



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Departamento de Medios, Comunicación y Cultura

Tesis doctoral

Mirando de cerca al macho guayaco

Análisis en la ficción televisiva local de los estereotipos de
masculinidad percibidos por los adultos emergentes de la ciudad de
Guayaquil, Ecuador

Autor: Eduardo Muñoa Fernández

Director: David Vidal Castell

2017

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
MARCO TEÓRICO	21
Sobre los objetos de estudio	22
De la cultura a la identidad cultural	22
Masculinidad y masculinidad hegemónica	27
Estereotipos de masculinidad	38
Adultos emergentes	42
Ficción televisiva	45
INVESTIGACIÓN. PRIMERA ETAPA	49
Estudio exploratorio	50
Introducción	50
Metodología	50
Estudio descriptivo	61
Presentación de resultados	63
Fase exploratoria	64
Fase descriptiva	77
INVESTIGACIÓN. SEGUNDA ETAPA	86
Introducción	87
Metodología	92
Implementación	93
Discusión de resultados. Caso # 1: 3 familias	97
Los pater familias (o la negación de ellos)	99
El gran enemigo	117
Personajes y estereotipos en cifras	119
La revancha de la masculinidad y un juego de máscaras	123
Masculinidad hegemónica y tres familias	126
Conclusiones preliminares	129
Discusión de resultados. Caso #2: Los hijos de Don Juan	130

Los herederos	131
De heredero irresponsable a pater familias	141
De marginado a protagonista	146
Personajes y estereotipos en cifras	148
Conclusiones preliminares	152
Comparación paradigmas de masculinidad. Casos de estudio	153
APÉNDICE: El macho guayaco. Miradas complementarias	155
Aproximación a la recepción de los estereotipos de masculinidad por los adultos emergentes	156
Heteronormatividad y masculinidad	164
Generalidades sobre la formulación de la masculinidad en los contenidos televisivos ecuatorianos	168
CONCLUSIONES	171
Sobre estudio de los estereotipos de masculinidad	172
Sobre los estereotipos y la masculinidad hegemónica	173
Sobre emisores y receptores del discurso	178
Sobre estereotipos de masculinidad y ficción televisiva	178
Corolario	180
Bibliografía	182
ANEXOS	
Tablas de frecuencia y contingencia. Estudio exploratorio	185
Tablas de frecuencia y contingencia. Estudio descriptivo	202
Entrevista a Xavier Andrade	219
Entrevista a Paco Cuesta	227
Entrevista a Rocio Dunn	241

Resumen

El trabajo muestra los resultados de una investigación destinada a estudiar la relación entre los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador y su percepción de los estereotipos de masculinidad en la ficción televisiva. Parte de caracterizaciones teóricas sobre identidad cultural, estereotipos de masculinidad, masculinidad hegemónica y por último una definición del adulto emergente. Se describe la metodología del estudio exploratorio basado en el uso de un cuestionario estructurado en cuatro secciones. Analiza los resultados de este instrumento para establecer conclusiones preliminares acerca de los estereotipos de masculinidad percibidos y clasificados como *decadentes*, *dominantes* o *emergentes*. También se analiza el peso de los patrones de la masculinidad hegemónica en la construcción de las representaciones identitarias del hombre guayaquileño y los estereotipos que lo representan. Se termina concluyendo en este análisis que el modelo de masculinidad hegemónica es esencial en la construcción de los imaginarios sobre la masculinidad guayaquileña (centrando las conclusiones en la prevalencia de los estereotipos, la sujeción de la percepción al modelo hegemónico y la naturaleza de receptores y emisores de la masculinidad) y vinculándolos a los casos de estudio de programas televisivos de ficción.

Keywords: masculinidad, estereotipos, identidad, adulto emergente

Abstract

This paper offers the results of an investigation aimed at studying the relationship between the emerging adults of the city of Guayaquil, Ecuador and their perception of masculinity stereotypes in television fiction shows. The investigation is based on theoretical definitions of cultural identity, stereotypes of masculinity, hegemonic masculinity and finally a definition of the emergent adult. We describe the exploratory study based on the use of a questionnaire structured in four sections. The paper analyzes the results and establishes some preliminary conclusions about perceived male stereotypes and these are classified these as decadent, dominant or emerging. It also analyzes the weight of the patterns of hegemonic masculinity in the construction of the identity representations of the Guayaquil man and the stereotypes that represent him. Finally, the conclusion show that the model of hegemonic masculinity is essential in the construction of the imaginary about Guayaquil masculinity (focusing on the prevalence of stereotypes, the dependence of perception to the hegemonic model and the nature of receptors and emitters of masculinity) and analyzing the presence in TV fiction shows

Keywords: masculinity, stereotypes, identity, emerging adult

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La investigación que se recoge en el presente trabajo busca caracterizar los estereotipos de masculinidad presentes en la ciudad de Guayaquil, Ecuador y clasificar el modo en que son distinguidos por los adultos emergentes de dicha ciudad. Posteriormente se centra en analizar el modo en que estos estereotipos están presentes en el discurso de productos televisivos de alto consumo y el modo en que los adultos emergentes, ahora en el rol de receptores, negocian sus percepciones de estos estereotipos en el consumo de los discursos mediáticos que resultan objeto de estudio.

Ecuador es uno de los tres países más pequeños de América del Sur, con solo 285000 kilómetros cuadrados. En contraste con esta condición territorial la riqueza cultural del país resulta objeto de gran interés. Se distinguen tres regiones culturales fundamentales: Costa, Sierra y Amazonía, las cuales son coincidentes con las regiones geográficas del país. De esta manera cualquier intento por Una de las posiciones más recurrentes al tratar de explicar las formas y estereotipos de la cultura presentes en cada una de estas zonas tiene que ver con la presencia histórica de grandes grupos que confluyen en las mismas y van moldeando los paradigmas de la identidad cultural en cada una de ellas: indígenas, conquistadores, africanos y migrantes de diversas nacionalidades entre los siglos XIX y XX. Así mismo debe entenderse que el accionar de los descendientes de cada uno de estos grupos, ya reconocidos como autóctonamente ecuatorianos, pero conservando rasgos importantes de sus culturas matrices, define el panorama de la identidad cultural contemporánea. “Como un país que surgió de la conquista y colonización, las transformaciones culturales que incluyen la producción y reproducción de identidad representan una característica saliente de la cultura ecuatoriana” (Bauer, 2010, pág. 184).

Este proceso de intercambio, no exento de tensiones y marcado por sucesivos procesos de aceptación y asimilación de nuevos componentes

etnocsociales que se ponen en juego en estas interacciones va perfilando desde los diferentes grupos étnicos involucrados, una clara (y diversa) identidad cultural. Smith (1997) propone que la cultura (y consecuentemente a identidad cultural) son el resultado de procesos vinculados al componente étnico, denominando al conjunto de estos procesos etnogénesis. Señala así mismo dos características fundamentales del factor étnico que parecen incidir de modo directo en la cultura.

En los últimos años se ha prestado gran atención al concepto de «etnicidad». Algunos opinan que tiene una cualidad «primordial», pues creen que existe de forma natural, desde siempre, que es una de las cualidades «dadas» de la existencia humana -opinión que recientemente ha recibido cierto respaldo por parte de la sociobiología, que contempla la etnicidad como una extensión de los procesos de selección genética y aptitud todo incluido-. En el polo opuesto se considera que la etnicidad es «situacional», ya que la pertenencia a un grupo étnico es una cuestión de actitudes, percepciones y sentimientos que son necesariamente efímeros y mutables y varían según la situación en que se encuentre el sujeto: a medida que va cambiando la situación del individuo, también cambia la identificación del grupo, o, por lo menos, la importancia de las diversas identidades y discursos a las que se adhiere el individuo irá variando conforme pase el tiempo y las situaciones cambien. (Smith, 1997, pág. 18)

En la tensión resultante los dos supuestos planteados por el autor: de una parte, la condición primordial, que parece indicar que la etnicidad es biológicamente inherente al ser humano y por otra parte el carácter estacional que entiende lo étnico como mutable y por tanto susceptible de renovación y reinvención en sucesivos pasos generacionales; pudiéramos encontrar el origen de los procesos a través de los cuales se va configurando y modificando la identidad cultural de un grupo humano. Partiendo del hecho que los flujos migratorios que han configurado la población ecuatoriana en los últimos 500 años, han definido poblaciones más o menos estacionales en las que pueden distinguirse una relación de clara dominancia de un grupo étnico y sus derivaciones de mestizaje, pueden establecerse nexos entre el componente

étnico y los indicadores de la identidad cultural. Acercarnos a esta problemática implica una revisión conceptual de cultura e identidad cultural.

Molano (2007) refiere a Kulper (2001) al plantear que el concepto de cultura estuvo originalmente relacionado al de civilización, concepto que es ampliado en el siglo XX que incorpora “una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo” (pág. 71). Más adelante cita la definición de cultura de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Este organismo internacional define cultura como: “(...) rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. (...) engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones” (pág. 72)

De la conjunción entre el componente étnico y su relación con la cultura en un entorno geográfico específico (recuérdese que el humano es una especie esencialmente de asentamiento sedentario) podría pensarse que surgen los aspectos conformadores de la identidad cultural. En la medida en que los grupos humanos se asientan en un nicho geográfico específico desarrollan, como resultado de sus prácticas culturales, rasgos identitarios que permiten reconocer a los miembros de dicho grupo.

La identidad cultural puede definirse mediante tres conceptos diferentes entre sí, tal como señala Hall (1992): el del sujeto de la Ilustración, el sujeto sociológico y el sujeto postmoderno. Especial interés revisten las dos últimas definiciones: según la referida al sujeto sociológico la identidad se forma en la relación con los otros cercanos que transmiten al sujeto valores, significados y símbolos del mundo que habita. Por su parte la relativa al sujeto posmoderno, lo conceptualiza como como carente de una identidad fija, esencial o permanente. Es posible entonces plantear la posibilidad de rastrear la identidad de un grupo

social a través de los medios expresivos usados al interior del grupo para proyectarse en su relación con los otros al tiempo que les dotan de sentido de pertenencia al mismo.

En esta línea los estereotipos y, particularmente, el modo en que orientan la performance social de los individuos resultan objetos de estudio de particular interés. Por una parte, porque constituyen rasgos sobresalientes del comportamiento que la cultura retiene, transmite y magnifica para convertirlos en vehículos de expresión de una personalidad colectiva. Por otra parte, la postmodernidad (y más recientemente la transmodernidad) son campo de constantes reinenciones: tribus urbanas, grupos de identidad diversa y otros, que promueven la emergencia de nuevos estereotipos, que en su ascenso desplazan a algunos antiguos y permiten perpetuarse a otros, pero llevándolos a una redefinición que los adapta a los nuevos tiempos.

De acuerdo a la definición de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) el estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. En torno a esta definición se acepta la presencia de estereotipos relacionados a componentes tan diversos como la etnia, clase social o el género. Dos de las perspectivas asociadas al estudio del estereotipo son la sociocultural y la sociocognitiva, que serán las que se tomen como referencia en este trabajo. “Para la perspectiva sociocultural surgen del medio social y su función es ayudar al individuo a ajustarse a unas normas sociales. Desde el planteamiento sociocognitivo no son más que asociaciones entre unos atributos determinados y unos grupos también determinados” (González, 1999, pág. 80).

Al resultar los estereotipos generalizaciones que, desde ambas perspectivas, se asocian con los atributos propios de los grupos humanos; puede considerarse que estos serían una manera coherente de establecer un acercamiento a los constructos significantes con los que dichos grupos

proyectan su identidad en campos específicos del ordenamiento social. Así entonces estudiar los estereotipos de género asociados con la masculinidad permitiría evaluar que entiende el grupo por 'ser hombre' o 'ser masculino', partiendo de las perspectivas provistas por los estudios de género.

Si bien los estudios sobre género, como campo de las ciencias sociales, estuvieron en principio restringidos al estudio de las mujeres, tal como señala Rociles (2001), a inicios de la década del 80, estos fueron ampliados a los estudios sobre la masculinidad. Conocidos como "Men's studies", estos van a redefinir la masculinidad desde una mirada multidireccional.

Los Men's studies, sin embargo, van a plantear que no existe la masculinidad, en singular, sino múltiples masculinidades, que las concepciones y las prácticas sociales en torno a la masculinidad varían según los tiempos y lugares, que no hay un modelo universal y permanente de la masculinidad válido para cualquier espacio o para cualquier momento. (Rubio, 2001)

Los estudios sobre la masculinidad en América Latina se han planteado revisiones de las posibles construcciones de lo masculino, partiendo de las características socioculturales propias del área.

Desde las identidades masculinas se ha profundizado en las sexualidades. Los estudios sobre identidades de género de los hombres se han preguntado cómo los varones construyen sus identidades sexuales y cuáles son los referentes con los que se comparan y son medidos; los procesos de socialización y de homosociabilidad en los que están insertos; las tensiones y conflictos a los que se ven sometidos y sus prácticas según la verbalización que hacen de ellas. (Olavarría, 2003, pág. 96)

La relación sexo/género y la asignación de los elementos configurantes, roles sociales y sexuales y claves de comportamiento e interacción se configuran como relatos recurrentes y reinventados en los imaginarios colectivos.

Si, como dicen, los enunciados no se establecen entre algo percibido y algo dicho, sino que siempre van de algo dicho a algo que se dice, el relato no

consiste tanto en comunicar lo que se ha visto o percibido como en transmitir lo que se ha oído, lo que otros han dicho. (Parchuc, 2012, pág. 26)

Resulta entonces pertinente considerar que el estudio de estos relatos, entendidos como significantes culturales y, consecuentemente, de los significados derivados de los mismos resulta una herramienta particularmente útil para comprender los procesos de producción, transmisión y recepción/significación de los estereotipos sobre la masculinidad en la región objeto de estudio.

Como otros paradigmas culturales, los estereotipos de género llegaron a los contenidos de los medios de comunicación audiovisual del Ecuador, en la medida que estos se desarrollaban en el siglo XX. En un contexto cultural esencialmente machista, tal como lo tratan de definir Andrade y Herrera (2001) en su compilación de estudios sobre las masculinidades en el Ecuador, no resulta extraño que los estereotipos masculinos estén presentes desde los inicios en estos medios. “El status masculino es el espacio de lo que se muestra ante el mundo; en consecuencia, la televisión magnifica, amplía y reproduce la masculinidad, la importancia de la imagen pública ante la sociedad.” (Coba, 2001, pág. 105) Comoquiera que el mayor volumen de la producción de contenidos mediáticos se genera en la ciudad de Guayaquil, por su carácter de capital comercial, es de suponer que el modelo de la “masculinidad costeña” sea consistentemente el más predominante en la programación de los canales de TV ecuatorianos.

Según los datos oficiales disponibles más actualizados, correspondientes al censo 2011 del Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) en la ciudad de Guayaquil solo el 14,4% de la población posee servicio de televisión por cable, lo que nos hace suponer que la gran mayoría accede a las redes de televisión abierta. En la misma dimensión encontramos que los principales canales de televisión abierta del país, difunden sus contenidos simultáneamente usando el

servicio de cable. En esta circunstancia ciertos productos, que gozan de aceptación popular pueden llegar a un mayor número de receptores. Es importante aclarar que independientemente de la plataforma usada, los productos de producción nacional gozan de gran aceptación de público, con independencia del nivel socio económico de los receptores.

Al ser uno de los propósitos de este estudio el análisis de los estereotipos de masculinidad presentes en el discurso televisivo de ficción, se han escogido dos programas como estudio de caso, esperando que estos puedan arrojar resultados que expliquen la presencia y circulación de estos estereotipos en los medios.

El primero será la telenovela 'Tres familias' que se transmite por el canal Ecuavisa. Según sus productores la serie responde al género melodrama humorístico y se transmite desde el año 2014: "trata de tres familias de diferentes niveles sociales que deberán enfrentar un mismo tema, donde se representarán las actitudes, comportamientos y léxico, que caracterizan a cada grupo, en base a la posición económica, social, geográfica, cultural y psicológica" (Diario El Telégrafo, 2014)

La otra es un producto que, si bien ya no se transmite al momento de escribir este texto, si lo estuvo durante el período activo de la investigación: coincidiendo en el tiempo y disputando audiencia a "3 familias".

Se trata de "Los hijos de Don Juan" que se transmitió por TC Televisión. Este canal es el principal competidor de Ecuavisa y ha tratado de situar en el primetime seriados con características similares. De hecho, la definición de género que aporta el canal es muy parecida: comedia dramática.

El canal describe en su página web la historia de esta manera:

Los Hijos de Don Juan es una novela cómica con situaciones cotidianas y reales que se desarrolla en un pasaje con locales comerciales, al que llaman “Pasaje Comercial Don Juan”. Aquí llegan a trabajar 4 hombres de 28 a 30 años, quienes acaban de enterarse que son hermanos de padre y que administrarán diferentes locales de acuerdo a sus gustos personales.

Resulta interesante destacar además que estos canales se encuentran bajo regímenes de explotación diferentes. Ecuavisa es un canal privado con más de 50 años en el aire. Por su parte TC Televisión tuvo sus inicios como canal privado, pero en julio del 2008 fue incautado por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) y desde entonces permanece administrado por el gobierno. A pesar de la diferencia de posiciones ideológica y políticas manejadas por ambos canales las similitudes entre las propuestas son muy destacables.

Para que exista un proceso de transmisión de estereotipos, en el entorno inmediato de la cotidianidad o en el discurso de un producto televisivo se requiere obviamente de un receptor. De entre las posibles audiencias a considerar resulta de especial interés la conformada por los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil.

La teoría de la adultez emergente de Arnett (2000) concibe una construcción cultural de una etapa en la vida de hombres y mujeres que se encuentran entre los últimos años de la adolescencia y a lo largo de sus 20. Son personas entre los 18 y 25 años de edad, más específicamente, que se caracterizan por sentir “una independencia relativa de roles sociales y expectativas normativas” (Arnett, 2000, pág. 469)

Esta forma de libertad les daría la posibilidad a los adultos emergentes de embarcarse en una etapa de exploración y autoconocimiento antes de tener que reportarse a las responsabilidades de ser adulto, por lo que es posible inferir que se trata de personas altamente enfocadas en la construcción de su identidad, tal como señala Arnett (2000), lo que los hace permeables a los estereotipos difundidos dentro (y aceptados por) el grupo al que pertenecen.

Por otra parte la mayoría de estos adultos emergentes pertenecen a los denominados “nativos digitales”. Prensky (2001) denomina a la generación de estudiantes que se formó con el uso de la tecnología y el internet con el nombre de nativos digitales. Ellos se desarrollaron en el contexto de la lengua digital y por consecuencia, la ponen en práctica porque es lo que conocen. El nativo digital está en la red, como si fuera intrínseca en él. Su presencia virtual podría actuar como un móvil para que el nativo digital busque satisfacer sus necesidades relacionadas a los medios a través del internet:

Por primera vez en la historia la generación de chicos actuales, nacidos entre mediados de los noventa y principios del año 2000 se están introduciendo a/en los medios (la cultura, el mundo, la subjetividad) a través del intermediario digital y ya no a través del papel o de la imprenta. (Piscitelli, 2006, pág. 182)

Justificación del estudio

La justificación de este estudio puede sustentarse en tres líneas argumentales que desarrollamos a continuación:

1. Necesidad de ampliar los estudios de género con enfoque de masculinidades en el Ecuador

Más allá de la importancia que el entorno sociocultural concede a la masculinidad, encontramos que no existe un debate establecido al respecto en los medios académicos ecuatorianos:

Como contexto para esta discusión, primero: no tenemos un campo constituido de debate sobre masculinidad en Ecuador, los esfuerzos son muy puntuales. (...) Lo que carecemos es de información sistemática sobre esta discusión, a pesar de que es tan prominente en la esfera pública. (Andrade, 2015)

La idea anterior, planteada por el académico Xavier Andrade de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y uno de los pioneros en el estudio de la masculinidad en el Ecuador pone en evidencia la necesidad e importancia que tienen los estudios de género en el campo de las masculinidades para la producción del conocimiento en ciencias sociales en este momento en el país. Respecto al enfoque en estereotipos de este estudio, en entrevista con el autor del trabajo, el propio Andrade señala la importancia de comenzar a estudiar el estereotipo de la masculinidad guayaquileña y su papel en la construcción de la identidad geosocial, independientemente del medio en que se desarrolle:

(...) sobre masculinidad(es) en la costa y estereotipos sobre masculinidad en la costa. Yo creo que hay efectivamente un estereotipo dominante, que como ha sido históricamente constituido no conocemos muy bien, intuimos, pero no tenemos esa genealogía de género sobre este estereotipo que es esta idea del macho costeño (...)

Pero claro cuando tú empiezas a desempacar este estereotipo te das cuenta que no es solamente popular, sino que está, o sea... por un lado es elitario, por un lado es popular y ese carácter hegemónico es lo permisivo a través de clases sociales. (Andrade, 2015)

2. Importancia creciente del grupo objetivo en el entorno social

La población de adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil representa, según las cifras establecidas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el último censo de población y vivienda (2010), el 7,2% de

la población total. Este sector de la población se inserta como actores dinámicos en el contexto sociocultural de la ciudad.

