyo a través de los medios de comunicación a las mujeres y jóvenes, particularmente a las nuevas electoras para que participen de manera efectiva en el proceso de toma de decisiones y se postulen

a cargos de elección popular o por nombramiento. De igual manera, realizar campañas de movilización y comunicación para la prevención de la violencia contra la mujer y la familia y *“sensibilizar a los medios de comunicación sobre el impacto de la difundida cultura de la violencia, con el objetivo de erradicar la imagen de las mujeres que en ellas se presenta, la que es producto de discriminación”* (SENDAS, 1998:27).

Entre otras, dentro de las medidas encaminadas para prevenir y eliminar la violencia contra la mujer y que van de la mano con la labor de los medios de comunicación, se encuentran:

Despertar la conciencia acerca de la responsabilidad de los medios de comunicación de promover imágenes no estereotipadas de mujeres y hombres y de eliminar los patrones de conducta generadores de violencia que en ellos se presentan, así como alentar a los responsables del contenido del material que se difunde a que establezcan directrices y códigos de conducta profesionales; y despertar también la conciencia sobre la importante función de los medios de información en lo tocante a informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra la mujer y a estimular el debate público sobre el tema (ONU MUJERES, 2014: 95).

Asimismo, se establecen compromisos en virtud de *“fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos”*, razón por la que se recomienda *“fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan”* (ONU MUJERES, 2014: 175). De igual manera, se estima importante *“adoptar medidas efectivas, que incluyan*

normas legislativas pertinentes, contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión” (ONU MUJERES, 2014: 176).

Dentro del cuerpo normativo se pueden identificar también acápites que abordan el tema de la igualdad y no discriminación en correspondencia con el derecho a la libertad de expresión, para lo cual se considera necesario que los medios de comunicación adopten medidas como:

- a) Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta y otras formas de autorregulación para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer; b) Establecer, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta respecto de los materiales de contenido violento, degradante o pornográfico sobre la mujer en los medios de información, incluso en la publicidad; c) Introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil; d) Aumentar la participación de la mujer en la adopción de decisiones en los medios de información en todos los niveles (ONU MUJERES, 2014: 176).

Como se puede identificar, varios de los compromisos adoptados por el país, obedecen a las aspiraciones de las mujeres ecuatorianas³⁹⁷ y

³⁹⁷ Una semana antes de la Conferencia, en Huairou, una ciudad cercana a Beijing, tuvo lugar el Foro de Organismos No Gubernamentales en el que participaron cerca de 30.000 mujeres de todo el mundo con el objetivo de analizar el documento de la Plataforma que adoptarían los gobiernos para formular recomendaciones e identificar el papel que deberían jugar las mujeres para velar porque la Plataforma se ponga en práctica. Se sostiene que “la cantidad de personas que asistieron al Foro de ONG’s, así como la propia Conferencia oficial,

“al reconocimiento mundial de que en la mayoría de las sociedades persisten obstáculos que impiden el adelanto y mejoramiento en las condiciones de la calidad de vida de las mujeres” (SENDAS, 1998: 4).

Adicionalmente, cabe destacar que dado el carácter interdependiente de los derechos, la Plataforma, en su acápite sobre educación y capacitación de la mujer, señala el papel que los medios de difusión pueden cumplir en esta área de desarrollo individual-colectivo:

Los medios de difusión son un importante medio de educación. Los educadores y las instituciones gubernamentales y no gubernamentales pueden utilizar los medios de comunicación como un instrumento de enseñanza para el adelanto de la mujer y para el desarrollo. La educación y los sistemas de información computadorizados se están convirtiendo en elementos cada vez más importantes del aprendizaje y de la difusión de conocimientos. La televisión, en particular, influye en mayor medida en los jóvenes, por lo que ofrece la posibilidad de forjar valores, actitudes y percepciones en las mujeres y en las niñas de formas tanto positivas como negativas. Por consiguiente, es fundamental que los educadores desarrollen el juicio crítico y la capacidad analítica de sus alumnos (ONU MUJERES, 2014: 49).

Finalmente, cabe sintetizar que esta Plataforma, insta a la acción de instituciones sociales de todo tipo, en función de lograr un mundo justo, equitativo y pacífico. Reconoce que en el marco de un contexto globalizado, los avances de la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de redes de comunicación que por trascender fronteras nacionales e internacionales, influyen en actitudes privadas, en políticas estatales y en comportamientos, en especial, de adultos jóvenes y niños.

la convirtieron en la reunión más grande organizada por la ONU en la historia” (SENDAS, 1998:5).

Ante esto, resulta trascendental el papel de los medios de comunicación, que pueden contribuir al adelanto de la mujer y pueden velar de forma mancomunada porque las necesidades y problemas de este grupo se reflejen de manera apropiada, así como a fomentar una representación equilibrada de su imagen y aumentar su participación en la toma de decisiones dentro de los medios de comunicación. De igual manera, resulta importante introducir la perspectiva de género en las cuestiones de interés público, dado que los productos violentos y degradantes o pornográficos perjudican no solo a la mujer, sino al conjunto de la sociedad.

6.3 Instrumentos Regionales de Protección de Derechos Humanos Sistema Interamericano de Derechos Humanos

El Sistema Interamericano de Derechos Humanos se instaura como un escenario regional de protección y promoción de los derechos humanos, está constituido por los Estados que forman parte de la OEA, cuya labor está encaminada a velar por el respeto, la protección y la efectiva realización de los derechos humanos en el continente americano (CCAJAR, 2009).

Si bien los antecedentes del Sistema Interamericano se remontan a la primera parte del siglo XXI, fue en la Novena Conferencia Panamericana, celebrada del 30 de marzo al 2 de mayo de 1948 en Bogotá-Colombia, donde el establecimiento del Sistema Interamericano como sistema de protección de derechos humanos tomó vigencia, en tanto, allí se adoptaron la Carta de la Organización de los Estados Americanos, el Tratado Americano de Soluciones Pacíficas (Pacto de Bogotá) y la

Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (en adelante DADH o Declaración Americana).

Para lograr el fin propuesto por la OEA, se ha consolidado un marco normativo vinculante para los Estados y la creación de organismos y procedimientos específicos que permiten vigilar y calificar el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por los Estados Partes. Existen dos instancias independientes y complementarias a la vez, con las que cuenta el Sistema Interamericano, estas son: la Comisión Interamericana de Derechos Humanos³⁹⁸ y la Corte Interamericana de Derechos Humanos².

Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer “Convención de Belém do Pará”. Es un instrumento que forma parte de los Tratados Multilaterales celebrados por los países miembros de la OEA.

Exhorta a recordar que la violencia contra la mujer es un hecho que trasciende todos los sectores de la sociedad, afectando negativamente sus propias bases y que la eliminación de la violencia contra la mujer es una condición indispensable para su desarrollo y para su plena participación en todas las esferas de la vida.

En el documento establece que *“debe entenderse por violencia contra la mujer cualquier acción o conducta, basada en su género,*

398 Cabe destacar que la Comisión Interamericana puede controlar la vigencia de los Derechos a nivel regional e incluso revisar casos particulares para lo cual puede visitar los países, elaborar informes, celebrar audiencias temáticas, entre otras. Este es un organismo ante el que se pueden presentar denuncias por violaciones a los derechos humanos de manera informal. Finalmente, cabe indicar que la Comisión creó diferentes oficinas especializadas denominadas relatorías, cuya función principal es observar y corroborar el cumplimiento de medidas para la realización de los derechos, colaborar en el análisis de casos y con la presentación de demandas ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos. (Asociación por los Derechos Civiles, 2010: 25 y 26).

que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado” (OEA, 1994, Art. 1). Introduce un artículo en el que se puede identificar los derechos y las libertades consagradas para las mujeres en el Sistema Interamericano de Derechos:

Toda mujer tiene derecho al reconocimiento, goce, ejercicio y protección de todos los derechos humanos y a las libertades consagradas por los instrumentos regionales e internacionales sobre derechos humanos. Estos derechos comprenden, entre otros:

- a. el derecho a que se respete su vida;
- b. el derecho a que se respete su integridad física, psíquica y moral;
- c. el derecho a la libertad y a la seguridad personales;
- d. el derecho a no ser sometida a torturas;
- e. el derecho a que se respete la dignidad inherente a su persona y que se proteja a su familia;
- f. el derecho a la igualdad de protección ante la ley y de la ley;
- g. el derecho a un recurso sencillo y rápido ante los tribunales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos;
- h. el derecho a libertad de asociación;
- i. el derecho a la libertad de profesar la religión y las creencias propias dentro de la ley, y
- j. el derecho a tener igualdad de acceso a las funciones públicas de su país y a participar en los asuntos públicos, incluyendo la toma de decisiones (OEA, 1994, Art. 4).

También explica qué comprende el derecho de una mujer a una vida libre de violencia.

El derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros:

- a. el derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y
- b. el derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación (OEA, 1994, Art. 6).

También establece una serie de parámetros alrededor de los deberes que tienen los Estados parte, dentro de los cuales se señala la necesidad de *“alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer” (OEA, 1994, Art. 8. l. g.)*.

Como se ha podido identificar a lo largo de este apartado, existen fuentes nacionales e internacionales de protección de derechos humanos, ligadas más allá del espacio físico, por acuerdos, compromisos, atención a demandas sociales, iniciativas regionales y aspiraciones para la convivencia pacífica, la paz y la limitación al abuso del poder.

7. CONCLUSIONES

7. CONCLUSIONES

Una de las formas de discriminación más extendidas a nivel mundial es la discriminación hacia las mujeres, razón por la que la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas en 1979 aprobó la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, CEDAW, la que es reconocida por el Ecuador, y constituye el primer instrumento internacional jurídico que aborda de manera extensa los derechos de las mujeres para prevenir, juzgar y sancionar actos de discriminación en las diferentes esferas de la vida. De acuerdo con este instrumento legal, la discriminación hacia las mujeres se define como:

Toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera (ONU, 1979).

Esta Convención Internacional reconoce que la discriminación que es ejercida en contra de las mujeres vulnera los principios de igualdad de derechos y respeto de la dignidad humana, dificulta la participación de la mujer, en las mismas condiciones que el hombre, en la vida política, social, económica y cultural de su país, constituye un obstáculo para el aumento del bienestar de la sociedad y dificulta el pleno desarrollo de las posibilidades de las mujeres, razón por

la que promueve un programa de acción por parte de los Estados para garantizar el goce de los derechos humanos fundamentales, proteger la dignidad humana y la igualdad de derechos entre mujeres y hombres.

La Constitución de la República del Ecuador prohíbe la discriminación, mediante el artículo 11, el cual establece que *“nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género (...), ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos”* (Asamblea Nacional, 2009: 10).

Esta legislación tiene como base que la discriminación es un fenómeno social y cultural que si bien afecta los derechos de un individuo en particular, lo hace por pertenecer a un grupo social específico del cual forma parte, generando con ello situaciones de injusticia económica, política y social, toda vez que el menoscabo sistemático de sus derechos y libertades restringe el ejercicio pleno de la ciudadanía en condiciones de igualdad.

Para comprender mejor la discriminación hacia las mujeres es importante reconocer que se origina en el marco de una sociedad patriarcal, que construye un orden social que se encuentra fundamentado en relaciones asimétricas de poder que tienen como base la imposición de la supremacía de lo masculino sobre lo femenino, concibiendo este último como inferior y subordinado, lo

que genera una jerarquización de las relaciones sociales, políticas, económicas y de parentesco³⁹⁹.

En este sentido, se configura un conjunto de concepciones y modelos de ser para los hombres y las mujeres, en donde el varón se establece como autoridad en el hogar, trabajador, proveedor económico, con dominio en lo público; y en el que las mujeres se constituyen socialmente como centradas en la maternidad, dedicadas al hogar y con dominio en lo privado. Construcción social de los géneros a través de las que las diferencias biológicas se hacen aparecer como diferencias naturales y no como socialmente constituidas, lo que contribuye a consolidar el sistema ideológico androcéntrico y patriarcal que, a su vez, se expresa mediante prácticas y comportamientos como el machismo o el sexismo, entre otras.

De esta manera, uno de los elementos centrales en la constitución de la sociedad patriarcal es la socialización y reproducción de los roles (prácticas socialmente aceptadas que van asociadas a un determinado género) y de los estereotipos (ideas construidas culturalmente sobre los comportamientos y los sentimientos que deben tener las personas en relación a su sexo y que son transmitidas de generación en generación). Entre los principales estereotipos de género evidenciados por la teoría se encuentran:

- El familismo: Consiste en la identificación de la mujer con la familia, institución concebida como núcleo social que determina

su existencia y sus necesidades. En relación con este estereotipo se encuentra el marianismo que toma a la Virgen María como ejemplo y parte de una visión sobre la mujer como madre, un ser sacrificado, generoso, humilde, dedicado a su familia y sagrado.

- La mujer bella: Se asocia a la mujer con cualidades estéticas, la seducción o el atractivo físico. Belleza que debe reflejar a “*la ‘mujer niña’: ninfa de rasgos infantiles rodeada de un aura de inocencia y pureza*” (Suárez, 2014).
- La mujer fatal: Definida como una mujer “*voluptuosa, insinuante, misteriosa, mala*” (Suárez, 2014).
- Mujer objeto sexual: Consiste en la valoración exclusiva de la mujer por su cuerpo, de manera que “*es considerada como un objeto sin personalidad ni identidad, como un simple elemento susceptible de ser adquirido por cualquier hombre, como un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina*” (Unesco, 1998).
- La mujer adorno: Donde aparece desprovista de inteligencia o personalidad. Según este estereotipo las capacidades intelectuales o cognitivas de las mujeres son menores que las de los hombres.
- La mujer trofeo: Es mostrada como una señal de éxito con la que el hombre conseguirá reconocimiento y admiración, es el símbolo del triunfo masculino, convirtiéndose en una posesión que el hombre a de tener para mostrar su posición social.

Estas formas de representación colectivas no son sólo evidenciadas por la teoría, puesto que al desarrollar un estudio de tipo histórico sobre los estereotipos y representaciones de las mujeres en el Ecuador, se comprende que estos surgieron en el marco de relaciones de poder y de dominación. A continuación se presentan los principales hallazgos:

³⁹⁹ Sin embargo, el patriarcado no sólo afecta a las mujeres al ubicarlas en un plano de inferioridad en la mayoría de los ámbitos de la vida, sino que también restringe y limita a los hombres, a pesar de su estatus de privilegio, ya que “*al asignar a las mujeres un conjunto de características, comportamientos y roles ‘propios de su sexo’, los hombres quedan obligados a prescindir de estos roles, comportamientos y características y a tensar al máximo sus diferencias con ellas*” (Facio, 2007:4).

En el periodo del incario se evidenció que las mujeres de las élites gobernantes fueron las corresponsables de administrar a las poblaciones ante la ausencia del Inca, representándolas como las hijas de la luna e invocando la abundancia de las cosechas y la reproducción de la vida. Paralelamente, las mujeres de las poblaciones adscritas al incario, ubicadas por debajo de las élites tuvieron que cumplir tareas agrícolas y textiles, ellas fueron representadas como las responsables de varias actividades del hogar lo que se configuró como un “patriarcado de baja intensidad”.

Posteriormente, en la España del siglo XVI se evidenció la consolidación de la organización patriarcal donde la mujer y los hijos aparecen subyugados al varón, configurándose este como autoridad en el hogar, como el trabajador, y, por lo tanto, como el proveedor económico, con dominio en lo público. En contraste, se representó a las mujeres como las responsables de la maternidad, dedicadas al hogar, a la crianza, con dominio en lo privado y protegidas por los varones, consolidándose así el sistema ideológico androcéntrico (sobre la base de la división sexual del trabajo y la asignación de roles de género).

La Iglesia en la España del siglo XVI configuró, por un lado, la representación de las mujeres como hijas de Eva (culpables por la condena de Adán y sus hijos, se les relacionó con lo malo, lo demoníaco, la tentación) y, por otro, de las hijas de María o marianismo (mujer, madre, sacrificada, pura y buena, responsables de mantener el “honor” de su familia y cuyo rol principal era el de satisfacer los deseos del esposo), representaciones que también se reprodujeron durante la Colonia.

En la Conquista y en la Colonia se representó a las mujeres que no pertenecía a las élites blanco-mestizas, es decir, las mujeres

indígenas, afrodescendientes y mestizas, como las acompañantes, las concubinas, las esclavas, las intérpretes, las no valoradas, las que debían brindar satisfacción en todos los sentidos, es decir, seres-objeto a disposición del hombre para satisfacer sus necesidades.

En la Colonia se acuñó el ideal de belleza con base en el conquistador “blanco”. El mismo que representó a la mujer como un ser que mediante su belleza espiritual y corporal, debía procurar la felicidad del resto de la sociedad, propagando los códigos morales. Por lo tanto, se la representó como la mujer blanca, con facciones delicadas, de cuerpo torneado, de actitudes nobles y con acciones generosas, propias de su “honor”.

Además, se las representó como seres con menos resistencia a la tentación y racionalidad, más emocionales y violentas que los hombres, por lo que sus actividades comerciales, familiares y del hogar, debían ser autorizadas por sus esposos, padres, hermanos o albaceas.

Por otra parte, a las mujeres que promovían conocimientos ancestrales y diferentes a los dominantes por la Colonia y la Iglesia, se las representó como peligrosas y brujas, que atentaban contra la fe y el buen decoro, en este periodo fueron perseguidas por la Inquisición.

Durante toda la Colonia, las rebeliones indígenas fueron constantes y, en ellas, las mujeres intervinieron masivamente en las luchas por la tierra y en defensa de su etnia. Representándolas como lideresas y protectoras de la cultura de sus ancestros.

En las luchas de independencia, la mujer fue representada, por un lado, con el estereotipo femenino de ser siempre buena,

pasiva, obediente, servil, y sin iniciativa; y, por otro lado, con el estereotipo de luchadora, la que estuvo peleando, codo a codo, por sus ideales.

En la conformación del Estado Nación, hasta bien entrado el siglo XX, la herencia colonial originó que la sociedad ecuatoriana mantenga los diversos estereotipos de género heredados y que las mujeres fueran representadas como seres que no contaban con las capacidades intelectuales, psicológicas o biológicas necesarias para participar y aportar en los diversos espacios públicos del acontecer nacional. Situación que fue confrontada a través de las diversas luchas y resistencias de las mujeres, quienes promovieron los ideales del feminismo y de la equidad de género, permitiendo alcanzar importantes conquistas y reconocimientos en lo relativo a sus derechos económicos, políticos, sociales y culturales.

Las conquistas de las mujeres fueron amparadas en diversos cuerpos legales nacionales y convenios internacionales, los que permitieron la construcción de una nueva historiografía que empezó a documentar la participación activa de las mujeres en la construcción de la sociedad y el Estado. Sin embargo, a pesar de los logros y avances, en la sociedad ecuatoriana se mantuvieron vigentes procesos de relacionamiento y de convivencia heredados de la Colonia, propios de la sociedad patriarcal, que obstaculizaron la plena equidad de género.

Una de las situaciones que en mayor medida ha contribuido a la desigualdad entre hombres y mujeres es la violencia de género, entendida como la conducta que incluye cualquier agresión física, psicológica, sexual, patrimonial, económica y feminicida dirigida contra las mujeres por el hecho de serlo. Esta acción se produce en el marco de *“un esquema de poderes desiguales, que busca someter y controlar a las mujeres y a las niñas, que las daña y lesiona, y que*

transgrede sus derechos humanos. En este tenor, el sistema patriarcal establece y naturaliza jerarquías entre las mujeres y los hombres” (Vega, 2010: 49), razón por la cual es un fenómeno que perpetúa la subordinación y desvalorización de lo femenino frente a lo masculino.

En Ecuador, la violencia en contra de las mujeres es un fenómeno extendido, puesto que se observa que *“6 de cada 10 mujeres de 15 y más años (60,6%) declaran haber vivido una o más formas de violencia de género “física, psicológica, sexual o patrimonial” por parte de cualquier persona conocida o extraña, en los distintos ámbitos del quehacer social”* (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, et al. 2014: 32). La forma de violencia más frecuente es la psicológica, llegando a un 53,9% de mujeres de más de 15 años que la han sufrido; a esta le sigue la violencia física con un 38%; la violencia sexual aparece con un 25,7%, y, finalmente, se encuentra la violencia patrimonial con un 17,7 % (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, et al. 2014). De esta manera, se puede observar que la violencia contra la mujer no solamente es ejercida a través de acciones directas, sino que también puede ser desarrollada como resultado de relaciones estructurales o culturales al interior de una sociedad.

Existe otro tipo de violencia que si bien es más sutil genera complejos procesos de subordinación, esta es la violencia simbólica, entendida como una *“violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas ‘expectativas colectivas’, en unas creencias socialmente inculcadas”* (Bourdieu, 1999: 173). Es decir, se configura como *“todo poder que logra imponer significados e imponerlos como ‘legítimos’ disimulando las relaciones de fuerza en las que se basa su fuerza, (...), es decir, una fuerza específicamente simbólica”* (Bourdieu, 2001: 4).

Al respecto, teniendo como base su estudio sobre la dominación masculina, Bourdieu afirma que este hecho se ve reflejado en la asignación y reproducción de los roles (Bourdieu, 1998) que ubican a los hombres en actividades relacionadas con lo público, lo limpio y lo prestigioso, mientras que a las mujeres se les asignan las actividades de lo privado, tales como el cuidado de los niños y los animales; y también con una parte de los trabajos exteriores que involucran las tareas *“más monótonas, las más penosas y las más humildes”* (Bourdieu, 1998: 18). Este hecho se encuentra inserto en las estructuras simbólicas de la sociedad, es decir, en sus valores dominantes (Galarza, 2016).

En este contexto, la violencia simbólica hacia las mujeres se desarrolla por medio de la emisión de mensajes, íconos o señales que refuerzan y reproducen la dominación masculina y justifican su subordinación dentro del imaginario colectivo patriarcal (Galarza, 2016). De esta manera, la violencia simbólica hacia la mujer se encuentra en actos cotidianos y en formas de representación (estereotipada) que forman parte del contexto social y que son de conocimiento y práctica popular.

Esto implica que a través de un extenso proceso de socialización y de internalización del orden social se ocultan y naturalizan relaciones asimétricas de poder, lo que permite que las percepciones, apreciaciones y visiones del mundo dominantes se conciben como *“normales”* o *“naturales”* y no sean cuestionadas, lo cual puede conllevar a una vulneración de derechos de los agentes que la padecen (Bourdieu, 2000).

Es aquí donde los agentes socializadores como la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación, entre otros, cumplen un rol importante a la hora de crear imaginarios sociales, entre ellos las representaciones y estereotipos de género.

En este marco sociocultural, los medios de comunicación al ser *“capaces de transmitir información de forma simultánea e impersonal a un gran número de individuos”* (Macdonis & Plummer, 1999: 143), y al tener la capacidad de emitir *“mensajes informativos y juicios de valor, concepciones del mundo y actitudes específicas”* (Gutiérrez, 2005:18), son considerados como esenciales en este proceso de socialización, aprendizaje y educación. En este sentido se ha evidenciado que:

Junto con otros poderosos grupos e instituciones de élite, tales como los políticos, los dirigentes empresariales, los profesionales y los profesores, los medios de comunicación ejercen *“a veces indirectamente”* una gran influencia sobre la vida de gran parte de las personas de la sociedad (...). El poder de los medios de comunicación es fundamentalmente discursivo y simbólico. El discurso mediático es la fuente principal del conocimiento, las actitudes y la ideología de las personas, tanto de las élites como de los ciudadanos de a pie (Van Dijk, 2005: 37).

Es pertinente recordar que los medios de comunicación no son *“la única fuente de adquisición de estereotipos sociales”*, puesto que, como ya se mencionó, existen otros agentes socializadores y otros factores que inciden en la representación, como lo son la pertenencia a determinado grupo social, la edad, el sexo o la personalidad (Vilches, 1993). En este sentido es importante comprender que las representaciones y los estereotipos se reproducen a través de diferentes mecanismos de interacción social y por diversos procesos comunicativos.

Ahora bien, comprendiendo que los medios poseen una amplia capacidad para transmitir información y concepciones simbólicas, y que son agentes socializadores importantes (aunque no los únicos),

se configura como pertinente el estudio de las representaciones mediáticas, los estereotipos y los roles asignados a las mujeres que son reproducidos en la publicidad y en otros contenidos comunicacionales en los medios de comunicación social del Ecuador, así como su relación con los referentes teóricos como el contexto histórico ecuatoriano. A continuación se presentan los principales hallazgos sobre las representaciones mediáticas evidenciadas:

- La mujer como un cuerpo de deseo (produce el disfrute de quien lo mira), como un objeto de satisfacción sexual (otorga placer a través de su belleza y figura física), como un adorno (objeto decorativo asociado a lo erótico y pasional, carente de inteligencia o personalidad). Representaciones acorde con los estereotipos de la mujer fatal y de la mujer objeto sexual.
- La mujer como un cuerpo hipersexualizado (objeto deshumanizado, fragmentado, a libre disposición, factible de ser saboreado y/o consumido), imaginario que considera a la mujer como un ser inferior, y que la explota como objeto sexual y bien de consumo. Representaciones acorde con el estereotipo de la mujer objeto sexual.
- La mujer como víctima (hiperviolentada). Representación acorde con el estereotipo de la mujer débil o mártir, culpable y/o responsable de abusos infringidos hacia ella (ser engañada o violentada), que evidencia la existencia de una estructura patriarcal basada en relaciones asimétricas de poder, y que naturaliza la omisión del punto de vista de la mujer en casos de violencia hacia ella.
- La mujer bella (valorada exclusivamente como un objeto de contemplación por su belleza y figura física, apreciada desde cánones estéticos hegemónicos: alta, delgada, rubia, joven; desconociendo o invisibilizando la diversidad de las mujeres ecuatorianas). Imaginario que considera estas características físicas como un condicionamiento principal en las mujeres. En contraposición con el estereotipo de la mujer no bella y no femenina que se encuentra fuera de los estándares socialmente establecidos de belleza y feminidad.
- La mujer tonta (sin sentido común ni capacidad de raciocinio), que se relaciona con el estereotipo de la mujer adorno con falta de capacidad intelectual y cognitiva, que requiere de condiciones específicas para desarrollar sus capacidades, lo que las ubican como desventajadas en relación al hombre.
- La mujer interesada (poco agradecida, chantajista, superficial, chismosa, intrigante, entrometida, vaga, sin oficio) acorde al estereotipo de la mala mujer.
- La mujer lujuriosa (propensa al apetito sexual). Representación que se articula con el imaginario históricamente configurado sobre las hijas de Eva.
- La mujer niña (ingenua y soñadora) acorde al estereotipo de la mujer débil e incompleta, que necesita de un hombre que le otorgue fortaleza y protección.
- La mujer pasiva (a la espera de que alguien la rescate de su situación), acorde con el estereotipo de la mujer incapaz de actuar por sí misma, obediente y subordinada.
- La mujer virtuosa (representación estrechamente ligada con la práctica de los valores cristianos) que personifica la figura de la virgen María, a través de la pureza, el recato, el sentido de culpa y

el sufrimiento del cuerpo, y que permea en otras construcciones sociales como la mujer abnegada, la mujer ama de casa y la mujer madre.

- La mujer abnegada (relegada a actividades del ámbito privado).
- La mujer ama de casa (que ejerce los roles tradicionales asignados al género femenino).
- La mujer madre (generosa, humilde, dedicada a su familia), considerada sagrada y sin sexualidad, por lo que merece de un tratamiento especial. Construcciones sociales relacionadas con el estereotipo del familismo.
- La súper mujer (buena trabajadora sin dejar de ser buena madre y esposa), acorde con la asignación estereotipada de roles y espacios domésticos. La mujer, además de cumplir con nuevos roles, actitudes y/o funciones del ámbito público, debe cumplir con el cuidado de su casa y su familia, así como con estereotipos de belleza establecidos, es decir, su incorporación al ámbito público no justifica el descuido del ámbito privado, y, además, debe verse estupenda.
- La mujer dramática (alterada, inquieta, nerviosa, de reacciones exageradas) acorde al estereotipo de la mujer irracional, incapaz de controlar sus actitudes, emociones y sentimientos.
- Por el contrario, se representa a los hombres como seres inteligentes, sensatos, sabios, serenos, con autoridad para aconsejar, comprensivos, respetuosos, ilustrados, controlados y amables acorde al estereotipo del hombre racional. Además, se los representa como seres activos sexualmente, promiscuos, conquistadores, acorde con el imaginario comportamental

socialmente aceptado respecto al “*debe ser*” de la masculinidad y al estereotipo del hombre con amplio apetito sexual, fuerte, por lo que no demuestra sus sentimientos.

Estas representaciones mediáticas (negativas y estereotipadas) podrían llegar a ser discriminatorias y generar violencia simbólica hacia las mujeres debido a que, tal como fue evidenciado teóricamente, concuerdan con representaciones que reproducen la cosmovisión de una sociedad patriarcal, y porque coinciden con representaciones surgidas en el marco de relaciones de poder y dominación detectadas en el análisis histórico, pudiendo llegar a vulnerar los derechos de este colectivo.

Con respecto a estas formas de representación de las mujeres en los medios de comunicación, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, en la sección J, titulada “La Mujer y los medios de difusión”, señala que:

Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentará su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género (ONU MUJERES, 2014: 171 y 172).

En el mismo sentido, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer, CEDAW, en el artículo 5, señala que:

Los Estados Parte tomarán todas las medidas apropiadas para: a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres “ (ONU, 1989).

De igual forma, metodológicamente, es pertinente tener presente que para que un contenido comunicacional sea definido como discriminatorio es necesario analizar, verificar y evaluar una serie de elementos que lo configuren como tal, entre ellos se encuentran:

1. Identificar la presencia de un proceso histórico de desigualdad y discriminación hacia un colectivo en particular (debido a que la discriminación es un fenómeno estructural de tipo sociocultural).
2. La existencia de una representación negativa del colectivo con base en estereotipos, prejuicios y estigmas.

3. Que la representación realizada coloque a una persona, por pertenecer a un colectivo específico, en situación de inferioridad.
4. El registro de reiteraciones (sean imágenes, sonidos, frases, ausencias, etc.), énfasis, representaciones específicas o exclusivas hacia un colectivo, sobre la base de uno o varios estereotipos negativos, que vayan configurando un sentido prevalente, a lo largo de todo el contenido comunicacional.
5. Y la presencia de un conjunto de elementos que simbólicamente pudieran llegar a denotar o connotar procesos de distinción, exclusión o restricción, afectando, de manera intencional o no, los derechos y libertades del colectivo.

Además, es necesario recalcar que todo contenido comunicacional debe ser comprendido en su contexto social y cultural, puesto que los roles, representaciones y estereotipos de género son aprehendidos a través de un amplio y complejo proceso de socialización, en el que interactúan la familia, la escuela, los grupos de iguales, el Estado, la Iglesia y los medios de comunicación.

Por otra parte, al analizar la estructura laboral de los medios de comunicación se encontró que en Ecuador, el 71,29% de toda la fuerza laboral de los medios de comunicación social en áreas como la producción, contenidos y técnicas se auto definen masculinos, mientras que las personas que se auto definen como femeninas representan el 28,54% del total de trabajadores de los medios (CORDICOM-RPM, 2017). Además, el 70,85% de los responsables de la alta gerencia de los medios, que incluye propietarios, presidentes y gerentes generales se auto definen masculinos, mientras que el 29,02% se auto definen como femeninas (CORDICOM-RPM, 2017). Lo que evidencia una desigual proporción de participación de las mujeres en la estructura de los medios de comunicación.

Al respecto, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing reconoce que *“aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión”*, razón por la cual recomienda a los Estados:

Promover la participación plena y equitativa de la mujer en los medios de difusión, incluida la participación en la gestión, la producción de programas, la educación, la capacitación y la investigación.

Procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, de reglamentación o de supervisión, incluidos los relacionados con los medios de difusión privados y estatales o públicos (ONU MUJERES, 2014: 172-173).

De igual forma, no debemos olvidar que la discriminación es una situación sociocultural que es aprehendida, por lo que debe ser combatida y transformada a través de acciones articuladas entre la sociedad civil, los medios de comunicación social y el Estado, incorporando en su accionar la perspectiva de género y el enfoque de derechos, mismos que se orienta a transversalizar la equidad entre hombres y mujeres, tanto en las políticas públicas como en la comunicación, en todos los temas y dentro de la agenda de los medios.

En este sentido, se realizó un conjunto de recomendaciones para el desarrollo de una publicidad y una comunicación que no discrimine a las mujeres:

- Mostrar a la mujer en la misma situación de derechos que los hombres y representar su imagen sin patrones discriminatorios:

evitar promover roles y modelos basados en pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros.

- Abstenerse de promover determinados estándares de belleza como únicos, como sinónimos de éxito o como requisitos para ser feliz. Es decir, destacar la diversidad como algo hermoso y valorar las otras dimensiones de la mujer, no solamente su apariencia física, absteniéndose de presentar el cuerpo femenino como objeto, cosificado, fragmentado y deshumanizado.
- Mostrar las labores domésticas y de cuidado como labores compartidas, promoviendo la corresponsabilidad respecto a esta actividad.
- No promover ni representar a las mujeres a través de comportamientos irracionales, emocionales e incontrolables como propios de su género, es decir, evitar contenidos comunicacionales que muestren a las mujeres movidas por caprichos, faltas de juicio en sus reacciones y comportamientos.
- Incluir la perspectiva de las mujeres, su participación como tomadoras de decisión, en la producción de contenidos, en el tratamiento de las noticias y como fuente de las mismas. Así como su planteamiento de necesidades y retos en los medios de comunicación social.
- Evitar difundir contenidos que sitúen a las mujeres en posición de inferioridad o dependencia.
- Promover la eliminación de patrones de conducta generadores de discriminación y/o violencia hacia las mujeres, otorgando a este tema, un manejo riguroso, profundo y contextualizado, que incluya datos estadísticos oficiales, información de investigaciones

especializadas, criterios de expertas y expertos, autoridades públicas, representantes de la sociedad civil, activistas, etc.

- Propiciar que las mujeres participen como tomadoras de decisiones y en la producción de contenidos en las empresas publicitarias y en los medios de comunicación.
- Capacitar a los directivos y equipos de producción de contenidos de los medios, así como a trabajadores y estudiantes de comunicación social y ciudadanía en general, en el enfoque de igualdad y derechos humanos.

Finalmente, el conjunto de elementos analizados en la presente investigación nos ha permitido estudiar y comprender de mejor manera la discriminación hacia las mujeres en Ecuador como un fenómeno tanto estructural como sociocultural, a partir de diferentes ángulos interpretativos, relacionados entre sí: el teórico, el histórico, los indicadores sociales, la relaciones entre discriminación y violencia (especialmente con la violencia simbólica), el estudio de casos sobre representaciones en publicidad y medios de comunicación, así como la normativa nacional e internacional diseñadas para enfrentar esta situación y evitar la vulneración de derechos, lo cual ha contribuido

a rastrear y definir con claridad cuáles son las representaciones sociales que podrían llegar a ser discriminatorias por razones de sexo.

El postulado metodológico fundamental ha sido que todo contenido comunicacional debe ser interpretado en el marco del contexto sociocultural en el que fue difundido, puesto que se comprende que las representaciones mediáticas se configuran como discriminatorias en la medida en que son reflejo de las relaciones de poder y de dominación previas e históricamente configuradas, que llegan a poner en posición de inferioridad a un colectivo y vulnerar sus derechos humanos.

A su vez, se comprende que así como la discriminación se reproduce y se perpetúa, también puede ser socialmente combatida, razón por la que el trabajo articulado entre la sociedad civil, los medios de comunicación y el Estado es fundamental para transformar estos parámetros socioculturales, con el objetivo de garantizar la equidad entre hombres y mujeres, así como para promover una comunicación democrática, equitativa y que respete los derechos humanos de todas las personas y colectivos.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Abril, Gonzalo (2013). *Cultura Visual, de la semiótica a la política*. Madrid: Estudios de Comunicación.
- Academy for Eating Disorders, AED (2011). *Critical Points for Early Recognition and Medical Risk Management in the Care of Individuals with Eating Disorders*. Academy for Eating Disorders Report. New York: AED.
- Acha, Omar (2013). *Trabajo y delito en las empleadas domésticas durante el primer peronismo: repensar las nociones de lucha y conciencia de clase*. Buenos Aires: UBA-CONICET.
- Acosta, Joaquin (1996). *Compendio Histórico-Descubrimiento y colonización de la Nueva Granada*. Santa Fe de Bogotá: Presidencia de la República.
- Adorno, Rolena (1988). *El sujeto Colonial y la construcción cultural de la Alteridad*. Revista de Crítica Literaria Latinoamericana, Año 14, No. 28: pp 55-68.
- Ainaguano, Sisa; Bonilla, Ana (2005). *Usos de la discursividad en los imaginarios simbólicos de la mujer indígena kichwa chibuleo*. Tesis de Grado. Facultad de Ciencias Humanas y Educación. Comunicación Social. Universidad Politécnica Salesiana. Quito: UPS.
- Alcántara Montero, Antonio; Gonzales Jurado, Adoración (2016). ¿Hay sexo después del dolor lumbar crónico?. *Revista de la Sociedad Española del Dolor*, Vol. 23, No. 1.
- Alfonso, Pilar; Aguado, Juan Pablo (2012). *Estereotipos y Coeducación*. España: Fondo Social Europeo - Consejo Comarcal del Bierzo.
- Alvarado, Héctor (2008). *El rostro de la prensa de calidad. La información internacional desde la portada de los grandes diarios europeos*. Textual y Visual Media. *Revista de la Sociedad Española de Periodística* 1.
- Alvarado, María Cruz (2010). *La publicidad social: una modalidad emergente de comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- _____ (2005): *La publicidad social: concepto, objeto y objetivos*. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*. No. 2: pp 265-284.
- Álvarez Cruz, Elsa Mireya (2009). *El machismo femenino o femichismo*. México DF.
- Alvarado, Valerie; Sancho Kristel (2011). *La belleza del cuerpo femenino*. Wimb lu, Revista electrónica de estudiantes de la Esc. De Psicología, Vol. 6, No. 1: pp 9-21.
- Álvarez, Jenny (2012). *Alteraciones fisiológicas y psicológicas de la anorexia y bulimia en adolescentes*. Cuenca: Universidad Católica de Cuenca.
- Alvear, Virginia (2002). *La Educación Popular en Morazán, El Salvador, durante la guerra civil de 1981 a 1992: ¿parte de una estrategia de supervivencia?* Disertación para la obtención del grado académico de Doctor en Filosofía. Departamento de Educación. Berlín: Universidad Libre de Berlín.
- Amnistía Internacional (2009). *Historia de los Derechos Humanos*. Cataluña: Amnistía Internacional de Cataluña.
- Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Anguiano, Bienvenido León (2009). *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*. Sevilla: Comunicación Social.
- Antón, Jhon (2011). *Pueblos afrodescendientes y derechos humanos*. Quito: Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y cultos. Serie Justicia y Derechos Humanos.

- Archetti, Eduardo (1998). *Masculinidades múltiples. El mundo del tango y el fútbol en Argentina*. Buenos Aires: Paidós.
- Arismendi, Loreto (2006). *Mujeres y orden social. El honor en la construcción de la identidad y de las prácticas sociales femeninas. Chile 1750-1810*. Santiago de Chile: Informe de Seminario de Grado para optar al grado de Licenciada en Historia. Departamento de Ciencias Históricas. Facultad de Filosofía y Humanidades. Santiago: Universidad de Chile.
- Asamblea Nacional de Ecuador (2018). Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. Registro oficial.
- _____ (2016). *Asamblea Visibiliza Derechos de las Mujeres: Aprobó Leyes con Enfoque de Género*. Quito. Registro oficial.
- _____ (2015a). *Pleno aprobó proyecto para justicia laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar*. Publicación de la página web de la Asamblea Nacional del Ecuador. Disponible en: <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- _____ (2015b). *La Ley de Justicia Laboral ha dado estabilidad a mujeres en su trabajo*. Publicación de la página web de la Asamblea Nacional del Ecuador. Disponible en: <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- _____ (2013). *Aprobación del Convenio 189 de la OIT sobre Trabajo Decente para Trabajadoras y Trabajadores Domésticos*. Publicación de la página web de la Asamblea Nacional del Ecuador. Disponible en: <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- _____ (2014) *Ley contra la Violencia a la Mujer y la Familia*. Ley 103. Última modificación: 10 de febrero de 2014. Registro Oficial 839 de 11-dic.-1995. Registro Oficial.
- Asamblea Nacional Constituyente (2008). *Constitución 2008*. Publicada en Registro Oficial N° 449, 20 de octubre de 2008.
- Asamblea Nacional de Nicaragua (2013). *Cartilla práctica de Lenguaje Inclusivo y Lenguaje de Género*. Managua: Unidad Técnica de Género.
- Asociación Contra la Anorexia y la Bulimia (2016). *¿Qué son los trastornos de la conducta alimentaria?* Cataluña: ACAB.
- Asociación de Academias de la Lengua Española (2017). Disponible en: <http://www.asale.org/>
- Asociación por los Derechos Civiles (2010). *El Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos. Un Manual para Periodistas*. Buenos Aires: ADC.
- Ávila, Ramiro (2012). *Género, derecho y discriminación ¿Una mirada masculina?*. Quito: Repositorio digital Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ayala Mora, Enrique (2015). *García Moreno y su régimen entre la vieja y la nueva historia. Una polémica anacrónica*. Revista Procesos N°41.
- _____ (2014). *La Interculturalidad: el camino para el Ecuador*. Revista de la Universidad del Azuay, No. 65: pp 9-57.
- _____ (2012). *La Prensa en la historia del Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- _____ (2008). *Resumen de Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Bach, Marta; Altés, Elvira; Gallego, Joana; Plujá, Marta; Puig, Montserrat (2000). *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria Editorial.

- Barthes, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.
- Baudin, Louis (1978). *El imperio socialista de los Incas*. Santiago de Chile: Zig-Zag.
- Baudrillard, Jean (2009). *La sociedad de consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Beauvoir, Simone (1949). *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. España: Editorial Siglo Veinte.
- Bedoya, José (2007). *El deseo y el placer. En: Voces de Hombres por la Igualdad*. Madrid: Chema Espada.
- Beeman, William (2000). *Humor. Journal of Linguistic Anthropology*, Vol. 9 (1-2): pp 103-106.
- Behar, Rosa (2010). *La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria*. Revista Chilena de Neuro-psiquiatría, Vol. 48, No. 4: pp 319 “ 334.
- Bejarano Celaya, Margarita (2003). *Entre lo público, privado y doméstico: mujeres bajo un techo de cristal*. Revista Géneros, No.36: pp 60-68.
- Bender, Karin (2010). *La guerra contra las mujeres. El caso del feminicidio en Guatemala*. Spanska: Stockholms Universitet.
- Berger, John (1975). *Ensayo sobre publicidad (ensayo 7)*. En: Gill, Gustavo (comp.). *Modos de ver*. Barcelona.
- Berger, Peter (1999). *La risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Bergson, Henri (2008). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada S. A.
- Bermúdez, Isabel (2015). *La educación de las mujeres en los países andinos*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar & Corporación Editorial Nacional.
- _____ (2010). *Sociedad republicana y proyectos de instrucción y educación para mujeres. Colombia, Ecuador y Bolivia 1800-1900*. Quito: Doctorado en Historia, Universidad Andina Simón Bolívar.
- _____ (1997). *Imágenes, representaciones y roles de la mujer en la sociedad colonial payanesa*. Tesis presentada para la obtención del grado de magister en Estudios de la Cultura. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Bernad Monferrer, Estela (2010). *Ilicitud de las representaciones degradantes y humillantes del cuerpo femenino en la publicidad. Especial referencia a la anorexia*. Revista Icono N°14: pp 186-207.
- Bianchi, Enrique; Gullco, Hernán (2009). *El derecho a la libertad de expresión*. Argentina: Librería Editora Platense.
- Blanco, Helena (2005). *Violencia de Género y Publicidad Sexista*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, No. 9: pp 50-55.
- Blázquez, Norma (2011). *El retorno de las brujas. Incorporación, aportaciones y críticas de las mujeres a la ciencia. Colección Debate y Reflexión*. México DF: Universidad Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Bonan, Claudia y Virginia Guzmán (2007). *Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder*. Documento de trabajo. Santiago de Chile: CEM.
- Bonino, Luis (2004). *“Los Micromachismos”*. Revista La Cibeles N° 2. Madrid: Siglo XXI.
- Borgeaud-Garciandía, Natacha; Lautier, Bruno (2014). *La personalización de la relación de dominación laboral: las*

- obreras de las maquilas y las empleadas domésticas en América Latina*. Revista Mexicana de Sociología, Vol. 76, No 1.
- Borchart, Chritiana (2010). *Retos de la vida: Mujeres quiteñas entre el Antiguo Régimen y la Independencia*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Borja, Rodrigo (2017) *Enciclopedia de la política*. Quito: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Bosch, Esperanza; Ferrer, Victoria; Gili, Margarita (1999). *Historia de la misoginia*. Barcelona: Anthropos.
- Botero, Luís (2011). *Para no ser una carga. Pasado y presente de las comunidades indígenas de Chimborazo*. Riobamba: Manos Unidas-Diócesis de Riobamba.
- Brown, Carolina (2004). *Barbie. Subversión y conflicto*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Buonanno, Milly (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (2001). *Fundamentos de una teoría de la violencia simbólica*. En: Bourdieu, Pierre; Passeron, Jean-Claude. *La Reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. España: Popular.
- _____ (2000). *La dominación masculina*. España: Editorial Anagrama.
- _____ (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- _____ (1998). *La dominación masculina*. En *La masculinidad: aspectos sociales y culturales*. Quito: Abya Ayala.
- Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Brah, Avtar (2013). *Pensando en y a través de la interseccionalidad*. En Zapata Galindo, Martha; García, Sabina; Chan de Avila, Jennifer (eds). *La interseccionalidad en debate*. Actas del Congreso Internacional “Indicadores Interseccionales y Medidas de Inclusión Social en Instituciones de Educación Superior”. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Bravo, Rosa (2003). *Medición de la pobreza desde un enfoque de género*. Documento presentado a la Reunión de Expertos sobre Pobreza y Género. Santiago de Chile: CEPAL - OIT.
- Brée, Joel (1995). *Los niños el consumo y el marketing*. Barcelona: Paidós.
- Buil, Carlos; García, Ana; Pons, Antonio, (2001). *Trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia*. Madrid: Sociedad Española de Contracepción.
- Buitrón, Rubén Darío (1997). *La sangre como espectáculo*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, No, 60: pp 20-23.
- Butler, Judith (2007). *El Género en Disputa: El Feminismo y la Subversión de la Identidad*. Madrid: Paidós.
- _____ (1990). *Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista*. En: Sue- Ellen Case (ed.), *Performing Feminisms: feminist Critical Theory and Theatre*. Estados Unidos: Johns Hopkins University Press.
- Buvinic, Mayra (1997). *Mujeres en la pobreza: un problema global*. *Foreign Policy*, Nº 108.
- Byerly, Carolyn (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media, International Women’s Media Foundation*. Washington, D. C: District Creative Printing Inc.
- Byerly, Carolyn; Ross, Karen (2006). *Women and Media, A critical Introduction*. London: Blackwell.
- Calderón, Cristian (2013). *Análisis de contenido de la serie La Pareja Feliz emitido por canal 4, Teleamazonas, durante el mes de*

- octubre de 2011. Quito: Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.
- Calero Fernández, María Ángeles (1999). *Sexismo Lingüístico*. Madrid: Narcea.
- Canessa, Marta. (2000). *El Bien Nacer. Limpieza de oficios y Limpieza de Sangre: Raíces ibéricas de un mal latinoamericano. Del siglo XIII al último tercio del siglo XIX*. Montevideo: Taurus.
- Cangas, Omar (2006). *El amor se volvió mujer. Las mujeres y el amor en el México Colonial*. Revista Avance, No. 132: pp 3-28.
- Carbonell, Miguel (2012). "Prólogo". En: Ávila Santamaría, Ramiro (autor). *Los derechos y sus garantías. Ensayos críticos*. Quito: Corte Constitucional del Ecuador - Centro de Estudios y Difusión del Derecho Constitucional.
- Carcedo, Ana (2010). *Femicidio en Ecuador*. Comisión de transición hacia las mujeres y la Igualdad. Quito.
- Carlos Ríos, Eugenia (2005). *Juego de Identidades e Imaginarios en los ámbitos de lo público, de lo doméstico y de comunidad. Caso de las jóvenes empleadas domésticas de Atapulo*. Quito: FLACSO.
- Caro, Antonio (2014). *La marca como signo*. En: *Ponencia de introducción a la mesa redonda Semiótica de la Marca/ Brand Semiotics*. IIAS Publication.
- _____ (2011). *Semiocapitalismo, marca y publicidad. Una visión de conjunto*. En: *Pensar la publicidad*. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, No 5(2): pp 159-180. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- _____ (2008). "La publicidad como núcleo de un imaginario globalizados". En: Hellin Ortuño, Pedro (Coord.). *El discurso publicitario contemporáneo. Su relación con lo social*. Murcia: Diego Marín Librero-Editor.
- Carosio, Alba (2010). *Las mujeres en el proceso independentista nuestroamericano. Ponencia del II Congreso Internacional, Ciencias, Tecnologías y Culturas. Dialogo entre las disciplinas del conocimiento. Hacia el futuro de América Latina y el Caribe*. Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad Central de Venezuela.
- Carrasco, Ángel (2010). *Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Carrasco Campos, Ángel (2010). *Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones*. Miguel Hernández Communication Journal, No. 1: pp 174-200.
- Carrasco, Jennie (2009). *Silencios rotos: historia de un camino. Un acercamiento a la vida de las mujeres en el Ecuador*. En Mena, Cecilia (Coord.). *Mujeres en la historia del Ecuador género y cultura*. Ecuador: Ministerio de Cultura.
- Carretero, Ana (2014). *Publicidad Sexista y Medios de Comunicación*. Revista CESCO de Derecho de Consumo, No. 10. España: Universidad de la Mancha.
- Carrión, Fernando (2006). *El jugador número 12*. Quito: FLACSO.
- Castillo, Roberto (2015). *Empleo y condición de actividad en Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Cazés, Daniel (2008). *La misoginia: ideología de las relaciones humanas. Una introducción*. En Cazés, Daniel; Huerta Fernando (Coords.). *Hombres ante la misoginia: miradas críticas*. México DF: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias - UNAM / Plaza y Valdés.