Varios autores coinciden destacar la profunda relación entre el adulto emergente y su contexto sociocultural, tal como lo había planteado Arnett (2000). Nuevas revisiones de esta teoría la toman como referencia (contrastándola con otras al respecto) para abordar su impacto en diversos contextos, como el latinoamericano: “A pesar de sus divergencias, las teorías desarrolladas a lado y lado del Atlántico comparten un elemento común: el reconocimiento de la influencia de determinantes externos ‘macro’ en el desarrollo humano, como la sociedad, la cultura y la historia.” (Marzana, Pérez-Acosta, Marta, & González, 2010, pág. 100)

El grupo de los adultos emergentes constituye el potencial de actores sociales en el futuro inmediato. Sobre estos supuestos se justifica la necesidad de estudiar la relación entre los adultos emergentes y los estereotipos de género, así como las negociaciones que este grupo poblacional establece con los discursos mediáticos referidos a estos temas. Los diferentes constructos que generen sobre la sociedad, la cultura y la comunicación tendrá una incidencia fundamental en el futuro de su entorno.

3. Relación de los discursos mediáticos con los procesos de construcción de ciudadanía e identidad cultural. Estudio de casos.

Tomando en cuenta la importancia que el contexto sociocultural confiere a las posibles (y diversas) construcciones sobre la masculinidad y el hecho que, el grupo poblacional al que refiere el estudio es uno de los que posee mayor índice de acceso a los discursos mediáticos; es importante analizar cuáles son los estereotipos de masculinidad a que están expuestos y con cuáles se identifican.

Se propone entonces un acercamiento desde las tres dimensiones: exploración de los estereotipos, análisis del discurso mediático y estudio de la recepción, “desde el manejo político hasta la circulación de estereotipos (...) me

parece fascinante tratar de desempacarlos, saber por qué y que genealogía están detrás de estos estereotipos y ponderar el peso de los medios.” (Andrade, 2015). Se trata de saber en qué forma los discursos mediáticos son reflejo de estos estereotipos y en qué medida estos discursos influyen en la apropiación o rechazo de los mismos por parte de la población de adultos emergentes.

Diseño de investigación

La investigación que se presenta consta de cuatro partes, que se integran entre sí en función de los resultados generales planteados en el estudio, pero al mismo tiempo cada una de ellas goza de una relativa autonomía. Las tres primeras se refieren a las etapas de la investigación aplicada y en cada caso constará de: marco teórico, metodología, discusión de resultados y conclusiones parciales. El estudio cierra con un capítulo dedicado a las conclusiones generales en el que se consolidan los análisis de las tres partes, vinculándolos a los paradigmas teóricos fundamentales esbozados en ellas.

A continuación, se describen, en líneas generales, las tres partes de la investigación a las que se hizo referencia anteriormente:

1. Estudio de los estereotipos de masculinidad

Consiste en un estudio exploratorio que se propone como preguntas de investigación: ¿Cuáles son los estereotipos de masculinidad dominantes, emergentes y decadentes entre los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil? y ¿Cómo se constituye en el imaginario del grupo de estudio el modelo de masculinidad guayaquileña y qué figuras mediáticas son asociadas con este modelo?

La herramienta de investigación empleada fue una encuesta que se realizó a 385 personas de entre 18 a 29 años. En línea general se obtuvo una descripción de los estereotipos, la frecuencia de incidencia en el entorno. Respecto al modelo de masculinidad local se incluyó una pregunta abierta que explora definiciones semánticas sobre las cualidades atribuidas a esta. Se

completa con una medición sobre 24 figuras públicas para establecer en qué medida los atributos proyectados por ellos permiten al grupo objetivo clasificarlos como referentes del hombre guayaquileño.

Los abordajes teóricos en esta primera parte del estudio se centran en la identidad cultural, los estereotipos, la masculinidad y la masculinidad hegemónica.

2. Estereotipos de masculinidad en el discurso mediático. Estudio de casos

La segunda parte de la investigación estudia el modo en que los estereotipos y modelos de masculinidad estudiados en la primera sección se integran en el discurso mediático, específicamente de programas televisivos de ficción. Para ello se escogieron, como ya se explicó dos casos de estudio: “3 familias” y “Los hijos de Don Juan”. Para el estudio cuantitativo se tomó como referencia un mes de transmisiones de ambas series. Para el análisis cualitativo se extendió el rango a los capítulos o momentos más significativos de la narración, fueran o no parte del mes de referencia.

Las preguntas de investigación propuestas son: ¿Están presentes los estereotipos de masculinidad percibidos por los adultos emergentes de Guayaquil en el relato mediático de los casos seleccionados? ¿De qué forman contribuyen estos relatos a la socialización de estos estereotipos? Se buscará reconocer cuáles son los recursos lingüísticos, considerando los elementos verbales y extra verbales, así como los recursos visuales que se utilizan por los productores del contenido para presentar los estereotipos de masculinidad asociados al hombre guayaquileño. Al mismo tiempo se espera reconocer los indicadores de masculinidad hegemónica y medir la frecuencia de exposición de los espectadores a estos. El análisis del contenido de los programas será contrastado con la información obtenida en las entrevistas realizadas previamente a los productores de contenidos.

Las herramientas de investigación serán el análisis de contenido para los programas y el análisis textual para las entrevistas a los productores de contenido.

Los paradigmas teóricos de esta sección de la investigación se articulan en torno a los conceptos de discurso mediático, producción y difusión de contenidos, así como manejo de los lenguajes televisivos. Estos se vincularán a los presupuestos teóricos que se manejan en la primera sección del estudio.

Se espera con este trabajo aportar en el campo local de los estudios de género, especialmente de la masculinidad. Así mismo esta investigación trata de abrir perspectivas de conocimiento sobre la comunidad, por demás en constante crecimiento, de adultos emergentes en la ciudad de Guayaquil, abriendo un campo de estudio en torno a las negociaciones que establece este grupo con el discurso mediático y el modo en que estas intervienen en la constitución de nuevas masculinidades o el refuerzo de modelos de masculinidad tradicionales.

En la medida en que la investigación pueda aportar nuevas visiones sobre los constructos de la masculinidad guayaquileña puede abrir espacios a nuevas reflexiones y miradas sobre la tensión entre 'nuevas' y 'viejas' masculinidades, especialmente si se tiene en cuenta que el grupo objeto de estudio: los adultos emergentes, representan por una parte los principales portadores de los nuevos discursos sobre la masculinidad y por otro lado constituyen el núcleo demográfico de la futura ciudadanía guayaquileña por lo que hacerles objeto y participes de la reflexión sobre sus constructos en torno al ser masculino puede tener un alto valor social.

MARCO TEÓRICO

Mirando de cerca al macho guayaco

Aproximaciones teóricas para la investigación

El propósito de esta investigación implica el reconocimiento y clasificación de los estereotipos de masculinidad que reconocen los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se impone entonces a elaboración de un sistema de referentes teóricos para sustentar el estudio. Para mayor comodidad se ha dividido el marco teórico en cuatro campos fundamentales: los objetos de estudio, la población, el campo y las herramientas de investigación y análisis.

1. *Sobre los objetos de estudio.*

Cualquier acercamiento a los estereotipos de masculinidad implica iniciar la revisión desde la cultura y la identidad cultural hasta las especificidades de los estereotipos de género que surgen como resultado de las prácticas y movimientos culturales.

1.1. *De la cultura y la identidad cultural*

El primer uso de la palabra cultura tiene su origen en el siglo XVII en Europa, donde se utilizaba como reemplazo a civilización, en el sentido de una sociedad con un orden político. Lo opuesto era considerado barbarie y salvajismo. Progresivamente, los racionalistas fueron matizando concepciones en torno a cultura y civilización, poniendo a la primera más cercana a un orden externo, racional, universal y progresista; mientras que cultura, se refiere a las tradiciones locales, al territorio, al espíritu. Recién hacia mediados del siglo XX, el concepto de cultura se asoció más a una visión humanista, relacionada con el desarrollo intelectual y espiritual del individuo, que incluía a todas las características, actividades e intereses de su pueblo.

Aunque existen diversas definiciones, en general, todas coinciden en que cultura es lo que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas,

conocimiento, creencias, moral. Existen manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de “patrimonio cultural inmaterial”. Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan: un modo de vivir, cohesión social, creación de riqueza y empleo y equilibrio territorial. (Molano, 2007)

Admitiendo que “la cultura es un universo de sentidos que no se comunica ni existe independientemente de su modo de producción, de circulación y de recepción, consumo o reconocimiento” (Brunner, 1996). Reconocemos entonces la cultura como un sistema que, de alguna manera, busca perpetuarse al tiempo que evolucionar en tanto es capaz de remitir y transmitir sus valores; sin importar el medio que utilice para ello. Como resultado de este proceso al interior de un grupo humano, delimitado por variables territoriales, étnicas, sociales, lingüísticas o de cualquier otra índole; se producen una serie de rasgos (más o menos constantes) que terminan definiendo una identidad para dicho grupo.

Hablar de identidad cultural requiere, en primera instancia, entender el sentido de pertenencia a un grupo. Pertenecer implica compartir costumbres, creencias, valores e ideales. En general rasgos culturales que definen y caracterizan, en tanto las variables mencionadas en el párrafo anterior agrupan y delimitan.

La identidad, vista como el conjunto de elementos materiales y simbólicos que permiten al individuo reconocerse como parte de un grupo, institución, raza, género, pueblo, nación, le confiere certeza de que el deber ser que ha intentado seguir responde al compromiso que tiene con su sociedad. Le dota del sentido de pertenencia, lo protege, pero también lo obliga a cumplir el rol que le corresponde. (Montesinos, 2007)

Hablamos entonces de que la identidad no solo da sentido de pertenencia, además establece un modelo paradigmático de conducta. La pertenencia establece además la necesidad de corresponder al nicho o refugio brindado con el respeto, aceptación y seguimiento de las normas y modelos impuestos por la comunidad.

La identidad se liga a la historia y al patrimonio cultural. Ésta no puede existir sin la memoria, sin la capacidad de reconocer elementos simbólicos que le ayudan a construir el patrimonio de su cultura. La identidad es entonces tan plural en sentidos como lo es la cultura misma. De este modo la producción de sentidos abarca terrenos tan amplios y diversos como la etnia, el nivel socio económico o el género que podríamos considerar como configurantes de las macro identidades. Por otra parte, encontramos que en territorios específicos, se dan peculiaridades resultantes de los procesos históricos, sociales y etnológicos que constituyen micro identidades específicas. El estudio de estas micro identidades podrían ayudar a configurar un 'mapa' cada vez más completo (y complejo) de la cultura.

El estudio de las identidades locales se vuelve un foco importante en los estudios culturales en la actualidad. En los estudios más recientes se ha presenciado una tendencia a valorar el papel de la cultura, los rasgos que identifican a un pueblo, como actor de su desarrollo territorial. "La identidad es el viejo territorio del patrimonio y no es de extrañar que entre los objetivos reconocidos por la mayor parte de actuaciones patrimoniales que se realizan en estos ámbitos, figure la reconstrucción de las identidades locales" (Molano, 2007).

Para cualquier intento de comprender la forma en que los individuos se perciben o son percibidos por el grupo humano del cual son parte activa es

necesario entonces definir los rasgos identitarios que permiten identificar a dicho grupo (o por los que el grupo de auto define). Existe un consenso en este sentido, que nos acerca al concepto de las micro identidades.

Por eso se dice que la sociología no puede tratar el tema de la identidad como un fenómeno ligado solo a la conservación de ciertas formas de vida social, pues la identidad misma está sujeta a cambios que forman parte de transformaciones sociales más amplias. (Bermejo & Muller, 2014).

Para entender lo que conceptualmente se entiende por identidad cultural, primero se debe entender qué es la identidad. Conceptualmente, identidad es un término que debe entenderse desde la pluralidad, el problema de la identidad es el problema de las identidades, y éste tiene tres enfoques, principalmente; el primero es el estático, el que otorga a un individuo su identidad según el lugar al que pertenece, no muta, y permite distinguir lo que es propio de un grupo. El segundo enfoque es el histórico, el que relata que las identidades se transforman según los acontecimientos, es algo abierto siempre en proceso de cambio. El tercer enfoque, en cambio, se acerca a pensar la identidad como una construcción discursiva, una creación que parte desde la narración del sujeto.

Entonces, ¿Cuál es la identidad cultural Latinoamericana? La primera aproximación sería la interpretación indianista. En este sentido si queremos pensar en la verdadera identidad Latinoamericana, deberíamos remontarnos 500 años atrás, antes de la colonización y pensar en nuestra cultura actual, como lo fue antes de Colón. Reconectarnos con la civilización de la igualdad y el poder cósmico. Por un lado, la recuperación de idiomas como el quechua, con las vestimentas y costumbres propias de sus pueblos es un intento de rescate cultural.

Por otro lado, se presenta la teoría que somos unas sociedades occidentales, es decir, nuestra cultura no presenta mayores cambios a las de los países occidentalizados, a diferencia del Medio Oriente o África, América Latina no presenta culturas tradicionales vigentes que sean realmente distintas a las

occidentales. Lo cual responde a la teoría que somos una cultura cuya identidad se manifiesta como resultado de los medios masivos.

Otra teoría que surge es la del mestizaje. Se sostiene que la cultura Latinoamericana es el resultado de la fusión de las culturas originarias, negra y europea. Por ende, la identidad Latinoamericana es un caso de consciencia que quiere alcanzar la modernidad, gracias a los alcances occidentales, pero está presa en una parte de su pasado indígena y de la tradición colonial.

Ahora que se entienden todas las posturas y tesis respecto a la identidad cultural latinoamericana, hay que tener especial atención en la comprensión que una tesis alcanza mayor verisimilitud y arraigo que otra en ciertos espacios culturales. Por ejemplo, en México y Guatemala la teoría indianista tiene mayor arraigo. La del mestizaje cultural, por ejemplo, tiene mayor arraigo en Colombia, tanto como en Venezuela. La teoría de la modernidad en cambio, tiene mayor valoración en países como Argentina o Uruguay, donde culturalmente tienen una mayor identificación hacia la colonización europea. Así como el rescate de sus costumbres y cultura. “Las identidades latinoamericanas serían internamente y externamente conflictivas, conviviendo en ellas dos posiciones y figuras sociales contrapuestas, las del dominador y la del dominado, que conviven en un mismo sujeto y colectividad.” (Vergara, Jorge, & Gundermann, 2010).

Por ende, resulta conflictivo pensar en una única identidad cultural en Latinoamérica, la sola idea, niega la existencia de otras identidades, ya que imposibilita la captación de la diversidad, provisoriedad y diferenciación que se está produciendo actualmente. Para Jean Paul Sartre el ser humano es un proyecto en coexistencia siempre abierta e incompleta, que solo se estabiliza con la muerte, que representa a la vez, el triunfo de la mirada de los otros y, la imposibilidad de autodefinirme (Sartre, 2006 [1943]).

Estudiar las identidades ecuatorianas, y particularmente la guayaquileña, es implica la revisión de variables de carácter histórico y explorar las relaciones de dominación de una comunidad blanco-mestiza sobre la sumisión de otra de origen nativo. Como otros grupos geo étnicos del Ecuador, Guayaquil es el resultado de una población asentada (Álvarez, 2002), que ha moldeado su identidad a partir de procesos de conquista y colonización (Bauer, 2010). La construcción identidad guayaquileña implica no solo variables históricas, como ya se dijo, sino otras de carácter estructural como la identidad de género.

1.2. *Sobre la masculinidad y la masculinidad hegemónica*

La carrera por tener el “confortable dominio de la epistemología” en temas de género ha venido formando sus bases desde 1960 con Stoller y Rubin. Estos análisis apoyados en una lógica binaria que participan en la construcción de una jerarquía entre los géneros en la que las mujeres y lo femenino ocupan el lugar devaluado, discriminado, subordinado u omitido (Bonder, 1998)

Originalmente, el género fue definido en contraposición a sexo en el marco de una posición binaria (sexo y género), aludiendo la segunda a los aspectos psico-socioculturales asignados a varones y mujeres por su medio social y restringiendo el sexo a las características anatomofisiológicas que distinguen al macho y la hembra de la especie humana (Bonder, 1998).

Se ha intentado insistentemente en explicar cómo se adquieren los roles identidades de género. Se habla de un yo delimitado original que a través de experiencias sociales y familiares llegaría a adaptarse a las expectativas y mandatos culturales. Esta forma de reproducción del orden de género es cuestionada por su mecanicismo ya que no se trata solo de roles, si no de incidencias en desigualdad, poder y conflicto.

Hablar de diferencia sexual en lugar de género tiene el sentido de evitar caer en las trampas de la lógica falocéntrica que exige de las mujeres soportar la carga de la inexistencia, la falta, o en el otro extremo, alcanzar la posición de sujeto a partir de su homologación con el varón (Bonder, 1998).

A los efectos de la investigación que se reseña en este texto, es importante comenzar por definir la masculinidad, pues este resulta un concepto central a la estructura del mismo. Puede entenderse, en primera instancia, como el conjunto de los discursos (performativos o no) que implican culturalmente el 'ser hombre', o en una definición más flexible, el 'ser masculino'. Entonces, acercarse al discurso con el propósito de comprenderlo, establecería un primer acercamiento a la idea de masculinidad. "Los límites del análisis discursivo del género aceptan las posibilidades de configuraciones imaginables y realizables del género dentro de la cultura y las hacen suyas" (Butler, 2007:58).

Como cualquier elemento cuya definición es dependiente de un discurso, toda aproximación a la masculinidad tendrá un carácter esencialmente subjetivo que es estructurado "alrededor de la idea de que ser varón es poseer una masculinidad racional autosuficiente y defensiva-controladora que se define en contra y a costa del otr@ dentro de una jerarquía masculina y con la mujer como sujeto en menos (...)" (Bonino, 2000)

La masculinidad, o las masculinidades, son generalmente definidas desde concepciones que se estructuran a partir del sexo como elemento matriz. Camacho (2005), citado por Chávez (2012) se refiere a la masculinidad como significados de orden social, y añade que son dinámicos y se construyen de acuerdo a las necesidades y las interacciones de unos individuos con otros. Por otra parte Lomas (2013) cita a Courtenay (2000) para referir que las personas no son 'víctimas' de lo prescrito socialmente sino agentes activos en la construcción del género. Asimismo "la imagen de un orden de género sistemático y uniforme perderá validez empírica en los años venideros" (Parrini,

2013). Los planteamientos antes mencionados dejan en claro que es imposible hablar de masculinidad en singular, pues no solo se trata de constructos diversos sino también susceptibles de renovación y con la posibilidad perenne de aparición de nuevas formas.

Dentro del imaginario colectivo, propio de la cultura patriarcal y falocentrista que nos acoge, está la imagen de la masculinidad como sinónimo de la capacidad del hombre para ejercer poder y control. Según Kaufman, (1995) este poder es una parte estructurada de nuestras economías y sistemas de organización política y social. En lo que la historia de la humanidad y de la vida, se ha aprendido, existe una extraña combinación entre el poder y el dolor. Quien tiene poder, goza que privilegios, mientras quien carece de este, sufre, siente dolor. Entender la relación entre los dos, poder y dolor, entonces resulta clave.

Como sabemos, el poder social de los hombres es la fuente de su poder y privilegios individuales, pero como veremos, también es la fuente de su experiencia individual de dolor y alienación. (...) Por eso, reconocer tal dolor es un medio para entender a los hombres y el carácter complejo de las formas dominantes de la masculinidad. (Kaufman, 1995)

Para entender esta relación contradictoria se precisa primero entender la distinción entre sexo y género, siendo el primero lo que implica únicamente la parte biológica, referente a la genitalia y características del cuerpo de macho y de hembra. Cuando se habla de género, se entiende como todas las construcciones sociales, culturales, políticas y filosóficas que diferencian y caracterizan lo masculino de lo femenino. Bajo esta lógica, la individualidad de la persona, lo que lo separa de su entorno, pero a la vez lo construye alrededor de él, sin embargo, se relaciona con las características psicológicas y performativas del individuo. Por lo tanto, "existen características, necesidades y posibilidades dentro del potencial humano que están consciente e

inconscientemente reprimidas canalizadas en el proceso de producir hombres y mujeres” (Kaufman, 1995).

Si se entiende entonces, lo que el género significa para el humano, se puede explicar las relaciones de poder que existen entre hombres y mujeres. Si existen relaciones de poder éstas se generan a partir de los roles que se le asignan a cada género, siendo el rol dominante el masculino y el rol sumiso el femenino. Aceptar o rechazar las características que competen al género masculino, y entender los conflictos que surgen en torno a ella, nos ayuda a explicar entonces cual es la relación que se construye en torno al poder.

“El patriarcado existe no sólo como un sistema de poder de los hombres sobre las mujeres, sino de jerarquías de poder entre distintos grupos de hombres y también entre diferentes masculinidades (..) el rasgo común de las formas dominantes de la masculinidad contemporánea es que se equipara el hecho de ser hombre con tener algún tipo de poder. (Kaufman, 1995).

El poder puede ser entendido desde dos vertientes. La primera “el poder de satisfacer nuestras necesidades, de luchar contra las injusticias y la opresión, el poder de los músculos y el cerebro, y el poder de amar”. Se puede afirmar que es normal a asociado a conductas de comunidad dicha experimentación de poder. Asimismo, la segunda acepción que se construye en torno a la idea de poder, es el poder visto como control, dominación, poder sobre algo o alguien, es decir, cuando el hecho de tener poder, se valida según las capacidades que se tengan para construir una relación vertical entre pares. “la equiparación de la masculinidad con el poder es un concepto que ha justificado, a su vez la dominación de los hombres sobre las mujeres en la vida real y su mayor valoración sobre éstas” (Kaufman, 1995).

Existe un proceso activo que crea y recrea el género, este el autor lo define como trabajo de género. “El género no es algo estático en lo cual nos convertimos, sino una forma de interacción permanente con las estructuras del mundo que nos rodea” (Kaufman, 1995).