- Celorio, Gabriela (2016). *Modos de recepción y mediaciones sociales y culturales en la lectura del Diario Extra*. Quito: UASB.
- Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal (2013). *Justicia de género en Medios de comunicación ecuatorianos: Estereotipos y Representaciones sobre las mujeres. Informe de Investigación*. Quito: Ciespal.
- Cerbino, Mauro (2004). *Ética y sensacionalismo en el periodismo digital*. INFOLAC, Vol, 17, No 1.
- Cervera, Monserrat (2005). *Riesgo y prevención de la anorexia y la bulimia*. Madrid: Pirámide.
- Charún, Lucía (2009). 'Afrohistóricas'. *Detrás de la memoria. Apuntes y perspectivas de la mujer afrodescendiente en Latinoamérica*. En: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Edit.) *Las mujeres afrodescendientes y la cultura latinoamericana: identidad y desarrollo*. Montevideo: PNUD.
- Chávez María, (1998), *La mujer esclava y sus estrategias de libertad en el mundo hispano colonial del siglo XVIII*. Anales Nueva Época, No. 1: pp 91-117.
- Checa, Fernando (2001). *Las miradas del sensacionalismo: de los objetos a las prácticas culturales. El caso del Extra*. Quito: UASB.
- _____ (2003). *El Extra, las marcas de la infamia, aproximaciones a la prensa sensacionalista*. Quito: Abya Yala.
- Chinchilla, Nuria; León, Consuelo; Torres, Elizabeth; Canela, Miguel (2006). *Frenos e impulsos en la trayectoria profesional de las mujeres directivas*. Documentos de Investigación, No. 632. Universidad de Navarra " Centro Internacional Trabajo y Familia.
- Chiriboga, Silvia (2012). *Testimonio Forajido*. Tesis para la obtención de la maestría en Estudios de la Cultura. Área de Comunicación. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito: UASB.
- Cifuentes, María Angélica (1999). *El Placer de la Representación: La imagen femenina ante la moda y el retrato (Quito, 1880-1920)*. Quito: Abya Yala.
- Cilloniz, Antonio (S/F) Gramática intensiva. El superlativo. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. España. Disponible en: roble.pntic.mec.es/acid0002/index_archivos/Gramatica/superlativo.htm
- Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo, CCAJAR (2009) *¿Qué es el Sistema Interamericano de protección a los derechos humanos?* Bogotá: CCAJAR.
- Collin, Françoise (1993). *Diferencia y diferendo: La cuestión de las mujeres en filosofía*. En: *Historia de las mujeres de Occidente. El Siglo XX*. Madrid: Editorial Taurus.
- Conejo, Alberto (2008). *Educación Intercultural Bilingüe en el Ecuador*. Revista Alteridad. Número 4. Universidad Politécnica Salesiana. Quito: UPS.
- Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, CTCMIG (2011). *¿Sabías qué? Un glosario Feminista*. Quito: CTCMIG.
- Comisión de Transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres (2014). *Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014 " 2017*. Quito: CTIPGIHM - SENPLADES.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL (2004). *Entender la Pobreza desde la Perspectiva de Género, Serie Mujer y Desarrollo*, Santiago de Chile: CEPAL - UNIFEM.

- Comisión Nacional de Derechos Humanos (2012). *La discriminación y el derecho a la no discriminación*. México DF: CNDH.
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres - CNPEVCM (2010). *Glosario de términos sobre violencia contra la mujer*. México DF: Editorial Pax.
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2013). *Unidad Didáctica Prevención de la Violencia de Género en Jóvenes y Adolescentes*. Murcia: Dirección General de Prevención de Violencia de Género, Juventud, Protección Jurídica y Reforma de Menores.
- Congreso de la República de Argentina (2009). *Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales*. Buenos Aires: Congreso Nacional.
- Congreso Nacional del Ecuador (2005). *Código del trabajo*. Quito: Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005 .
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (2017). *Medios de Comunicación y género*. Revista CUADERNOS DEL CORDICOM, No. 3 .
- _____ (2016). *Metodología para la calificación de presuntos contenidos comunicacionales discriminatorios*. Quito: CORDICOM.
- _____ (2016b). *La percepción de la imagen de las mujeres en los medios de comunicación social en Ecuador*. Quito: CORDICOM.
- _____ (2016c). *Guía Informativa: Discriminación hacia el Pueblo Afroecuatoriano y su Representación en Medios de Comunicación*. Quito: CORDICOM.
- _____ (2016d). *Registro Público de Medios*. Quito: CORDICOM.
- _____ (2014). *Reglamento para la difusión de publicidad en los medios de comunicación social en cuya producción participen o esté dirigida a niñas, niños y adolescentes*. Resolución N° CORDICOM -2014 "PLE -039. Quito: CORDICOM.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género (2015). *Herramientas metodológicas para transversalizar el principio de igualdad y no discriminación en razón de género en los proyectos de inversión pública*. Quito: CNIG " Cooperación Española.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (2014). *La violencia de Género contra las mujeres en el Ecuador: Análisis de resultados de la encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las mujeres*. Quito: CNIG.
- Consejos Nacionales para la Igualdad; Ministerio de Inclusión Económica y Social (2016). *Comunicar sin discriminar: Comunicación y periodismo para la igualdad*. Quito: Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador.
- Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (2013). *Trabajo del Hogar. Colección Legislar sin Discriminación*. México DF: Conapred.
- _____ (2011). *Escritos sin Discriminación*. México DF: Conapred.
- _____ (2009). *El trato social hacia las mujeres indígenas que ejercen trabajo doméstico en zonas urbanas*. Ciudad de México: Conapred.
- Córdova, Evelyn (2005). *Imagen de la mujer como objeto publicitario: estudio de impacto entre los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito*. Quito: Universidad Salesiana.

- Córdova, Patricia (2003). *¿Habla coloquial femenina?*. Tonos Digita, No.6.
- Cook, Rebecca; Cusack, Simone (2009). *Estereotipos de Género*. Pensylvania: University of Pennsylvania Press.
- Coronel Salas, Gabriela (2012). *Morfología de los medios y empresas de comunicación del Ecuador*. En *Actas “ IV Congreso Internacional de Comunicación Social*. España: Universidad de La Laguna.
- Cortés, José Luís. (1989). *La esclavitud negra en la España peninsular del siglo XVI*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Costales, Alfredo, Dolores, Costales (2008). *Insurgentes y Realistas. La Revolución y la contrarrevolución quiteñas*. Quito: FONSA.
- Costales, Marcela (2015). *Mujeres Patriotas y Precursoras de la libertad*. Instituto Ecuatoriano de Investigaciones y Capacitación de la Mujer. Quito: IECAM
- Covarrubias Orozco, Sebastián de (1995). *Tesoro de la lengua castellana o española*. Madrid: Castalia.
- Crenshaw, Kimberlé Williams (1995). *Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color*. In Crenshaw et al. (eds.), *Critical race theory*. New York: New Press.
- Cubillos, Javiera (2015). *La importancia de la interseccionalidad para la investigación feminista*. *Oxímora Revista Internacional de ética y Política*, No. 7: pp 119-137.
- Defensoría del Pueblo de Ecuador (2015). *Análisis de contenidos que induzcan de manera específica a la violencia de género, homofobia, racismo, sexismo, entre otras formas de discriminación*. Quito: DPE.
- _____ (2014). *Análisis de contenidos y discursos en medios de comunicación: Programas ‘La Pareja Feliz’ y ‘Mi Recinto’*. Quito: Defensoría del Pueblo del Ecuador.
- _____ (2012). *Informe temático: El derecho a la igualdad y la prohibición de discriminación. Patrones y prácticas culturales discriminatorias en los medios de comunicación: producción nacional y publicidad discriminatoria*. Quito: Defensoría del Pueblo del Ecuador.
- _____ (2012b). *Guía de atención de casos de discriminación*. Quito: Dirección Nacional de Protección de Derechos Humanos y de la Naturaleza.
- _____ Defensoría del Pueblo Ecuador (2012c). *El Pueblo Afrodescendiente en el Ecuador. Informe temático*. Quito. Defensoría del Pueblo.
- Delgado, Hugo (1996). *A propósito de la Complementariedad Andina*. Tesis maestría en Antropología. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Delgado, Mónica (2011). *Visiones e ideales del cuerpo femenino en espacios publicitarios de la prensa del Ecuador de los últimos 20 años*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- De Casanova, Erynn Masi (2002). *Women’s magazines in Ecuador: re-reading ‘la chica cosmo’*. *Stud Latin Am Pop Cult*, No. 22: pp 89-102.
- De la Cadena, Marisol (1991). *Las mujeres son más indias: etnicidad y género en una comunidad del Cuzco*. *Revista Andina*, Vol. 9, No.1.
- De La Cruz Castillo, Juana Judith (2016). *Análisis de la imagen de la mujer como objeto visual en la sección Lunes Sexy del Diario Extra, publicada en los meses noviembre a diciembre del año 2015*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

- De la Cruz, Valenciano (2012). *La Inquisición Española*. Valencia: Universitat Jaume.
- De la Torre, Carlos (2002). *Afroquiteños: ciudadanía y racismo*. Quito: Centro Andino de Acción Popular.
- De la Torre, Carlos (2006). *El derecho a la no discriminación en México*. Ciudad de México: Porrúa - CNDH.
- Díaz, Carmen (1999). *De vírgenes a demonios: las mujeres y la iglesia durante la edad media*. En: Revista Dossiers feministes 2: pp 107-129.
- Díaz, Filomena (1992). *Mujer, servicio doméstico y trabajo social: una experiencia con los centros de Fe y Alegría*. Quito: IRFEYAL.
- Diez, Ana (2003). *Manual de uso para un lenguaje y una publicidad no sexista en el ámbito administrativo*. Montevideo: Ministerio de Desarrollo Social.
- Di Palma, Gustavo (2010). *Introducción al periodismo: internet y tecnología digital: prensa gráfica, radio y TV*. Córdoba: Brujas.
- Domínguez, Antonia (2001). *Esa imagen que en mi espejo se detiene. La Herencia Femenina en la narrativa de Latinas en Estados Unidos*. Huelva: Universidad de Huelva.
- Domínguez Cejudo, Rocío (2013). *La otra cara de la moneda. La invisibilización de las mujeres en la economía, otra forma de violencia*. En IV Jornadas Economía Feminista.
- Domínguez, Eva (2009). *La protección penal reforzada de la mujer en la Ley integral contra la violencia de género*. En Jiménez, María (Coord.). *La Ley Integral: un estudio multidisciplinar*. Madrid: Dykinson.
- Domínguez, María; Pino, Margarita (2005). *Globalización e educación en valores: contribuciones educativas desde o fenómeno social da boneca Barbie*. En: Revista galega do ensino, No 47: pp 1103-1126.
- Domínguez-Rodrigo, Manuel (2004). *El origen de la atracción sexual humana*. Madrid: Ediciones akal.
- Duarte, Andrea; Fernández, Rodolfo (2006). *Preceptos de la ideología patriarcal asignados al género femenino y masculino, y su refractación en ocho cuentos utilizados en el tercer ciclo de la educación general básica del sistema educativo costarricense en el año 2005*. Revista Educación, Vol. 30, No. 2: pp 145-162.
- Durin, Severine (2013). *Servicio doméstico de planta y discriminación en el área metropolitana de Monterrey*. Revista Relaciones, Volumen XXXIV: pp 93-123
- Dusel, Enrique (2008). *1492 El encubrimiento del otro*. Biblioteca Indígena. La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Eco, Umberto (1984). *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eichler, Margrit (1997). "Feminist Methodology". *Current Sociology*, Vol 45: 20-22.
- El Universo (2019). "Policía reporta 59 femicidios, grupos sociales detallan 88 en Ecuador en el 2018". Quito. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/01/23/nota/7152728/policia-reporta-59-femicidios-grupos-sociales-detallan-88>
- El Universo (2019). "98 femicidios hubo en el 2018 en Ecuador y antes intentan frenarlos". Quito. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/01/07/nota/7126344/98-femicidios-hubo-2018-entes-intentan-frenarlos>

- Espín, Julia; Marín, María; Rodríguez, Mercedes (2004). *Análisis del sexismo en la publicidad*. Revista de Investigación Educativa, Vol. 22, No.1: pp 203-231.
- [Espinoza, Apolo \(1995\). *Los mestizos ecuatorianos y las señales de identidad cultural*. Quito: Tramasol Editorial.](#)
- Espinoza, Marjorie (2014). *¿Galantería o acoso sexual callejero?* Tesis para la Maestría en Derecho. Mención en Derecho Constitucional. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Derecho. Quito: UASB.
- Estermann, Josef (2013). *Ecosofía andina: Un paradigma alternativo de convivencia cósmica y de Vivir Bien*. Buenos Aires: Programa Internacional de Investigación en Filosofía Intercultural de la Liberación, FAIA.
- Facio Montejo, Alda (2007). *Feminismo, Género y Patriarcado*. Costa Rica: IMPRESSO.
- _____ (1992). *Cuando el género suena cambios trae*. Costa Rica: ILANUD.
- Facio, Alda; De Montis, Malena; Ardón, Patricia; Arce, Mariela; Miller Valerie (2012). *Diccionario de la Transgresión Feminista*. Buenos Aires: JASS, Building Women's Collective Power for Justice.
- Fairclough, Norman (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. Revista Discurso y Sociedad, Vol. 2 (1): pp 170-185.
- Faúndez, Héctor (2004). *El Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos. Aspectos institucionales y procesales*. Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.
- Federación de ONG de Desarrollo de la Comunidad de Madrid (2015). *Manual de Género. Sistema Sexo-Genero*. Madrid: FONGDCAM.
- Fernández, Carmelo (2013). *Sobre el concepto de Patriarcado*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Fernández, Pedro (2009) *Compendio sobre violencia de género y factores de discriminación en la mujer con discapacidad*. Valencia: Editorial Tirant Lo Blanch.
- Fernández Poncela, Anna (2011). *Prejuicios y Estereotipos. Refranes, chistes y acertijos, reproductores y transgresores*. Revista de Antropología Experimental, No. 11: pp 317-328.
- _____ (2012). *Sexismo léxico-semántico y tensiones psíquicas ¿Por qué Dios creó a la mujer bella y tonta? Educar*, No. 1, Vol. 48: pp 175-196.
- _____ (2011). *Mujeres, lenguaje y discriminación*. Revista de estudios de Antropología Sexual, Vol. 1, No.3: pp 112-134.
- _____ (2002). *Estereotipos y roles de género en el refranero popular. Charlatanas, mentirosas, malvadas y peligrosas. Proveedores, maltratados, machos y cornudos*. Revista Anthropos, No. 17: pp 249-256.
- Ferraro, Emilia (2000). *El costo de la vida: deuda e identidad en los Andes ecuatorianos. La fiesta de San Juan en Pesillo*. En: Andrés Guerrero (Com.). *Etnicidades*. Quito: FLACSO.
- Ferráz Martínez, Antonio (2008). *Un acercamiento a la publicidad en general (Con una coda particular sobre la marroquí)*. En Aljamia " Revista de la Consejería de Educación en Marruecos, No. 19: pp 35 " 49.
- _____ (1999). *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco Libros.
- Ferrer, Victoria; Bosch, Esperanza (2000). *Violencia de género y misoginia: reflexiones psicosociales sobre un posible factor explicativo*. Papeles del Psicólogo, No. 3, Vol. 37: pp 13-19.

- Finol, José Enrique (2016). *Metodología de análisis de contenidos de los medios de comunicación masiva del Ecuador con énfasis en contenidos discriminatorios, violentos y sexualmente explícitos*. Quito: CORDICOM y Programa PROMETEO SENESCYT.
- _____ (2015). *La Corpósfera Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo*. Quito: Ciespal.
- _____ (2015). *Tus razones de peso para bajar de peso. Cuerpo, estereotipo y discriminación*. Quito: CORDICOM.
- Fiscalía General del Estado (2014). *Femicidio: Análisis Penológico 2014-2015*. Fiscalía General del Estado. Quito: Dirección Nacional de Política Criminal.
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (2005) *Compilación seleccionada del marco jurídico nacional e internacional de la mujer*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México, D.F.: PNUD.
- Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, Unicef (2017). *El Acceso Igualitario a la Educación*. Unicef.
- _____ (2014). *Vivencias y Relatos sobre el Embarazo en Adolescentes. Una aproximación a los factores culturales, sociales y emocionales a partir de un estudio en seis países de la región*. Ciudad de Panamá: Unicef “ PLAN.
- _____ (2006). *Comunicación, Desarrollo y Derechos Humanos*. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- Fram, Eliana (2013). *La sitcom serial. Análisis y crítica de géneros audiovisuales*. Buenos Aires: Universidad Austral.
- Freire, Irina; Castillo, Anabel (2016). *Las comedias de situación (sitcoms) producidas por la televisión ecuatoriana y los estereotipos de género*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, Nº 131: pp 383-400.
- Frías, Lorena (2000). *Los Derechos Humanos de las Mujeres: Aportes y Desafíos*. En *Las fisuras del Patriarcado: Reflexiones sobre Feminismo y Derecho*. Quito: FLACSO/CONAMU.
- Fundación Aldea (2019). *Durante el 2018, 88 mujeres fueron asesinadas por el hecho de ser mujeres*. Quito. Disponible en: <http://www.fundacionaldea.org/blog-aldea/tbm8t9rrxz654lll2s84em5e4mbnt7>
- Fundación Aldea (2019). *“Un femicidio cada 3 días en el Ecuador”*. <http://www.fundacionaldea.org/blog-aldea/c6cwr7g9cs6klz56rkksktalk756t4>
- Fundación Ayuda en Acción; ONG Entreculturas; ONG InteRed (2007-2012) *Objetivo Beijing*. En: Plataforma Muévete por la igualdad es de justicia. Madrid: Fundación Ayuda en Acción.
- Fundación Imagen y Autoestima (2012). *Decálogo de buenas prácticas sobre el fomento de la autoestima y la imagen corporal en los medios de comunicación*. Barcelona.
- Fundación para la Promoción de la Mujer (1997). *Roles y Estereotipos. Ciudad de Panamá: Convenio de Panameño- Alemán de Formación Profesional Dual*.
- Galán, María; Isabel Sánchez, María (2005). *La Publicidad en el Siglo XXI: Una Referencia a la Ética Empresarial*. En *LIVRO DE ACTAS “ 4° SOPCOM*. España: Universidad de Extremadura.
- Galeano, Eduardo (1985). *Las venas abiertas de América Latina*. Madrid: Siglo XXI.
- Gallegos, María del Carmen (2012). *La identidad de género: masculino versus femenino*. Ponencia. Primer Congreso Internacional de Comunicación y Género. México DF: UNAM.

- Gambill, Clifford (1998). *Anorexia and bulimia in girls and young women... recertification series*. Physician Assistant. USA: U.S National Library of Medicine
- Gamboa, María; Guaján, Blanca (1993). *Imaginario que tiene el mestizo de la mujer indígena y como éstos repercuten en la autorepresentación de ésta*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- García, Adela. (2009). *Género y Desarrollo humano: una relación imprescindible*. España: Estudio Botero.
- García, Evangelina (2013). *¿Qué es género? Conceptos básicos*. Documentos de curso. México DF: FLACSO.
- García-Leiva, Patricia (2005). *Identidad de género: modelos explicativos*. España: Universidad de Huelva.
- García Martha y Rubio Joaquina, (2004). *La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas. Actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo*. Revista Clepsydra, No. 3: pp 89-107.
- García Nieto María Teresa; Lema Devesa, Carlos (2008). *Guía de intervención ante la publicidad sexista*. Madrid: Instituto de la Mujer - Ministerio de Igualdad.
- Garcilaso de la Vega (1980). *Comentarios Reales*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Geldstein, Rosa (1997). *Mujeres Jefas de Hogar: Familia, Pobreza y Género*. Buenos Aires: Unicef Argentina.
- Goetschel, Ana María; Pequeño, Andrea; Prieto, Mercedes; Herrera, Gioconda (2007). *De memorias imágenes públicas de las mujeres ecuatorianas de comienzos y fines del siglo veinte*. Quito: FLACSO.
- Goetschel, Ana María (2014). *Cartas Públicas de Mujeres Ecuatorianas*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO-Municipio de Quito.
- _____ (2010) *Re/construyendo historias de mujeres ecuatorianas*. En: Goetschel, Ana María y Lucía Chiriboga (2010). *Re/construyendo historias de mujeres ecuatorianas*. Quito: FONSAL.
- _____ (2007). *Educación de las mujeres, maestras y esferas públicas. Quito en la primera mitad del siglo XX*. Quito: FLACSO- ABYA YALA.
- _____ (2002). *Imágenes de mujeres amas de casa, musas y ocupaciones modernas. Quito, primera mitad del siglo XX*. Quito: Museo de la Ciudad.
- _____ (1999). *Mujeres e Imaginarios. Quito en los inicios de la modernidad*. Quito: Serie Pluriminor Abya Yala.
- _____ (1999b) *Educación e imágenes de la mujer en los años treinta*. Bulletin de l'institut Français d'Études Andines. Número 28: pp 401-410.
- _____ (2004). *Musas, onditas y misses: estereotipos e imágenes de las mujeres quiteñas en los años treinta del siglo XX*. ÍCONOS Revista de Ciencias Sociales, No. 20: pp 110-113. Ecuador: FLACSO.
- Gómez de la Torre, Amaya; Bonor, Juan (2008). *Recópolis, la ciudad en la época visigoda*. Alcalá de Henares: Museo Arqueológico Regional.
- Gómez, Perla (2009). *Libertad de Expresión, protección y responsabilidades*. Quito: Editorial Quipus, Ciespal.
- Gómez, Sánchez, Celia (2016). *Discriminación en medios de comunicación. Análisis jurídico de los contenidos de humor*

- sexistas*. Revista Cuadernos del CORDICOM, No. 1: pp 111-138.
- González, Angélica; Solano, Edwin (2012). *Repercusiones de la discriminación hacia las trabajadoras del hogar*. Revista de derechos humanos. Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal de México.
- González, Araceli (2013). *Los conceptos de patriarcado y androcentrismo en el estudio sociológico y antropológico de las sociedades de mayoría musulmana*. París: Collège de France/EHESS. Laboratoire d'Anthropologie Sociale.
- González, Miguel Ángel (2015). *Análisis de los títulos de diario extra casos de asesinatos por armas de fuego en marzo del 2014*. Quito: UCE.
- Gorban, Debora (2011). *Empleadas y empleadoras, tensiones de una relación atravesada por la ambigüedad*. En: Revista Reis, No. 140: pp 29-48.
- Gordillo, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Editorial Quipus.
- Grabman, Genevieve; Friedman, Sara (2010). *Igualdad de género en materia de salud: mayor igualdad y eficiencia en el logro de la salud para todos*. Pan American Health Organization – PAHO.
- Gualavisí, Mélany (2012). *Impacto de la política de incremento salarial realizada en 2010 para empleadas domésticas, en los resultados del mercado laboral de este sector*. Tesis para obtener el título de maestría en economía con mención en economía del desarrollo. Quito, FLACSO.
- Guamán, Lucía (2013). *Poder masculino, derechos de las mujeres e imagen femenina en la publicidad*. Punto Cero, Año 18, No. 27: pp 53-60.
- Guardia, Sara (2015). *Las mujeres como sujetos históricos: un derecho conquistado*. Utopía y Praxis Latinoamericana, Vol. 20, No. 68: pp 41-49.
- _____ (2002). *Mujeres peruanas el otro lado de la historia*. Lima: Minerva Miraflores.
- Guerrero, Gerardo (2008). *El 'otro oro' en la conquista de América: Las mujeres indias, el surgimiento del mestizaje*. Revista Estudios Latinoamericanos: pp 9-25.
- Guero Prado, Delio, (2001). *Epidemiología de los trastornos de la conducta alimentaria e influencia mediática: una revisión de la literatura*. Madrid: Servicio de Psiquiatría.
- Gutiérrez, León (2004). *Crónica de una vida de disfraces y subversiones Sor Juana Inés de la Cruz*. Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F.: UNAM: pp 37-46
- Gutiérrez, Paola Alexandra (2011). *Desigualdad Laboral en Ecuador: Brechas salariales entre hombres y mujeres en la escala superior jerárquica*. Disertación previa a la obtención del título de Economista. Quito: PUCE.
- Gutiérrez, Roberto (2005). *Cultura Política y Discriminación*. México DF: Conapred.
- Guzmán, Laura (2004). *Elementos conceptuales y metodológicos para la investigación de derechos humanos con perspectiva de género. Programa mujer y derechos humanos*. Costa Rica: Instituto Interamericano de derechos humanos.
- Guzmán Stein, Laura (2004). *Guía breve para el uso no sexista del lenguaje: Cómo usar lenguaje no discriminatorio en textos varios, presentaciones e ilustraciones*. San José: Centro de Investigación en Estudios de la Mujer, Universidad de Costa Rica.