La noción que se tiene, además sobre la masculinidad, suprime al hombre como experimentador de emociones como el amor o la preocupación por otros, ya que, desde una mirada dominante, estas impiden poder ejercer el control sobre otras personas. A su vez, dichas experimentaciones de emociones, son rechazadas dentro de la hegemonía de la masculinidad al estar asociadas a características psicológicas femeninas, ya que el hecho de aceptarlas y tomarlas como parte de su masculinidad, anularía la misma.

Se dan a nivel de la sociedad ciertos consensos implícitos, resultado del proceso diacrónico de acumulación, aceptación y apropiación de esos paradigmas de masculinidad. En la modernidad es un hecho que las identidades masculinas, su configuración, su continuidad y su transmisión permanecen fuertemente estables. Esto se da por la existencia de la masculinidad social tradicional, la masculinidad hegemónica.

Pero esta masculinidad hegemónica imperante, no es la misma, ya que se aceptan y definen como existentes y reales una serie de variaciones sobre la masculinidad que están más presentes en discursos que en prácticas. Esto se da, a partir de líneas de fuga provocadas por nuevas ideologías de igualdad e intimidad. En los hombres contemporáneos, esto se hace evidente en su comportamiento más que en su discurso, sobre todo en su modo de estar e incapacidad para el cambio cotidiano, en su identidad representacional, es decir la imagen que tienen de sí, y en su identidad funcional, lo que hacen.

La masculinidad hegemónica es la única masculinidad legitimada socialmente y que deja fuera de juego la construcción subjetiva de otras. Es decir, jerárquicamente, es la que contiene todas las características aceptadas socialmente de lo que significa ser hombre. Según Bonino (2011) “La masculinidad hegemónica es la configuración normativizante de prácticas sociales para los varones predominante en nuestra cultura patriarcal”.

Esta naturalización permite mostrar como verdades una serie de falacias sociales sobre el ser y el deber ser de los saberes, estares, pensares y sentires de los hombres, logrando –como todo poder hegemónico-, que la vieja fuerza bruta de imposición sea reemplazada por la violentación invisible de las mentes, logrando la consensuación de algo que es sólo una ilusión. (Bonino, 2011)

La masculinidad hegemónica es un orden que impregna profundamente las identidades, y fundamentalmente es una normativa existencial. Está conformada por mandatos prescritos y proscritos que propician cualidades, atributos, demandas sociales de y hacia los hombres, definiciones de los otros y modos de vivir. Opera a nivel subjetivo y corporal dando las pautas conformadoras para el llamado proceso de masculinización o socialización del género.

En la construcción de la identidad corporal y subjetiva masculina coincide un trío de factores interactuantes: la masculinidad hegemónica, el contexto masculinizante –que es su correa de transmisión y legitimización permanente-, y un sujeto en proceso de masculinización. Cambios en cualquiera de estos factores pueden contribuir a generar cambios en la identidad masculina.

La masculinidad hegemónica al definir al no hombre –mujeres y hombres que no cumplen la normativa necesaria para serlo- se regula según algunas lógicas que se distinguen en:

- La lógica de la construcción excluyente del otro igual.
- La lógica del antagonismo y la desigualdad con lo no masculino.
- La construcción complementaria, dicotómica, desigual, excluyente.

Asimismo, para definir las creencias y reglas de cumplimiento en la masculinidad hegemónica se sugieren las siguientes lógicas:

- La lógica del todo o nada. Éxito o fracaso.
- La lógica de la feminidad como impureza contaminante.

En cuanto a las metacreencias, es decir, las reglas que regulan el cumplimiento de las reglas matrices, son las siguientes:

- Las creencias son verdaderas e indiscutibles, porque pertenecen al orden de la naturaleza.
- Exigencia extrema de cumplimiento. Censura extrema al incumplimiento.
- La cualidad contraria debe ser rechazada, ya que se vive como contranatura.
- La parte negativa impregna al todo, y no la positiva.
- Cumplimiento en competencia con los hombres.
- Lo femenino contamina
- Las personas se clasifican no en función de diferencias, sino principalmente en función valorativa según los ejes superior/inferior, prestigio/desprestigio, y aprecio/desprecio.

Las creencias matrices bajo las cuales se constituye la masculinidad hegemónica son:

1. La autosuficiencia prestigiosa: Ser hombre es adquirir la cualidad de la autosuficiencia, prestigiosa y eficaz. ¡Bástate por ti mismo!

2. La belicosidad heroica: Ser hombre es adquirir la cualidad de ser un luchador valeroso. ¡Sé fuerte y valiente!
3. El respeto al valor de la jerarquía: Ser hombre es adquirir un prominente lugar dentro de una jerarquía-o sus referentes simbólicos como patria o institución- encabezada por los grandes hombres. ¡Obedece! ¡eres la autoridad, por ello ordena y manda!
4. La superioridad sobre las mujeres (y sobre los varones menos masculinos) y la diferenciación entre ellxs: Ser hombre es adquirir la cualidad de superior frente a las mujeres, tener autoridad sobre ellas. ¡no debes tener, hacer nada de mujer ni de maricón!

Es imposible descartar la profunda relación que existe entre los paradigmas de la masculinidad hegemónica y el machismo. Por tanto hay una relación de dependencia y tensión entre el performance de la masculinidad y los usos políticos del machismo. Estos dos problemas presentan diferentes estrategias etnográficas para estudiar el problema de lo masculino. Judith Butler (1993) al discutir sobre la performatividad sostiene que es un conjunto de reglas que disciplinan el comportamiento entre sexos, socialmente apropiadas para personajes heterosexuales, mandatorio de la heterosexualidad. En este sentido se dice de la heterosexualidad como algo que requiere la permanente citación del discurso heteronormativo, antes que como algo natural y dado, reside en la posibilidad de analizar la adecuación, y la no adecuación, de lo que es normado sobre y por los sujetos.

Establecer un concepto de masculinidad hegemónica implica la revisión que, desde perspectivas a veces muy disímiles, se acercan a definir los mecanismos de relación entre los conceptos de hombre-masculino y poder.

La masculinidad hegemónica se puede definir como la configuración de práctica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, la que garantiza (o se toma para

garantizar) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres. (Connell, 1997)

El investigador chileno Sebastián Madrid, propone profundizar la relación conceptual entre poder y masculinidad hegemónica:

En la literatura se destacan diversas dimensiones en las cuales hay un vínculo entre estos dos conceptos. Por un lado, ambos se basan en un análisis relacional que enfatiza las relaciones sociales entre clase dominante y subalterna, y entre masculinidad hegemónica, feminidades y masculinidades no hegemónicas. Este análisis es de carácter histórico, y se pregunta por el conjunto de la estructura social, y donde el foco está, no sólo en la dominación, sino también en la explotación y opresión. (Madrid, 2016)

Kimmel (1997) plantea la posibilidad de que la masculinidad vigente en el mercado, - por lo que la podemos considerar hegemónica -, viene del modelo de masculinidad norteamericana: blancos, clase media y, por supuesto, heterosexuales, que terminan convirtiéndose en un referente aspiracional.

Por su parte Viveros (2007) refiere que las autoras enmarcadas dentro del 'feminismo de color' y otras tendencias del feminismo marxista enfatizan la interconexión entre diferencias de género con las relaciones de poder que se basan en la etnicidad, clase social, nacionalidad, identidades racializadas y orientaciones sexuales.

Podemos entender de esto que la masculinidad hegemónica se centra a definir como 'masculino' a aquel individuo que ajusta su comportamiento social, su performance, a las normas y patrones que esta idea de masculinidad preestablece:

Este patrón del deber ser de los hombres se ha impuesto sobre otros, transformándose en dominante, «hegemónico». Su observancia produce

tensiones, frustraciones y dolor en muchos hombres y mujeres, porque no corresponde a su realidad cotidiana ni a sus inquietudes e intereses. (Olavarría, 2003)

Entonces, el ser parte de este discurso garantiza el disfrute de los 'privilegios' inherentes al 'ser machos', aunque no siempre la posesión de estos privilegios implique que los individuos disfruten la pertenencia, como se podría suponer.

Guayaquil, después de todo, ha sido construido por prejuicios regionalistas como un "hueco", un lugar donde poco es suficientemente exótico, sin historia, sin arquitectura, caótica, sucia, delincencial y violenta. La agresividad del lenguaje de hombres es un aspecto del carácter homosocial. Vista desde esta óptica, la interacción y la agresividad y violencia implicadas en lenguaje y gestos, no se relacionen solamente a condiciones estructurales (de raza, de etnicidad, y de clase), sino igualmente a las demandas puestas sobre los sujetos por el orden heterosexual y a cómo tales demandas deben ser representadas públicamente para desplazar a la homosexualidad y, paradójicamente, enarbolar lo homoerótico.

Sobre la disciplina en Guayaquil, habiendo sido esta una ciudad previamente militarizada, de derechos ciudadanos afectados, y la libertad de reunión pública suprimida. En el lenguaje dominante utilizado por autoridades, élite y medios es el de la guerra, un lenguaje masculino por excelencia: "¡luchar hasta que los malos ciudadanos, los delincuentes, sean sometidos al orden del Estado!, "defender los derechos de los ciudadanos honrados", han sido frases cargadas de heroísmo masculino. En la década de los ochenta las pandillas juveniles y la, así llamada "narco guerrilla", sirvieron como invenciones adecuadas para afirmar políticas represivas que se extendieron a vastos sectores populares. El resultado de esto son calles vacías, ciudadanos atemorizados o enfilados durante días para intentar legalizar sus documentos, cárceles abarrotadas con preses de estratos populares.

Situar lo masculino desde su tratamiento teórico hacia cuestiones de sociedad y vida cotidiana, de poder estatal y la creación de una cultura cívica, y de representaciones racistas de la sexualidad. En ellas “el cuerpo” ocupa diferentes posiciones. El cuerpo es, primero, la referencia central y un accesorio dramático del sistema dominante de género. En contextos heterosexuales, las normas de la sexualidad demandan ser localizadas en cada forma gestual y en los movimientos performados públicamente. El resultado es la emergencia erótica del cuerpo en la socialización entre hombres, a pesar de los tabúes a la homosexualidad. El cuerpo es un lugar de inscripción del poder estatal, pero también funciona como un mapa del mestizaje para leer la fetichización sexual y racial de razas subordinadas. El escrutinio de miradas colectivas, de hombres y de mujeres de varios estratos.

La procacidad, la homofobia, y la agresividad frente a hombres y mujeres, todas ellas características de lo que en la literatura clásica se ha definido como “machismo”, son prácticas que adquieren significados diferentes situacionalmente. Los valores otorgados a lo masculino no son estáticos, ni tampoco estables. El uso de “lo masculino” en la vida cotidiana promueve ejercicios de deconstrucción de masculinidades hegemónicas que ocurren simultánea y cotidianamente desde el contexto de la esquina hasta en los buses interprovinciales, y, de vuelta, a otras esquinas.

Entonces, cada grupo social construye su idea, y consecuentemente sus estereotipos, de masculinidad. En todo caso se trata de un campo de variaciones que agrupan diferentes elementos identitarios, por lo que se hace más consistente hablar de masculinidades, remarcando la pluralidad de los constructos en juego.

1.3. Los estereotipos de masculinidad

De acuerdo a lo planteado la masculinidad, o los imaginarios asociados a ella, se basan esencialmente en un sistema binario donde el 'ser masculino' configura un patrón conductual que reafirma la posesión de los rasgos de lo que podríamos denominar 'masculinidad cultural', que somete (o incluso niega) la femineidad o masculinidades al margen de este discurso. Los estereotipos, en tanto simplificaciones discursivas socialmente aceptadas, y sus expresiones de visibilidad serían un conducto idóneo para acercarse al estudio de la masculinidad.

Según la definición de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) el estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. En torno a esta definición se acepta la presencia de estereotipos relacionados a componentes tan diversos como la etnia, la clase social o el género. González Gabaldón (1999) citando a Mackie (1973) se refiere a los estereotipos como creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre los que se establece un modo de acuerdo básico.

Posteriormente, Durán & Cabecinhas (2014) citan a Myers (2001) y mencionan al conjunto de expectativas y creencias que se tienen acerca de un grupo o categorías de personas. Podemos entender entonces que el ajustarse a los estereotipos prefijados hace que el individuo sea entendido y 'ordenado' dentro de alguna de las posibles clasificaciones de género al uso y que son expresadas en el discurso o en su comportamiento. Esta premisa afecta de manera directa la concepción de masculinidad (o estereotipos de masculinidad) que son objeto de estudio de esta investigación.

Un estereotipo es una generalización que hacemos sobre una persona en razón de su pertenencia a un grupo o a una categoría social determinada. Un estereotipo de género es la generalización que hacemos sobre una persona por el hecho de ser hombre o mujer. (Morales & López, 1993)

Dentro de lo que implican los estereotipos de género, se encuentran los de rol y los de rasgo, siendo los de rol aquellos que apelan a las creencias relativas a la adecuación general de roles y actividades para hombres y mujeres. Las de rasgo, por otra parte, son las compuestas por las características psicológicas o de conducta que se atribuyen tanto a hombres como a mujeres. Hay que considerar que la penetración social de los estereotipos de género es tal que, a veces parece dictar la estrategia a seguir entre la interacción de hombres y mujeres. Un ejemplo de esto es cuando se justifican actos de violencia contra la mujer porque ésta los provocaba en el hombre.

Ahora, esto afecta la manera en que la sociedad se auto percibe cuando se piensa, por ejemplo, que, cuando no se proporciona la información suficiente sobre una persona, sea hombre o mujer, se tiende a llenar esos vacíos de información atribuyéndoles al hombre, o mujer en cuestión, características propias del estereotipo de género que los representa. Sin embargo, si la información sobre una persona es suficiente, esta prevalecerá sobre los preconceptos que se le atribuyan según el género en el que se desenvuelva

Otra contribución a la teoría de los estereotipos de género es el pensar que, existe una distinción entre los rasgos asignados a un sujeto y los rasgos reales, siendo los primeros los que se le atribuyen por ser hombre y mujer, mientras los rasgos reales se basan en cómo se autodefine el individuo. Mientras mayor discrepancia haya entre estos dos, mayor será la fuerza del estereotipo sobre la persona.

Entonces, cada grupo social construye su idea, y consecuentemente sus estereotipos, de masculinidad. En todo caso se trata de un campo de variaciones que agrupan diferentes elementos identitarios, por lo que se hace más consistente hablar de masculinidades, remarcando la pluralidad de los constructos en juego. Este precedente nos permite inferir la existencia de estereotipos de masculinidad clasificables en tres categorías funcionales, de acuerdo a su permanencia y frecuencia en los imaginarios colectivos. Esta clasificación, creada para esta investigación, agrupa los estereotipos en dominantes, decadentes o emergentes y será explicada posteriormente en el acápite dedicado a la metodología.

Es posible considerar que se podrán encontrar estereotipos asociables a los diferentes modelos de masculinidades presentes en el discurso social del grupo estudiado. Kimmel (2008) señala que pese a esta diversidad de masculinidades, hay un elemento en común para evaluar todas las posibles formas de la masculinidad: la definición cultural de 'hombría'. Entonces podemos inferir que en la medida que se acerque o aleje el estereotipo a este modelo cultural de 'ser hombre' así será aceptado o rechazado. Como resultado de estas tensiones aceptación-rechazo podríamos llegar a encontrar estereotipos aceptados como 'naturales' y otros que son marcados por el rechazo o incluso, la estigmatización.

La sociedad contemporánea se proyecta desde relatos de diversa índole que buscan representar los constructos simbólicos que le confieren sentido a las representaciones de sus prácticas culturales. La trascendencia de estos relatos está profundamente vinculada a los medios de comunicación. Éstos se encargan de construir una reescritura de la identidad colectiva, que luego validan al hacer circular estos relatos mediáticos, al punto de lograr que los receptores se reconozcan (e identifiquen) con una proyección manipulada de sí mismos.

En consecuencia si entendemos al identidad como una construcción – relato- en gran parte elaborada por los medios de comunicación ‘uno-medio masivo-otro’; esta, en tanto construcción mental del receptor, es múltiple, ya que no es otra cosa que una posible interpretación de un texto. Y, llevando al límite el planteamiento, si hay tantas interpretaciones como textos y lectores; debe haber, así mismo, tantas identidades como ‘otros-intérpretes’. (González, 1997)

Se parte del supuesto que los relatos son reescritos, reproducidos, y validados desde estructuras profundamente vinculadas a los grupos de dominio hegemónico y que por lo general el vehículo para los constructos simbólicos planteados por los relatos mediáticos es la manipulación de los estereotipos sobre el género, la etnia o la clase social. Son entonces estas mismas estructuras de poder las que difunden, de forma intencional o no, estos estereotipos; dado su control sobre los medios, plataformas y estrategias de comunicación.

En general, los estereotipos presentan creencias inconscientes, compartidas por la sociedad, que ocultan los juicios de valor que emiten. Se convierten en las formas “lógicas” y “normales” de pensar, de hablar, de hacer chistes. Se transforman en lo más natural. Sugieren tanto lo que un determinado grupo es, como lo que debe ser. En el uso cotidiano apenas se reconoce su uso y mucho menos se cuestionan los juicios de valor que se emiten. Lo que se pone en juego aquí, entonces, es cómo un grupo juzga a otros grupos. Cómo se evalúan aspectos particulares, conductas, costumbres. Por otro lado, la credibilidad y el uso colectivo refuerzan su persistencia. (Gamarnik, 2009)

Por otra parte, los estereotipos masculinos se asocian frecuentemente a imaginarios socioculturales que pretenden asociar la idea de éxito social con las construcciones de género. En el caso del género masculino, con la masculinidad hegemónica.

Estudiar los estereotipos implica acercarse a su estudio tomando en cuenta no solo la naturaleza de los estereotipos sino el grupo que interactúa con ellos. Este estudio se propone estudiar las percepciones que de los estereotipos de masculinidad tienen los adultos emergentes.

2. Sobre el grupo de estudio: adultos emergentes

El concepto de adultez emergente fue enunciado por J.J. Arnett en 2004 para definir el período de transición desde el final de la adolescencia hasta la consolidación de la condición de adulto joven, en un proceso que reafirma la individualidad, y que por lo general puede ubicarse en el rango etario de los 18 a los 29 años.

Arnett (2008) citando a Hogan y Astone (1986) refieren la transición a la adultez como el inicio o asunción de roles que se consideran parte de la misma, como el trabajo de tiempo completo, el matrimonio o la paternidad. En todos los casos se habla de la adultez emergente como un período de refuerzo de la identidad y la individualidad: "(...) destacan la importancia de aprender a ser autónomo como persona autosuficiente sin depender de nadie" (Arnett, 2008)

De acuerdo a los datos aportados por el INEC, los adultos emergentes constituyen aproximadamente el 7.5% de la población local y se le considera entre los grupos de crecimiento probable más sostenido. Este sector de la población se inserta como actores dinámicos en el contexto sociocultural de la ciudad.

En la actualidad se vive un debilitamiento de las macro-identidades, por ejemplo, las de clase, étnicas o nacionales, frente a un enriquecimiento de las micro-identidades, denominadas también *tribus urbanas*. Este fenómeno, se lo

explica que puede surgir como reacción a la globalización cultural, en este caso, producto de los medios masivos y la industria de entretenimiento. Es decir, estos movimientos, aunque no existirían si no fueran por los medios de comunicación de masas, pretenden encarnar principios alternativos de convivencia social.

Entonces, en esta nueva manera de integración social, se estima también que estas nuevas identidades se caracterizan por su fragilidad temporal, así como por la dificultad a mantener relaciones estables. Característica presente sobretodo en adultos emergentes, que han pasado a sentirse identificados en más de una micro-identidad a lo largo de su vida. Por lo que se teoriza que esta condición, permite al individuo mutar de diferentes grupos sociales, conjugando un fuerte sentido de comunidad con una fuerte afirmación a su individualidad.

La relación que los adultos emergentes establecen con su entorno y los constructos simbólicos que del mismo se desprenden: paradigmas, estereotipos, ideales o creencias; se estructuran desde su escala de valores e ideas morales.

Existe una relación entre la identidad moral y las conductas prosociales, entendidas como comportamientos que benefician a otros. La identidad moral ha sido presentada como un resultado de la tensión entre valores de agencia (promoción del propio interés) y de comunión (la preocupación por el interés del grupo o la comunidad). (Bermejo & Muller, 2014)

Entonces, la identidad moral, se puede entender como la valoración de uno mismo, como agente que manifiesta conductas que lo comprometen a actuar sobre la base del respeto y/o preocupación por los otros. Se está hablando que existen dos polos desde los cuales el individuo actúa, los mismos que han sido denominados como agencia y comunión (Bermejo & Muller, 2014). Si se cita un ejemplo, se puede dar el caso cuando alguien reflexiona sobre los derechos humanos, legando a comulgar estar de acuerdo en ellos, al leerlos

desde un sentido global y social más amplio, aunque, así mismo este mismo individuo puede que en el diario, no tome decisiones basándose en estos principios, sino en la búsqueda del interés personal.

Según el modelo del Sí Mismo del Comportamiento Moral de Blasi. Un juicio moral puede pasar a través de un juicio de responsabilidad, de modo que las acciones pueden ser vistas como imperantes para el sujeto, algo de su responsabilidad, lo cual se apoya en la tendencia hacia la auto consistencia, que implicaría que el sujeto no solo quiere ser consistente por sí mismo y ser un elemento motivador, sino que actuar de forma inconsistente acarrearía el sentimiento de culpa. Esto quiere decir que la identidad de esta persona está centrada en la moralidad y que puede llegar a sentir un sentimiento aversivo hacia sí mismo si su juicio y su conducta son inconsistentes.