- Hall, Stuart (1997). *Representation: Culture and Representations and Signifying Practices*. Inglaterra: Sage Publications.
- Heiskanen, Piispa (1998). *Faith, hope and battering: a survey of men's violence against women in Finland*. Finland: Statistics.
- Hernández García, Yuvliuva (2006). *Acerca del género como categoría analítica*. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas: Cuba.
- Hering, Max (2011). *Color, pureza, raza: la calidad de los sujetos coloniales*. En: Heraclio Bonilla (Ed.). *La cuestión colonial*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, Francisco (2010). *La élite incaica y la articulación del Tahuantisuyo*. Tesis de doctorado en historia. Madrid: Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid.
- Hernández, Katty (2010). *Discursos hegemónicos y tradición oral sobre los cuerpos de las mujeres afroecuatorianas*. Quito: Ediciones ABYA YALA y FLACSO, Sede Ecuador.
- Herren, Ricardo (1991). *La conquista erótica de las Indias*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Herrera, Gioconda (2001). *Los estudios de género en el Ecuador: entre el conocimiento y el reconocimiento*. En Gioconda Herrera (Editora) *Antología de Género*. Quito: FLACSO.
- Herrero Aguado, Carmen (2005) *Mujer y medios de comunicación, riesgos para la salud*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Herrero, Mariana de Dios (2006). *El trabajo de las empleadas domésticas: entre lo doméstico (privado) y lo asalariado (público)*. La Albaja: Revista de estudios de la Mujer, No. 10: pp 157-174.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2006). *Panorama de Violencia contra las Mujeres*. Puebla: ENDIREH.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – diciembre 2016*. Quito: INEC.
- _____ (2015). *Cuentas Satélite del Trabajo no Remunerado de los Hogares 2011-2013*.
- _____ (2014). *Encuesta de Condiciones de Vida 2013 – 2014*. Quito: INEC.
- _____ (2013). *Características de las Madres en Ecuador*. Quito: INEC.
- _____ (2013b). *Estadísticas Vitales y de Salud 2013*. Quito: INEC.
- _____ (2012). *Encuesta Nacional de Salud, Salud Reproductiva y Nutrición 2012*. Quito: INEC.
- _____ (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Quito: INEC.
- Instituto Vasco de la Mujer (2013). *Sexismo en la campaña de publicidad de juegos y juguetes. Herramientas para su detección*. País Vasco: Emakunde.
- Instituto Vasco de la Mujer, EMAKUNDE (2008). *Los hombres, la igualdad y las nuevas masculinidades*. País Vasco: EMAKUNDE.
- Intriago, Erika (2016). *El principio de universalidad de los derechos humanos frente el derecho a la seguridad social de las mujeres trabajadoras remuneradas del hogar en movilidad humana interna, pertenecientes a diversos grupos culturales del Ecuador desde la vigencia de la Constitución de la República del Ecuador de 2008*. Monografía para optar el título de master en investigación en derechos humanos en América Latina, Universidad Andina Simón Bolívar.

- Isaías, Héctor (2005). *Lenguaje y discriminación*. México DF: Conapred.
- Jácome, Gabriel (2013). *El rol de Quito en su espacio regional en el período colonial: una visión geográfica*. Tesis Escuelas de Ciencias Geográficas. Quito: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Ecuador.
- Jácome, Tatiana (2012). *El rol de la mujer en la publicidad de AXE y su percepción en jóvenes universitarios de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Jaramillo, Frantz (2012). *Etnografía de producción en un medio masivo de comunicación impresa: el caso de las imágenes de crónica roja en el diario El Extra*. Quito: FLACSO sede Ecuador.
- Jauregui, Eduardo; Fernández Solís, Jesús Damián (2006). *El humor positivo en la vida y el trabajo*. Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (clac), No. 27: pp 42-56.
- Jáuregui, Inmaculada (2006). *Mujer y Violencia*. En: Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. Madrid: Publicación electrónica de la Universidad Complutense de Madrid.
- Jiménez, José Alfonso (2013). *Reflexiones epistemológicas sobre el humor*. Eikasia revista de filosofía, No. 48: pp 187-196.
- Juárez, Silvia; Cornejo, Delia; Scott, Mayra (2011). *El abordaje de la misoginia y la violencia contra las mujeres*. El Salvador: Red Feminista frente a la Violencia contra las Mujeres, CDM, MEC y Sector de Mujeres y en ningún momento expresan la opinión de la Unión Europea.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary (2012). *Marketing*. México DF: Pearson Education.
- Kotler, Philip; Roberto, Eduardo (1992). *Marketing social. Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Díaz de Santos.
- La Barbera, María Caterina (2016). *Interseccionalidad, un concepto viajero: orígenes, desarrollo e implementación en la Unión Europea*. Revista INTERdisciplina, Vol. 4, No. 8: pp 105-122.
- Laberdi, Inés; Matas, Natalia (2002). *La violencia doméstica. Informe sobre los malos tratos a mujeres en España*. Barcelona: Fundación La Caixa.
- Lagarde, Marcela (1990). *Identidad Femenina*. México DF: Comunicación, Intercambio y Desarrollo Humano en América Latina.
- _____ (1990b). La multidimensionalidad de la categoría género y del feminismo. En González Marín, María Luisa (Coord). *Metodología para los estudios de género*. México DF: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- _____ (1997). *Identidades de género y derechos humanos. La construcción de las humanas*. México DF: CIDH.
- Lamarca Lapuente, Chusa (2004). *La Real Academia Española y el monopolio del género... gramatical*. En Mujeres en Red. El periódico feminista.
- Lautier, Bruno (2003). *Las empleadas domésticas latinoamericanas y la sociología del trabajo: algunas observaciones acerca del caso brasileño*. En: Revista Mexicana de Sociología, Año 65, No 4. México: Instituto de Investigaciones Sociales: pp 789-814
- Lavrin, Asunción (1990). *La mujer en la sociedad colonial hispanoamericana*. En: Leslie Bethell (Ed). *Historia de América Latina*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Lazarsfeld, Paul; Merton, Robert (1977). *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. En Muraro,

- Heriberto. *La Comunicación de masas*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- León, Dayana (2008). *Imaginario de género en Mi Recinto: programa de la televisión ecuatoriana*. Quito: FLACSO.
- León Magdalena (2009). *Invisibilidad y discriminación del Trabajo Doméstico Remunerado en América Latina*. En: Macassi, Ivonne. *Regímenes Jurídicos sobre Trabajo Doméstico Remunerado en Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela*. Montevideo: Cotidiano Mujer /AFM – OXFAM.
- León, Magdalena (2003). *Mujeres y Trabajo: cambios impostergables*. Brasil: CLACSO.
- Leva, Josefa (2001). *El trabajo de la mujer en Córdoba en los siglos XV y XVI*. *Ámbito*. Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades de Córdoba. Número 5: Universidad de Córdoba: pp 25-30
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, LGAMVLV (2007). *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*. México DF: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Loachamín, Alex (2013). *Análisis de contenido de la primera semana de la última temporada de las series de televisión “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”, respecto a la violencia de género en el Ecuador*. Quito: Universidad de las Américas.
- Logroño, Julieta (2006). *Agenda de las Mujeres de la Provincia de Esmeraldas*. Proyecto Construyendo ciudadanía con Equidad de Género desde el Gobierno Provincial de Esmeraldas. Esmeraldas: CONAMU GOBIERNO PROVINCIAL DE ESMERALDAS.
- Londoño, Jenny (1997). *Entre la sumisión y la resistencia: las mujeres de la Real Audiencia de Quito*. Quito: Abya Yala.
- Londoño Zapata, óscar (2007). *El análisis crítico del discurso (ACD), una actitud de resistencia Entrevista a Teun A. van Dijk*. Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, Vol. 6, No. 1: pp 129-135.
- López, Belén (2007). *Publicidad Emocional. Estrategias creativas*. Jerez de la Frontera: Business & Marketing School.
- López, Blanca (2013). *El Viaje a la Nueva España entre 1540 y 1625: el trayecto femenino*. En: Guardia Beatriz (Edit.). *Historia de las mujeres en América. Centro de estudios la mujer en la historia de América Latina*. Murcia: CEMHA.
- López, Carina (2014). *La publicidad y contenido sexista en los medios de comunicación atenta contra el principio de igualdad y no discriminación por razones de género*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- López Díez, Pilar (2003). *Utilización no sexista de la Imagen en Acciones de Marketing y Publicidad*. En: *Protocolo General de Utilización de la Imagen de las Mujeres y de los Hombres*. Biskaia: Parekatuz.
- López, Irene (2007) *Guía sobre el enfoque de género en la intervención social*. España: Cruz Roja.
- López, Nereida (2010). *Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión: Tendencias de consumo en jóvenes de 14 a 25 años*. Observatorio del Ocio y el entretenimiento mundial.
- López Pérez, Susana (2009). *Publicidad e identidades: cuando la publicidad favorece la igualdad de género*. En *Actas del Congreso. La representación del género en la publicidad del siglo XXI*. País Vasco: Euskal Herriko Unibertsitatea.
- López, Sergio (2008). *Humor y poder. Una afinidad comunicativa en el contexto social*. *Revista de Antropología Iberoamericana*, Vol. 3, No. 1: pp 64-94.

- Lucena, Manuel (2005). *Atlas histórico de Latinoamérica*. Madrid: Editorial síntesis.
- Lujan, María (2013). *Violencia contra las mujeres y alguien más*. Tesis Doctoral. Facultad de Derecho. Universitat de Valencia. Valencia.
- Lutz, Helma; Vivar, María; Supik, Linda (2011). *Framing Intersectionality: Debates on a Multi-Faceted Concept in Gender Studies*. Farnham: Editorial Ashgate.
- Macionis, John; Plummer, Ken (1999). *Sociología*. Madrid: Isabel Capela.
- Madruga, Diana; Leis, Rosaura; Lambruschini, Nilo, (2010). *Trastornos del comportamiento alimentario: Anorexia nerviosa y bulimia nerviosa*. En: "Protocolos diagnóstico-terapéuticos de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica SEGHP-AEP". Madrid: AEP.
- Manrique, María (2013). *Las mujeres como sujeto histórico en el aula de historia*. Tesis presentada para la obtención del título de Máster de profesorado en educación secundaria obligatoria y bachillerato, formación profesional y enseñanza de idiomas. Almería: Universidad de Lamería.
- Marlowe, Stephen (1987). *Memorias de Cristóbal Colón*. Madrid: Mondadori.
- Martínez Barreiro, Ana (2009). "La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas". *Revista de sociología*, No. 73: 127-152.
- Martínez, Joaquín (2001) *Los caminos del tiempo*. Quito: El Conejo.
- Martín, Marta (2002). "La tiranía en la sociedad de las representaciones". *Revista Latina de Comunicación Social*, año7, vol. 5.
- Martínez Costa, María; Díez Unzueta, Ramón. (2005). *Lenguaje, género y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica*. Pamplona: Eunsa.
- Martínez, Nicolás (2015). "La mujer que civiliza: de la cortesía medieval a la conquista americana". *Revista Chilena de Estudios Medievales*. Número 7: 95-106.
- Martínez, Raquel; Ramírez, Flor; Rivera, Francis (2009). *La falta de un procedimiento en la ley procesal de familia para la disolución, liquidación y distribución de los bienes de la comunidad diferida y sus consecuencias*. Tesis para obtención del título de licenciada en ciencias jurídicas. San Salvador: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Universidad de El Salvador.
- Martínez, Tania (2012). *La limpieza de la sangre, honor o mácula en la sociedad novohispana. (1580-1620)*. Tesis presentada para la obtención del grado de Licenciada en Historia. Queretaro: Facultad de Filosofía, Universidad Autónoma de Queretaro.
- Mateos, Ruth (2007). *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española*. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.
- Mattelart, Armand (2005). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México DF: Siglo XXI.
- Mateus, Ángela (2013). *Guía Violencia Basada en Género*. Quito: Catholic Relief Services.
- Matos, José (1976). *Yanaconaje y reforma agraria en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos Ediciones.
- Maura, Juan (2005). *Españolas en ultramar en la historia y la literatura*. Valencia: Universitat de València.

- Mayorga, Esteban (2016). *Análisis de las portadas del diario Extra antes y después de entrar en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: UDLA.
- Mellado, Miguel (1996). *La mujer en el contexto social del S. XVII: aproximación a un estudio sociológico sobre perfiles de mujer en la novela "Simplicissimus"*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Méndez, María (2012). *De los habitus al femichismo: Reproducción de conductas machistas en mujeres de Cochabamba*. Punto Cero N° 24, Vol. 17: pp 18-30.
- Mendiola, Salvador (1998). *Teoría feminista sobre estudios de género*. México DF: UNAM.
- Mengo, René Isabel (2004). *El discurso como acción social*. Revista Latina de Comunicación social, No 58.
- Meyer, Eileen (1999). *Winning the war within. Nutrition Therapy for clients with Anorexia or Bulimia Nervosa*. Helm Publishing Texas, Lake Dallas.
- Milosavljevic, Vivian (2003). *El enfoque de género y la medición de la pobreza*. Documento presentado en la Reunión de Expertos sobre Pobreza y Género. Santiago de Chile: CEPAL " OIT.
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2017). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE*. Quito: Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.
- Ministerio de Cultura (2014). *Comunicación que no discrimina. Guía para comunicadores*. Lima: Ministerio de Cultura de Perú.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Quito: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES (2014). *Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación*. Quito: MIES.
- Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Subsecretaría de Desarrollo Normativo. Quito: Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2012). *Examen Periódico Universal del Ecuador 2012*. Quito: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.
- Molina, Eugenia (2000). *El poder de la opinión pública. Trayectos y avatares de una nueva cultura política en el Río de la Plata 1800-1852*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Moncayo Carla, (2014). *Análisis histórico jurídico de las condiciones laborales del trabajador doméstico ecuatoriano*. Tesis Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito: PUCE.
- Montaña, Juan (2012). *Presentación*. En Ramiro Ávila Santamaría (autor). *Los derechos y sus garantías. Ensayos críticos. Pensamiento Jurídico Contemporáneo N° 1*. Quito: Corte Constitucional del Ecuador para el periodo de transición y Centro de Estudios y Difusión del Derecho Constitucional.
- Montero García-Celay, María Luisa; Nieto Navarro, Mariano (2002). *El patriarcado: Una estructura invisible*.
- Moreno, María (2007). *Misses y concursos de belleza indígena en la construcción de la nación ecuatoriana*. Revista Íconos, N°28: pp 81-91.
- Moreno, Amparo (1986). *El arquetipo viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no androcéntrica*. Barcelona: La Sal.

- Morelli, Federica (2013). *Las declaraciones de independencia en Ecuador: de una Audiencia a múltiples Estados*. México DF: UNAM.
- Morín, Violette (1974). *Tratamiento Periodístico de la Información*. Barcelona: Asesoría Técnica de Ediciones.
- Moscoso, Martha (2009). *Historia de mujeres e historia de género en el Ecuador*. En: Moscoso, Martha; Quinatoa, Estelina; León, Edizon; Carrasco, Jannie. *Historia de mujeres e historia de género en el Ecuador*. Quito: IPANC.
- Muñoz, Gabriela (2014). *Análisis de imagen de la mujer en el especial "No las amamos, ¡las matamos!" del diario Extra, publicado desde el 20 de julio hasta el 4 de agosto del 2010*. Quito: UCE.
- Muñoz, Alberto (2004). *La Organización del trabajo en el pueblo Inca. El Graduado: Boletín Informativo del Ilustre Colegio Oficial de Graduados Sociales de Madrid*, N°. 45.
- Muñoz, Patricia (2010). *Violencias interseccionales. Debates feministas y marcos teóricos en el tema de pobreza y violencia contra las mujeres*. Tegucigalpa: Central America Women's Network (CAWN).
- Muraro, Heriberto (Comp.) (1977). *La comunicación de masas*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Muratorio, Blanca (1994). *Imágenes e imagineros, representación de los indígenas ecuatorianos*. Quito: FLACSO.
- Nájera, María (2009). *Creación de una estrategia edu " comunicativa para la coordinadora de mujeres urbanas del cantón Cotacachi*. Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, mención en Desarrollo. Facultad de Ciencias Humanas y Educación. Universidad Politécnica Salesiana- Sede Quito. Quito: UPS.
- Narvaez, Claudia (2015). *Análisis de "la gramática racial desde la perspectiva del Payaso" en la comedia nacional "La Pareja Feliz" y la relación del estereotipo matrimonial que presenta este programa*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Nash, Jennifer (2008). *Re-Thinking Intersectionality*. *Feminist Review*, No. 89: pp 1-15.
- Neto Vivas, Alexandra (2013). *Análisis del programa 'Mi Recinto' en su décima primera temporada, año 2012, desde una perspectiva de violencia, machismo y discriminación*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Nieto, Máximo (1910). *Corona Fúnebre, homenaje a la memoria de los héroes y mártires de la independencia de la gran Colombia en los centenarios de su emancipación*. Bogotá: Imprenta de Medina e Hijo.
- Núñez, Noriega Guillermo (2011). *¿Qué es la diversidad sexual? Reflexiones desde la academia y el movimiento ciudadano*. Quito: Abya Yala.
- Ñopo, Hugo (2012). *New Century, Old Disparities Gender and Ethnic Earnings Gaps in Latin America and the Caribbean*. Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo y Banco Mundial.
- Oblitas, Beatriz (2009). *Machismo y violencia contra la mujer*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Observatorio Andaluz de la Publicidad no sexista (2015). *Puntos del Decálogo para una publicidad no sexista*. España: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Observatorio Ciudadano de la Comunicación de Cuenca, OCC (2009). *Medios de Comunicación. Una enorme oportunidad*. Cuenca: GAMMA.

- Ordorika, Teresa (2006). *Entre la obediencia y la libertad. Una mujer española del siglo XVII*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol. XLVIII, No. 197: 21-33.
- Organización de Estados Americanos (2017) *Historia en breve de la Comisión Interamericana de Mujeres*. Washington. OEA.
- Organización de las Naciones Unidas dedicada a Promover la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, ONU Mujeres (2017). *Conferencias mundiales sobre la mujer*. ONU Mujeres.
- _____. Mujeres (2015). *Hechos y Cifras: Empoderamiento Económico*. ONU Mujeres.
- Organización de las Naciones Unidas (2006). *Estudio a fondo sobre todas las formas de violencia contra la mujer*. Informe del Secretario General. Nueva York: ONU.
- _____. (1996). *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la mujer*. Nueva York: ONU.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco (2015). *Igualdad, de Género en la Educación*. Unesco: Género y Educación.
- _____. (2015b). *Unesco eAtlas of Gender Inequality in Education*. Unesco Institute for Satatistic.
- _____. (2010). *Por un periodismo no sexista. Pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile*. Santiago de Chile: Unesco.
- Organización Internacional del Trabajo, OIT (2017). *Igualdad de Género en América Latina y el Caribe*.
- Organización Mundial de la Salud (1998). *Violencia contra la mujer. Un tema de salud prioritario*.
- Organización Panamericana de la Salud. OPS (2016). *Género y Salud Principios Orientadores*. OPS “OMS oficina para las américas.
- Ortiz Rivera, Paola (2013). *Nuestra segunda piel: Aspectos funcionales y simbólicos en torno al vestuario en la cotidianidad de la mujer antioqueña durante la década de 1950*. *Revista Cultura Investigativa*, No. 7: pp 83-95. Palacios, Manuel (2001). *Historia de la televisión en España*. Madrid: Gedisa.
- Padilla Castillo, Graciela; Rey, Paula (2010). *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas*. *Fonseca, Journal of Communication*, No.1: pp 187-218.
- Paraneswaran, Radhika (2001). *Global Queens, National Celebrities: Tales of Feminine Triumph in Post-liberalization India*. *Critical Studies in Media Communication*, Vol 21, No.4.
- Pardo, Nestor (2007). *Diversidad lingüística y tolerancia en Colombia*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional de Colombia.
- Pardo, Neyla (2008). *El discurso multimodal en Youtube*. *Revista ALED*, No. 8: pp 77-107.
- Parella, Sonia (2003). *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*. Barcelona Anthropos.
- Pareja, Francisco (1984). *Problems that concerns women on this consideration in development planning. The case of Ecuador*. Quito.
- Pásara, Luis (2008). *El uso de los instrumentos internacionales de derechos humanos en la administración de la justicia*. Quito: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.
- Paspuezán, Johanna (2014). *Impacto de las Reformas Laborales en el Sector doméstico, año 2012 en el Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura*. Tesis previa a la obtención del título

- de Ingeniería en Economía “ Mención Finanzas. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Payán, Luz Elena; Ramírez, Jefferson (2011). *Análisis de los estereotipos femeninos contenidos en la publicidad televisiva de la marca AXE de los años 2007 (AXE CHOQUE) y 2011 (AXE EXCITE) en Colombia*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Payne, Michael (2008). *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*. Buenos Aires: Paidós.
- Pedroso, Nivea (2015). *Elementos de una teoría del periodismo sensacionalista*. *Comunicación y Sociedad*, No. 21: pp 139-157.
- Pedroso, Rosa (1994). “Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista”. En *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, Núm. 21, Agosto de 1994, pp. 139-157.
- Pequeño, Andrea (2007). *Imágenes en disputa. Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas*. Quito: FLACSO-Abya Yala.
- _____ (2007b). *La autorepresentación: estrategias para un nuevo feminismo indígena en Ecuador*. *Latin American Studies Association Congress*, Montreal, Canadá.
- _____ (2004). *Historia de misses, historia de naciones*. *Revista Iconos*, N°20: pp 114-117.
- Pelé, Antonio (2004). *Una Aproximación al Concepto de Dignidad Humana*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Pellicer, Maité (2011). *El cambio del paradigma publicitario*. En: *Razón y Palabra* N° 7. Monterrey.
- Peñaherrera, Cecilia (1993). *La imagen de la mujer en los medios de Comunicación*. Quito: DINAMU.
- Peredo, Elizabeth (2003). *Mujeres, trabajo doméstico relaciones de género: Reflexiones a propósito de la lucha de las trabajadoras bolivianas*. En León, Magdalena (comp.). *Mujeres y Trabajo: cambios impostergables*. Sao Pablo: CLACSO.
- Pérez, Isabel (2004). *La normativización del cuerpo femenino en la edad moderna: El vestido y la virginidad*. En: *Espacio, tiempo y forma, serie IV*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Pié, Asun; Jordi, Planella (2015). *Políticas, prácticas y pedagogías trans*. España: Editorial UOC.
- Pidal, Faustino (2006). *El linaje y sus Signos de identidad*. En: Ladero, Miguel (Comp.). *Estudios de Genealogía, Heráldica y Nobiliaria*. Madrid: Universidad Complutense.
- Pequeño, Andrea (2007). *Imágenes en disputa. Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas*. Quito: Flacos- Ecuador. Abya Yala.
- Pintos, Juan (2000). *Construyendo realidad (es): Los imaginarios sociales*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Placencia, María (2008). *Hola María: racismo y discriminación en la interacción interétnica cotidiana en Quito*. *Discurso & Socuedad*, No. 2 (3): pp 573- 608.
- Platero Méndez, Raquel (Lucas) (2014). *Metáforas y articulaciones para una pedagogía crítica sobre interseccionalidad*. *Quaderns de psicología*, Vol. 16, No.1: pp 55-72.
- Platero, Raquel (Lucas) (2014). *Metáforas y articulaciones para una pedagogía crítica sobre la interseccionalidad*. *Quaderns de Psicología*, Vol. 16, No 1: pp 55-72.
- Policy Project (2001). *Glosario de Género y Salud*. POLICY, MOH, USAID, IGSS, APROFAM, MHN, Population Council, Calidad de Salud, Project Concern.