Lo que diferencia a la gente elevadamente moral de otras personas es el grado en que aquellos experimentan la unidad entre su sentido de moralidad y sus metas personales. Para ellos, cuando no existe separación entre metas personales morales, no hay divergencia entre el juicio moral y la conducta. (Bermejo & Muller, 2014)

Según Frimer y Walker (2009) el individuo llega actuar de forma moral, cuando ve estos comportamientos como parte de su autopercepción. Se supone que una conducta moral, es la sinergia entre los valores de agencia y comunión del individuo. Siendo la agencia los valores centrados en el autointerés y los de comunión valores comunitarios centrados en la sensibilidad y preocupaciones morales.

Ambos valores (de agencia y comunión) suelen aparecer en la niñez y adolescencia y, en muchos adultos, de manera disociada. (...) De los 10 valores universales planteados por Schwartz, aquellos autores toman el Poder y Logro

como los valores de agencia y la Benevolencia y Universalismo como los valores de comunión. (Frimer & Walker, 2009).

Siendo el resultado de una evaluación a la narrativa presente en adultos emergentes, respecto a su conducta moral (Bermejo & Muller, 2014), se pudo concluir que grados elevados de integración moral en la identidad de los sujetos está correlacionados con la conducta prosocial. Se podría concluir que los agentes de cambio en las nuevas generaciones son personas que se identifican con una conducta moral, porque su actuar se moviliza con sus valores de agencia, bajo el poder actuar correcto, así como sus valores de comunión que proceden según el bienestar colectivo.

Tomando en cuenta la importancia que confiere el entorno en que se afirma y desarrolla la identidad de los adultos emergentes, a las posibles (y diversas) construcciones sobre la masculinidad y el hecho que este grupo poblacional es uno de los que posee mayor índice de acceso a los discursos mediáticos, es importante analizar cuáles son los estereotipos de masculinidad a que están expuestos y con cuáles se identifican.

3. Sobre los objetos de estudio: las narrativas de la ficción televisiva

Como en la mayoría de las problemáticas relativas a las construcciones de la masculinidad, no existe un campo estructurado de estudio sobre las representaciones de lo masculino en los medios de comunicación. Una revisión de las conceptualizaciones en el área de Latinoamérica, muestra que las visiones de la masculinidad son construidas desde los discursos hegemónicos heteronormativos.

La hegemonía masculina requiere, además de la subordinación de las mujeres, de la subordinación de los hombres, aquellos que estén más allegados a los rasgos opuestos al modelo hegemónico. Es la masculinidad homosexual la que se aproxima más al conjunto de rasgos de lo femenino y, por lo tanto, se convierte en la oposición de la masculinidad hegemónica. De ahí la exclusión y la opresión de los sujetos que se atrevieron a transgredir el sistema de género con prácticas distintas. (Martínez, 2012)

Resulta particularmente destacable la similitud de estas situaciones con las que se presentan en el discurso de los medios ecuatorianos, en que, tal como señala Andrade (2015) “No obstante, me parece que en los medios hay una constante rearticulación de la masculinidad dominante”. Puede suponerse entonces que al migrar estos discursos hacia plataformas mediáticas más allá de lo televisivo, con la posibilidad de múltiples accesos a los contenidos se produce una consecuente expansión de los estereotipos de que son portadores; dado que la variedad de plataformas conlleva una mayor cantidad de receptores expuestos a los mismos.

3.1. *La ficción televisiva*

Pavis (1998) define la ficción como una forma de discurso que hace referencia a sucesos, personajes o narraciones que tienen lugar en la mente del autor y luego en la del lector/receptor.

Esta sencilla definición pone en evidencia la relación bilateral que pone de una parte al productor del contenido, quien moviliza en su producto los códigos de significación necesarios para transmitir el sistema ideológico que desea poner en circulación con su discurso. Del otro lado de esta suerte de línea de tensión tenemos al receptor, encargado de decodificar y (re)significar el texto propuesto para otorgarle sentido y completar la historia.

En la ficción este proceso se complejiza justamente por su carácter profundamente subjetivo. Una vez que el texto es puesto en circulación estará sujeto a un sistema de re-escritura, que concluye en un nuevo discurso, con autonomía propia, resultante de la acción del receptor.

Barba & Savarese (1990) definen la dramaturgia como el tejido de acciones que componen la trama y la esencia de la ficción, aunque los autores aplican este concepto esencialmente para el teatro, este es fácilmente trasladable y susceptible de ser aplicado al producto televisivo. Se refiere al modo en que se construye y desarrolla una fábula narrativa que permitirá al autor hilvanar una historia. Pero en todo caso lo que hará el 'emisor' es marcar las rutas por las que el receptor puede encaminar la lectura de la obra.

En el caso del texto audiovisual, por su naturaleza, el 'lector' tiene la función de unificar el texto en un todo legible. Santaolalla (2010) citando a Cassetti (1996) señala que es el espectador: "el que cose los diversos encuadres en una escena unitaria, individualizando los elementos recurrentes e integrando los que faltan". Deja clara acá la importancia del receptor para que el discurso llegue a tener un valor de significación.

Se puede suponer entonces que hay un rango de equivalencia o identidad entre el discurso de la ficción y la realidad que lo genera. De alguna manera, es de esperar que en las narrativas de ficción se encuentren presentes los rasgos identitarios del entorno o el reflejo de los procesos socio culturales que se están produciendo simultáneamente a la circulación de estas narrativas.

Por ese motivo, la ficción construye socialmente la realidad a partir de unos argumentos preexistentes, adaptándolos al lenguaje audiovisual. En ocasiones, los datos extraídos de la ficción coincidirán con su referente real, aunque en la mayor parte de los casos se reproducen tópicos y estereotipos. (...) buscan personajes simples o rápidamente reconocibles por el público, para conseguir que el proceso de identificación se realice lo más rápido posible. (Galán, 2006)

Evidentemente es posible desde la ficción televisiva rastrear los estereotipos sociales y/o culturales que circulan en la sociedad.

PRIMERA ETAPA

El macho guayaco: una mirada al entorno

Estudio de los estereotipos de masculinidad y la configuración de la imagen del hombre guayaquileño según la percepción de los adultos emergentes

Guayaquil. Ecuador

Introducción

La primera etapa del estudio se propone estudiar los estereotipos de masculinidad que son percibidos por los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. También se trata de clasificar estos estereotipos de acuerdo a un sistema categorial creado para los efectos de este estudio.

Para completar los objetivos de investigación propuestos para esta etapa se tratará de vincular estos estereotipos al discurso mediático, especialmente al discurso televisivo. Para ello se estudiarán los posibles vínculos que establece el grupo de estudio entre la idea de la masculinidad guayaquileña y figuras públicas (fase exploratoria), personajes de ficción y concursantes en programas de tele realidad (fase descriptiva) que son objeto de análisis en este estudio.

Los resultados obtenidos en esta fase servirán para estructurar los análisis de contenido de la segunda etapa y el estudio de recepción de la tercera etapa, completándose con estas la investigación propuesta.

Metodología

Para el diseño metodológico se propone cumplimentar los objetivos generales con preguntas de investigación, en lugar de objetivos específicos. Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio, (2010) citando a Christensen (2006) señalan que al usar preguntas de investigación para presentar el problema y los objetivos concretos de investigación “se tiene la ventaja de presentarlo de manera directa, lo cual minimiza la distorsión” (pág. 37).

La investigación se estructuró en dos fases:

1. Fase exploratoria: Tiene como finalidad establecer un patrón inicial que muestre los estereotipos de masculinidad más fácilmente reconocibles por los adultos emergentes y su clasificación. Así mismo se propone explorar las características de la masculinidad guayaquileña que el grupo de estudio asocia con las figuras mediáticas masculinas y los imaginarios sobre ellos.
2. Fase descriptiva: Esta fase se propone confirmar los datos sobre los estereotipos de masculinidad encontrados en la fase exploratoria. Al mismo tiempo trata de establecer el modo en que son percibidos los estereotipos de masculinidad en los programas que son objeto de estudio.

La metodología de cada una de las fases presenta elementos co dependientes en ambas fases.

Primera fase: Exploratoria

La tabla a continuación sistematiza el diseño de investigación de la fase exploratoria:

Objetivo general de la investigación	Preguntas de investigación asociadas	Objeto de estudio	Herramienta o técnica de investigación	Campo de estudio
Determinar y clasificar los estereotipos de masculinidad percibidos por los adultos emergentes de Guayaquil	¿Cuáles son los estereotipos percibidos con mayor regularidad por los adultos emergentes de Guayaquil?	Estereotipos de masculinidad percibidos en Guayaquil	Grupo focal Cuestionario	Adultos emergentes de Guayaquil, Ecuador
	¿Cuáles de estos estereotipos se clasifican por su prevalencia como dominantes, decadentes o emergentes?		Cuestionario	
Evaluar cómo se constituye el ideal de la masculinidad guayaquileña y la relación con las figuras mediáticas	¿Cuáles son las características asociadas al ideal de la masculinidad guayaquileña?	Ideal de masculinidad percibida en Guayaquil	Cuestionario	Adultos emergentes de Guayaquil, Ecuador
	¿Qué características permiten que las figuras mediáticas sean asociadas al ideal de masculinidad guayaquileña?	Figuras relevantes en el discurso mediático en Guayaquil		

TABLA # 1: Diseño de investigación. Fase exploratoria. Primera parte

Respecto a la pregunta de investigación # 2 (objetivo general # 1) se procedió a crear un sistema categorial que clasifica los estereotipos en dominantes, decadentes o emergentes. Los dos criterios tomados en

consideración son la permanencia temporal del estereotipo y la frecuencia actual de visualización o contacto con el mismo en el entorno inmediato del grupo de estudio. De acuerdo con este criterio las categorías de referencia se definieron de esta manera:

- Dominante: Mucho tiempo de permanencia y alta frecuencia actual de visualización o contacto
- Decadente: Mucho tiempo de permanencia y baja frecuencia actual de visualización o contacto
- Emergente: Poco tiempo de permanencia y alta frecuencia actual de visualización o contacto

El sistema categorial propuesto en el estudio se basa, como puede observarse en el listado previo en la correlación de dos variables: permanencia (temporal) y frecuencia (de visualización o contacto al momento de la respuesta). Esta correlación bivariada establece la presencia lógica de tres categorías y excluye la existencia de una cuarta categoría hipotética, como se demuestra a continuación, partiendo de la combinatoria de variables:

Premisas:

1. Asignar valor numérico a las variables, donde 1= valor alto y 0= valor bajo.
2. Considerando que en la notación posicional 0 es un signo numérico de valor nulo y ocupa el lugar donde no hay una cifra significativa,
3. se considera como válida cualquier categoría en que la sumatoria del valor de las variables sea un número real entero mayor a 0 y
4. se considera como nula cualquier categoría en que la sumatoria de variables sea 0.

Considerando las posibles combinaciones categoriales a partir de dos variables, entonces:

Categoría	Permanencia (p)	Frecuencia (f)	Sumatoria (p+f)
Dominante	1	1	2; categoría válida
Decadente	1	0	1; categoría válida
Emergente	0	1	1; categoría válida
Variable hipotética	0	0	0; categoría no válida

Implementación

Se inició con la realización de un grupo de discusión conformado por seis estudiantes universitarios, que respondían al grupo etario de adultos emergentes. Se procedió a discutir sus impresiones de los estereotipos de masculinidad con los que tienen contacto en el entorno urbano de Guayaquil y sobre las figuras públicas que consideraban más representativas de la masculinidad guayaquileña. Finalmente se les pidió replicar la experiencia con otros adultos emergentes, previendo además que estos pertenecieran a distintos niveles socioeconómicos, identidades de género y ubicación geosocial en la ciudad. En esta fase de réplica se realizó el seguimiento y observación de la experiencia.

Los datos obtenidos en estos ejercicios, una vez consolidados, permitieron elaborar la lista preliminar de estereotipos a usar en el cuestionario de la fase exploratoria.

Teniendo en cuenta la información proporcionada por el Censo de Población y Vivienda, la población guayaquileña de adultos emergentes de

ambos sexos es 176938. Se establecen los parámetros en: 95% de nivel de confianza y un porcentaje de 50%. Al tratarse de un estudio exploratorio se fija el intervalo de confianza en 8, por lo que se espera que la muestra describa con un 92% de precisión la respuesta de la población. Estos valores implican la realización de 150 encuestas.

Sección 1. Demográfica:

Consta de cuatro preguntas, los puntos de interés de esta sección se concentran en edad y sexo del sujeto; ocupación, estableciendo el centro de interés en el grado de autonomía o dependencia financiera. Las preguntas siguientes buscan evaluar la autopercepción con respecto a la conducta sexual y la proyección del género. Se solicita que la persona se ubique en las tres categorías clásicas de conducta sexual, para terminar evaluando como es su proyección personal en cuanto a las asignaciones de género de acuerdo al sexo biológico.

Sección 2. Evaluación de la percepción de los estereotipos:

La sección segunda del cuestionario consta de tres preguntas y el objetivo es evaluar las percepciones de la población objeto de estudio sobre los estereotipos de masculinidad. La primera pregunta está basada en la técnica del escalamiento tipo Lickert, "Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. (...) Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está evaluando" (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación, 2010, pág. 245).

Al considerar como objeto de actitud a los constructos mentales, intelectuales o simbólicos; el uso de los principios funcionales de la escala de Lickert permitirá evaluar las percepciones que sobre los estereotipos de masculinidad presenta el grupo de estudio y realizar una clasificación básica en dominantes, decadentes o emergentes.

Los criterios tomados para en cuenta para establecer la propuesta de clasificación fueron considerados a partir del índice de permanencia (temporal) de dichos estereotipos y la frecuencia con la que estos estereotipos son visualizados, tal como se explica en la tabla #2.

Clasificación estereotipo	Permanencia (temporalidad)	Frecuencia (visualización o contacto)
Dominantes	Alto índice de permanencia. El estereotipo es reconocible desde y durante mucho tiempo por el grupo cultural	Alto índice de frecuencia. El grupo visualiza o contacta con el estereotipo de forma recurrente
Decadentes	Alto índice de permanencia. El estereotipo es reconocible desde y durante mucho tiempo por el grupo cultural	Bajo índice de frecuencia. El grupo visualiza o contacta con el estereotipo de forma cada vez menos recurrente
Emergentes	Bajo índice de permanencia. El estereotipo es reconocible desde un tiempo relativamente corto por el grupo cultural	Alto índice de frecuencia. El grupo visualiza o contacta con el estereotipo de forma recurrente

TABLA # 2: Propuesta de clasificación de los estereotipos

Los estereotipos propuestos a los participantes recibieron a los efectos del estudio denominaciones que se extraen del lenguaje popular. En cambio al presentarlos en la encuesta estas denominaciones fueron omitidas y se presentó en su lugar la descripción de los mismos. La finalidad de esta sustitución fue evitar ambigüedades semánticas en la identificación y reconocimiento de los estereotipos de referencia. De esta manera se garantiza uniformidad en las lecturas que los sujetos de estudio hacen de los objetos que deben evaluar.

A continuación listamos los estereotipos, con las descripciones mostradas a los participantes y comentarios sobre la naturaleza de los mismos, en aquellos en los cuales resulta pertinente:

	Descripción	Comentarios
Surfer/ Skater	Usa tatuajes, practica surf o skate, toca en una banda de rock	
Sabroso	Come en “agachaditos” y habla usando jerga de barrios bajos	El ‘sabroso’ es uno de los caracteres típicos de Guayaquil. Expresa la pertenencia a las clases más populares, generalmente obreros o pequeños negociantes, que hacen uso del gracejo popular en su proyección social e interacción. Los ‘agachaditos’ o ‘huecas’ son comedores populares a precios asequibles donde suelen confraternizar.
Macho man	Solo le interesan temas como cerveza, futbol y “cosas de hombres”	
Pepudo	Va al gym seis días a la semana, mide sus músculos y consume proteínas	El habla popular denomina así tanto al fisicoculturista, como al individuo fuera de los circuitos deportivos pero que entrena en función de conseguir una visible hipertrofia muscular.

Viejo verde	Tiene más de 50 años pero cree poder seducir mujeres más jóvenes que él	
Maltratador	Trata mal a las mujeres y cree que su opinión es la única válida por ser hombre	
Aniñado	Vive en ciudadelas cerradas, va a discos y lugares caros, usa ropa y relojes marca, cambia de auto cada tres años más o menos	El concepto aniñado es aplicado en el lenguaje popular a la clase media alta. Se trata por lo general de individuos en puestos gerenciales o a la cabeza de negocios familiares. Se caracterizan por un poder adquisitivo muy por encima de la media general. Habitan en las llamadas 'ciudadelas satélites o burbuja', ubicadas en las afueras de la ciudad especialmente en la zona de Samborondón. ¹
Afeminado	Asume poses femeninas exageradas para llamar la atención sobre su sexualidad	
Nerd	Lee mucho, le interesa la ciencia y el conocimiento en general, poco sociable	
Sabido	Cree que se las sabe todas, siempre camina de forma peculiar, es sobrado	Una de las definiciones más comunes utilizadas para hablar del guayaquileño 'típico'. Se espera que sea un individuo que se cree más listo que los demás y espera sacar provecho de cualquier circunstancia. No se trata de una conducta delictiva, más bien de un modo de vida cercano al ideal del 'pícaro'.
Emo/ Rockero	Viste de negro, escucha rock duro, siempre deprimido y desencantado de la vida	Estas dos tribus urbanas, los unos conocidos por identificarse a sí mismos como 'emocionales' o 'emos' con una actitud nihilista y

¹ Municipio aledaño a la ciudad de Guayaquil. Antiguamente se destinaba casi todo el territorio a la agricultura. Posteriormente, esos terrenos fueron urbanizados con ciudadelas destinadas a las clases media, media alta y alta. Muy demandado como indicador de 'status'

		depresiva. Los otros, seguidores del rock 'duro' o 'satánico'. Ambos se caracterizaban por vestir de negro, el mismo color que usan para pintarse las uñas y delinear los ojos, tanto mujeres como hombres. En la ciudad de Guayaquil se hicieron célebres por reunirse en los alrededores del área de juegos electrónicos del centro comercial 'San Marino'
Metrosexual	Huele bien, se preocupa por la marca de la ropa, cuida mucho su aspecto	
Hipster	Usa lentes gruesos, barba, pantalones apretados, look bohemio con ropa vintage	
Yogi	Lo más importante es ser espiritual, relajado, practica yoga, vegetariano	
Farrero	Sale todos los fines de semana, de ser posible viernes y sábado hasta tarde	'Farra' es la palabra comúnmente utilizada en Ecuador para referirse a 'fiesta' o 'diversión'. El individuo conocido como farrero típicamente festeja algo cada fin de semana. Incluso maneja el concepto de 'viernes chiquito' para referirse al jueves, día inicial de la diversión.
Intelectual	Interesado en literatura, política, escribe y siempre al tanto del último libro	

La siguiente es una pregunta abierta en la que se pide a los participantes señalar seis palabras que identifiquen el modelo del hombre guayaquileño. El propósito con esta pregunta es obtener, desde el punto de vista cualitativo, las definiciones semánticas vinculadas por el grupo de estudio a sus constructos e imaginarios sobre la masculinidad. En lo cuantitativo se analizará la frecuencia de repetición de los valores semánticos más repetidos.

La última de las preguntas establece un contraste complementario con la anterior. Se muestran a los participantes fotos de figuras públicas, de áreas como medios de comunicación, deportes, música y política. Para seleccionar dichas figuras públicas se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

1. Presencia en el discurso mediático por más de cinco años.
2. Referencia y/o presencia durante ese período en al menos dos medios de comunicación de forma simultánea o cuasi simultánea.
3. Exposición mediática a intervalos no mayores de seis meses entre una y otra, indistintamente del o los medios en que se presentara.

Una vez seleccionados los 24 sujetos de referencia se le pide a los participantes evaluar en qué medida consideran que representan la imagen del hombre guayaquileño, evaluando en cuatro categorías: Mucho, Poco, Nada o No conozco. La frecuencia de repetición de los valores de esta pregunta permitirá establecer correlación entre las frecuencias de evaluación de las figuras públicas, basados en su proyección mediática, con las palabras citadas por los sujetos para definir el modelo de masculinidad guayaquileña.

El diseño de este cuestionario fue consultado para su validación con dos especialistas:

- Mgs. Mabel González Cogliano. Especialista en investigación con enfoque en estudios culturales y redes sociales.
- Mgs. Zaylín Brito Lorenzo . Especialista en metodología de la investigación cualitativa con enfoque en ciencias sociales.

Segunda fase: Descriptiva

Para la segunda fase se implementó el cuestionario de la etapa exploratoria, una vez que este fuera ajustado para lograr mayor precisión en los resultados de la investigación. Los ajustes realizados al cuestionario en función de esta segunda aplicación fueron los siguientes:

1. En la sección demográfica se incluyó una pregunta destinada a conocer el nivel de escolaridad de los participantes en el estudio.
2. En la sección de evaluación de estereotipos se realizaron dos cambios:

- a. En la pregunta dedicada a la clasificación de los estereotipos se incluyeron dos estereotipos que según los participantes en la etapa exploratoria faltaron en la primera versión, conocidos popularmente como '**mandarina**' y '**ñengoso**'

El '**mandarina**' es la definición popularmente adjudicada al hombre al que se considera sometido a la autoridad de la mujer y por lo general dedicado a ciertas tareas domésticas y/o sin participación en los espacios de socialización tradicionalmente definidos como masculinos, al margen de la vida o compromisos familiares.