- Ponce, Margarita (1980). *La Mujer y la política en el Ecuador (1830 - 1980)*. En: *Política y Sociedad. Ecuador: 1830 - 1980*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Pontón, Jenny (2015). *Mujeres, cuerpo e imagen en la industria publicitaria del Ecuador: de la representación a la subjetividad*. Quito: FLACSO.
- _____ (2014) *Representación, cuerpo y mujeres en la publicidad ecuatoriana: Un 'Vistazo' Histórico*. Revista ComHumanitas, Vol. 5, No. 1: pp 105-120.
- Posse, Abel (1989). *El alucinante viaje del doble descubrimiento*. En: *A los 500 años del choque de dos mundos*. Buenos Aires: Ediciones del Sol, Cehass.
- Possenti, Sirio (2014). *Estereotipos e identidad en los chistes*. *Cuicuilco Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia*, Vol. 9, No. 24: pp 235-245.
- Prieto, Mercedes; Cuminao, Clorinda; Flores, Alejandra; Maldonado, Gina. (2005). *Las mujeres indígenas y la búsqueda del respeto*. En: Mercedes Prieto (Edit.). *Mujeres ecuatorianas. Entre las crisis y las oportunidades 1990-2004*. Consejo Nacional de las Mujeres. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Ecuador, Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas. Quito.
- Prieto, Mercedes. Goetschel, Ana María (2008). *El sufragio femenino en Ecuador, 1884-1940*. En: Mercedes Prieto (edit.). *Mujeres y escenarios ciudadanos*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Ministerio de Cultura del Ecuador. Quito: FLACSO.
- Prieto, Mercedes (2004). *Liberalismo y temor: Imaginando los sujetos indígenas en el Ecuador Postcolonial, 1895-1950*. Quito: FLACSO-Abya Yala.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2015). *Pobreza, Oportunidades Económicas Desiguales y Género. Documento de Trabajo, No.2*. Asunción: PNUD “ ONU Mujeres.
- Proyecto de Monitoreo Global de Medios, GMMP Ecuador (2015). *Ecuador: Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Nacional*. Cuenca: Fundación GAMMA “ Asociación Mundial de Comunicación Cristiana.
- Proyecto En Clave de Culturas (2007). *Glosario de Términos relacionados con la Transversalidad de Género*. Guadalajara, España: Secretaría Técnica del Proyecto Equal.
- Quijano, Aníbal (2000). “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina”. En: Edgardo Lander (comp.) *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Quinatoa, Estelina (2009) “Mujeres e identidades étnicas. En: Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural” (Edit.). *Historia de Mujeres e historia de género en el Ecuador*. Quito: IPANC.
- Quintana, Nuria (2011). “El humor que no da risa. El sexismo en los programas de entretenimiento televisivo”. Ponencia presentada en III Jornadas Mujer y Medios de Comunicación en Salamanca, España.
- Quinteros Méndez, Mónica (2013). *Análisis de la enunciación en el discurso excluyente: estudio de caso el programa Mi Recinto*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Quishpe, Willian (2016). “La Equidad de Género en la Educación Ecuatoriana”. *Revista para el Aula – IDEA*, No.18: 44-45.

- Radcliff, Sara; Westwood Sallie (1999). *Rehaciendo la nación: Lugar, identidad y política en América Latina*. Quito: Abya Yala.
- Rahier, Jean (1999). "Mami ¿qué será lo que quiere el negro? Representaciones racistas en la revista Vistazo 1951-1991". En Emma, Cervone y Freddy Rivera (eds). *Ecuador Racista. Imágenes e Identidades*. Quito: FLACSO.
- _____ (2011). Hypersexual Black Women in the Ecuadorian 'Common Sense' And Examination of Visual and Other Representations. *Civilisations* No. 60-1: 59-79.
- Rainero, Liliana (2005). *Derechos, legislaciones y prácticas. Acceso a la vivienda y la ciudad en Foro Mundial de Género de las Américas*. Panel sobre igualdad de Género en el Goce de los Derechos Sociales y Culturales. Ciudad de Buenos Aires: Red Mujer.
- Ramírez, Franklin (2010). *Fragmentación, reflujos y desconcierto. Movimientos sociales y cambio político en el Ecuador*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires: CLACSO.
- Ramírez, Jorge (2012). *El chiste de la alteridad: La pesadilla de ser el otro*. Costa Rica: Universidad Nacional.
- Ramírez, William (2001). *La crónica roja en Bogotá. Historia crítica*, No. 21: pp 111-127.
- Recalde Cerda, Carolina (2013). *La reproducción del discurso patriarcal y machista en los medios de comunicación. Análisis crítico del discurso del programa Mi Recinto*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Redondo, María de los Ángeles (1982). *La figura del Hidalgo en la sociedad española*. Revista Folklore, Número 17. Barcelona: pp 153.
- Redondo, Martha (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Registro Interconectado de Programas Sociales, RIPS (2017). *Sistema de Información Social del Ecuador*. Quito: Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.
- Revista Encuentro (1985). *Nairobi, 1985: Informe de la Tercera Conferencia Mundial sobre la Mujer*. Naciones Unidas.
- Rico, Nieves (1996). *Violencia de género: un problema de derechos humanos. Series Mujer y desarrollo*, N° 16. Santiago de Chile.
- Ricoeur, Paul (2006). *Tiempo y Narración III. El tiempo narrado*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Ríos, Fernando (2018). *Derechos y Violencias: la experiencia de ser mujer*. Red Nacional de Organismos Civiles de Derechos Humanos. México.
- Ríos, Manuel Ángel (2003). *El proceso de socialización: concepto, funciones, tipos y agentes*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Rivera, Silvia (2008). *Gestión Pública Intercultural. Servicio Nacional de Administración de Personal*. La Paz: República de Bolivia.
- Rivieri, Margarita (2003). *El malentendido. Como nos educan los medios de comunicación*. Barcelona: Icaria.
- Robles, Arantxa (2014). *Una Aproximación al rol de la Mujer Precolombina en América. Cuadernos Ateneo de la Laguna*, No. 32: pp 92-109.
- Rocher, Guy (1990). *Introducción a la Sociología general*. Barcelona: Herder.
- Rodgers, Janine (2009). *Cambios en el servicio doméstico en América Latina*. En: Valenzuela, María; Mora, Claudia. *Trabajo*

- doméstico: un largo camino hacia el trabajo decente*. Santiago de Chile: Organización Internacional del Trabajo.
- Rodríguez, Juan (2006). *Un marco teórico para la discriminación*. Ciudad de México: Conapred.
- Rodríguez, Laura María. *Publicidad Sexista. El papel de la mujer en publicidad*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Rodríguez, Laura; Antolín, Manuel; Vaz, Francisco; García, María (2006). *Trastornos de comportamiento alimentario: Anorexia y bulimia*. Badajoz: Junta de Extremadura.
- Rodríguez Zepeda, Jesús (2006). *Un marco teórico para la discriminación*. México D.F: Colección Estudios.
- Roger, Mark (1999). *Spectacular bodies: folklorization and the politics of identity in Ecuadorian beauty pageants*. *Journal of Latin American Anthropology*, Vol 3.
- Román, Andrea (2012). *Campañas de Mercadeo Social. Juntos Contra la Anorexia y Bulimia, Sonríe Eres Única*. Quito: USFQ.
- Romero, Javier, (2016). *De la extirpación a la folklorización: a propósito del continuum colonial en el siglo XXI*. *Estudios Artísticos*. Revista de investigación creadora, No.1: pp 14-36.
- Rottenbacher, Jan Marc (2010). *Sexismo ambivalente, paternalismo masculino e ideología política en adultos jóvenes de la ciudad de Lima*. *Pensamiento Psicológico*. Vol. 7, No 14. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Rostworowski, María (2005). *Redes económicas del Estado Inca: el ruego y la dádiva*. En: Vich, Victor (Edit.). *El Estado está de vuelta*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos Ediciones.
- Rubiera, Carla (2010). *El Patriarcado, un modelo social*. En: Cid, Rosa (Coord.). *Mujeres en la Historia. Guía didáctica*. Asturias: Instituto Asturiano de la Mujer.
- Ruiz, Esmeralda (2001). *Los Derechos de la Niñez Trabajadora en Hogares Ajenos en Colombia desde la legislación y la jurisprudencia*. Bogotá: Unicef - Save the Children, oficina para América del Sur.
- Ruiz, Jennifer (2010) "Análisis de discurso, para comprender el fenómeno de la construcción del miedo en las audiencias de TC televisión y Diario Extra, por medio de la crónica Roja". Quito: Universidad de las Américas. Disponible en: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1495/3/UDLA-EC-TPE-2010-06.pdf>
- Ruiz, Jorge (2009). *Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas*. *Forum: Qualitative Social Research*, Vol. 10, No 2: pp 1-22.
- Ruiz, María (2012). *Inquisición y limpieza de Sangre en Nueva España: 1571 " 1623*. Cantabria: Universidad de Cantabria.
- Ruiz Villalba, Jennifer (2010). *Análisis de discurso, para comprender el fenómeno de la construcción del miedo en las audiencias de TC Televisión y diario extra, por medio de la crónica roja*. Quito: Universidad de las Américas.
- Saint, Gac (2010). *Imaginario colectivo*. Madrid: Elsevier.
- Salazar, Dennyss (2016). *Análisis de la violencia simbólica en el programa concurso calle 7*. Tesis de licenciatura. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Quito: Universidad Católica.
- Salazar, Sonia; Sevilla, Alexandra (2009). *Mujeres de la Revolución de Quito*. Quito: FONSAL.
- Salem, Sara (2014). *Feminismo islámico, interseccionalidad y decolonialidad*. En Revista Tabula Rasa. N° 21. Buenos Aires: pp 186-193

- Salgado Álvarez, Judith (2013) *Manual de formación en género y derechos humanos*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar / Corporación Editora Nacional.
- Salvador, Jorge. (1995). *Breve Historia Contemporánea del Ecuador*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Solis Maya, (2006). *La discriminación en los contenidos de los medios de comunicación en México*. México DF: Conapred.
- Sánchez, Daniel (2010). *Discriminación y medios de comunicación. Análisis de las bromas raciales en la televisión peruana*. Lima: Palestra Editores.
- Sánchez, Elvira (2001). *Cuerpo- Patria en la escritura*. En: *Otras palabras, mujeres, cuerpos y prácticas de sí*. Bogotá: Corporación Casa de la Mujer de Bogotá.
- Sánchez, Gonzalo (Edit.) (2011) *La memoria histórica desde la perspectiva de género conceptos y herramientas*. Grupo de Memoria Histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Bogotá: CNRR
- Sánchez, Luis (1965). *Breve Historia de América*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Sánchez, María (2016). *La formación de la maestra, un recorrido histórico a través de la legislación educativa española (Siglos XIII-XIX)*. Revista de Estudios Filológicos, No. 9. Barcelona: pp 79-96.
- Santacruz, Rafael (2011). *Los protagonistas de la publicidad en el Ecuador los últimos 20 años. Estudio histórico y de contexto*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Santana, Mónica; Da Costa, Hugo; Mora Marisol, Raich María (2012). *La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia; una revisión*. *Nutrición Hospitalaria*, N°27, Vol. 2: pp 391-401.
- Santillán, Martha (2009). *Mujeres indígenas en los espacios públicos: roles, dificultades e incidencias políticas*. En: Marisol Cárdenas (Comp.). *Mujeres en la Historia del Ecuador, género y cultura*. Quito: Ministerio de Cultura.
- _____ (2009). "Mujeres indígenas: participación política, desde la invisibilidad hacia la incidencia en el escenario político ecuatoriano". En: Cárdenas, Marisol (comp.). *Mujeres en la historia del Ecuador, género y cultura*. Quito: Ministerio de Cultura del Ecuador.
- Sáenz, Andrés. (2013). *El poder del humor y el poder del humor*.
- Sanz, Fina (2004). *Introducción del mal trato al buen trato*. En: Ruiz, Jarabo; Quemada, Consuelo, Blanco, Pilar (Directoras). *La violencia contra las mujeres. Prevención y detección: cómo promover desde los servicios sanitarios relaciones autónomas, solidarias y gozosas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Sau, Victoria (1990). *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icària.
- Saura, Jaume (2011). *La exigibilidad jurídica de los derechos humanos: especial referencia a los Derechos Económicos, Sociales Y Culturales (DESC)*. En *Papeles el tiempo de los derechos*. N° 2. Pp. 1-14. ISSN: 1989-8797. España: Institut de Drets Humans de Catalunya & Facultad de Derecho. Universitat de Barcelona.
- Schiwy, Freya (2002). *Ecoturismo indígena y globalización*. En: Gabriela Nouzeilles (comp.). *La Naturaleza en Disputa*. Buenos Aires: Paidós.
- Segato, Rita (2015). *Género y colonialidad: del patriarcado de bajo impacto al patriarcado moderno*. En: Belausteguigoitia,

- Marisa; Saldaña-Portillo María (Coord.). *Des/Poseción: Género, territorio y luchas por la autodeterminación*. México DF: UNAM.
- Servicio para un Desarrollo Alternativo del Sur, SENDAS (1998) *La plataforma de Acción de Beijing y los compromisos de Ecuador*. Cuenca: SENDAS.
- Scott, Joan (1996). *El género: Una categoría útil para el análisis*. En: *Lamas, Martha (Compiladora). El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México DF: PUEG.
- Shohat, Ella; Stam, Robert (2002). *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación. Crítica del pensamiento eurocéntrico*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Siebel, Jennifer (2011). "Miss Representation". Documental transmitido por televisión y redes sociales.
- Silva, Erika (2005). *Contexto Histórico y Conceptos Políticos Feministas*. En: *Identidad y Ciudadanía de las Mujeres. La experiencia de cinco proyectos auspiciados por el Fondo para la Igualdad de Género-Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Sinardet, Emmanuelle (2005). *Un tipo para la ecuatorianidad: El montuvio ecuatoriano de José de la Cuadra (1937)*. HISTOIRE (S) de l'Amérique latine, 1(1).
- Sosa, Lily (1986). *Diccionario Biográfico de Mujeres Argentina*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Sorribas, Carolina; Sabaté, Joan (2006). *Publicidad social: conceptos y objetivos*. Actas de las XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Zaragoza: Universidad San Jorge.
- Schopenhauer, Arthur (1859). *El mundo como voluntad y como representación*. Madrid: La España Moderna.
- Staff, Mariblanca (2009). *Recorrido histórico sobre la trata de personas*. Centro de Referencia. Universidad Andina Simón Bolívar, UASB.
- Staff, Mariblanca (2005). *Mujeres que dejaron huellas*. Panamá: Create Space.
- Suarez Villegas, Juan Carlos (2014). *Estereotipos de la mujer en la Comunicación*. España: Universidad de Sevilla.
- Sunkel, Guillermo (2002). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Editorial Norma.
- Taxin, Amy (1999). *La participación de la mujer en la independencia: El caso de Manuela Sáenz*. Procesos. Revista Ecuatoriana de Historia. Número 14. Quito: Corporación Editorial Nacional.
- Thompson, Jhon (2010). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Toledo, Patsilí (2009). *Feminicidio*. México DF: Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos.
- Uchôa-Craveiro. Pamela, (2011). *Valores diseminados por la muñeca barbie en la página web barbie.com y en Facebook*. Revista de Comunicación Vivat Académica.
- United Nations Economic and Social Affairs (2015). *The World's Women 2015, Trends and Statistics*.
- United Nations International Children's Emergency Fund - Unicef (2016). *Lentes de género en el sector de agua y saneamiento*.
- Vaca, Marilú (2013). *Chicas Chic: Representación del cuerpo femenino en las revistas modernistas ecuatorianas (1917-1930)*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Valdéz, Anunciata (2005). *Constitución con Equidad de Género: Experiencia Ecuatoriana*. Ponencia presentada en el Seminario Internacional "Reformas Constitucionales y

- Equidad de Género” Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL. Santa Cruz de la Sierra: CEPAL.
- Valencia Angulo, Luis Ernesto (2001). *Detrás del lenguaje*. Cali: Licenciatura en Historia, Universidad del Valle.
- Valenzuela, María; Mora, Claudia (2009). *Trabajo doméstico: un largo camino hacia el trabajo decente*. Santiago de Chile: Organización Internacional del Trabajo.
- Vallier, Miguel (2011). Los derechos de las mujeres en la mira. En: *Informe Anual de los Observatorios de Sentencias Judiciales y de Medios 2010/2011*. Quito: Corporación Humanas Ecuador.
- Van, Ann (2008). *Una reescritura femenina ¿e indígena? De las crónicas en la niña blanca y los pájaros sin pies*. Revista Centroamericana. No. 14: pp 147-163.
- Van Dijk, Teun (2011). *Ideología y discurso*. Ariel: España.
- _____ (2005). *Nuevo racismo y noticias. Un enfoque discursivo*. En Rosa Tello & Núria Benach (Eds). *Inmigración, género y espacios urbanos. Los retos de la diversidad*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- _____ (2003) *La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (2001). *Discurso y racismo*. Oxford: Blackwell.
- Vargas Vera, Georgina (2016). *Interseccionalidad de la discriminación, formas agravadas de vulnerabilidad. El caso Gonzales Llu y otros vs. Ecuador*. Revista Iuris Dictio, No. 18: pp 143-152.
- Vázquez Toledo, Sandra (2005). *La Televisión persuasiva*. Comunicar, No. 25.
- Vega Montiel, Aimée (2014). *Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión*. Revista de Estudios de Género La Ventana, Vol. V, No. 40: pp 186-212.
- _____ (2015). *Género, Comunicación y Poder. Las mujeres en los puestos de toma de decisión en las industrias de comunicación en México. Memorias XXVII AMIC Encuentro Nacional Querétaro*.
- _____ (2010). *La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica*. En: Revista Nueva época, núm. 13, enero-junio, 2010. México: Universidad de Guadalajara.
- _____ (2011). *Las Mujeres y el Derecho Humano a la Comunicación: Su acceso y participación en la industria mediática*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas, No. 208: pp 81-95.
- Veksler, Bernardo (2006). *Una visión crítica de la conquista de América*. Universidad Nacional de Entre Ríos: Buenos Aires.
- Velandia, Andrea; Rozo, Javier (2009). *Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor*. Revista Psychologia, Vol. 3, No. 1: pp 17-34.
- Velasco, Margarita. Álvarez, Soledad. Carrera, Gioconda. Vásquez, Álisson (2014). *La Niñez y Adolescencia en el Ecuador contemporáneo: Avances y Brechas en el ejercicio de derechos*. Consejo para la Igualdad Intergeneracional. Plan Internacional. Observatorio social del Ecuador. Quito: Unicef.
- Vélez Amurrio, Mila, Larrinaga Rentería, Ane, Usategui Basozabal, Elisa; Loroño, Ana del Valle (2012). *Gender stereotypes in teenagers and young people*. Sarriena: Universidad del País Vasco.
- Ventura, Lourdes (2000). *La tiranía de la belleza: las mujeres ante los modelos estéticos*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- Vera Santos, Rocío (2016). *Mujeres afroecuatorianas en Quito: identidades, resistencia y acción política*. Mundos Plurales

- Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública, Vol. 3, No. 1: pp 33-54.
- Vicariato Apostólico de Esmeraldas & Centro Cultural Afroecuatoriano (2009). *Enciclopedia del Saber Afroecuatoriano*. Unicef. Ecuador.
- Vidal Vanaclocha, Pablo; Nuño Ango Teresa (2014). *Estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre alumnado adolescente de la Comunidad Autónoma de Euskadi*. País Vasco: Emakunde.
- Vigara Tauste, Ana (1994). *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*. Madrid: Ediciones Libertarias.
- Vilches, Lorenzo (1993). *La televisión: Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.
- Villa, Carmen (2013). *La violencia contra la mujer en la pareja y su incidencia sobre los casos de feminicidios en la fiscalía de la ciudad de Ambato, durante el período enero 2011 “ junio 2012*. Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Trabajo Social. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Ambato: Carrera de Trabajo Social.
- Vitale, Luis. (1997). *Historia Social Comparada de los pueblos de América Latina*. Punta Arenas: Atelí.
- _____ (1969) *España antes y después de la conquista de América*. Pensamiento Crítico, No. 27.
- Vivero, Luisa (2014). *Evaluación de prácticas no saludables para el control de peso y el riesgo de desarrollar un Trastorno de la Conducta Alimentaria en los estudiantes de pregrado de la Universidad Internacional del Ecuador en el período académico Marzo-Julio 2013*. Quito: UIDE.
- Wade, Peter (2007). *Raza y etnicidad en América Latina*. Quito: Abya Yala.
- Wasko, Janeth (2005). *Studying the Political Economy of Media and Information*, Revista Comunicação e Sociedade, No. 7: pp 25-48.
- Williamson, Edwin (2013). *Historia de América Latina*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Winkler, Donald (2004). *Investigaciones sobre Etnicidad, Raza, Género y Educación en las Américas*. Winkler, Donald; Cueto, Santiago (Eds.). *Etnicidad, Raza, Género y Educación en América Latina*. Preal.
- Wright, Charles (1986). *Comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Yanchatipán, Diana (2014). *Personajes Afroecuatorianos en la Etapa Colonial del Ecuador y su Influencia en los procesos de Independencia*. Informe final del proyecto de Investigación para optar el título de Licenciatura en Ciencias de la Educación mención Ciencias Sociales. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Yubero, Santiago (2005). *Socialización y aprendizaje social. Psicología Social, Cultura y Educación*. En Páez Rovira, Darío (Coord.). *Psicología social, cultura y educación*. Madrid: Pearson Editores.
- Yupanqui, Infante. (2008). *Poder, tensión y caricatura. Una aproximación a la teoría del humor. Dialogía*. Revista de Lingüística, literatura y cultura, No. 3: pp 245-271.
- Zambrano, Juan (2014). *Dinámicas del “Sistema de Castas” en Santafé, 1750-1810*. Tesis de investigación presentada como requisito para optar al título de Magíster en Antropología. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

- Zambrano, Karen (2013). *Imaginario y reproducción de estereotipos sobre género y diferencias étnicas generados en el programa La Pareja Feliz*. Quito: Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.
- Zapata, Bárbara (2013). *Las voces de la homoparentalidad. Resultados preliminares de una investigación*. Revista Trabajo Social, No. 15: pp 41-58. Bogotá: Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.
- Zechetto, Victorino (2002). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Quito: Abya Yala.
- Zota-Bernal, Andrea Catalina (2015). *Incorporación del análisis interseccional en las sentencias de la Corte IDH sobre grupos vulnerables, su articulación con la interdependencia e invisibilidad de los derechos humanos*. Eunomía. Revista en cultura de la legalidad, No. 9: pp 67-85.
- Zuidema, Tom (1980). *El sistema de parentesco incaico: una nueva visión teórica*. En Bolton, Ralph; Mayer, Enrique (Eds.). *Parentesco y Matrimonio en los Andes*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Zúñiga, Vanessa (2006). *Aproximación a un vocabulario visual básico andino*. Tesis de maestría. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Legislación:**
- Asamblea General de las Naciones Unidas (1979). *Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer “CEDAW*. Bruselas: ONU.
- Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (2015). *Observaciones finales sobre los informes periódicos octavo y noveno combinados del Ecuador*. CEDAW /C/ECU/CO/8-9.
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (2008). *Trabajando con el Programa de las Naciones Unidas en el ámbito de los Derechos Humanos. Un manual para la sociedad civil*. Ginebra: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- _____ (1999). *Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Ginebra: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- _____ (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*. Ginebra: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Organización de Naciones Unidas, ONU (1989). *Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW)*. Panamá: Gobierno Nacional de la República de Panamá y Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, FIODM.
- _____ (1976). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Ginebra: ONU.
- _____ (1969). *Convención de Viena sobre el derecho de los tratados*. Viena: Organización de las Naciones Unidas.
- Organización de las Naciones Unidas para la Equidad de género y el empoderamiento de la Mujer, ONU MUJERES (2014). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Beijing: ONU MUJERES.

Organización de los Estados Americanos (2010). *Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la libertad de expresión*. San José: OEA.

_____ (2007). *Derecho a la Libertad de Pensamiento y expresión y la Importancia de los Medios de Comunicación*. San José: OEA.

_____ (1969). *Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José)*. San José: OEA.

_____ (1994). *Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer "Convención De Belem Do Para"*. Belem Do Para: Departamento de Derecho Internacional de la OEA.

Organización Internacional del Trabajo (2011). *Convenio 189. Trabajo*

decente para las trabajadoras y los trabajadores domésticos.

Berna: OIT.

Entrevistas:

Goetschel, Ana María. Quito, febrero 13 de 2017.

López, Sandra. Cueca " Quito (Skype), marzo 24 de 2017.

Pessina, María. Quito, febrero 17 de 2017.

Pontón Cevallos, Jenny. Quito, febrero 9 de 2017

Vega, Edgar. Quito, febrero 2 de 2017.

ANEXOS

ANEXO 1

Trastornos alimenticios: Anorexia, Bulimia. Una aproximación desde la influencia mediática y publicitaria.

Actualmente, en la sociedad occidental, existe una poderosa construcción sociocultural alrededor de la representación sobre lo que se considera “*la figura ideal*”, que ha influido en algunas personas en la generación de actitudes y comportamientos orientados a lograr patrones estéticos corporales determinados, para los cuales el ser delgado/delgada se ha convertido en sinónimo de salud y belleza, generando, a su vez, un incremento sustancial de las enfermedades asociadas a los trastornos alimenticios.

Para empezar es preciso plantear una aproximación explicativa de estas patologías, las cuales se encuentran definidas dentro de la categoría de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA).

Los TCA son trastornos mentales caracterizados por un comportamiento patológico frente a la ingesta alimentaria y una obsesión por el control de peso. Son de origen multifactorial, desarrollados por la interacción de diferentes causas de origen biológico, psicológico, familiar y sociocultural. Son enfermedades que provocan consecuencias negativas tanto para la salud física como mental de la persona. Los TCA más conocidos son la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa,

pero también existen otros, como el trastorno por atracón, la ortorexia (la obsesión por la comida sana) y la vigorexia (la obsesión por el ejercicio físico) (Asociación contra la Anorexia y la Bulimia, 2016: 1).

Entre los datos estadísticos disponibles sobre los Trastornos Alimenticios se encuentra que, por ejemplo, en Estados Unidos 10 millones de personas padecen hoy en día de enfermedades de desórdenes alimenticios, 90% mujeres y 10% hombres. En España, según el Instituto Nacional de la Salud, la prevalencia de la anorexia y la bulimia en mujeres muestra que 83.1% eran anoréxicas, 14.7% bulímicas y el 2.2% restante es de las dos enfermedades conjuntamente, el 92% de estas enfermedades se produjo en jóvenes entre 15 y 29 años, de los cuales 92.8% eran mujeres. En México, entre miles de adolescentes analizadas, el 87% hacen dietas sin prescripción médica, el 12% presentan bulimia a través de laxantes, diuréticos y provocan el vómito, el 1% adopta conductas de anorexia, un 90% de los pacientes son mujeres (Román 2012: 2). En el caso de Ecuador es importante resaltar que existe una carencia de datos relativos a los índices de Trastornos de la Conducta Alimentaria en la población (Román, 2012: 11).

Las personas que poseen este tipo de enfermedad *“se caracterizan por tener una alteración en el patrón de ingesta o de la conducta sobre el control del peso, que produce un deterioro físico y psicosocial”* (Madruga et al, 2010: 325). Si bien los trastornos alimenticios fueron reconocidos hace más de dos siglos *“se ha producido un incremento progresivo de su incidencia y prevalencia en los últimos años debido, fundamentalmente a factores socioculturales. [Estos trastornos] afectan de forma preferente a la población adolescente femenina y se observa una tendencia de aumento, sobre todo de formas parciales, en púberes y varones de riesgo”* (Madruga et al, 2010: 325). Si bien existen varios tipos de trastornos alimenticios, la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa se han convertido en los más comunes.

A continuación se analizará la diversidad de factores que podrían generar trastornos alimenticios.

Etiología de los trastornos de conducta alimentaria

No existe una sola causa que genere los trastornos alimentarios, puesto que la aparición de patologías como la anorexia o la bulimia se debe a una confluencia de factores sociales, psicológicos, culturales, interpersonales y familiares.

En lo referente a los factores sociales que podrían generar trastornos alimenticios, se resalta el tema de las presiones socioculturales: *“por tener un cuerpo ‘ideal’, promueven una mayor valoración de la apariencia, pudiendo generar en el adolescente (...) una mayor insatisfacción corporal y como consecuencia riesgo significativo de comportamientos alimentarios gravemente negativos”* (Portela et al, 2012: 394).

En lo referente a los factores psicológicos que podrían convertirse en desencadenantes de trastornos alimenticios, destacan la

preocupación por el peso, la internalización del ideal de delgadez, la insatisfacción con la imagen y la baja autoestima (Portela et al, 2012). En este sentido *“se ha afirmado que la mayoría de los pacientes presentan una personalidad caracterizada por tendencia al perfeccionismo, baja autoestima y personalidad obsesiva. Por otra parte, la imagen que una persona tenga de sí misma puede ser factor de riesgo si ésta es negativa”* (Álvarez, 2012: 33).

En lo que refiere a los factores interpersonales se debe señalar existen influencias de las relaciones de proximidad con los grupos de pares y familiares que *“pueden reforzar las presiones ejercidas sobre los adolescentes conforme aprueban la imagen del cuerpo ideal, (...) aumentando el riesgo de la persona de desarrollar problemas relacionados con la alimentación”* (Portela et al, 2012: 395).

En lo referente a los factores familiares que podrían desencadenar desórdenes alimenticios, se deben enumerar temas como: la disfuncionalidad familiar, la preocupación excesiva de los padres por la figura y antecedentes familiares de trastornos alimentarios (Rodríguez et al, 2006: 16-17).

Cabe también mencionar que además de las variables previamente nombradas, no se puede dejar de tomar en cuenta la influencia que generan los medios de comunicación, campañas publicitarias, y en sí la moda, como factores influyentes en el desarrollo de trastornos alimentarios, *“sobre todo por el énfasis que pone nuestra sociedad en la delgadez, entre la población femenina, asociando las adolescentes y el éxito a su imagen corporal”* (Buil et al, 2001: 274).

Una vez descrita la etiología de los trastornos alimentarios, a continuación se realizará una breve descripción de dos de las patologías alimentarias que más impacto han generado entre

hombres y en mayor proporción mujeres adolescentes y jóvenes, la anorexia y bulimia nerviosas.

La Anorexia Nerviosa

Esta consiste en un trastorno de la conducta alimentaria que supone una pérdida excesiva de peso por parte de la propia persona, quien en su afán de conseguir un “*cuerpo y figura ideal*” incurre en restricciones alimenticias. Esta enfermedad se ha caracterizado por un temor al aumento de peso, así como también una percepción distorsionada del cuerpo, la persona cree que se ve con sobrepeso cuando en realidad su aspecto físico demuestra todo lo contrario.

El criterio para diagnosticar a una persona con Anorexia Nerviosa, según el manual diagnóstico y estadístico de trastornos mentales (DSM-V), es que debe presentar una restricción calórica (energética) persistente llevando a un peso significativamente bajo dentro de lo mínimo que se espera según la edad, sexo, trayectoria de desarrollo y la salud física, presentar miedo intenso a ganar peso o a engordar, o tener comportamientos persistentes que interfieran con la ganancia de peso. También mostrar alteración de la percepción del peso y forma corporal, influencia negativa en la autoevaluación debido a la percepción indebida de la forma del cuerpo y el peso, o falta de reconocimiento persistente de la gravedad del peso actual bajo (Vivero, 2014: 8).

Una persona que ha desarrollado un cuadro de anorexia rechaza mantener el peso corporal normal a su sexo, edad y estatura. Disminuye la cantidad de alimento a diario. En un principio elimina los alimentos que considera altos en calorías y gradualmente va reduciendo hasta llegar a consumir unos pocos alimentos. Por el miedo a ganar peso evita situaciones donde pueda exponerse a

consumir alimentos, como comidas con amigos, celebraciones festivas, etc. (Cervera, 2005).

La Bulimia Nerviosa

Esta es una patología alimenticia que se caracteriza por que la persona que la padece ingiere grandes cantidades de alimentos, inclusive a veces de forma compulsiva, que luego son expulsadas fuera del cuerpo, por ejemplo, a través de la inducción al vómito, así como también por una obsesión por el control del peso.

De acuerdo al DSM “ V, para diagnosticar a una persona con Bulimia Nerviosa debe presentar recurrentes episodios de atracones. Un episodio de atracón se caracteriza por comer en un periodo discreto de tiempo una cantidad de comida significativamente mayor a la cantidad que la mayoría de personas comería durante un tiempo y circunstancias similares. Presentar una sensación de falta de control sobre la ingesta durante el episodio, por ejemplo tener una sensación de no poder dejar de comer o controlar qué o cuánto se está comiendo. Tener conductas compensatorias inapropiadas recurrentes con el fin de prevenir el aumento de peso como el vómito auto inducido, abuso de laxantes, diuréticos y otros medicamentos, el ayuno y realizar actividad física excesiva. (...) Es más común que la Bulimia Nerviosa se manifieste en personas con peso normal o sobrepeso (Vivero, 2014: 10-11)

De acuerdo con la Asociación contra la Anorexia y la Bulimia de Cataluña: “*la bulimia nerviosa suele ser un trastorno oculto, fácilmente pasa desapercibido, y se vive con sentimientos de vergüenza y culpa. Por este motivo la persona afectada suele pedir ayuda cuando el problema ya está avanzado*”, esta patología se evidencia por una fuerte preocupación por el peso y la figura física.

Es importante señalar que los factores desencadenantes tanto de la anorexia nerviosa como la bulimia nerviosa son similares, entre ellos se encuentran: la baja autoestima, la inseguridad, el anhelo del cuerpo perfecto, la presión social, los cambios físicos naturales de la pubertad, la influencia cultural de proporcionar más valor al cuerpo y la apariencia, entre otros (Cervera, 2005).

Influencia mediática y publicitaria

Sobre la base de la demanda estética establecida en nuestra sociedad se han creado imaginarios de belleza hegemónica que, tanto en mujeres como en hombres, generan cánones o patrones a seguir si se pretende llegar a ser “bella” o “bello”, de manera que se ha generado una particular sensibilidad y culto hacia el cuerpo, estableciendo, en ocasiones, una errónea correlación entre apariencia física, salud y éxito social.

Ciertamente, en la actualidad, ser físicamente perfecto se ha convertido en un objetivo fundamental de los ciudadanos de las sociedades desarrolladas, a diferencia de las sociedades preindustriales en las que durante mucho tiempo el atractivo personal se asoció más a los valores comportamentales que a los corporales y el cuerpo se presentó como una realidad relativamente irrelevante (Martín, 2002: 13).

Este afán por la perfección corporal ha creado una especie de “*dictadura de la estética*” (Martín, 2002), la cual perpetúa determinadas formas corporales femeninas en detrimento de otras que no encajan en el ideal de belleza caracterizado por una figura delgada⁴⁰⁰.

400 En un sentido sociocultural, se ha permitido que la imagen corporal de las personas, en especial la imagen femenina, sea más importante que cualquier otra

La difusión a través de los medios de comunicación del modelo estético de delgadez como sinónimo de belleza, control y éxito tiene impacto directo en la percepción que las personas tienen de su propio cuerpo. La promoción de este ideal estético que impera en nuestra sociedad se ha identificado como un factor determinante en la aparición de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA). Numerosas investigaciones han constatado una relación directa entre la promoción de este ideal estético de delgadez y la experimentación de insatisfacción corporal entre la población, mayoritariamente femenina y joven (Fundación Imagen y Autoestima, 2012: 2).

En este sentido, durante el siglo XX, el papel que han jugado los mass medias, el cine, la fotografía y la publicidad ha sido influyente, en el sentido de reproducir y perpetuar los imaginarios de lo que es bello y lo que no lo es. En el caso de la mujer “*la industria de la moda y la belleza a través de los medios de comunicación, ha contribuido a la obsesión por el culto al cuerpo y la fijación de estereotipos que presentan un modelo de mujer con unos cánones de belleza muy concretos: joven, bella y muy delgada*” (Bernad, 2010: 189). De manera que:

La televisión, Internet, el cine, las revistas, la publicidad, tienden a identificar el éxito, belleza y aceptación total con cuerpos escuálidos induciendo a muchas mujeres, la mayoría de las veces con problemas de inseguridad o confianza, a obsesionarse por conseguir un cuerpo excesivamente flaco que es el que se propone como modelo de perfección estética (Bernad, 2010: 191).

cualidad: honestidad, responsabilidad, experiencia y/o estudios profesionales, ganas de superación, buena disposición, cantidad de valores que quedan empujados por “*la belleza*” (Alvarado & Sancho, 2011:10).

Los medios de comunicación a través de las distintas campañas publicitarias pueden incurrir o influir en la configuración o reproducción de un ideal estético femenino determinado, que podría estar caracterizado por acepciones de belleza estereotipada.

La publicidad, la información y la ficción muestran inevitablemente looks personales cargados de connotaciones comportamentales, morales y sociales. También nos van haciendo asimilar desde niños, automáticamente, sin que nos demos cuenta y sin que podamos escapar, las pautas e imperativos necesarios para conseguir una imagen aceptable, y las recetas para alcanzar la felicidad (delgadez, armonía, atractivo sexual, fitness, pureza biológica, lozanía, vigor, higiene, juventud, moda). La prensa, la radio y la televisión nos bombardean con dietas que invitan a adelgazar y a rendir culto al cuerpo, con noticias, cuñas y spots sobre clínicas y sistemas de adelgazamiento (Martín, 2002: 12).

De esta manera, podemos evidenciar como particularmente la mujer se encuentra sometida a una presión sociocultural en torno a su estética y su cuerpo, con ello se ha producido una potenciación del ideal de belleza normado por la delgadez que se difunde mediáticamente, en donde la figura femenina se ha configurado como objeto de deseo a través de *“anuncios, pasarelas de moda, concursos de belleza, programas de televisión e incluso en juegos de ordenador, y que propone un modelo de belleza imposible de alcanzar para la mayoría de mujeres”* (Bernad, 2010: 192).

En torno a esto, la investigadora Marta Martín Llaguno propone el concepto de *“sociedad de las representaciones”*, la cual básicamente se caracteriza como aquella en la que *“la imagen personal tiene una importancia exagerada llegando a imponer la dictadura de la estética que cada vez es más irracional, y que produce en la mujer*

insatisfacción y odio por el propio cuerpo y unas ansias por conseguir un cuerpo diferente al que posee” (Martín, 2002: 11). En este sentido, cabe la reflexión sobre el papel y la importancia que juegan los medios de comunicación y las campañas publicitarias al propiciar la persecución de estos ideales de belleza.

Como consecuencia a la mujer se le exige y se le hace sentir en la obligación de parecer joven, ser buena ama de casa, buena madre y cuidadora, buena compañera y buena profesional, y además de todos estos roles, la mujer debe estar siempre delgada y bella. Estos discursos reflejan la presión que dichas exigencias ejercen sobre las mujeres, para quienes es cada vez más difícil sentirse contentas con su imagen, produciéndose, en el mejor de los casos, una relación de «conformidad» con su propio cuerpo, pero nunca de satisfacción (García & Rubio, 2004:106).

En este sentido es importante tener en cuenta que si bien hasta aquí se ha podido observar que la publicidad tiene un nivel elevado de inferencia en la creación de imaginarios estéticos de belleza, no debemos olvidar que *“es fácil echar la culpa a la publicidad de la aparición y auge de trastornos alimentarios, cuando los factores desencadenantes se centran fundamentalmente en elementos de tipo personal como la inseguridad o baja autoestima(...), la publicidad es el reflejo de valores sociales que hoy vencen como pautas a seguir”* (Bernad, 2010:193-194), razón por la que es muy importante tener en cuenta estos componentes socioculturales, psicológicos, familiares y personales que contribuyen en la configuración de enfermedades como la anorexia y la bulimia

En este contexto, las campañas orientadas a prevenir la anorexia y la bulimia manifiestan claramente que resulta contraproducente el hecho de que modelos de belleza caracterizados por la delgadez como

meta (sin que esto implique una relación proporcional con la salud), sean reproducidos por los medios de comunicación social y, por el contrario, promueven que se presenten modelos corporales realistas que fomenten la salud y de campañas informativas sobre los peligros que implica no solo para las mujeres, sino para cualquier persona, el apareamiento y desarrollo de estas patologías alimenticias.

Para finalizar este apartado, resulta de importancia e interés el estudio realizado por Jenny Pontón titulado: *“Mujeres cuerpo e imagen en la industria publicitaria del Ecuador: De la representación a la subjetividad”*, específicamente el capítulo V que aborda el tema de la publicidad, el cuerpo y la subjetividad.

En este capítulo se exponen los resultados de un estudio de caso realizado por la autora cuyo objetivo fue el *“indagar que tipo de incidencia tienen las representaciones publicitarias del cuerpo femenino en la vida de las diversas mujeres ecuatorianas que receptan y conviven con la ubicuidad de esos mensajes en su cotidianidad”* (Pontón, 2015: 185). Es decir, el como la publicidad que se difunde a través de diversos medios de comunicación, incide en la subjetividad de las mujeres receptoras en torno a su corporalidad; éste análisis parte de una muestra hecha a un universo de treinta mujeres de diversa condición socioeconómica y etaria, a quienes se les realizó entrevistas a profundidad y grupos focales (Pontón, 2015)⁴⁰¹.

Sobre el grupo correspondiente a las mujeres adolescentes, que comprendió un rango de edades que oscilan entre los 13 a los 17 años, es importante señalar que las adolescentes de estrato medio-bajo reconocen que la utilización del cuerpo femenino en la publicidad

obedece a patrones específicos de estética, que ellas admiran e inclusive desearían poseerlos; a pesar de ello, las chicas consultadas *“manifiestan estar contentas con sus cuerpos, expresan conformidad por cómo es su figura, aunque están conscientes de que aún no se han desarrollado completamente”* (Pontón, 2015: 196-197).

Por otra parte, las adolescentes entrevistadas que pertenecen a un estrato socioeconómico medio-alto, al poseer otros referentes culturales y de clase, reconocen que las imágenes publicitarias motivan a las mujeres a auto-examinarse, *“estableciéndose inevitablemente una comparación entre el cuerpo representado y el cuerpo receptor”* (Pontón, 2015: 197). Y si bien la *“perfección física”* exhibida en la publicidad es un referente a seguir, son conscientes de que perseguir dicho referente podría implicar el desarrollo de patologías como los trastornos alimentarios. A pesar de ello, en este grupo de adolescentes de estrato socioeconómico medio-alto, se ha identificado que son más propensas a cuestiones como el disciplinamiento del cuerpo en base a ejercicio o dietas, lo que al mismo tiempo genera más propensión al desarrollo de trastornos alimentarios (Pontón, 2015).

De esta manera las adolescentes pertenecientes a un estrato medio-alto, si bien pueden estar conscientes del peligro que podría significar la búsqueda del ideal de belleza representado en el cuerpo de las mujeres que aparecen en la publicidad, *“también están atrapadas en los estereotipos comerciales que critican, revelando una mayor conflictividad en la aceptación de sus cuerpos en relación a las adolescentes de estrato medio-bajo”* (Pontón, 2015: 197).

El siguiente grupo etario analizado consiste en mujeres de clase media-baja que oscilan entre los 28 a los 35 años, trabajan en actividades de servicio como empleadas domésticas, personal

401 La entrevistas giraron en torno a la presentación de varias portadas y publicidades publicadas por la revista Vistazo

de limpieza, vendedoras de almacén, etc. Por otra parte, están mujeres de clase media-alta, de edades que oscilan entre los 28 a 40 años, son profesionales (varias con posgrados), que trabajan ejerciendo sus carreras. La mayoría de las mujeres de los dos estratos socioeconómicos son madres e inclusive abuelas.

Sobre la publicidad que se les presentó, ambos grupos tienen una visión más crítica que la que tiene el grupo etario descrito anteriormente, en el sentido de que *“expresan una clara conciencia de los efectos que genera este tipo de representación en su autopercepción”* (Pontón, 2015: 200).

En lo referente a la percepción específica de las mujeres de un estrato social medio-bajo, se debe señalar que las publicidades presentadas les genera una especie de competencia genérica, en el sentido de que están muy conscientes de que la belleza de los modelos atrae la mirada del deseo masculino de su esposo, por ello se afirma que *“para este grupo de adultas jóvenes, la corporalidad femenina que exhibe la publicidad apela directamente a su relación de pareja, en términos de mantener el interés de sus esposos intentado aproximarse a los cánones estéticos comerciales”* (Pontón, 2015: 200).

En lo concerniente al grupo etario de mujeres jóvenes adultas, pertenecientes a la clase media-alta, cabe señalar que si bien

comparten esta idea de competencia genérica que las imágenes publicitarias despiertan en sus maridos, por su posición social y económica, estas mujeres pueden acceder a tratamientos, productos dietéticos y en el último caso a las cirugías estéticas, para poder llegar a conseguir el canon de belleza tan anhelado. A diferencia de las mujeres pertenecientes al estrato económico medio-bajo (que por cierto están conformes con su cuerpo a pesar de admirar la belleza de las mujeres de la publicidad), este grupo de mujeres por su posición social y por ende su mayor poder adquisitivo, son más propensas a realizar dietas e inclusive realizarse cirugías (Pontón, 2015).

Es por ello que la autora llega a la conclusión de que existe una conexión fuerte y directa entre las imágenes de la corporalidad femenina que difunden las campañas publicitarias y las mujeres quienes las reciben. Esta recepción implica un conflicto en la subjetividad de las audiencias femeninas respecto a su apariencia física, a su autopercepción, generando inconformidad, angustia y disciplinamiento corporal, que se puede intensificar dependiendo de variables como la edad o el estrato socioeconómico (Pontón, 2015: 211).

ANEXO 2

6. Indicadores sociales y de participación política

A lo largo del Siglo XX, los derechos de las mujeres han ido consolidándose a través de movimientos sociales y organizaciones feministas que han luchado por el reconocimiento de la igualdad de género. Estas luchas han visto frutos a través de la creación de cuerpos legales en la mayoría de países y en la legislación internacional en materia de derechos humanos⁴⁰², sin embargo, a pesar de estos avances y reconocimientos, las brechas entre los derechos establecidos y las prácticas subsisten, *“agravadas por el aumento de las condiciones de pobreza y precariedad del empleo en el mundo, [...], que impactan particularmente en la vida de las mujeres, dependientes prioritarias de la vivienda y servicios urbanos, por la división sexual del trabajo que aún prevalece en todas las sociedades”* (Rainero, 2005: 4).

A continuación se realizará una breve revisión de los indicadores sociales relacionados con el acceso de hombres y mujeres a los servicios de educación, salud, empleo; asimismo, se estudiará la situación de pobreza y participación política. Este conjunto de indicadores permiten evidenciar los avances y limitaciones en relación a condiciones materiales de vida y participación democrática, elementos centrales para la consecución de la equidad de género en estas esferas.

⁴⁰² Para mayor información sobre la legislación nacional e internacional orientada a la promoción, protección y garantía de los derechos humanos de las mujeres se puede consultar el capítulo V de la presente investigación.

Educación

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) determina que la consecución de la igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito educativo tiene un fuerte sustento en los derechos humanos y una sólida razón en materia de desarrollo. En este sentido, la igualdad de género es una *“inversión asequible que produce réditos considerables”* (Unesco, 2015). Esto quiere decir que la educación es un factor preponderante en el desarrollo socio-económico de los países, en consecuencia, se espera que a mayor escolaridad, mayores y mejores oportunidades de inserción en el mercado laboral⁴⁰³.

Esta realidad tiene variaciones para hombres y para mujeres. Varios estudios académicos señalan que en el ámbito educativo, la desigualdad de oportunidades de estudios comienza en el hogar. Pese a que la mayoría de países contempla la obligatoriedad de la educación, que cambia en años de estudios de país a país (en

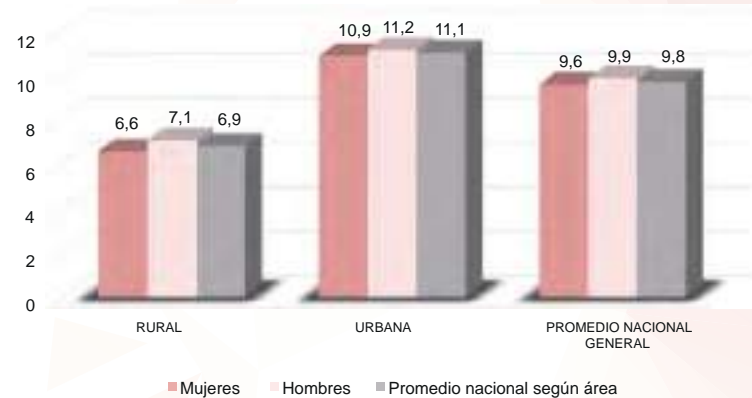
⁴⁰³ De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, *“el aumento de la educación de las mujeres y las niñas contribuye a un mayor crecimiento económico. Un mayor nivel educativo da cuenta de aproximadamente el 50 por ciento del crecimiento económico en los países de la OCDE durante los últimos 50 años, de lo cual más de la mitad se debe a que las niñas tuvieron acceso a niveles superiores de educación y al logro de una mayor igualdad en la cantidad de años de formación entre hombres y mujeres”* (ONU Mujeres, 2015).

Ecuador son 12 años), las características familiares y del hogar, particularmente urbano/rural, así como el nivel de educación de la madre, tienen efectos sobre los niños (Winkler, 2004). Al mirar cifras globales, Unicef (2017) señala que existen en el mundo 101 millones de niños a nivel mundial sin escolarizar, de los cuales más de la mitad son niñas, a las que se les está negando su derecho a la educación, trayendo como consecuencia futuras oportunidades drásticamente limitadas.

En el Ecuador, de acuerdo con datos de la Unesco, se observa positivamente que en 30 años el porcentaje de niñas fuera de la escuela con edad para cursar la educación primaria bajó del 20% al 1%. Al analizar la esperanza de vida escolar, las niñas/mujeres tienen una esperanza de 15 años de escolarización entre educación primaria y terciaria, mientras que los niños/hombres tienen una esperanza de 14 años (Unesco, 2015).