Por su parte el término '**ñengoso**' se refiere a una tribu urbana, seguidores del cantante puertorriqueño 'Ñengo Flow'. Se caracterizan por vestir de modo muy estrafalario, con piezas de ropa anchas, joyas de fantasía e incrustaciones de piedras falsas. Peinados muy estrafalarios marcados por cortes asimétricos y uso de gran cantidad de gel para cabello en función de mantenerlo con una apariencia lisa y pegada al cráneo.

- b. La pregunta que busca estudiar las definiciones semánticas del hombre guayaquileño, que en la primera versión fue

planteada como una pregunta abierta fue sustituida por una de formato cerrado, en la que se mostraba una lista de las palabras que resultaron más mencionadas en la etapa exploratoria. En esta ocasión se les pedía a los participantes escoger cinco palabras de la lista pre elaborada.

3. La pregunta destinada a la percepción de masculinidad en figuras públicas fue modificada en función de los programas de televisión que resultan objeto de estudio. En este caso el centro de interés era en qué medida las figuras masculinas presentadas en los mismos representan el ideal del hombre guayaquileño.
 - a. En los programas de ficción se solicitaba definir los tres personajes que más se acercaban a este ideal.
 - b. En los programas de tele realidad se pedía evaluar en qué medida los conductores eran representativos del hombre guayaquileño. También se solicitó que nombraran los dos concursantes que consideran se ajustan más a este paradigma.

Con respecto a la pregunta 3, que se realizó dentro del contexto de la encuesta en la fase descriptiva, correspondiente a esta primera etapa de la investigación, los resultados serán usados como apoyo de la segunda y tercera etapas de la investigación, por lo que los resultados de la misma no serán discutidos en el informe correspondiente a la primera etapa.

Al no disponerse de datos oficiales actualizados sobre el crecimiento poblacional entre la primera y segunda aplicación de la encuesta se consideró el mismo volumen de población de estudio (176938 individuos). En la etapa descriptiva los valores del intervalo de confianza fueron ajustados. Manteniendo el nivel de confianza en 95% y el intervalo de confianza en 5 se requería un mínimo de 383 respuestas. Utilizando el software especializado 'Survey Monkey'

se lograron compilar 386 respuestas por lo que el intervalo de confianza resulto de 4,98 en la aplicación final.

Discusión de resultados. Procedimientos y medidas de análisis

Para el análisis de los resultados obtenidos en las fases exploratoria y descriptiva de la primera parte de la investigación, se utilizó el software Statical Package for the Social Sciences (SPSS) para el procesamiento de las respuestas obtenidas. Tal como requiere el programa cada una de las respuestas fue convertida a variable numérica de equivalencia. Las variables y equivalencias serán detalladas en cada caso según corresponda.

De acuerdo a los propósitos del estudio se utilizan mediadas de estadísticas descriptivas. El análisis se estructura a partir de la distribución de frecuencias, que es entendida como: “Conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 287)

Como referencia de análisis de la distribución de frecuencias de usan las medidas de tendencia central. Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) estas medidas son:

- Moda: Categoría o puntuación que se presenta con mayor frecuencia.
- Media: Promedio aritmético de una distribución
- Mediana: Valor que divide la distribución por la mitad.

En la medida que avance el análisis se detallará cuál de estas medidas de distribución es usada en cada caso y la finalidad de su utilización.

Discusión de resultados. Fase exploratoria

En la fase exploratoria respondieron 150 personas las cuáles fueron clasificadas en dos grupos etarios: de 18 a 25 años (los primeros definidos como adultos emergentes) y de 26 a 29 (rango de edad extendido de la adultez emergente). A estos individuos se les pidió que se identificaran de acuerdo a su sexo y orientación sexual, dado el peso que ambos elementos tienen en la construcción de los imaginarios de género. La siguiente tabla muestra la tabulación cruzada de estos valores:

...Orientación			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Heterosexual	Edad	De 18 a 25 años	21	34	55
		De 26 a 29 años	26	17	43
	Total		47	51	98
Homosexual	Edad	De 18 a 25 años	9	2	11
		De 26 a 29 años	22	5	27
	Total		31	7	38
Bisexual	Edad	De 18 a 25 años	5	3	8
		De 26 a 29 años	6	0	6
	Total		11	3	14
Total	Edad	De 18 a 25 años	35	39	74
		De 26 a 29 años	54	22	76
	Total		89	61	150

TABLA #3: Tabulación de participantes divididos por sexo, edad y orientación sexual

Otro de los datos recabados sobre la población de estudio es la actitud ante la conducta de género asignada a los individuos según el sexo y/o orientación sexual. Al tomar en cuenta el carácter performativo de la proyección

social del género y la manera en que estos performances se construyen desde los rasgos de los estereotipos al uso, el dato resultaba de particular interés. En este punto específico es notable que la mayoría de los encuestados independientemente de su sexo y/o orientación sexual (47,3%), coinciden en afirmar que se proyectan socialmente (performance) según su voluntad, independientemente de si las conductas que siguen son o no las culturalmente asignadas a su sexo biológico. En cuanto a sentirse cómodos con las conductas culturalmente asignadas y seguirlas el 26,7% de los encuestados respondió positivamente, aunque se debe destacar que solo individuos de sexo masculino se identificaron como bisexuales. El 6,7 de los encuestados consideró sentirse incómodo con determinadas conductas asignadas a su sexo biológico pero seguirlas bajo presión social, ninguno de estos sujetos se auto identificó como bisexual. Por último el 19,3% señaló estar inconforme con ciertas conductas asignadas y no seguirlas. Ninguno de los participantes admitió compensar su inconformidad con las conductas asignadas asumiendo conductas asignadas al sexo opuesto.

		Personalidad/ Género				Total
		Sientes conformidad con las conductas asignadas a tu sexo biológico	Sientes inconformidad con ciertas conductas asignadas a tu sexo biológico por presión social	Sientes inconformidad ante ciertas conductas asignadas a tu sexo biológico	Te proyectas como deseas sin preocuparte si son o no, conductas asignadas a tu sexo biológico	
Sexualidad	Heterosexual					
	Sexo Masculino	17	1	12	17	47
	Femenino	14	5	9	23	51
	Total	31	6	21	40	98
Homosexual	Sexo Masculino	7	2	3	19	31
	Femenino	0	2	2	3	7
	Total	7	4	5	22	38

Bisexual	Sexo Masculino	2		3	6	11
	Femenino	0		0	3	3
	Total	2		3	9	14
Total	Sexo Masculino	26	3	18	42	89
	Femenino	14	7	11	29	61
	Total	40	10	29	71	150

TABLA#4 Tabulación cruzada: sexo/orientación sexual/conducta

Para el análisis de estereotipo se utilizó como elemento clasificación la medida de tendencia central: moda, que indica el valor de variable que más se repite en cada caso, considerando además el porcentaje válido asociado a la moda en cada uno de los elementos a clasificar. El valor de variable asociado a las categorías fue:

- 1- Dominante
- 2- Decadente
- 3- Emergente

Estereotipo	Moda	Porcentaje asociado	Categoría asignada
Macho men	1	58	dominante
Sabroso	1	56,4	dominante
Sabido	1	55	dominante
Farrero	1	48,7	dominante
<i>Surfer/ Skater</i>	1	40,7	dominante
Emo/ Rockero	2	55	decadente
Intelectual	2	52	decadente
Maltratador	2	50,3	decadente
Viejo verde	2	48,3	decadente

Nerd	2	41,9	decadente
Hipster	3	68,5	emergente
Afeminado	3	57,4	emergente
Yogui	3	56,8	emergente
Pepudo	3	55	emergente
Metrosexual	3	54	emergente
Aniñado	3	50	emergente

En un primer análisis de los resultados, podemos encontrar una clara dominancia de los estereotipos vinculados a la proyección popular del guayaquileño. Un punto interesante plantea el resultado de que el estereotipo del *surfer/skater* sea considerado como dominante. Por una parte, ambas prácticas (y la consecuente proyección de la imagen social de quienes la realizan) resultan importaciones relativamente recientes desde modelos fundamentalmente norteamericanos, favorecidos por la cercanía de la costa con la ciudad de Guayaquil y la presencia de sitios de excelencia para la práctica de estos deportes. En el plano temporal debemos tener en cuenta que la edad máxima de los participantes en el estudio es 30 años por lo que, de acuerdo a los parámetros fijados, este estereotipo pueda ser percibido como dominante pese a la ya señalada reciente aparición en el contexto.

Los estereotipos clasificados como decadentes en los resultados presentan factores de diferenciación que resultan particularmente interesantes. Los encuestados clasifican como decadentes a los estereotipos que responden a conductas y actitudes (maltratador, viejo verde) consideradas retrógradas en los nuevos paradigmas de la masculinidad. La inclusión en esta misma categoría del estereotipo emo/rockero evidencia el carácter efímero de ciertas tribus urbanas, especialmente las vinculadas a grupos de adolescentes o la primera etapa de la juventud. La lista de estereotipos decadentes se completa con el nerd y el intelectual. Ambos están vinculados a patrones de conducta y actividades que no implican actos de socialización, alejándolos de las

negociaciones performativas que la concepción tradicional del género establece entre los individuos y sus pares.

La categoría emergentes agrupa por una parte a tribus urbanas de reciente aparición en el contexto social (hípsters, yogui, metrosexual), y que empiezan a ganar espacio y visibilidad en el contexto urbano de Guayaquil. Otros estereotipos considerados como emergentes (pepudo, amanerado, aniñado), en cambio, se trata de la visibilización de patrones que a pesar de existir con anterioridad no era posible apreciar abiertamente. En este caso han influido elementos como la apertura de nuevos espacios y el interés más generalizado por el cuidado físico, la mayor visibilización de los grupos género diversos y la aparición de zonas de concentración de la clase media y media alta de la ciudad y los nuevos hábitos sociales que implica la inserción de estas clases en el entorno.

En comentarios posteriores con algunos de los sujetos que realizaron la encuesta exploratoria, surgió la propuesta de incluir los dos estereotipos que fueron descritos anteriormente (mandarina y ñengoso) y que amplían la encuesta realizada en la fase descriptiva.

Respecto a la pregunta semántica que pedía a los participantes citar libremente palabras que definieran al guayaquileño se tabularon un total de 34 vocablos. De ellos se seleccionaron los que presentaban una media mayor o igual al 0,50. Como se explicó anteriormente la media es la medida de tendencia central que muestra el promedio aritmético en una distribución de frecuencia. Con este resultado se elabora la lista de palabras que se usa en la pregunta semántica de la fase descriptiva. El resultado de esta pregunta fue el siguiente:

Palabra	Media de frecuencia
amiguero	0,90
pelotero ²	0,89
farrero	0,87
sobrado	0,72
sabido	0,66
labioso	0,62
narcisista	0,57
trabajador	0,52
machista	0,50

El objetivo de la última pregunta fue evaluar las percepciones del grupo objetivo sobre los paradigmas de masculinidad al referirlos a un grupo de 23 figuras públicas, escogidas según los criterios que se listan anteriormente. Como ya fue explicado se les presentó a los participantes una escala de tres categorías (Nada, Poco y Mucho) con las que se les pedía evaluar en qué medida consideraban que estas figuras representaban al hombre guayaquileño. Se incluyó además una categoría excluyente (No lo conozco) para discriminar los casos que resultaran imposibles de evaluar por los participantes.

En el cuestionario se colocaba una foto y el nombre de los referidos, como única fuente de información. Para el análisis de los resultados se omitirá este detalle en aras de respetar la privacidad de los mismos, sustituyéndolo por un código consistente en las letras FP (siglas para figura pública) y un número consecutivo compatible con el orden de análisis en que fueron registradas en el archivo del software de análisis estadístico SPSS.

² Se refiere a los aficionados al fútbol

Para evaluar la medida en que estos personajes representan el ideal del hombre guayaquileño se analiza de acuerdo al esquema de variables:

0 – No conozco

1 – Nada

2 – Poco

3 – Mucho

Partiendo de esta asignación de valor numérico a cada una de las variables de evaluación, el procedimiento para categorizar la percepción sobre la masculinidad de las figuras públicas por los participantes en el estudio, fue el siguiente:

1. Se calculó el valor de la moda de las variables adjudicadas a cada uno de los sujetos de referencia por los participantes. Sobre esta base se clasifican de la siguiente forma:
 - 1.1. Se descartan los sujetos de referencia con valor moda igual a 0, indicativo que la mayor cantidad de participantes lo desconocen. Los casos descartados son: FP5, FP8, FP18, FP19 y FP22.
 - 1.2. Se descarta el valor de moda igual a 1 (Nada) por no presentarse en ninguno de los casos de referencia.
 - 1.3. Se agrupan los casos de referencia que obtienen los valores moda 2 (Poco) y 3 (Mucho), que indican la percepción de los participantes de cuanto cada uno de los sujetos representan la masculinidad guayaquileña. La distribución de los sujetos resulta la siguiente:
Grupo 1. Valor moda = 3: FP1, FP4, FP9, FP12, FP13, FP14, FP15, FP23

Grupo 2. Valor moda = 2: FP2, FP3, FP6, FP7, FP10, FP11, FP16, FP17, FP20 y FP21

2. Se procede al cálculo de la media (promedio aritmético de la distribución de los valores asignados a cada caso) y se ordenan de forma ascendente para cada uno de los grupos delimitados por el valor moda obtenido:

Grupo 1: Media de casos. Valor moda = 3 (Mucho)								
Caso	FP15	FP12	FP1	FP14	FP23	FP13	FP4	FP9
Valor media	2,13	2,27	2,35	2,37	2,4	2,42	2,43	2,74

Grupo 2: Media de casos. Valor moda = 2 (Poco)										
Caso	FP17	FP11	FP2	FP16	FP10	FP6	FP3	FP7	FP21	FP20
Valor media	1,55	1,72	1,75	1,75	1,87	1,93	1,97	1,99	1,99	2,2

3. Se calcula la mediana de los valores de media de ambos grupos para dividirlos en dos subgrupos cada uno de acuerdo al grado de representatividad por categoría. Los valores por encima de la mediana son considerados más representativos de la categoría que aquellos que se encuentran debajo de la mediana:

Grupo 1. Moda =3 (Mucho)		
Subgrupo 1A: mayor representatividad	FP9	2,74
	FP4	2,43
	FP13	2,42
	FP23	2,4
MEDIANA		2,38
Subgrupo 1B: menor representatividad	FP14	2,37
	FP1	2,35
	FP12	2,27
	FP15	2,13

Grupo 2. Moda =2 (Poco)		
Subgrupo 2A: mayor representatividad	FP20	2,2
	FP21	1,99
	FP7	1,99
	FP3	1,97
	FP6	1,93
MEDIANA		1,9
Subgrupo 2B: menor representatividad	FP10	1,87
	FP16	1,75
	FP2	1,75
	FP11	1,72
	FP17	1,55

Los resultados obtenidos se interpretan de la siguiente forma:

- Los casos de referencia del grupo 1A son considerados por la población de estudio como los más representativos de la masculinidad guayaquileña.
- Los casos de referencia del grupo 2A se consideran representativos de la masculinidad guayaquileña pero en menos medida que los del subgrupo 1A.
- Los casos de referencia del subgrupo 2A se consideran como poco representativos de la masculinidad guayaquileña, por debajo de los subgrupos 1A y 2A.
- Los casos de referencia del subgrupo 2B se consideran los menos representativos de la masculinidad guayaquileña.

Se analizan a continuación los dos subgrupos extremos y casos particulares en los subgrupos intermedios.

En la cabeza del grupo 1A se encuentra el sujeto identificado con el código FP9, un destacado político guayaquileño.

- La performatividad de este sujeto está marcada por un discurso de exaltación de la condición de macho: se ostenta la valentía y la no elusión al enfrentamiento, cualquiera sea su naturaleza, como signos inequívocos de heterosexualidad y por tanto de masculinidad indiscutible.
- Autoritarismo y prepotencia, marcando la idea de defensor y soporte moral de la familia, trascendiendo del marco familiar al comunitario.
- Refuerzo de la idea del 'proveedor', trascendida del marco familiar al marco comunitario, así como manipulación de la idea de poseer los recursos prácticos para solventar los posibles problemas y 'sacar adelante' a la comunidad.

Los dos casos siguientes: FP4 y FP13 resultan peculiarmente interesantes. Ambos son actores que han desarrollado su carrera en base a la creación de personajes costumbristas, que han llegado a gozar de gran arraigo popular. Es muy probable que, en estos dos casos de referencia, los receptores hayan trasladado a los intérpretes las características de los personajes que incorporan, creando una ficcionalización de la personalidad de los individuos. El elemento interesante es que en ambos casos los personajes son construidos en un tono farsesco, exagerando las características o conductas asociadas en el imaginario popular a los estereotipos en los cuales se ubican dichos personajes.

Completando el subgrupo 1A, tenemos a un conocido cantante del género musical conocido como 'rockola', uno de los favoritos de las clases populares. Este artista, quien es un 'cholo', modo en que se denomina popularmente al mestizo blanco/indio. Entre sus características está el verbo fácil, siempre dentro de los límites de un lenguaje asequible a su grupo y que, a pesar de no responder a los estándares físicos validados por la publicidad y los medios, tiene éxito con las mujeres en base a su gracejo y el ser 'sabido'. Muestra al hombre cuya actividad fundamental tiene que ver con la subsistencia, no necesariamente asociada al trabajo manual o físico, y que progresa en la vida al destacarse por sobre otros de su nivel socio económico, gracias a una especie de 'gracia' o habilidad particular que lo distingue.

El subgrupo 2B agrupa a los sujetos que los participantes en el estudio evalúan como menos representativos de la masculinidad guayaquileña.

El primer caso es el identificado con el código FP10, se trata de un sujeto ampliamente conocido por su actividad mediática y política. Si bien responde a casi todos los requerimientos de la masculinidad en tanto proveedor y líder, capaz de aportar soluciones o 'ser la solución' a los problemas comunitarios. Así mismo se proyecta como hombre de familia, en pleno ejercicio de la paternidad. Los elementos de cambio que lo excluye del modelo de masculinidad antes

establecido es, en primera instancia, una performatividad medida que elude el enfrentamiento y busca priorizar la conciliación. Por otra parte, aunque no existe confirmación de ello, está ampliamente difundida la idea que atribuye a dicho sujeto la condición homosexual, que intenta esconder bajo patrones de conducta social heteronormativa.

La asociación entre la condición heterosexual y la masculinidad guayaquileña se evidencia también en la segunda selección del grupo 2B, el sujeto identificado con el código FP16. Se trata de un actor que goza de reconocimiento tanto dentro como fuera de Ecuador. Además responde en buena medida al modelo de la masculinidad hegemónica: blanco, clase media alta, exitoso profesionalmente. A diferencia del caso anterior este individuo si ha aceptado públicamente, al menos en ciertos contextos, su condición homosexual. Esta condición y su aceptación parecen excluirlo en la percepción de los participantes en el estudio de la condición de masculinidad guayaquileña.

El tercer caso que resulta de especial interés es el sujeto identificado con el código FP17, que obtuvo el menor valor de media en la apreciación de los participantes en el estudio. Este sujeto es un destacado jugador de fútbol de la selección nacional del Ecuador. Considerando que este es deporte de mayor aceptación en el país y la idealización de aquellos que lo practican y están ubicados en la 'elite' del mismo, resulta interesante cuestionarse por qué esta clasificación. Posiblemente la respuesta esté en su condición de afrodescendiente. Si bien es cierto que los individuos pertenecientes a esta etnia son, generalmente, hipersexualizados en los imaginarios populares; debe entenderse que en estos mismos imaginarios no se les asocia con la pertenencia a la comunidad cultural guayaquileña. En la concepción geo cultural más generalizada en Ecuador, la etnia negra está relacionada con la zona de Esmeraldas, en tanto la zona costera del Guayas se relaciona más a las etnias blanca y, fundamentalmente, mestiza.

Por último se tratará de establecer la correlación entre la orientación sexual o la actitud ante las conductas de género asignadas al sexo biológico y los diferentes estereotipos y figuras públicas reconocidos en mayor o menor medida como representativos de la masculinidad guayaquileña, usando para ello casos específicos.

Para comparar estas medidas se utilizará el coeficiente de contingencia (también llamado coeficiente de correlación) de Pearson. Esta es una medida que establece una relación lineal entre dos variables aleatorias. Esta variable se mide en una escala de valores de 0 a 1. Se espera que si el valor de la correlación es 1, la correlación entre ambas variables es perfecta. Entonces en la medida que el valor de del coeficiente se acerca a 1 es mayor la correlación. De esta misma forma los valores próximos a 0 indican ausencia de correlación.

La primera medida a correlacionar fue el estereotipo dominante denominado 'macho man' que resultó tener el valor de porcentaje asociado más alto (58%) en la categoría. Respecto a la orientación sexual el coeficiente de contingencia es de 0,140 y en el caso de la actitud ante las conductas de género fue de 0,382. Ambos valores están por debajo de 0,5 por lo que no se considera correlación entre las categorías.

Evaluando la relación entre las mismas categorías con el estereotipo decadente 'emo/rockero' que obtuvo el mayor porcentaje asociado (55%) en dicha categoría, encontramos que el coeficiente de contingencia con la sexualidad de los sujetos participantes es de 0,215 y con actitud ante las conductas de género asociadas es de 0,357.

Por último al compararlo con el estereotipo emergente 'hipster', encontramos que el coeficiente de correlación con la sexualidad de los participantes en el estudio es 0,172 y con la actitud ante las conductas de género asociadas es 0,204.

En los tres casos puede observarse que no hay una correlación directa entre la sexualidad y la actitud ante las conductas de género asociadas al sexo y la selección de los estereotipos, pero en todos los casos hay mayor índice de relación con la actitud ante las conductas de género asociadas al sexo.