Sin embargo, estos datos varían si se analiza la situación escolar desde la perspectiva urbano/rural. Según la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, ENEMDU, 2013 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el promedio nacional general de años de instrucción para personas de 24 o más es de 9,6 para mujeres y 9,9 para los hombres. Al desagregar en urbano y rural, se encuentra que mientras que en el área urbana el promedio de años de instrucción es de 10,9 para las mujeres y 11,2 para los hombres, en el área rural el promedio de instrucción para las mujeres es de 6,6, frente a 7,1 de los hombres. Por tanto, en el área rural, existe una diferencia en perjuicio de las mujeres que no se evidencia en los resultados a nivel país.

Gráfico Nro. 5. Años de instrucción para personas de 24 años y más, según área geográfica y sexo

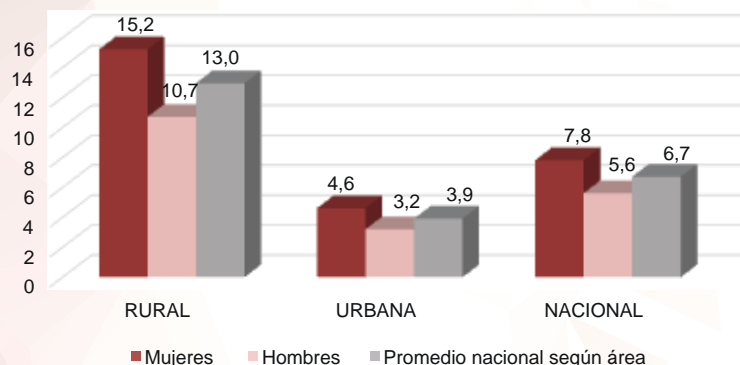


Fuente: INEC – Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU 2013

La tasa de analfabetismo permite identificar las desigualdades en el acceso, la permanencia y la culminación del proceso educativo basados en prejuicios de género, edad, discapacidad, pertenencia a pueblos y nacionalidades o migración (Comisión de Transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres, 2014). Las cifras del INEC de 2013 evidencian que la tasa de analfabetismo de mujeres a nivel nacional es de 7,8%, mientras que de los hombres es de 5,6%, lo que denota que son más las mujeres cuyos estudios tienen más obstáculos y se pueden estancar, por esto no culminan el proceso educativo. Esta situación se agrava al analizar la tasa de analfabetismo según área geográfica. Mientras que en el área urbana el índice de analfabetismo

entre las mujeres es del 4,6% frente al 3,2% de los hombres, en el área rural, el analfabetismo en las mujeres alcanza el 15,2%, mientras que los hombres presentan un 10,7%.

Gráfico Nro. 6. Tasa de analfabetismo según área geográfica y sexo

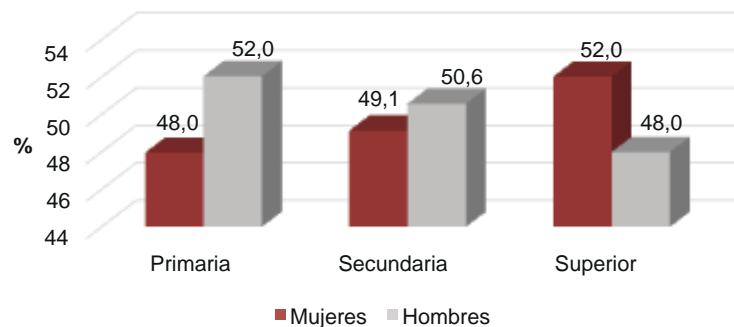


Fuente: INEC – Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU 2013

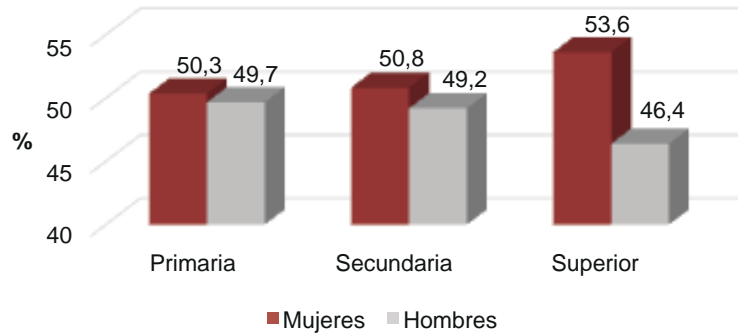
A pesar de que se observa que existen avances en el acceso de niño y niñas, hombres y mujeres en el sistema educativo en todas sus etapas, cuando se analizan los motivos de no asistencia o deserción escolar se encuentran diferencias sustanciales atribuibles al género. William Quishpe (2016), basado en datos proporcionados por la Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación, observa que entre las causas de no asistencia de las niñas y adolescentes se evidencian los quehaceres domésticos, la prohibición familiar, así como el embarazo adolescente. Respecto a esta última, en Ecuador el embarazo entre adolescentes de 15 a 19 años ha ido en aumento en los últimos veinte años.

Al revisar el nivel de escolaridad (Gráfico Nro. 7), vemos que en la ruralidad, tanto en el nivel primario como secundario, los hombres tienen un mayor acceso con el 52% y 50,6% respectivamente, frente al 48% y 49,1% de las mujeres. Esta situación cambia en el nivel de instrucción superior, en el que las mujeres representan el 52% frente al 48% de los hombres. En las áreas urbanas, por el contrario, en los tres niveles de instrucción al que asistieron (primario, secundario y superior), las mujeres superan a los hombres con el 50,3%, 50,9% y 53,6%, respectivamente. Pese a que la diferencia es mínima en la educación primaria y secundaria, sí es notable la diferencia en la educación superior, pues indica que son más las mujeres que buscan estudios universitarios.

Gráfico Nro. 7. Nivel de instrucción por sexo en áreas rurales



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC, 2017

Gráfico Nro. 7. Nivel de instrucción por sexo en áreas urbanas

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC, 2017

Como vemos, en Ecuador el acceso de las mujeres a la educación tiene avances notorios, el sistema educativo vigente ha logrado una relativa paridad en las oportunidades de estudio tanto para hombres como para mujeres. No obstante, es fundamental continuar avanzando en el acceso por parte de las mujeres rurales al sistema educativo. La educación garantiza mayores y mejores probabilidades de desarrollo personal y profesional, permite que las mujeres tengan mayor autonomía y mejora la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

Salud

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud, OPS, la igualdad de género en el ámbito de la salud significa que *“las mujeres y los hombres tienen oportunidades iguales para comprender sus plenos derechos y el mismo potencial para gozar de salud, contribuir*

al desarrollo sanitario y beneficiarse de los resultados” (Grabman & Friedman, 2010). Por su parte, la equidad de género significa:

Una distribución justa de los beneficios, el poder, los recursos y las responsabilidades entre las mujeres y los hombres. El concepto reconoce que entre hombres y mujeres hay diferencias en cuanto a las necesidades en materia de salud, al acceso y al control de los recursos, y que estas diferencias deben abordarse con el fin de corregir desequilibrios entre hombres y mujeres (OPS, 2016).

Finalmente, la inequidad de género en materia de salud se refiere a *“las desigualdades entre las mujeres y los hombres con respecto al estado de salud, la atención sanitaria y la participación en el trabajo sanitario que son injustas, innecesarias y evitables. La equidad es el medio, la igualdad es el resultado”* (Grabman & Friedman, 2010).

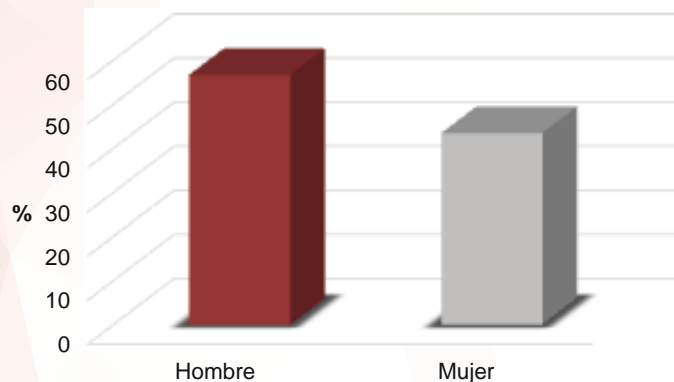
El acceso a la salud, al igual que la educación, es un derecho fundamental de todas las personas, sin embargo, los modelos estereotipados de la masculinidad favorecen el ejercicio de poder y la toma de decisiones, que pueden resultar riesgosas o desfavorables para la salud de las mujeres y también de los hombres. Esto se hace evidente cuando las políticas de salud reproductiva, que afectan directamente a las mujeres, son tomadas desde una perspectiva androcéntrica, al no tener en cuenta sus necesidades y particularidades, o la asistencia adecuada y oportuna para las mujeres embarazadas.

El desconocimiento y la vulneración de los derechos sexuales y reproductivos, así como la falta de educación sobre ellos y la cobertura de salud, ponen en una situación de riesgo especial a las mujeres, particularmente aquellas ubicadas en los quintiles más bajos de pobreza, las adolescentes, las madres solteras, las que poseen alguna discapacidad, las indígenas, afrodescendientes, portadoras de VIH,

trabajadoras sexuales, etc. (Comisión de Transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres, 2014). A continuación se muestran algunas de las cifras sobre el acceso de las mujeres a la salud.

La tasa de mortalidad en el Ecuador (Gráfico Nro. 8) muestra que del total de casos registrados en 2013, el 57% fueron hombres y el 43% mujeres, lo que quiere decir que los hombres sufren más decesos anualmente.

Gráfico Nro. 8. Tasa de mortalidad por sexo



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC, 2017

Analizando más detenidamente el índice de defunciones, cabe destacar que estos resultados están estrechamente relacionados con las causas de mortalidad⁴⁰⁴. Mientras que la principal causa de

⁴⁰⁴ El término mortalidad hace referencia a la “tasa de muertes producidas en una población durante un tiempo dado, en general o por una causa determinada” (DRAE, 2017).

mortalidad de los hombres son los accidentes de tránsito con el 7,8%; la principal causa de defunción de las mujeres es la diabetes con el 9,1%. En ambos casos, las causas que le siguen están relacionadas con enfermedades hipertensivas y cerebrovasculares con el 6,5% y 5,8% respectivamente, en el caso de los hombres, y el 7,7% y 6,9% en el caso de las mujeres.

Por otra parte, quienes más utilizan los servicios de salud son las mujeres, con el 65% de todos los egresos hospitalarios. Los datos revelan que las principales causas de morbilidad⁴⁰⁵ en el caso de los hombres son la apendicitis (4,4%), la neumonía (4,3) y la diarrea (3,6%). Por el lado de las mujeres las principales causas de morbilidad están relacionadas con su condición de mujer y madre, solamente los partos espontáneos y por cesárea representan el 21% de todas las causas y si se toma en cuenta todos los egresos hospitalarios relacionados con el parto y el embarazo, tenemos que estas causas representan el 28% de todas.

Uno de los principales problemas que afronta el sistema de salud ecuatoriano con respecto a las mujeres es el embarazo adolescente. Como se observó en los datos de educación, una de las principales razones de la deserción escolar de las adolescentes en la secundaria es el embarazo no deseado. Los datos arrojados por el INEC indican que 122.301 mujeres son adolescentes (entre 12 y 19 años de edad) y el 44,1% de todas las madres tuvieron su primer hijo entre los 15 y 19 años de edad (INEC, 2013: 15). Esta alarmante cifra nos ubica dentro de los países de América Latina con más altos índices de embarazo adolescente (Unicef, 2014). A más de las posibles complicaciones de salud que trae como consecuencia el embarazo en adolescentes,

⁴⁰⁵ El término morbilidad hace referencia a la “proporción de personas que enferman en un sitio y tiempo determinado” (DRAE, 2017).

desde la perspectiva social, pone a la mujer en una situación de desventaja, puesto que muchas madres deben dejar de lado sus estudios y aspiraciones profesionales para dedicarse a la maternidad; concordantemente, a la hora de buscar trabajo, sus posibilidades de encontrar empleo adecuado disminuyen.

A pesar de que las mujeres son las principales usuarias de los servicios de salud, éstos no siempre son asequibles o adecuados. Por otra parte, los estudios también han evidenciado una relación entre pobreza y salud, puesto que el círculo vicioso de la pobreza y la salud precaria afectan principalmente a las mujeres y perpetúan los roles definidos de sexo (Grabman & Friedman, 2010).

Para poder tener un mejor acceso a la salud, las mujeres deben pagar más que los hombres, sea por servicios médicos o por medicina prepagada, lo que multiplica su desventaja económica y la hace más vulnerable, situación que necesariamente se traduce en una necesidad de obtener los recursos necesarios para su cobertura. Esto nos lleva a revisar los datos sobre seguridad social en el país.

En cuanto al acceso a la seguridad social, esta se encuentra en su mayoría supeditada a la situación laboral. Las cifras muestran que en Ecuador, hasta 2010, de los 2,39 millones de ecuatorianos afiliados o aportantes a alguno de los sistemas de seguridad social (IESS general y voluntario, ISSPOL, ISSFA, Seguro Social Campesino y jubilación) el 59% son hombres (1,39 millones) y el restante, 41% son mujeres (0,96 millones).

Pobreza

Sin duda, un indicador fundamental para determinar la desigualdad de género es la pobreza, ya que ésta, como resultado de las

relaciones de poder, afecta de distinta forma a hombres y mujeres, así como a otros grupos, tales como indígenas y afrodescendientes, adultos mayores, entre otros. Por esta razón, la pobreza ha sido definida como un fenómeno multidimensional, llamando la atención sobre dimensiones específicas que explican las desventajas de las mujeres como la invisibilidad del trabajo doméstico no remunerado, la pobreza de tiempo asociada, la discriminación laboral y salarial contra las mujeres (CEPAL, 2004).

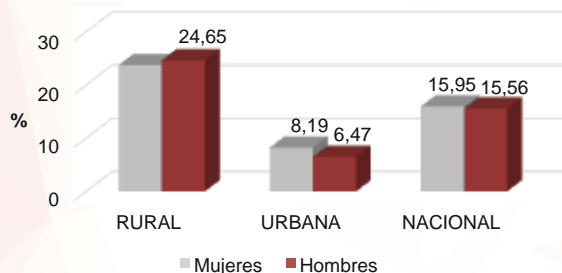
En la década de 1980, un grupo de organizaciones feministas y de expertas en esta área, pertenecientes a los países suramericanos, comenzaron a estudiar la pobreza desde una perspectiva de género, identificando una serie de elementos de la pobreza que afectaban directamente a las mujeres y señalaron que el número de mujeres pobres sobrepasaba al de los hombres, que esta pobreza era más aguda y evidenciaron una tendencia hacia un marcado aumento, particularmente relacionada con el incremento de hogares con jefatura femenina (CEPAL, 2004). Este conjunto de fenómenos fue conceptualizado como “feminización de la pobreza”.

En el Ecuador, al analizar los datos estadísticos (Gráfico Nro. 9), se observa que la brecha de pobreza por consumo⁴⁰⁶ en las áreas rurales alcanzan una brecha del 23,71% para las mujeres y del 24,65% para los hombres. Respecto a las áreas urbanas la brecha se reduce a 8,19% para las mujeres y 6,47% para los hombres. Vemos, además que la brecha es mayor en los hombres en la ruralidad con una diferencia de 0,94%, mientras que para las mujeres urbanas es mayor con una diferencia de 1,72%.

406 La brecha de pobreza por consumo, parte de la determinación de una canasta de bienes y servicios que permitiría, a un costo mínimo, la satisfacción de las necesidades básicas, y define como pobres a los hogares cuyo ingreso o consumo se ubica por debajo del costo de esta canasta.

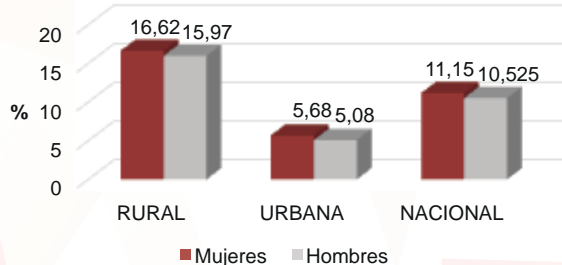
Al revisar la brecha de pobreza por ingresos⁴⁰⁷ se observa que tanto a nivel rural (16,62% mujeres “ 15,92% hombres) como urbana (5,68% mujeres “ 5,08% hombres), ésta es mayor en las mujeres que en los hombres, con una diferencia de 0,6% en ambos casos.

Gráfico No. 9. Brecha de pobreza por Consumo



Fuente: Sistema SIISE – SIMUJER, MCDS, 2017

Gráfico No. 9. Brecha de pobreza por Ingresos



Fuente: Sistema SIISE – SIMUJER, MCDS, 2017

407 La brecha de pobreza por ingresos permite establecer la diferencia entre los ingresos y el valor de la canasta básica; se consideran pobres a quienes cuyos ingresos no cubren el costo de la canasta básica.

Estos datos muestran que en la ruralidad las mujeres consiguen satisfacer las necesidades de mejor manera que los hombres (teniendo en cuenta pobreza por consumo), a pesar de que los ingresos sean menores. En las áreas urbanas las mujeres se encuentran en desventaja tanto en el consumo como en el ingreso respecto de los hombres, lo cual podría explicarse si se toma en cuenta la desigualdad salarial existente entre hombres y mujeres, como se verá más adelante.

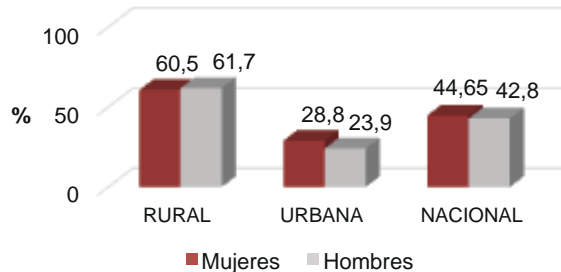
Estos datos, sin embargo, no consideran que, por un lado, los patrones de gasto de hombres y mujeres difieren; el consumo de las mujeres está mayoritariamente dirigido al bienestar de los hijos y el hogar, en general, mientras que los hombres reservan una parte significativa de sus ingresos para consumo personal (Buvinic, 1997). Adicionalmente, lo que los hombres aportan para los gastos del hogar disminuyen con el deterioro de la renta afectiva, ya que intentan mantener su nivel de consumo personal (CEPAL, 2004).

Si revisamos la incidencia de pobreza por consumo⁴⁰⁸ (Gráfico Nro. 10) se observa que en la ruralidad la incidencia de pobreza es del 60,5% para las mujeres y del 61,5% para los hombres. En las áreas urbanas las mujeres tienen una incidencia de pobreza del 28,8% y los hombres del 23,9%. Al comparar la incidencia de pobreza de consumo entre hombres y mujeres se ve que aunque en la ruralidad la diferencia es de 1,2%, en lo urbano la diferencia es de 4,9 puntos porcentuales en favor de los hombres. La incidencia en las mujeres de la pobreza por consumo en el área rural prácticamente duplica a la presentada por las mujeres en el área urbana.

408 La incidencia de pobreza por consumo determina que son “pobres” quienes pertenecen a un hogar cuyo consumo per cápita, en un periodo determinado, es inferior al valor de la línea de pobreza, que equivale al costo de una canasta básica de bienes y servicios por persona en un tiempo determinado.

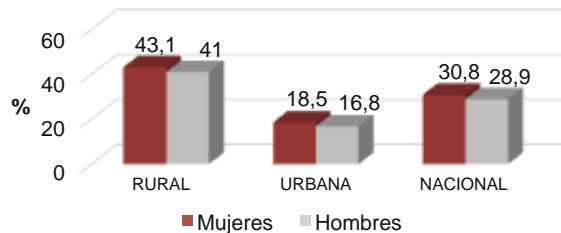
Estas cifras se replican al revisar la incidencia de la pobreza por ingresos⁴⁰⁹, donde tanto en lo rural (43,1% mujeres “ 41% hombres) como lo urbano (18,5% mujeres “ 16,8% hombres), las mujeres son 2,1% y 1,7% más pobres que los hombres.

Gráfico Nro. 10. Incidencia de la pobreza por ingresos



Fuente: Sistema SIISE – SIMUJER, MCDS, 2017

Gráfico Nro. 10. Incidencia de la pobreza por consumo



Fuente: Sistema SIISE – SIMUJER, MCDS, 2017

409 incidencia de la pobreza por ingresos determina que son “pobres” quienes pertenecen a hogares cuyo ingreso per cápita, en un período determinado, es inferior al valor de la línea de pobreza. La línea de pobreza es el equivalente monetario del costo de una canasta básica de bienes y servicios.

Si bien estos indicadores de pobreza nos pueden dar una idea global de la problemática desde una perspectiva monetaria (el ingreso o el consumo), como medida única de bienestar no es suficiente. Pensar en bienestar como oposición de pobreza exige la inclusión de otras dimensiones.

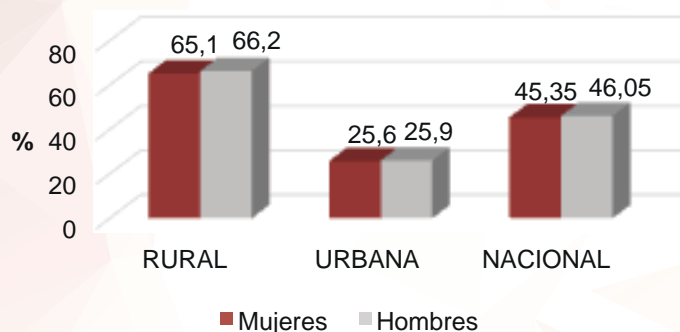
Bajo un enfoque más amplio, John Rawls (1995) agrega al ingreso otros elementos de satisfacción que pueden no ser ofertados por el mercado o aún poseyendo ingresos, a los individuos se les dificulta adquirir ciertos servicios de educación, salud, vivienda, un medio ambiente saludable, etc. Esta perspectiva fue operacionalizada en el indicador denominado Necesidades Básicas Insatisfechas “ NBI (PNUD, 2015).

En Ecuador, el índice de pobreza por NBI⁴¹⁰ replica la tendencia ya vista, en la que la pobreza se agudiza en las áreas rurales con un 65,1% para las mujeres y un 66,2% para los hombres, frente a las áreas urbanas, el 25,6% y el 25,9%, respectivamente. En ambos

410 La pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) es una medida de pobreza multidimensional desarrollada en los años ochenta por la CEPAL. El método abarca cinco dimensiones y dentro de cada dimensión existen indicadores que miden privaciones: I) Capacidad económica, el hogar se considera privado en esta dimensión si: a> los años de escolaridad del jefe (a) de hogar es menor o igual a 2 años, y b> existen más de tres personas por cada persona ocupada del hogar; II) Acceso a educación básica, el hogar se considera privado en esta dimensión si: existen en el hogar niños de 6 a 12 años de edad que no asisten a clase; III) Acceso a vivienda, el hogar se considera privado en esta dimensión si: a> el material del piso es de tierra u otros materiales o b> el material de las paredes son de caña, estera u otros; IV) Acceso a servicios básicos, el hogar se considera privado en esta dimensión si: a> La vivienda no tiene servicio higiénico o si lo tiene es por pozo ciego o letrina, o b> si el agua que obtiene la vivienda no es por red pública o por otra fuente de tubería; V) Hacinamiento, el hogar se considera pobre si la relación de dormitorios respecto a sus habitantes es mayor a tres. Al respecto puede consultarse: <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/pobreza-por-necesidades-basicas-insatisfechas/>

casos, rural y urbano, los hombres tienen un mayor índice de pobreza por NBI que las mujeres con 1,1% de diferencia en lo rural y 0.3% en lo urbano, en favor de las mujeres.

Gráfico Nro. 11. Pobreza por NBI por sexo y área geográfica



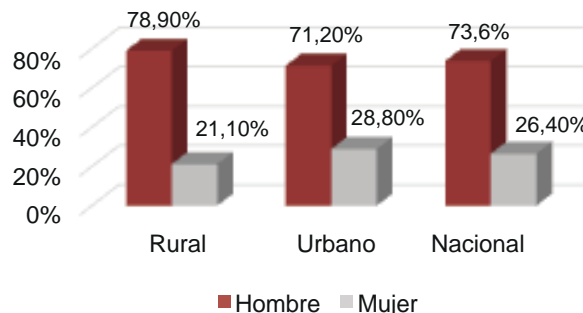
Fuente: Sistema SIISE – SIMUJER, MCDS, 2017

Finalmente, un indicador que también es frecuentemente utilizado para medir la feminización de la pobreza es la jefatura del hogar. A finales de los años setenta se planteó que los hogares con jefatura femenina del hogar eran “los más pobres entre los pobres” (CEPAL, 2004: 24). Una de las razones se debe a que el ingreso promedio que reciben las jefas de hogar en el mercado laboral es, por lo general, más bajo que el que perciben los jefes de hogar, lo que más adelante analizaremos en detalle, y que las jefas de hogar sufren mayor discriminación al buscar un trabajo remunerado y otro tipo de recursos a consecuencia de las limitaciones de tiempo y movilidad (CEPAL, 2004). Adicionalmente, este tipo de hogares sufren posibles dificultades ante la (in)compatibilidad del trabajo remunerado, trabajo productivo, labores domésticas y de cuidado, puesto que,

en su mayoría, se trata de hogares monoparentales que no cuentan con el trabajo de los cónyuges, lo que, en su mayoría, sí tienen los hogares con jefatura masculina (Milosavljevic, 2003).

En Ecuador, a nivel nacional, el 26,4% son mujeres jefas de hogar, frente al 73,6% de los hombres. En el área urbana existen más jefas de hogar con el 28,8% frente al 71,2% de hombres, mientras que en la ruralidad, el 21,1% son mujeres jefas de hogar y el 78,9% son hombres (Gráfico Nro. 12).

Gráfico No. 12. Jefatura del hogar por sexo y área geográfica



Fuente: Encuesta de Condiciones de Vida 2013-2014, INEC, 2017

Es necesario señalar que a los ingresos del jefe de hogar se pueden sumar aquellos de otros miembros de la familia, sin embargo, como se señaló anteriormente, en el caso de la jefatura del hogar femenina, en la mayoría de casos no existe un cónyuge que pudiera aportar un ingreso adicional.

En este sentido, tanto la menor generación de ingresos de la madre como la falta de aporte económico del padre marcan la diferencia

entre hogares encabezados por mujeres y hombres. El hecho de que los hombres cuenten con el cónyuge no solamente implica que podrían contar con el ingreso adicional de la cónyuge, sino que si ésta no opta por un trabajo remunerado, puede dedicarse a las tareas del hogar, optimizando los recursos, lo que no sucede cuando las mujeres encabezan el hogar (Geldstein, 1997). En ese último caso, las mujeres deben asumir tanto el trabajo remunerado como no remunerado del hogar y, en caso de no ser posible, deben recurrir a terceras personas para el cuidado de los hijos, lo que implica un gasto adicional que la mayoría no está en condiciones de asumir. Esto obliga a muchas mujeres a aceptar ocupaciones o empleos mal remunerados y/o en condiciones precarias que posiblemente las madres-esposas rechazarían.

Por otra parte, la frecuente ausencia de otro adulto en el hogar precariza más la calidad de vida de la familia a cargo de las mujeres, puesto que disminuye el tiempo de atención brindada a los hijos y conlleva una carga física y psicológica para la madre, quien debe afrontar sola todas las responsabilidades (Geldstein, 1997). A esto se suma el estigma social de la madre sola que “transgrede” el modelo biparental y la hace más vulnerable a la agresividad y violencia en un entorno inseguro (Geldstein, 1997).

Como vemos, los indicadores que tradicionalmente se utilizan para medir la pobreza no logran evidenciar la multidimensionalidad de la desigualdad de género, que es diferente para los hombres y para las mujeres.

Con el objetivo de complementar los datos proporcionados, a continuación analizaremos la situación laboral desde la perspectiva de género, lo que nos permitirá tener una visión más precisa de la realidad socioeconómica de las mujeres ecuatorianas.

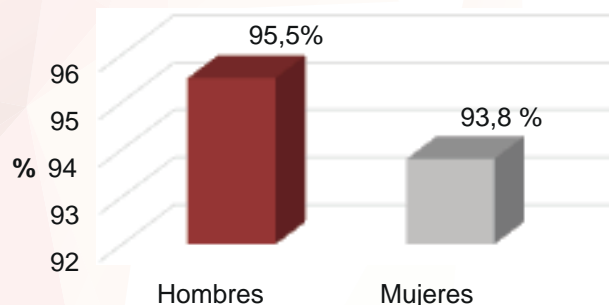
Empleo

Desde mediados del Siglo XX, las mujeres representan la mitad de la población ecuatoriana, sin embargo, en el ámbito laboral esta representatividad no guarda las mismas proporciones respecto de la participación laboral masculina. Si bien la brecha laboral entre hombres y mujeres ha ido decreciendo, todavía falta avanzar para lograr la equidad laboral, pese a que, como evidencian las cifras sobre educación, actualmente son las mujeres las que en mayor medida acceden y culminan la educación superior. Esta realidad tiene relación con condiciones históricas de definición de asignación de roles derivados de la división sexual del trabajo en el marco de sociedades androcéntricas.

Según datos del INEC, a diciembre de 2016, el 45,2% de las mujeres en edad de trabajar (15 años en adelante) se encuentran fuera del mercado laboral, frente al 19,4% de los hombres que no trabajan ni buscan empleo. Esta realidad guarda estrecha relación con la división sexual del trabajo, puesto que la mayoría de esta población femenina se dedica exclusivamente al ámbito doméstico no remunerado.

Con respecto al empleo, se observa que la tasa de población global femenina con empleo es del 93,8%, mientras que la tasa de empleo global masculino se ubicó en 95,5%, lo que significa que la tasa de empleo global para las mujeres es 1,7 puntos porcentuales menor que la de los hombres.

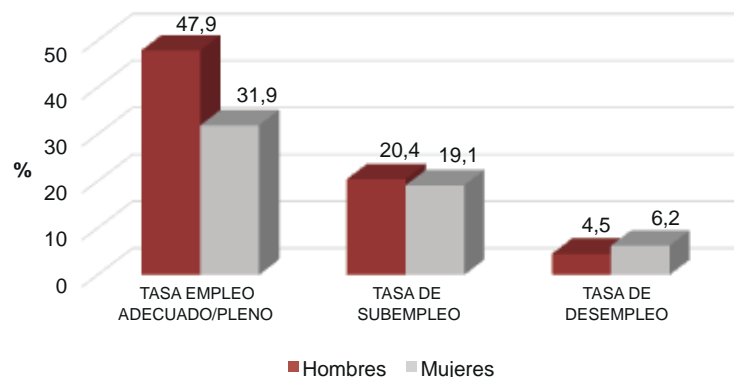
Gráfico Nro. 13. Tasa de población con empleo por sexo



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU 2016, INEC, 2017

Las cifras sobre empleo, subempleo y desempleo por sexo a diciembre de 2016 muestran que la tasa de empleo pleno o adecuado se ubica en 47,9% para los hombres y 31,9% para las mujeres, evidenciando una diferencia de 16 puntos porcentuales en detrimento de las mujeres. En cuanto al subempleo, la situación es más equilibrada, con una leve diferencia en favor de los hombres que engloban el 20,4%, y para las mujeres el 19,1%. La tasa de desempleo muestra nuevamente una tendencia desfavorable para las mujeres; mientras que la tasa de desempleo masculina se ubica en el 4,5%, la tasa de desempleo femenina se ubica en 6,2%, con una diferencia significativa de 1,7 puntos porcentuales (Gráfico Nro. 14). Cabe señalar que estos indicadores están basados en la población económicamente activa desagregada por sexo.

Gráfico Nro. 14. Tasa de empleo pleno, subempleo y desempleo por sexo



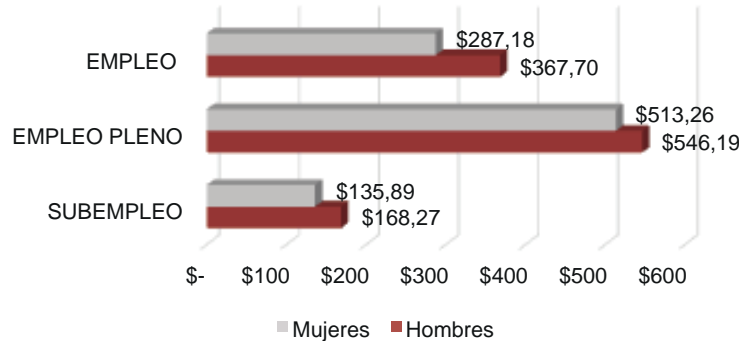
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo ENEMDU, INEC, 2017

Estos datos reflejan la existencia de patrones de desigualdad en el acceso laboral entre hombres y mujeres. A pesar del masivo ingreso de las mujeres a la fuerza de trabajo, su mayor nivel educacional y el significativo aporte que ellas realizan a la manutención de sus familias y el desarrollo de sus países, aún persisten fuertes patrones de desigualdad de género en el trabajo (OIT, 2017).

La brecha salarial en el país también refleja esta realidad, según datos del INEC a diciembre de 2016, el ingreso promedio de hombres empleados fue en promedio de USD 367,70, por su parte las mujeres percibieron en promedio USD 287,18; tomando en cuenta que el salario mínimo para ese año se fijó en USD 366,00. Las mujeres no alcanzaron en promedio ese monto de manera mensual.

Estas diferencias en los ingresos mensuales en detrimento de las mujeres, se replican para quienes no tienen empleo pleno y están subempleados (Gráfico Nro. 15).

Gráfico Nro. 15. Promedio mensual de ingresos laborales por sexo



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU, INEC, 2017

Por otra parte, debido a que las mujeres deben repartir su tiempo entre el trabajo fuera y dentro del hogar, suelen dedicar menos horas a trabajar para un empleador que los hombres. Esto conlleva a un factor que incide en la desigualdad salarial y es que para poder obtener puestos de trabajo más flexibles, que se ajusten a sus necesidades de madre, muchas mujeres están dispuestas a realizar trabajos mal remunerados y en condiciones no deseables.

Esta problemática va ligada a otro factor que tiene que ver con las dificultades de las mujeres para acceder a mejores puestos de trabajo o ser promovidas, lo que les generaría mayores ingresos. A pesar

de que, según datos del Censo de Población y Vivienda 2010 del INEC, las mujeres alcanzaron un mayor nivel de instrucción que los hombres, solo el 0,9% tenían cargos de directoras o gerentes, frente al 1,5% de los hombres. Asimismo, las cifras muestran que el 4,2% de las mujeres son profesionales, científicas e intelectuales, frente al 3,5% de los hombres y pese a ello, sus ingresos son menores.

Finalmente, no puede dejarse de lado el papel que representa la cultura y lo que la sociedad considera como trabajos apropiados para hombres y para mujeres. Mientras que los hombres ocupan mayoritariamente cargos como empleados u obreros privados y estatales con el 20,6% y el 6,1% respectivamente, las mujeres solo ocupan el 10,9% y el 4,5% respectivamente. Del mismo modo, el 16% de los hombres es trabajador por cuenta propia, mientras que solo el 10,4% de las mujeres lo son (Censo de Población y Vivienda del INEC, 2010). Los trabajos de las mujeres se enfocan en tareas como la enseñanza, la enfermería, el empleo doméstico y el sector de los servicios en general. Los puestos mejor pagados como la arquitectura, la abogacía o la ingeniería se reservan para los hombres en su mayoría (Ñopo, 2012).

Los datos hasta aquí presentados dan cuenta de que pese a los avances que se han logrado en materia de equidad de género, gracias a la luchas de las mujeres, la sociedad civil y del Estado, todavía falta por hacer para garantizar la equidad de género.

A continuación, analizaremos la participación política de las mujeres en el Ecuador, lo que nos proporcionará un panorama de cómo han alcanzado espacios desde donde se puede ejercer una significativa influencia en las políticas públicas con respecto a la igualdad y la equidad entre hombres y mujeres.

Participación política

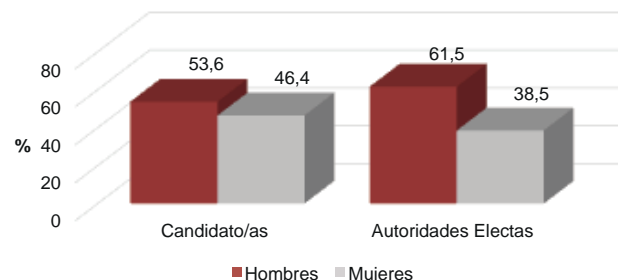
La participación política de las mujeres en el Ecuador comenzó en 1924, cuando se abrieron los registros de empadronamiento para elecciones legislativas y Matilde Hidalgo de Prócel consiguió su registro, pese al rechazo inicial de los funcionarios; ella *“no sólo se convirtió en la primera mujer votante en el Ecuador, sino que contribuyó con su acción a introducir cambios en la propia organización del Estado, ya que una vez sometida su acción a consulta en el Consejo de Estado, este dictaminó que no existía ningún impedimento legal para que las mujeres ecuatorianas ejercieran el derecho al voto”* (Goetschel, 2010: 41). Este hecho dio paso para que el sufragio femenino se oficialice en 1929, momento en el que la Asamblea Constituyente introdujo el voto femenino de manera opcional y únicamente para aquellas mujeres alfabetas (Goetschel, 2010).

En 1978 se estableció su obligatoriedad a partir de los 18 años y se incluyó a la población analfabeta (Comisión de Transición para la Definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujer, 2014: 120). Esto significó un paso muy importante en la lucha contra la discriminación de género arraigada en el país desde la Colonia.

Con estos antecedentes se revisará a continuación los resultados de los dos últimos procesos electorales que han tenido lugar en el Ecuador: Elecciones Generales 2013 en el que se eligieron Presidente y Vicepresidente de la República, Asambleístas Nacionales, Provinciales y del Exterior y Parlamentarios Andinos; y Elecciones Seccionales 2014, donde se eligieron Prefectos/as y Viceprefectos/as, Alcaldes/as y Vicealcaldes/as, Concejales y Miembros de Juntas Parroquiales Rurales.

En las Elecciones Generales de 2013 se presentaron un total de 1434 candidatos, 53,6% hombres (769) y 46,4% mujeres (665). Las candidatas para la Asamblea Nacional sumaron un total de 647 y los candidatos fueron 734; las 18 mujeres restantes se candidatizaron para el Parlamento Andino y ninguna para la Presidencia de la República. Por el contrario, 27 hombres participaron para ser parlamentarios andinos y 8 corrieron por la Presidencia de la República. De estas 665 mujeres postulantes, apenas 55 fueron electas, lo que representa el 38,5%, mientras que de los 769 postulantes, 88 ganaron las elecciones, lo que representa el 61,5% (Gráfico Nro. 16).

Gráfico Nro. 16. Candidatos y candidatas y autoridades electas en las elecciones generales de 2013



Fuente: Estadísticas Electorales, Consejo Nacional Electoral, 2017

Al analizar específicamente la participación de las mujeres en la función Legislativa, observamos que la Asamblea Nacional actualmente se compone de 80 Asambleístas hombres (58,4%) y 57 asambleístas mujeres (41,6%) (Gráfico Nro. 17). Pese a la evidente mayoría masculina, los tres principales cargos del órgano legislativo, es decir, la Presidencia y las dos Vicepresidencias están regidos por mujeres.

Gráfico Nro. 17. Composición de la Asamblea Nacional en el periodo 2013 - 2017



Fuente: Asamblea Nacional, 2017

Durante este periodo legislativo, la Asamblea Nacional en su conjunto ha aprobado 41 normativas con perspectiva de género que se enmarcan en varios cuerpos legales como: El Código Integral Penal⁴¹¹ (COIP), la Ley Reformatoria al Código Civil⁴¹², la Ley Orgánica de Comunicación,⁴¹³ la Ley de los Consejos Nacionales para Igualdad⁴¹⁴,

- 411 Por ejemplo, el COIP incluyó la figura del feminicidio, además que ya cuenta con penas por acoso sexual, estupro, abuso sexual y violación, con especial protección a grupos vulnerables, entre ellos a mujeres. Adicionalmente, contempla la trata de personas, la explotación sexual y considera como delitos la prostitución forzada, el turismo sexual, la pornografía, el tráfico ilícito de migrantes, los trabajos forzados u otras forma de explotación laboral, la unión de hecho servil y la adopción ilegal (Asamblea Nacional, 2016).
- 412 La Ley Reformatoria al Código Civil determina que para casarse la edad mínima debe ser 18 años y que la mujer puede participar en la administración de la sociedad conyugal.
- 413 La Ley Orgánica de Comunicación, por ejemplo, prohíbe los contenidos discriminatorios y establece que la nómina laboral de los medios se conforme con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres.
- 414 Con el objeto de transversalizar la lucha por la equidad de género se aprobó la Ley de los Consejos Nacionales para la Igualdad, que busca promover la participación

la Ley de Recursos Hídricos, la Ley de Tierras⁴¹⁵, la Ley para la Justicia Laboral⁴¹⁶, el Código Monetario⁴¹⁷, la Ley de Gestión de la Identidad⁴¹⁸, son algunos de los cuerpos legales que han incorporado los derechos de las mujeres.

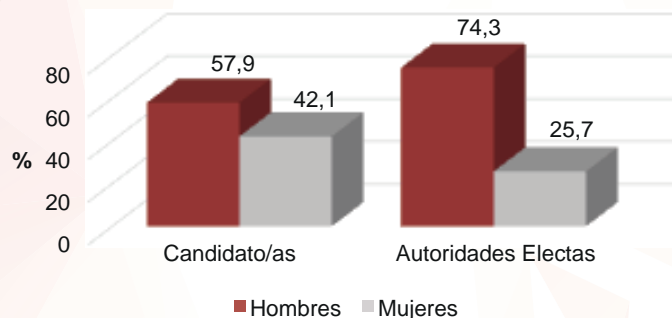
Respecto de la participación de las mujeres desde los gobiernos locales se observa que para las Elecciones Seccionales 2014 de un

ciudadana en un proceso permanente de construcción de poder ciudadano. Con esta Ley se crea el Consejo Nacional para la Igualdad, que crea, dirige y hace cumplir la política pública para la igualdad en derechos y no discriminación de mujeres, así como de personas con distintas opciones sexuales (Asamblea Nacional, 2016).

- 415 Consagra el derecho humano al agua y reconoce los derechos de la mujer en el acceso a este recurso en condiciones de igualdad y la prohibición de toda discriminación; mientras que, para las mujeres del sector rural, la Ley de Tierras determina que las mujeres y las madres de familia que han asumido la jefatura del hogar serán prioridad en la redistribución de la tierra rural. Asimismo, dispone que en el caso de que una mujer tenga un título sobre la tierra, el Estado debe garantizar su propiedad y, en el caso en el que se encuentre en posesión, legalmente reconocida, deberá entregar la titulación de la misma (Asamblea Nacional, 2016).
- 416 Reconoce el trabajo no remunerado en el hogar para que las amas de casa puedan acogerse a la pensión por jubilación, viudedad y orfandad; por incapacidad permanente total y subsidio para funerales. Por su parte, en el Código del Trabajo se implementó la figura de despido intempestivo ineficaz para las personas trabajadoras en estado de embarazo o maternidad (Asamblea Nacional, 2016).
- 417 Dispone, por su parte, que la Junta de Política y Regulación Monetaria tendrá como función establecer medidas que coadyuven a generar incentivos a las instituciones del sistema financiero para la creación de productos orientados a promover y facilitar la inclusión económica de madres solteras (Asamblea Nacional, 2016).
- 418 Entre las normativas más recientes con enfoque de género aprobadas por la Asamblea Nacional está la Ley de Gestión de la Identidad, por la que se permite que el recién nacido pueda llevar en primer lugar el apellido de la madre (Asamblea Nacional, 2016). Todas estas normativas buscan, desde su ámbito de aplicación mejorar las condiciones de las mujeres y disminuir las desigualdades de género en la sociedad ecuatoriana.

total de 28.180 postulantes, 11.863 fueron mujeres, es decir, el 42,1%, frente a 16.317 candidatos, correspondiente al 57,9%. De todos los candidatos ganadores, únicamente el 25,7% fueron mujeres electas como autoridades locales (1444), frente al 74,3% de hombres (4184).

Gráfico Nro. 18. Candidatos y candidatas y autoridades electas en las Elecciones Seccionales de 2014

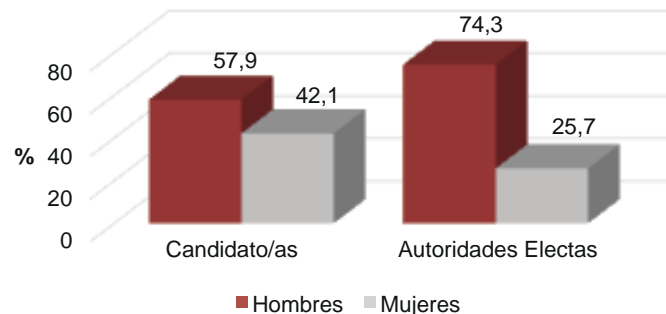


Fuente: Estadísticas Electorales, Consejo Nacional Electoral, 2017

Cabe señalar que del total de autoridades electas mujeres (1444), la mayoría son Vocales de Juntas Parroquiales rurales con un total de 1023 Vocales mujeres electas, lo que corresponde al 70,8% de todas las dignidades alcanzadas. Le siguen las concejalías urbanas y rurales que en total suman 403 mujeres concejalas, correspondiente al 27,9%.

A nivel de alcaldías y prefecturas, de los 221 alcaldes electos, solamente 16 son mujeres, lo que equivale al 7,2%, frente al 92,7% de alcaldes electos hombres. Del mismo modo, de los 23 prefectos electos, únicamente dos son mujeres, lo que equivale al 8,7%, frente al 91,3% de prefectos electos hombres.

Gráfico Nro. 19. Autoridades locales electas en Elecciones Seccionales 2014 por sexo



Fuente: Estadísticas Electorales, Consejo Nacional Electoral, 2017

Estas cifras nos dicen que, más allá de la normatividad, los ecuatorianos todavía tienen una preferencia muy marcada por elegir a los hombres como sus representantes, a pesar de que el 50% de la población es femenina. En el caso de elecciones pluripersonales, los ciudadanos que en su mayoría prefieren votar por listas y no por candidatos individuales, no tienen opción de favorecer a los hombres o las mujeres con su voto, puesto que la lista de candidatos está previamente definida. No así en las elecciones unipersonales en las que la población elige directamente un nombre de una papeleta, como es el caso de la Presidencia y Vicepresidencia, Alcaldías y Vicealcaldías, Prefecturas y Viceprefecturas. Si bien los ciudadanos están llamados a votar por quienes se sienten más representados, a través de sus planes de gobierno, persiste una clara tendencia a preferir a los hombres, quienes en el imaginario colectivo y tradicional son los que han llevado la política en el país.

Conclusiones

Las condiciones estructurales en las que viven y se desenvuelven las mujeres son determinantes en su calidad de vida presente y futura. Su desarrollo tanto personal como profesional se forja de acuerdo a las oportunidades que posean para acceder a una educación, salud, empleo, entre otros, adecuados. Hemos visto el rol fundamental que juega la educación para obtener mayores y mejores opciones de empleo, aunque no siempre lo consiguen.

La pobreza es una importante problemática que afecta a la población femenina y hemos visto que en contextos de pobreza, las mujeres son aún más pobres que los hombres, debido a la falta de recursos materiales, a los que se les dificulta acceder, justamente por su condición de mujer, especialmente a las que son madres jefas de hogar. Estas últimas tienden a ser las más vulnerables ya que deben asumir el rol de padre y madre al mismo tiempo, lo que las lleva a buscar un empleo que se adapte a sus necesidades de flexibilidad de tiempo y movilidad, a cambio de los recursos necesarios para sustentar el hogar. Factores como el embarazo adolescente, cuya mayor consecuencia es la deserción escolar, agudizan la situación de muchas mujeres. Esto se convierte en un círculo vicioso de pobreza que muchas veces se extiende al resto de miembros de la familia con mayor facilidad que cuando un hombre es la cabeza del hogar, perpetuando la condición de exclusión de las mujeres.

Las mujeres pobres deben enfrentarse a obstáculos que muchas veces resultan difíciles de superar, lo que configura complejas privaciones a nivel personal y valiosas pérdidas para la sociedad en general y su economía. El trabajo de las mujeres, remunerado y no remunerado, es fundamental para dinamizar la economía. La desigualdad de

género implica que las mujeres cuentan con menos recursos para afrontar la pobreza.

A esto se suman sus dificultades para conseguir un empleo digno y estable que les permita satisfacer tanto sus necesidades personales, como las de su hogar. Se ha constatado que en Ecuador las desigualdades laborales persisten, no solamente que tienen menor empleo que los hombres, sino que los trabajos que realizan todavía se enmarcan, en muchas ocasiones, en aquellas áreas que tradicionalmente la sociedad ha impuesto para ellas, cuyos ingresos son menores que aquellos asignados a los hombres. Las brechas salariales existentes hacen más explícita la discriminación laboral hacia la mujer, lo que repercute directamente en la calidad de vida individual y de su hogar, como ya lo hemos mencionado.

Finalmente, la participación política de la mujer ecuatoriana ha presentado importantes avances en la lucha contra la discriminación y la desigualdad. Sin duda, no se puede dejar de reconocer que ha sido la acción colectiva de la sociedad civil femenina la que ha luchado para que desde el Estado se tome en cuenta el enfoque de género en las políticas públicas. Se ha evidenciado que desde la Asamblea Nacional se han promovido importantes leyes orientadas a la protección y garantía de los derechos de las mujeres.



**CONSEJO DE REGULACIÓN, DESARROLLO Y PROMOCIÓN
DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**