Comparando estas mismas categorías con los resultados de la evaluación del sujeto de referencia identificado con el código PP9, que resultará para los participantes en el estudio como el más representativo de la masculinidad guayaquileña, encontramos que el coeficiente de contingencia con la sexualidad de los participantes es de 0,194. Así mismo el coeficiente de contingencia relacionado con la actitud ante las conductas de género asociadas al sexo es de 0,187.

Aplicando las mismas mediciones al sujeto de referencia identificado con el código FP10 que resultara ubicado por los participantes en el estudio entre los menos representativos de la masculinidad guayaquileña pero que tiene en común con el caso anterior el elemento de ser una figura pública vinculada a la política, encontramos que el coeficiente de contingencia entre la sexualidad de los participantes y la selección es de 0,182. A su vez el mismo coeficiente al relacionar la selección con la actitud ante las conductas de género asignadas al sexo es 0,331.

En estos casos se puede notar que se establecen relaciones significativas entre las selecciones y la sexualidad o la actitud frente a las conductas asignadas al género pero que esta última presenta mayores valores de coeficiente de contingencia.

Presentación de resultados. Fase descriptiva

En la fase descriptiva de la primera etapa se realizaron 386 encuestas, usando el software SurveyMonkey. Al establecerse, de acuerdo a los datos oficiales el volumen de población en 176938, el número de encuestas realizadas provee un nivel de confianza del 95% con un intervalo 4.98

Al igual que en la fase exploratoria los participante fueron tabulados por su edad en dos grupos: de 18 a 25 años (definición original de la adultez emergente) y de 26 a 29 (extensión de la adultez emergente). Los siguientes componentes de interés fueron el sexo de los participantes y la forma en que los individuos se definen en las tres categorías más habituales de la sexualidad: (heterosexual, homosexual o bisexual).

El análisis de los resultados tabulados en nos muestra una clara tendencia en la población de estudio a reconocerse como heterosexual, por encima de otras formas de comprender la sexualidad:

- El 81,5% de los hombres participantes en la investigación y el 95,7% de las mujeres, se reconocen como heterosexuales.
- La cifra de hombres que se reconocen como homosexuales es el 9,9%, mientras que las mujeres solo representan el 2,6%
- Solo individuos del grupo etario entre 18 a 25 años se identificaron como bisexuales, de los cuales el 8,6% son hombres y el 4% mujeres.

Otro de los focos de interés en la sección demográfica es la actitud que adoptan los individuos frente a la proyección del género. Para ello se utilizó como variable el grado de aceptación de las conductas de género asignadas. Las variables creadas en ese sentido trataban de medir las diferentes líneas de actitud, y fueron diseñadas tomando en cuenta dos sub variables: la conformidad con las con las conductas de género asignadas según el sexo biológico y la

disposición a proyectarse socialmente siguiendo estas conductas o las del sexo opuesto.

Los resultados se resumen en la tabla que presentamos a continuación:

Actitud ante género			Sexualidad			Total
			Heterosexual	Homosexual	Bisexual	
Conformidad conducta	Sexo	Hombre	73	10	1	84
		Mujer	93	0	0	93
	Total		166	10	1	177
Inconformidad / presión social	Sexo	Hombre	3		3	6
		Mujer	19		0	19
	Total		22		3	25
Inconformidad /no sigue	Sexo	Hombre	4		0	4
		Mujer	12		3	15
	Total		16		3	19
Inconformidad/ opuesto	Sexo	Mujer	3			3
	Total		3			3
Sin preocupaciones de proyección	Sexo	Hombre	43	5	9	57
		Mujer	95	4	3	102
	Total		138	9	12	159
Total	Sexo	Hombre	123	15	13	151
		Mujer	222	4	6	232
	Total		345	19	19	383

TABLA # 5: Tabulación cruzada de variables, sexo, sexualidad, actitud de género

Evaluando el resultado de la tabulación de las variables, pueden observarse claramente ciertas tendencias:

1. Entre los individuos que se reconocen como hombres heterosexuales:
 - El 59,4% reconoce sentir conformidad con las conductas de género asociadas a su sexo biológico.
 - El 2,4% reconoce sentir inconformidad ante ciertas conductas de género asociadas a su sexo biológico pero seguirlas por presión social.
 - El 3,3% de los individuos reconoce sentir inconformidad ante ciertas conductas de género asociadas a su sexo biológico por lo que no las siguen.
 - Ninguno de los hombres heterosexuales acepto sentir inconformidad con actitudes de género asignadas al sexo biológico y canalizarla asumiendo conductas del sexo opuesto.
 - Por último el 34,9% de los hombres heterosexuales aceptó proyectarse con la conducta que desean sin preocuparse si está o no socialmente asignada a su sexo biológico.

2. Entre los participantes que se identifican como mujeres heterosexuales, el comportamiento de las respuestas fue como se describe a continuación:
 - 41,9% de las respuestas enviadas reconocían tener conformidad con las conductas de género asociadas a su sexo biológico.
 - El 8,5% de las respuestas reconocieron sentir inconformidad con las conductas de género asociadas a su sexo biológico pero seguirlas por presión social.
 - El 5,4% respondió sentir inconformidad con las conductas de género asignadas su sexo biológico y no seguir dichas conductas de forma específica.
 - Solamente el 1,4% de las mujeres heterosexuales reconoce sentirse inconforme con ciertas conductas de género asociadas a

su sexo biológico y compensarlo asumiendo en esos casos la conducta asignada del sexo opuesto.

- Por último el 42,8% acepto que se proyectan con las conductas de género que prefieren sin preocuparse si son o no asignadas a su sexo biológico.

3. Las respuestas de los hombres homosexuales se dan solamente en dos de las variables:

- El 66,7% de los hombres homosexuales reconoce sentir conformidad con las conductas de género asignadas a su sexo biológico.
- El 33,3% de estos individuos reconoce proyectarse libremente haciendo uso de las conductas de género sin preocuparse si están o no asignadas a su sexo biológico.
- Las otras variables no recibieron respuesta de parte de los hombres que se identificaron como homosexuales.

4. Entre las mujeres que se identificaron como homosexuales solo una variable obtuvo respuesta. El 100% respondió que se proyectan socialmente, sin tomar en cuenta si las actitudes de género que asumen están o no asignadas a su sexo biológico.

5. Entre los hombres bisexuales tres variables recibieron respuesta, arrojando como balance lo siguiente:

- 7,7% de los encuestados aceptaron sentir conformidad con las conductas de género asociadas a su sexo biológico.
- El 23,1% de los hombres bisexuales aceptó que no está de acuerdo con determinadas conductas de género asociadas a su sexo biológico pero seguirlas como respuesta a la presión social.
- 69,2% aceptó que se proyecta socialmente como desea sin tener en cuenta si son conductas de género asociadas o no a su sexo biológico.

6. Respecto a las mujeres que se identifican como bisexuales, solo dos variables recibieron respuesta: el 50% reconoció no estar de acuerdo con ciertas conductas de género asociadas a su sexo biológico y consecuentemente no seguirlas. El otro 50% reconoce que se proyecta socialmente sin preocuparse si las conductas que siguen están o no relacionadas a su sexo biológico.

Una vez obtenido el perfil demográfico de los participantes se procedió a compilar sus evaluaciones sobre los estereotipos de masculinidad presentados

ESTEREOTIPO	CATEGORÍA (PORCENTAJE VÁLIDO ASOCIADO)			
	MODA	DOMINANTE	DECADENTE	EMERGENTE
Surfer/Skater	1	51,8	24,4	23,8
Sabroso	1	82,6	13	4,4
Macho man	1	77,2	17,4	5,4
Pepudo	3	39,1	15	45,9
Viejo verde	1	58,4	33,3	8,1
Maltratador	2	47,9	48,4	3,6
Aniñado	1	50	21	29
Afeminado	3	34,1	23,7	42,4
Nerd	2	29	47,7	23,3
Sabido	1	73,4	16,8	9,7
Emo/Rockero	2	24,7	55,7	19,5
Metrosexual	1	59,9	18	22,1
Hipster	3	26,2	20,8	53
Yogui	3	15	23,8	61,1
Farrero	1	76,7	15	8,3
Intelectual	2	22	52,8	25,1
Mandarina	1	36,3	33,7	30,1
Ñengoso	3	40,6	15,6	43,8

TABLA #6 : Evaluación de los estereotipos. Etapa descriptiva

Comparando el resultado de la categorización de los estereotipos entre la fase exploratoria y la descriptiva, vemos que en general las percepciones se mantienen muy estables. El cambio se produce fundamentalmente en dos estereotipos 'metrosexual' y 'aniñado', que en la fase exploratoria fueron clasificados por los participantes como emergentes, en la descriptiva fueron clasificados como dominantes. Se puede intentar explicar este cambio por el hecho que al aumentar la muestra (la muestra descriptiva es 157,3% más amplia que la muestra exploratoria); se hace más evidente el hecho que para el grupo etario que participa en el estudio estos estereotipos, aunque relativamente recientes, se encuentran en sus imaginarios durante casi todo el tiempo de su vida.

Los dos estereotipos que se incluyen en la segunda fase 'mandarina' y 'ñengoso', puede inferirse fueron clasificados bajo los mismos criterios usados en para evaluar estereotipos semejantes. El 'mandarina' que es uno de los estereotipos de arraigo popular fue clasificado como dominante y el 'ñengoso', propio de una tribu urbana, resultó clasificado como emergente al igual que los demás estereotipos derivados de estas formaciones, que ganan visibilidad en el entorno urbano.

En la pregunta en la que se pedía a los participantes escoger cinco de las nueve palabras que resultaron las de mayor índice de frecuencia en la fase exploratoria. Estas palabras son entendidas como conceptos identitarios asociados al hombre guayaquileño. Los resultados porcentuales se calculan sobre la frecuencia general de respuestas (386), con frecuencia de valores perdidos por el sistema igual a 4; por lo que se considerará 382 respuestas como 100% de valores válidos.

Los valores obtenidos permiten establecer que los conceptos asociados a los imaginarios de la proyección social de los guayaquileños son más

recorridos que los asociados a valores que se consideran como proyecciones de formas de masculinidad que socialmente no se consideran aceptables.

Concepto	Frecuencia respuesta	Porcentaje válido
Sabido	306	79,3
Amiguero	288	74,6
Pelotero	284	64,2
Labioso	282	73,1
Farrero	219	56,7
Trabajador	185	47,9
Machista	174	45,1
Sobrado	138	35,8
Narcisista	35	9,1

TABLA # 7 Análisis de frecuencia de selección de palabras

Se puede notar un rango de coincidencia entre las respuestas a las descripciones de estereotipos con las de la selección de conceptos caracterizadores del guayaquileño. Tomando en consideración que en la pregunta dedicada a la clasificación de los estereotipos se les mostró a los participantes solamente la descripción de los mismos, resulta de particular interés que los valores sean coincidentes en ambas preguntas:

- La descripción correspondiente al estereotipo ‘sabido’ resultó clasificada como dominante con un porcentaje válido del 73,4 y el concepto correspondiente en la pregunta siguiente obtuvo el 79,3%. Esta coincidencia muestra el arraigo popular de este estereotipo, reforzado en la frase popular: ‘el guayaquileño es sabido’, que explica la dominancia de las características asociadas a dicho estereotipo en el entorno. Entre las 279 personas que clasificaron la descripción del estereotipo ‘sabido’, 221 eligieron la palabra ‘sabido’ en la lista siguiente.
- Los conceptos ‘amiguero’ (74,6%), ‘labioso’ (73,1%) y ‘pelotero’ (64,2%) pueden ser asociados al estereotipo popularmente conocido como

‘macho man’, cuya descripción fue seleccionada como dominante con un 77,2%. De las 298 personas que eligieron el estereotipo del ‘macho man’ como dominante, 220 escogieron el concepto ‘labioso’, 217 eligieron ‘amiguero’ y 203 eligieron ‘pelotero’. Se trata de proyecciones performativas claramente identificables: la prioridad a la relación con los amigos (el grupo que determina y construye la identidad individual desde la colectiva), la verbalidad determinada por el uso del gracejo popular que pretende seducir en varios niveles de socialización y el disfrute del fútbol como espacio de demostración de habilidades atléticas y socialización masculina.

- El concepto farrero resultó seleccionado con más del 50% de los votos en ambas preguntas (76,7% en la descripción de estereotipos y 56,7% en la selección de conceptos). De las 296 personas que clasificaron la descripción como dominante, 167 eligieron el concepto. Estas cifras evidencian el carácter dominante de este estereotipo en el contexto socio cultural guayaquileño.
- Aunque la descripción del estereotipo ‘sabido’ incluyó el concepto ‘sobrado’ (que refiere a la conducta de engreído o presuntuoso, aunque sin llegar a provocar un rechazo radical), de los 296 participantes que eligieron el estereotipo como dominante, solo 167 eligieron el concepto. Probablemente no se desea asociar una característica que generalmente es considerada negativa al imaginario de la masculinidad guayaquileña.
- Por esta misma causa pudiera entenderse que 174 participantes (45,1 %) haya elegido el concepto ‘machista’ y que solo 35 (9,1%) eligiera el concepto ‘narcisista’
- En contraste resulta destacable que solo el 47,9% (185 participantes) eligieran el concepto ‘trabajador’, lo que demuestra que si bien es

percibido como una cualidad positiva no es asociada a los imaginarios sobre la masculinidad típica guayaquileña.

En esta etapa descriptiva no se repitió la pregunta que se realizara en la etapa exploratoria dedicada al análisis de las figuras públicas, pues se prefirió que las preguntas referidas al discurso mediático estuvieran enfocadas directamente a los cuatro programas de televisión que son tomados como casos de estudio en la segunda y tercera etapa de la investigación, por lo que los resultados de las mismas serán discutidos como preliminares en la segunda etapa.

De la misma forma los estereotipos y componentes de la masculinidad que resultaron más relevantes en esta primera etapa serán utilizados como base para estructurar el análisis de contenido y recepción de los programas escogidos.

SEGUNDA ETAPA

El macho guayaco: miradas en los medios

Estudio de presencia y proyección de los estereotipos de masculinidad percibidos por los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil en la ficción televisiva.

Casos: 'Tres familias' y 'Los hijos de Don Juan'

Introducción

La segunda etapa del estudio se propone analizar los estereotipos de masculinidad guayaquileña perceptibles como parte del discurso mediático que la ficción televisiva producida en el Ecuador propone a sus espectadores, enfocándose en las dos telenovelas de producción nacional que en el momento de realizado el estudio circulan en la programación local. Para ello se toman como referencia los estereotipos que fueron descritos y clasificados en la primera etapa de este mismo estudio. El diseño de investigación en esta etapa tiene un enfoque mixto con la combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, con mayor énfasis en el análisis textual.

En este capítulo se resumen los datos obtenidos de la aplicación de las herramientas de investigación descritas. Se establecen algunas conclusiones preliminares que tienen como objetivo pre establecer algunos de los puntos de discusión cualitativa que intervienen en la evaluación de los productos mediáticos que son objeto de estudio. Posteriormente en el capítulo titulado: **Evaluación de casos de estudio y Conclusiones generales**, se analizará más exhaustivamente el tema de la presencia y relación de los estereotipos de masculinidad en la ficción televisiva producida en Ecuador.

La producción de dramatizados de ficción tiene una larga data en la televisión ecuatoriana. Sin ubicarse en los niveles de excelencia de las producciones punteros de América Latina (Brasil, Colombia y Argentina), se logró un aceptable nivel de calidad y diversidad en las producciones de las décadas que van desde los años 80 del pasado siglo hasta inicios del 2000. Como consecuencia de la crisis financiera de finales de los 90, que llegó a su punto más relevante con el llamado 'feriado bancario' de 1999, la producción nacional, y especialmente de programas dramáticos, empezó a decaer; particularmente por sus altos costos. Comenzó entonces la televisión a optar por los programas 'enlatados' de producción extranjera, así como por formato más

populistas en busca de ganar rating. Según el director creativo Darwin Robles en entrevista al diario Expreso: "(...) la televisión ecuatoriana se acostumbró a apostar por lo seguro y con un bajo presupuesto" (San Miguel, 2017). Como resultado de estos cambios se produjo un considerable descenso en el volumen y calidad de la ficción televisiva de producción nacional y consecuentemente, un aumento visible de programas que respondían a formatos importados como telerrealidad y prensa rosa o como se le conoce localmente 'de farándula'³.

Con la aparición de la Ley Orgánica de Comunicación, publicada en el Registro Oficial No. 22 del 25 de junio del 2013, se introduce un importante cambio en el panorama de la programación televisiva ecuatoriana. Dicha ley estipula que los canales deben dedicar al menos el 60% de su programación debe estar cubierto por producción nacional, (Méndez, 2013) por lo que se esperaba que los canales se hicieran cargo de cubrir con producción propia estos espacios de programación.

Ante esta nueva situación, los canales se ven obligados a replantear sus estrategias de producción y apostar por diversificar y ampliar sus ofertas de programas propios. Entretanto el factor rating, no contemplado en la ley pero de indudable peso comercial, gravitará sobre los productores. Se empiezan a buscar fórmulas de amplio consumo y como consecuencia de ello a los ya existentes programas de tele realidad y de farándula se suma la producción dramatizada. Estos productos tratan de cumplir con las exigencias que plantean los perfiles de audiencia de los canales y las demandas del mercado. El portal Ecuador Inmediato, citando el Anuario 2013 del Observatorio Iberoamericano de Ficción televisiva (Obitel), en su informe referido a Argentina, Ecuador y Colombia:

Las condiciones de realización de ficción televisiva en los tres países mencionados tienen como puntos de encuentro, por un lado, el crecimiento de la clase

³ El concepto 'prensa del corazón', ampliamente usado en otros países de habla hispana no es frecuente en el Ecuador donde, como se explica se usan las denominaciones de 'prensa rosa', 'programas de farándula' o 'noticieros de farándula'.

media que otrora no estaba visibilizada en los medios de comunicación; y por otro, la predominancia de los canales de carácter privado. (Ecuador Inmediato, 2013)

En el mismo documento se cita que los canales con producciones televisivas con mayor rating en el Ecuador son Ecuavisa y TC Televisión, productores de las dos ficciones televisivas objeto de análisis en este trabajo.

“Tres familias” (Ecuavisa) y “Los hijos de Don Juan” (TC Televisión), son catalogados dentro en un subgénero al que los medios locales denominan “telenovela cómica”. Estos productos están marcados por un tono costumbrista tanto en las situaciones como el diseño de los personajes, que generalmente resultan representaciones arquetípicas de la población guayaquileña. Las posibilidades de este subgénero se evidenciaron en el año 2007 con el estreno el 23 de octubre de ‘La telenovela del Cholito’. Este proyecto que proponía que el género predominante fuese la comedia y alcanzó altos niveles de audiencia (comenzó con 25,2 puntos de rating, alcanzando casi los 40 puntos), llegando además a un espectro de público que abarcó espectadores de casi todos los niveles socio económicos. Esta telenovela explotaba estereotipos de carácter étnico y social, como el cholo guayaquileño.⁴ Asumía además una historia de superación personal, basada en los modelos aspiracionales de las clases populares: José (Pepe) Chalén⁵, un joven mestizo de clase popular logra estudiar periodismo y una vez graduado entra a trabajar en el canal ‘Imagen Tv’, donde se enamora de la hija del dueño, joven blanca y de clase alta. Quedaban así combinados en un mismo producto dos elementos claves de la fórmula del rating: la telenovela y la comedia. Puede entenderse que esta experiencia abrió el campo para que la ‘telenovela cómica’ se convirtiera en el principal producto de ficción seriada de la televisión ecuatoriana, con la consecuente exposición (y explotación) mediática de los elementos lingüísticos y simbólicos de la identidad cultural popular y sus estereotipos.

⁴ En Ecuador se utiliza el concepto ‘cholo’ para referirse a los mestizos, particularmente los poseedores de rasgos indígenas.

⁵ Apellidos como Chalén, Chiluiza, Guale y otros son el resultado de la castellanización de nombres de origen quichua, muy comunes en la población mestiza.

Como ya se dijo los casos de estudio en esta investigación serán las ‘telenovelas cómicas’ que en el momento de la redacción de esta investigación se encuentran en la programación de los dos canales de mayor audiencia en Ecuador: Ecuavisa (3 familias) y TC Televisión (Los hijos de Don Juan). Se puede considerar que, dada la popularidad y alcance de estos programas, los estereotipos de género manejados en sus contenidos pueden tener una amplia recepción y aceptación entre el grupo objetivo a estudiar y que, dependiendo del nivel socioeconómico de estos receptores puedan o no estar mediados por otros consumos culturales del mismo corte.

Para investigar la presencia y proyección de los estereotipos de masculinidad en las dos telenovelas tomadas como caso de estudio, se tomarán como unidades de análisis los personajes. Esta decisión metodológica está basada en la revisión que hace Patrice Pavis (1998) del concepto de personaje. Dicho autor, analizando diversas perspectivas que van desde Aristóteles en su ‘Arte Poética’ hasta autores más recientes como Propp, Greimas o Barthes, nos permite establecer dos premisas, inferibles de su texto y que pueden sustentar esta propuesta:

- El personaje es un agente de la acción dramática, cuya función esencial es desarrollar un *carácter* que permita mostrar los diferentes estadios de la fábula narrativa.
- Los grados de realidad del personaje pueden agruparse en una escala ascendente que va de lo general (actante) hasta lo particular (el personaje en sí mismo). Uno de los primeros grados de realidad que se le reconocen al personaje es el del estereotipo, por tanto todo personaje responde en algún momento de su concepción a una imagen estereotípica.

De tal modo se tratará de clasificarlos de acuerdo a categorías simbólicas, que permitan establecer el carácter del personaje y según los estereotipos estudiados en la primera etapa de la investigación.

Por último se busca caracterizar los recursos narrativos y/o simbólicos usados para proyectar la imagen de masculinidad en estos programas. Para ello se emplearán técnicas de análisis textual, especialmente el modelo actancial de Greimas-Ubersfeld.

Anne Ubersfeld (1977) adapta el modelo actancial de Greimas, permutando las posiciones del sujeto y el objeto para, como señala Pavis (1998) convertir al sujeto en una categoría directamente manipulada por el eje destinador-destinatario.

La variante del modelo de Ubersfeld es más aplicable a los textos con base en la acción dramática, en la cual el objetivo (objeto) es un componente esencial, porque estas historias giran en torno al accionar de un personaje en función del objetivo trazado. De cierta manera este análisis se apoya en las acciones concretas del sujeto, entonces la relación sujeto-objeto se potencia por encima de la autonomía del sujeto. Si nos planteamos como acciones concretas construir y/o proyectar la masculinidad, entonces el modelo actancial se convierte en una eficiente herramienta para analizar textualmente los productos mediáticos.

Metodología

Al igual que en la primera etapa de la investigación la metodología de investigación se estructura a partir de objetivos generales que son asociados a preguntas de investigación, tal como se muestra en la tabla que sigue:

Objetivo general de la investigación	Preguntas de investigación asociadas	Objeto de estudio	Herramienta o técnica de investigación	Campo de estudio
Reconocer la presencia de los estereotipos de masculinidad en los productos de ficción televisiva, casos de estudio	¿Qué estereotipos de masculinidad estudiados en la primera etapa están presentes en el discurso de los programas caso?	Estereotipos de masculinidad en los programas de televisión caso de estudio	Análisis de contenido	Telenovelas: 'Tres familias' y 'Los hijos de Don Juan'
	¿Cuáles son los personajes a los que se asocian estos estereotipos?			
Examinar los recursos que sirven para proyectar los componentes de masculinidad en los programas caso de estudio	¿Cuáles son las propuestas conceptuales sobre la masculinidad en los programas?	Imaginarios sobre masculinidad en los personajes de la ficción	Análisis textual	Telenovelas: 'Tres familias' y 'Los hijos de Don Juan'
	¿Cuáles son los recursos para la proyección de la masculinidad en los programas	Recursos narrativos y simbólicos usados para presentar los estereotipos de masculinidad	Análisis textual/ Análisis actancial	

TABLA # 8 : Metodología de investigación. Segunda etapa

Implementación

Como se explicó previamente, en la discusión de resultados de la primera etapa, en la fase descriptiva de la misma se incluyó una pregunta en la que se solicitaba a los participantes elegir los personajes que les parecían más y menos representativos del ideal de masculinidad guayaquileña. A partir de esas respuestas se estructuraron los análisis que se realizarán en esta segunda etapa y posteriormente en la tercera.

Se escogen para el análisis cuatro personajes de cada una de las series, esta selección atiende a criterios de índole formal como:

- Centralidad a la fábula narrativa: el rango de protagonismo del personaje con respecto a la historia lo convierte en impulsor de la acción y progresión dramáticas.
- Frecuencia de imagen: Se mide la cantidad de veces en que el personaje aparece como parte de las escenas y la frecuencia en que se le coloca en primer plano visual.

Los valores de medición de frecuencia usan el criterio del 'mes tipo', en el que se escoge un período aleatorio de cuatro semanas calendario y se valoran las emisiones transmitidas en el mismo. Para este estudio se usaron las transmisiones del 26 de julio al 23 de agosto de 2016.

Una vez seleccionados los personajes se realizará el análisis de contenido del discurso dramático del que son portadores.

La primera acción será asociarlo con el o los estereotipos de masculinidad estudiados que los representen. Se considera en cada caso la existencia de un estereotipo prevalente y su combinación con uno o más estereotipos no prevalentes. Como ya se dijo en la introducción a esta parte de la investigación, se considera, de acuerdo al modelo de complejidad del personaje propuesto por Pavis (1998), que el estereotipo es una de las categorías bases en la constitución del personaje.

En el segundo acercamiento a los personajes podríamos agruparlos en cuatro categorías simbólicas. Estas categorías responden a la primera de las dos premisas mencionadas en la introducción y resultantes del análisis de la recopilación del propio Pavis (1998) de las diversas posturas teóricas sobre la construcción y configuración del personaje. El objetivo de esta categorización es tratar de establecer el carácter del personaje dentro de la estructura narrativa. Las cuatro categorías propuestas son:

- El **pater familias**: Ejerce el rol de líder sobre un núcleo de personajes agrupados en torno a él. Este grupo puede ser estrictamente familiar, familiar extendido⁶ o un grupo diverso, unificado por lazos de relación interpersonal que lo hacen funcionar como una familia. Complementa el rol de líder con otros como mentor, proveedor, protector, administrador y salvaguarda. Su posición en la estructura narrativa es protagonista, pues por lo general direcciona la acción dramática.
- El **enemigo**: Su peso dramático suele ser equiparable al del pater familias, aunque su posición en la estructura narrativa es generalmente antagonista, presentando los obstáculos a la acción principal y generando así el conflicto. También suele ser líder de un grupo que está subordinado a él por lazos generalmente de lealtad, dependencia o servidumbre más que familiares
- El **heredero**: Generalmente asociado al pater familias, desde una posición subalterna y ligado a este por un nexo consanguíneo, afectivo o de lealtad. Esto lo convierte en beneficiario de los roles

⁶ Entendemos por grupo familiar extendido una formación, bastante común en la dramaturgia televisiva, que suele ampliar la familia con otros personajes unidos al grupo central por nexos de amistad, servidumbre, etc.

complementarios del pater familias, convirtiendo al heredero en discípulo, protegido y, ocasionalmente, mantenido.⁷

- El **marginado**: Es el personaje que por su accionar, conducta o historia personal es visto con recelo por el grupo al que debería pertenecer, al punto de llegar al rechazo o la exclusión. Esta situación generalmente es compensada; siempre que el discurso dramático o la simpatía del personaje lo haga merecedor de redención, por la acción directa de un **pater familias**, que lo acoge y protege; imponiéndose a la visión grupal para terminar integrándolo en su entorno narrativo.

Finalmente se realizará el análisis actancial de los personajes de acuerdo al modelo Greimas-Ubersfeld. Como factor común a cada uno se toma como valor de la categoría analítica objeto 'proyectar la masculinidad'. Esta asociación se basa en el principio expuesto por Buttler (2007) quien propone que el género (y consecuentemente la masculinidad) tiene un carácter performativo, por lo que colocar la necesidad de proyectar la masculinidad hacia los demás como objetivo del personaje; puede brindar una información más detallada de los constructos de esta representación. De esta manera podemos encontrar cuáles son los elementos que se asocian más o menos a la masculinidad según la lectura social del performance de los individuos.

Resulta pertinente analizar las diferentes configuraciones en el modelo, pues serán de carácter común al análisis de todos los personajes:

- El primer foco del análisis es el eje Sujeto – Objeto. El personaje es el sujeto de la acción, partiendo de la premisa que el personaje es el agente de la acción narrativa y dramática del texto. Por otra parte ubicar la proyección de la masculinidad como objetivo del personaje, es consistente con el estudio que se propone, pues

⁷ Denominación para aquellos que viven a expensas de otros, generalmente padres o familiares cercanos.

direcciona el análisis hacia establecer los diferentes constructos de masculinidad en la obra de ficción televisiva planteada como referencia.

- Se ubica al personaje como el destinador de la acción. Esto responde al criterio ya establecido por el propio Greimas (1966) el destinador es la fuerza externa o interna que mueve al sujeto a la acción. Por tanto podemos considerar que el propio personaje se exija a sí mismo el mostrar su masculinidad como un objetivo de vida trascendental.
- En cuanto al destinatario existían dos posibles opciones: el propio personaje (en un ejercicio, quizás un tanto introspectivo, de auto reafirmación de la masculinidad) o la variante escogida: el medio familiar y social. Esta selección, responde al hecho de que la telenovela como género dramático audiovisual prioriza el conflicto externo en su modelo narrativo, lo que permite mediar el mensaje de manera más diáfana con los espectadores.
- Por otra parte el carácter performativo de la masculinidad Buttler (2007), antes mencionado, hace pensar que un conjunto de recursos: acciones físicas, relaciones proxémicas, lenguajes verbales y extra verbales, etc.; son contributivos a la representación u ostentación⁸ social de la masculinidad, por lo que estos serán considerados en la función de ayudantes en el modelo.
- En el lugar del oponente se colocarán las fuentes de conflicto directo con la afirmación de la masculinidad. Se trata del conjunto de acciones, relaciones o cualidades que desde el punto de vista interno o externo impiden que el personaje sea percibido en forma absoluta como un modelo de masculinidad.

⁸ El concepto es usado acá en función de un componente de la representación. Véase marco teórico

En función de hacer más eficiente el análisis de los casos y la discusión de los resultados se exponen a continuación por cada programa de forma particular.

Discusión de resultados. Caso # 1: Tres familias

Canal: Ecuavisa

Género televisivo: Telenovela

Género dramático: Comedia

Frecuencia de transmisión: Diaria. Lunes a Viernes. 20.45h.

Historia y guión original: Cristián Cortez & Eddie González

Director general: Marcos Espín



Fuente: Ecuavisa

La primera temporada de '3 familias' se comenzó a transmitir el 31 de marzo de 2014, en su primera temporada se presentaba como una serie de comedia. A partir de la segunda temporada cambia al modelo de telenovela, incorporándola al subgénero de 'telenovela cómica'⁹, desde el 4 de abril de 2016.

La propuesta narrativa se centra en tres familias guayaquileñas, solo en la tercera temporada se incorpora una familia proveniente de la región geocultural Sierra. Cada una de estas familias representa un estrato socioeconómico diferente, cada una de ellas ubicada en un espacio urbano diferente. Las tres familias son:

- Tomalá - Cabezas, nivel socioeconómico bajo, vivienda en una zona popular de la ciudad y escasos recursos económicos. La supervivencia de esta familia está determinada por lo que ambos miembros de la pareja

⁹ Revisar en el marco teórico las diferencias entre serie y telenovela, así como los principios dramáticos de la telenovela cómica

central logran mediante trabajos eventuales, popularmente conocidos como cachuelos.

- Vaca - Galindo, de nivel socio económico medio y vida moderada. Un abogado de bajo perfil que sueña con una carrera exitosa y una esposa que sueña con un nivel de vida que no puede sostener. Los intentos del esposo por ahorrar, encuentran su conflicto con el hábito de gasto irresponsable de su esposa.
- Plaza - Lagos, de nivel socio económico alto. Un matrimonio de profesionales donde él se encarga de mantener a la familia con su desempeño como exitoso hombre de negocios, mientras la esposa no ejerce a pesar de tener dos títulos universitarios. Viven en una zona residencial de alto perfil y casi nunca sus problemas tienen que ver con lo económico.

Durante la primera temporada se producían situaciones que involucraban a las tres familias, a partir de la segunda sus historias en continuidad se mezclaban. Incluso, en un recurso dramático característico de la telenovela, se produce un romance entre el miembro más joven de la familia de nivel socio económico bajo y la hija de la familia de nivel socioeconómico alto.

Para comprender los constructos sobre la masculinidad presentes en la telenovela es pertinente, como ya se planteó en la introducción analizar a los protagonistas, complementándolo con el análisis de otros personajes importantes en el discurso de la narración audiovisual.

1.1 Los *pater familias* (o la negación de ellos)

Genaro Tomalá:

Es el líder de la familia de nivel socioeconómico bajo. Esta posición lo ubica como uno de los protagonistas absolutos de la telenovela. En cuanto al formato narrativo su media de frecuencia de repetición es:

	<i>Media diaria (1 episodio)</i>	<i>Frecuencia mensual total (20 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	24	44
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	19	416
<i>Frecuencia total de repetición</i>	43	856

Genaro Tomalá es un hombre humilde y sencillo, que vive de “arrimado”¹⁰ en la casa de su suegra ubicada en un popular sector de Guayaquil. Lucha para mantener a flote a su familia. Se ingenia conseguir trabajos temporales (‘cachuelos’, en el lenguaje popular) que no siempre terminan resultando en bien para él.



Asociar al personaje de Genaro con los estereotipos estudiados en la primera parte de la investigación presenta un cierto grado de dificultad, pues podría considerarse que responde a tres de los estereotipos dominantes estudiados: ‘macho man’, ‘sabido’ y ‘sabroso’. Se requiere entonces analizar las características de cada uno de ellos presentes en la construcción del personaje

¹⁰ Se dice localmente de quien vive en la casa de algún familiar cercano

para realizar una asociación lo más consistente posible con el contenido mostrado.

Con el estereotipo denominado 'macho man', hay un punto en común: el interés del personaje por temas que el entorno considera inherentes a la masculinidad como el fútbol o la cerveza pero la preocupación constante de Genaro por su familia y el modo en que se involucra emocionalmente en la formación de su hijo, lo aparta del modelo más estructurado de este estereotipo.

En cuanto al 'sabido' podemos considerar que la habilidad manifiesta del personaje por encontrar posibilidades de ganar algo de dinero para el sustento de la familia, aunque para ello deba 'estirar' los límites de la legalidad, lo conectan de manera peculiar con este estereotipo. "Con estos globos vamos a hacer dinero", le asegura el personaje a su esposa cuando intenta organizar una venta ambulante de globos de agua durante la fiesta de carnaval. Así mismo aprovecha un viaje a la playa para trabajar de mesero en un club privado. Cada uno de estos intentos termina generando algún conflicto que el personaje debe resolver mediante una peripecia que casi siempre combina la chispa del pensamiento cotidiano con el gracejo popular.

Es justamente ese elemento del uso de lenguaje verbal y extra verbal, el elemento más destacable del personaje de Genaro y que permite asociarlo al estereotipo popularmente denominado 'sabroso'. Los vocablos y expresiones usados para comunicarse con sus pares son un claro ejemplo de la forma de hablar más popular de Guayaquil. Es importante aclarar que estas expresiones no se circunscriben a los estratos de nivel socio económico bajo, aunque tienen sus orígenes en estos, llegando a constituir apropiaciones en el léxico de las clases media y media alta. Sin embargo su uso reiterado por el personaje Genaro Tomalá es un claro signo de construcción de la identidad dramática del mismo.

Frases como: "estoy es chiro" son una buena muestra de lo antes planteado, pues encierra en sí misma varios elementos interesantes del lenguaje

popular. Por una parte la palabra 'chiro' para referirse a que el individuo no tiene dinero es un ejemplo de adjetivos de uso popular, otro ejemplo es el uso del adjetivo 'arrecho' que tiene una gran polisemia en lenguaje popular: malhumorado o enfadado, en animo de pelea, harto (de algo o alguien) o incluso sexualmente deseoso. Por otra parte la utilización de la conjugación del verbo ser en tercera persona (es) entre el verbo estar en primera persona y el adjetivo o el complemento gramatical, es muy típica del habla popular guayaquileña y está incorporada al personaje en frases como: "estoy es cansado" o "estoy es con hambre"

Una frase particular lo distingue y es la pregunta ¿Queé te pasoó? Esta frase pronunciada alargando las vocales y distinguiendo las sílabas tónicas con un alza hacia el registro agudo, se ajusta mucho a lo que tradicionalmente se conoce como el 'hablar cantado' del costeño y que resulta de gran arraigo popular en Guayaquil.

Por otra parte la imagen del personaje refuerza este discurso verbal. Genaro combina camisas estampadas o camisetas con gorras de colores generalmente chillones y la visera hacia atrás. Usa unos infaltables zapatos Kit, una marca de zapatos de lona muy baratos y por ende asequibles en los estratos poblacionales de más bajos ingresos. Genaro combina sus Kit con toda la ropa e incluso en alguna ocasión los usó con un saco sin corbata para asistir a una boda.



Zapatos Kit. Fuente: Internet

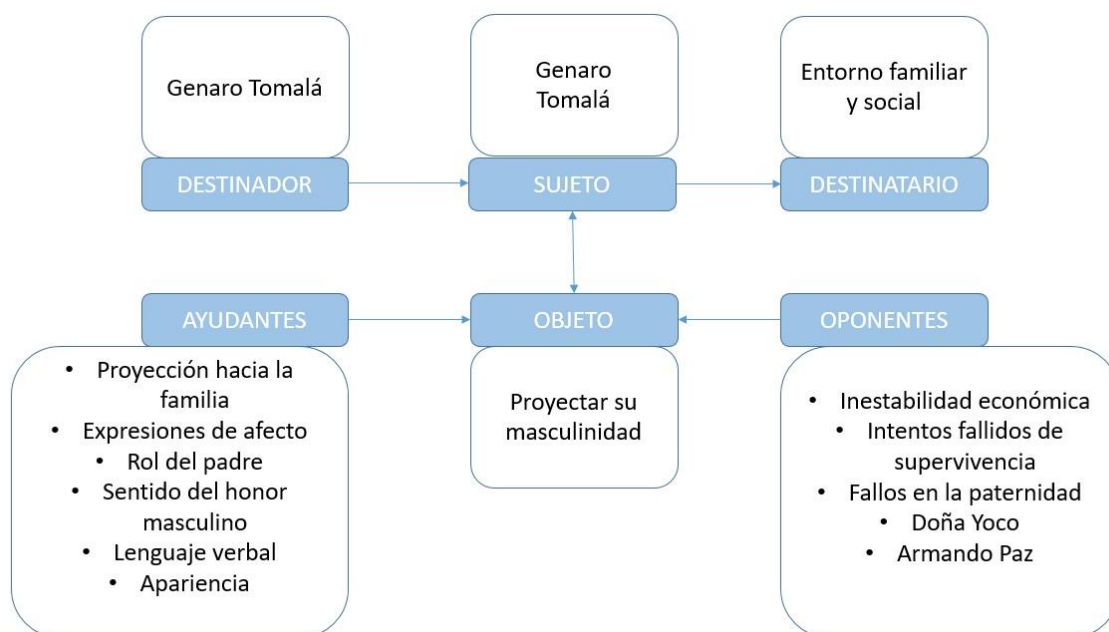
Los elementos antes mencionados permiten inferir que el estereotipo prevalente en el personaje de Genaro es el 'sabroso', teniendo al 'sabido' como estereotipo subordinado.

Ubicar a Genaro dentro del sistema de categorías de personaje propuesto para el estudio, nos lleva a colocarlo inmediatamente como **pater familias**.

Dentro de la estructura dramática es el cabeza de una de las tres familias protagonistas y, aunque no tiene una casa propia (vive con la suegra), mantiene una posición de liderazgo. Es el hombre de la casa por tanto el proveedor encargado de solventar las necesidades básicas. Es así mismo el protector de su mujer e hijo, incluso de la suegra pese al aparente rechazo que esta le muestra en algunos momentos. Otro rol importante es el del mentor, que asume sobre su hijo, pues como el mismo personaje dice en algún momento: “cuando yo no esté, tú eres el hombre de la casa”, lo que permite inferir que parte de su propósito va encaminado a crear en su hijo un modelo de hombre a su imagen.

Por último se usará el modelo actancial para analizar los constructos dramáticos usados por los autores para proyectar la imagen de masculinidad del personaje. Usando las premisas que se definieron con anterioridad, encontramos que al ubicar al personaje como destinador y sujeto de la acción, predefiniendo así mismo al entorno social y familiar como destinatario y el hecho de proyectar la masculinidad como objetivo (objeto) fundamental, los valores de los ayudantes y oponentes adquieren un peso de vital importancia en la construcción dramática.

El modelo entonces se comporta de esta manera:



El primer elemento considerado como ayudante es la proyección del personaje hacia la familia. El bienestar es la meta para los suyos y para sí mismo: “Si yo estoy bien y tú estás bien, todos estamos bien”, repite una y otra vez. El primero de los roles que asume Genaro Tomalá en ese sentido es el de esposo. Los autores de la ficción presentan a un hombre tierno, aunque machista, que si bien considera tener una posición dominante en la relación no descarta valores de afecto y lealtad hacia su esposa. Usa generalmente diminutivos afectuosos para hablar con ella como: “mamita, mami, negrita” e incluso en uno de los momentos más tensos de la relación, ante una posible infidelidad, el personaje confiesa con sinceridad absoluta: “Yo la respeto mucho mijita”. Esta expresión resume en cierta manera una idea bastante extendida en los sectores populares sobre el rol masculino en las relaciones de pareja y que es enunciada como “la mujer es de la casa y el hombre de la calle pero a la ‘ñora’¹¹ se le respeta”.

Otro de los factores claves como ayudantes del personaje en el propósito dramático de mostrar la masculinidad es el rol del padre. Según el guión, Genaro conoce a su hijo Gregory cuando este regresa de España, donde vivía con su

¹¹ Derivación popular de señora. Vocablo usado para connotar a una mujer en función de liderazgo, bien sea familiar, laboral o social. La ‘ñora’ siempre es respetada por la posición que ocupa o por la o las labores en beneficio de su entorno inmediato.

madre como emigrante, teniendo ya unos veinte años. Se inicia un proceso en el cual el padre debe preparar a su hijo para el nuevo medio en que le toca vivir y al mismo tiempo se establece la oportunidad de construir un legado a través de él.

La relación manera en que el personaje se relaciona con su hijo es un claro indicador del rol paterno, principalmente dirigido hacia servir de ejemplo para constituirse en un hombre cabal, acorde a los principios de masculinidad que estos personajes portan y defienden. Hablamos de una relación signada esencialmente por el afecto, aunque a veces puede acudir a reacciones más cercanas a la expresión física del poder: “No hagas que te meta una cachetada¹²”, dice en algún momento el padre a su hijo. La convivencia hace que la enseñanza no sea solo verbal o responda a un propósito dirigido, el padre intenta que su proceder se convierta en un paradigma para su hijo, como enseñarle el respeto desde el modo en que se comporta con su esposa frente al hijo, o haciendo que este la reconozca a ella como madre adoptiva. Hay en todo esto, como ya se dijo, un claro interés por construir un legado material y simbólico: “Gregory, te haces cargo de la casa”

Hay además un sentido del honor masculino que es exhibido en espacios de socialización, en los cuáles de manera particular se hace énfasis en las virtudes asociadas a la condición masculina. Valores que por lo general van desde la sagacidad propia del hombre para descubrir las oportunidades, independientemente del carácter de estas (negocios, románticas, etc) o por otra parte valores asociados a la idea de caballerosidad que generalmente se relaciona con los valores tradicionales de la hombría. Las frases: “Un Tomalá, donde pone el ojo pone la bala” o “Un hombre nunca le alza la mano a una mujer, peor un Tomalá”, que pueden ser asociadas con una y otra situación respectivamente, nos muestran además la presencia de un valor inmaterial de gran peso simbólico en el discurso de la masculinidad: el apellido. Este resume

¹² Bofetada

la herencia recibida del padre y habla del legado que el hombre deja a sus sucesores.

Por último la imagen de Genaro Tomalá, aunque un tanto estrafalaria, es parte de los reafirmantes de la masculinidad en su entorno. Los colores estridentes en la ropa, la gorra invertida e incluso el hecho de usar camisetas concebidas para mostrar músculos, aunque el personaje mismo no los tenga, son recursos discursivos de la masculinidad popular.

En el plano opuesto están los oponentes. En esta posición se colocan los actantes que establecen los conflictos externos e internos, al presentar obstáculos al sujeto en la consecución de su objetivo.

El primer elemento en contra de la proyección u ostentación de la masculinidad por parte de Genaro es la inestabilidad económica resultante de no tener un trabajo fijo. Esta condición hace que por momentos falle en una de las funciones socialmente asignadas al hombre, la de proveedor. Por otra parte ciertos intentos fallidos de conseguir un medio de sustento permanente (como emprendimientos o trabajo asalariado e incluso emigrar a España) refuerzan una impresión de fracaso que no solo vulnera la imagen que el personaje tiene de sí mismo, también genera en su entorno inmediato un cuestionamiento inherente.

En este punto hay un importante oponente, fuente de conflicto externo al personaje: Gioconda o Doña Yoco, la suegra. Esta mujer, que 'crió sola' a su hija se siente traicionada por este hombre que no ha sabido darle la vida que ella merece. Hay un importante elemento aspiracional en la concepción popular de la masculinidad. Toda madre espera que su hija se una a un hombre que pueda satisfacer sus necesidades, que van desde el sustento diario hasta pequeños lujos, pensados desde los imaginarios de los personajes sobre 'vivir bien'. Entonces, si el compañero de su hija no cumple con esto se presenta un conflicto importante. La frase: "Yo no crié a mi hija para esto", martilla eventualmente sobre el personaje de Genaro, exponiendo sus fallas en el acto de constituirse como el hombre que se espera socialmente.

El otro elemento importante que plantea un conflicto al personaje de Genaro son los posibles fallos en convertirse en modelo de paternidad consumada. En primera instancia tenemos a un hijo que no conoce hasta cierta edad, porque la madre emigró a España cuando la crisis del 99, llevándolo con ella. El joven regresa con el propósito de conocer al padre y este considera una señal de la posibilidad de reparar las relaciones paterno filiales. Pero la ausencia genera un serio problema de desconocimiento mutuo, agravado por las diferencias culturales del entorno en que creció el hijo.

Otro elemento a considerar es la aparición de un oponente externo: Armando Paz, el gran antagonista que 'lleva al joven Gregory por el mal camino'. Este personaje un delincuente y trepador totalmente al margen de la ley, le ofrece al joven el camino fácil para obtener dinero, camino que lo lleva a la cárcel y a que traten de asesinarlo. El padre sufre las consecuencias emocionales de todos estos problemas y se enfoca en sacar a su hijo de ese mundo y las dificultades que le genera.

"Yo sé que no he sido un buen padre" reconoce Genaro en algún momento, estableciendo que ese fallo en la paternidad es, de cierta manera, también un fallo en el preconcepto de hombría al que el personaje desea atenerse.

Carlos Vaca:

El jefe de una familia de clase media . Abogado de profesión, aunque no exitoso, se ve obligado a endeudarse constantemente para complacer las exigencias de su esposa.

Como cabeza de una de las tres familias que protagonizan la serie el personaje tiene condición de protagonista en la estructura narrativa, aunque en su caso el protagonismo está por debajo del personaje de la esposa.

La media de frecuencia de repetición, se da de la siguiente forma:

	<i>Media diaria</i> <i>(1 episodio)</i>	<i>Frecuencia</i> <i>mensual total</i> <i>(20 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	19	368
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	14	298
<i>Frecuencia total de repetición</i>	33	666

El éxito profesional parece huir de la presencia de Carlos Vaca. Por una parte se le caracteriza como un irresponsable, pero este rasgo es matizado por las constantes exigencias de su esposa. El personaje está marcado por una constante búsqueda de trabajo, esencialmente presionado por la necesidad de reafirmarse como proveedor en la casa. Sus constantes quejas por la falta de dinero son compensadas por ciertas expresiones que dejan inferir su idea de superioridad sobre otros personajes, superioridad que él cree le es conferida por su formación académica.



Fuente: Ecuavisa

En el personaje de Carlos Vaca coinciden varias características estereotípicas que lo hacen sujeto de peculiar interés al momento de estudiar su construcción dramática. Por una parte la búsqueda constante de ventajas al acceder a fuentes de ingresos, por medio de trabajo o negocios, en las que siempre trata de imponerse por medio del uso del lenguaje verbal, enmascarando con argucias pequeñas trampas. Aunque debe aclararse que en la concepción de los guionistas los móviles del personaje son de supervivencia, nunca es su propósito la maldad.

Hay un detalle a resaltar en los códigos lingüísticos de Carlos Vaca y es el uso de vocablos que buscan minimizar a su interlocutor como: muchacho, muchacha, novato; con los que busca dejar la sensación que el otro aún tiene mucho que aprender y de esta forma solventar su propia imagen de fracaso personal. Carlos Vaca es un labioso¹³ de verbo fácil y poco resultado, si de medir logros se trata. Un buen ejemplo de ello dentro de la fábula narrativa es el momento en que convence a todos que ha conseguido trabajo en un 'buffet' de abogados, pero en la realidad trabaja en un restaurante buffet.

Todos los elementos antes mencionados permiten asociar al personaje con el estereotipo popularmente conocido como 'sabido'. Pero la inclusión de ciertos elementos lingüísticos en el discurso, propios del lenguaje popular, muestran ciertos acercamientos en la construcción del personaje al estereotipo conocido como 'sabroso', uno de cuyos rasgos distintivos es el uso del gracejo popular. Probablemente en este sentido el uso de las frases: "no hay billullo", "sí hay billullo", sean las más relevantes. El término 'billullo' refiere al dinero, además del uso del adverbio de afirmación 'sí', antes la conjugación verbal 'hay' es de uso muy extendido en el lenguaje popular, aunque la segunda implica la primera, por lo que no es necesaria. El uso de apodos para dirigirse a otros personajes como el uso de 'pulga' para la empleada de la casa, además de otros modismos de uso popular reflejan una cierta identificación, casi aspiracional con el estereotipo del sabroso.

Sin embargo hay en el comportamiento del personaje una filiación mucho más profunda y permanente con un tercer estereotipo: 'el mandarina'. Este estereotipo usa el nombre de la fruta para referirse al hombre que es sometido a la voluntad de su mujer. En el caso del personaje en cuestión los indicadores que llevan a ubicarlo en este estereotipo. Por un lado el contrapunto visual que se establece desde el paradigma físico: Carlos es un hombre cuya imagen física está bastante cercana a la normalidad, miope, vestido casi siempre al modo semi formal de un empleado de oficina, esta imagen contrasta con la exuberancia de

¹³ Se dice de quien posee labia, en el entorno popular se entiende como una capacidad de hilvanar un discurso para convencer de alguna cosa o propósito.

su esposa, quien resalta sus atributos con ropa ceñida, maquillaje y una imagen muy 'construida'. Las exigencias de la esposa, llevan a Carlos a una búsqueda constante de fuentes de ingresos para "darle la vida que merece". Estas exigencias han llegado al punto de negarle sexo. Finalmente la esposa consigue, gracias a su imagen, un trabajo de vendedora de autos; consiguiendo de esta manera afianzar su posición dominante sobre su eternamente desempleado marido.

Todos estos elementos nos permiten concluir que en la construcción dramática del personaje Carlos Vaca el estereotipo prevalente es el 'mandarina', culturalmente asociado con la condición de sumisión del personaje a la voluntad de su esposa y la falta de autoridad en el entorno del hogar e incluso en el entorno público. Aunque pueden notarse ciertos rasgos, especialmente lingüísticos, del estereotipo 'sabroso'; estos no resultan suficientes para considerarlo un estereotipo significativo en la construcción del personaje. En cambio muchas de las conductas sociales del personaje permiten establecer el estereotipo del 'sabido' como el estereotipo subordinado en la construcción de los rasgos de caracterización del personaje.

Dentro de la clasificación simbólica propuesta en función de este estudio, el personaje Carlos Vaca podría ubicarse dentro de la categoría denominada '**el marginado**'. De acuerdo a la propuesta formal de esta categoría se aplica a aquellos personajes que el personaje llega a la marginación (más simbólica o emocional que factual) por parte de los otros personajes involucrados en el relato a partir de no cumplir con los roles del **pater familias**.

La configuración del análisis actancial de Carlos Vaca, manteniendo como los elementos constantes ya fijados: el personaje como destinador y obvio sujeto, el entorno social y familiar como destinatario y el objetivo de proyectar su masculinidad, quedaría de esta manera:

Comoquiera que las premisas y resultantes de colocar al personaje como destinador y sujeto, de la misma forma que las categorías de destinatario y

objeto serán similares en todos los personajes y ya fueron explicados en el ejemplo anterior, a partir de este nos centraremos en analizar los ayudantes y oponentes planteados por el discurso dramático al propósito de proyectar la construcción de la masculinidad del personaje.



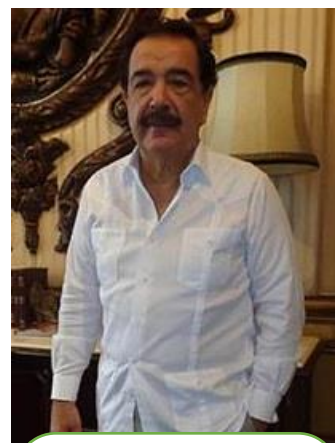
El primer elemento que sirve al personaje Carlos Vaca para afianzar su masculinidad dentro de su entorno es su condición profesional. Ser abogado es una profesión indicativa de éxito en el contexto cultural latinoamericano. Se espera que un abogado sea un individuo bien relacionado, respetado por sus capacidades y por tanto solvente. Aunque el personaje en cuestión no posee ninguno de esos indicadores, suele apelar al ‘ser abogado’ y a la capacidad de desempeño discursivo asociada a la profesión para encubrir su fracaso personal. Su habilidad para enmascarar una situación complicada con las palabras correctas, convierten al uso del lenguaje verbal en otro de sus aliados en el objetivo de proyectar la masculinidad.

A pesar de estas condiciones Carlos Vaca logra, endeudándose hasta límites no permisibles, mantener el status que se espera de un hombre con su profesión. Durante buena parte de la historia su esposa no trabaja y sus gastos están por fuera de su capacidad de pago. El matrimonio mantiene incluso una

empleada doméstica, aunque esta reclama todo el tiempo los pagos atrasados que no le realizan por su trabajo.

Al igual que en todos los casos que analizaremos hay un componente visual importante en la imagen que los individuos proyectan hacia el entorno, recurso tradicional para ostentar la masculinidad. En el caso de Carlos Vaca sus dos opciones son dos: por un lado el vestuario semi formal, pantalón de algodón en color oscuro, camisas de mangas cortas y zapatos de cuero. Esta manera de vestir se identifica con la clase media, empleados privados o públicos de rango medio alto.

En otros momentos la camisa es sustituida por la guayabera. Esta prenda cuyo origen se ubica, casi por consenso, en el Puerto de Mérida en México, pasó luego al Caribe y tuvo en Cuba su mayor productor y promotor. En Latinoamérica es asociada al hombre de poder, dinámico, que elude la formalidad y prioriza la acción. En Guayaquil se identifica con León Febres Cordero y Jaime Nebot (en la ilustración vistiendo la guayabera), ambos políticos: el primero ex presidente de la república y luego alcalde de Guayaquil y el segundo actual alcalde la ciudad; son reconocidos por su actitud extrovertida y discurso confrontacional como modelos del 'macho guayaquileño', resumido en el epíteto: 'madera de guerrero'. Es de suponer entonces que al vestir esta prenda el personaje pretenda identificarse, al menos visualmente, con este imaginario.



Jaime Nebot
Fuente: El Sol de
Manta
Ed. Digital

En cuanto a los oponentes la configuración del modelo revela, en primera instancia las consecuencias del desempleo, la más evidente de todas: la falta de una fuente regular de ingresos que le permitan conseguir el nivel de vida que se espera un hombre pueda dar 'a una mujer como la suya'. En el punto del proveedor, Carlos Vaca no cumple con las expectativas de la masculinidad.

El otro gran oponente del personaje en el propósito de proyectar su masculinidad es su propia esposa. Con sus reiteradas exigencias de un bienestar fuera del alcance de las posibilidades reales de su marido, lo reta constantemente a preguntarse si está o no cumpliendo con el rol de género asignado. Bajo esta suerte de chantaje simbólico, Carlos queda completamente sometido a su esposa, situación agravada por sospechas de infidelidad o el hecho que ella comience a trabajar bajo el argumento que él no es capaz de mantenerla, poniendo en entredicho su construcción de la hombría.

Por último el gran antagonista de la novela Armando Paz, es otro de los oponentes de Carlos Vaca. Lo despide cuando Carlos era su empleado, luego lo persigue logrando que sea despedido de otros trabajos eventuales que consigue. Finalmente ronda una sospecha de infidelidad de su esposa con este personaje, aunque nunca quedará claro si se trata en efecto de una traición o que ella es víctima de un chantaje por parte de Paz.

En cualquier caso el cabeza de la segunda de las tres familias de la telenovela más que ser un personaje construido según los modelos de masculinidad guayaquileña, parece pensado como una suerte de antítesis de lo que culturalmente se espera sea el 'macho guayaco'. Podríamos acercarlo a la idea planteada por Propp (1928), cuando genera la categoría del 'falso héroe' para situar en ella a ese personaje que usurpa momentáneamente el lugar del héroe pero sin tener los elementos de valor para serlo y/o sostenerse en esa posición.

Luis Ernesto Plaza:

El tercer protagonista es el modelo del cabeza de familia de clase alta. Exitoso empresario que vive en una lujosa mansión con una esposa cuya ocupación principal es ser una señora de alta sociedad.

La media de frecuencia de repetición del personaje es:

	<i>Media diaria</i> <i>(1 episodio)</i>	<i>Frecuencia</i> <i>mensual total</i> <i>(20 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	18	316
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	14	287
<i>Frecuencia total de repetición</i>	32	631

Con dinero suficiente para resolver cualquier problema que pueda aquejarle a él o su familia. Debe, en cambio, sobrevivir en medio de las intrigas propias de un mundo empresarial marcado por la competencia desleal, a veces dentro de su círculo más íntimo. Es un empresario exitoso, que tras su regreso a Guayaquil (ha vivido en otro país, dejando atrás un matrimonio fallido y trayendo consigo a su hija), decide formar la compañía Plaza-Paz, con un gran éxito, lo que le permite vivir en una lujosa mansión. Este personaje se incorpora a la serie en la segunda temporada, como nuevo esposo de la viuda Lulú Lagos, cuyo esposo había muerto en la primera temporada con la salida del actor que lo interpretaba.



Fuente: Ecuavisa

Luis Ernesto Plaza es el exponente en la serie del estereotipo popularmente conocido como 'aññado'. Por tanto consideraremos que este es el estereotipo prevalente en el personaje. Esta es la denominación que el

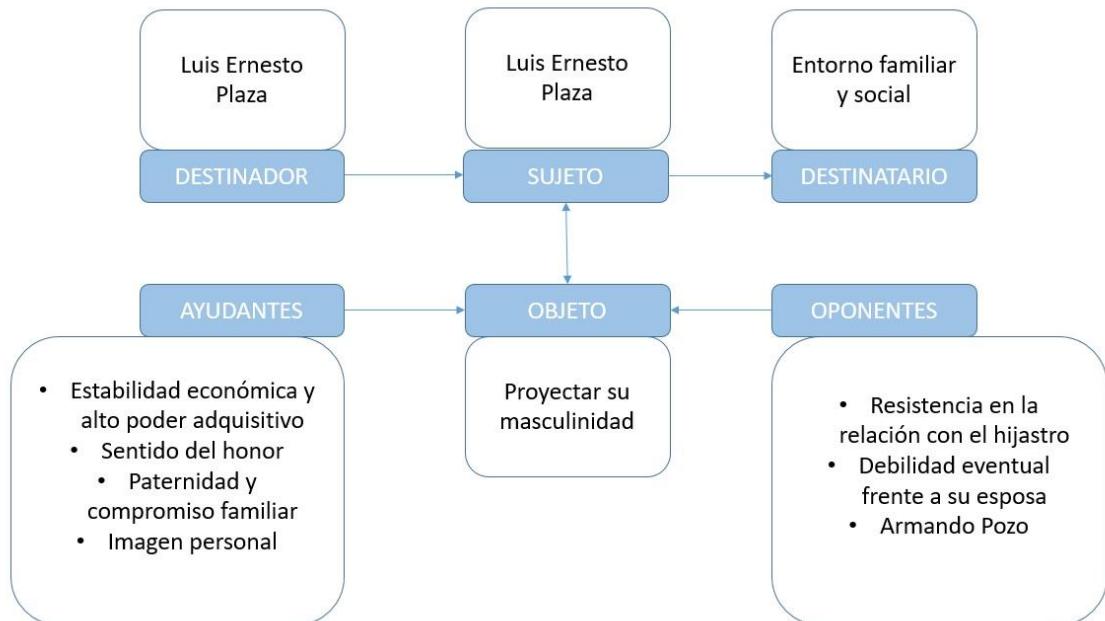
lenguaje cotidiano da a las persona de clase alta. En los últimos años se ha asociado también, aunque por razones esencialmente políticas, la denominación 'pelucón'; aunque esta última con connotaciones peyorativas como parte de un discurso confrontacional promovido por ciertos actores políticos. En cambio el concepto 'aniñado' tiene connotaciones más cotidianas. Córdova (1995) dice que en la región de la Sierra el vocablo 'aniñado' se utiliza para quienes presumen su status social o económico pero que en la Costa es usado para denominar a las personas de clase social alta, de manera general. Los elementos más distintivos son: la ropa de marca, sitio de residencia, lugares que frecuenta y comportamiento social.

Como estereotipo subordinado, puede asociarse con el personaje el denominado 'metrosexual', dado por su imagen siempre impecable y el modo preciso en que combina cada uno de los elementos que viste o utiliza cotidianamente. Todo su aspecto es profusamente cuidado, aunque en algunos momentos deja la compostura.

Un acercamiento al personaje de acuerdo al sistema categorial creado para este estudio permite establecer que Luis Ernesto Plaza, como personaje responde perfectamente a la categoría del **pater familias**. Es un exitoso hombre de negocios, lo que garantiza que pueda mantener a su familia en una estabilidad económica sin sobresaltos. Incluso al divorciarse de su primera esposa se hace cargo de su hija, a la que trae consigo a su nueva familia; al mismo tiempo que acoge al hijo del anterior matrimonio de su esposa. En este sentido los guionistas de la serie establecen un juego al hacer que la esposa (Lulú Lagos) busque un nuevo marido (Luis Ernesto) con el mismo apellido del anterior, por lo que el patronímico familiar se mantiene como Plaza-Lagos.

Resulta interesante destacar que, aunque el personaje es presentado como un hombre de negocios a la caza de oportunidades, siempre se mantiene el elemento ético en su comportamiento, un valor agregado desde la propuesta de los generadores del contenido narrativo. Este comportamiento refuerza el carácter de paradigma propio del **pater familias**.

Analizando el comportamiento del personaje mediante el modelo actancial Greimas – Ubersfeld, encontramos esta configuración:



De los tres personajes masculinos protagonistas de la telenovela, Luis Ernesto Plaza es el único en cuya construcción está presente la estabilidad económica como un componente regular. Esta condición permite que el personaje pueda cumplir con el rol de proveedor familiar sin que ello implique, como en el caso de sus pares, un elemento de incertidumbre o angustia.

Hay en el personaje, como ya se señaló antes, un marcado sentido del honor y conducta ética permanente. Se niega en más de una ocasión a ser parte de negocios sucios, que si bien es cierto le reportarían dinero fácil, lo alejarían de la imagen de hombre intachable que se proyecta de él. El honor es un componente clave de la masculinidad.

Sin embargo es la paternidad el rasgo más sobresaliente del personaje. Luis Ernesto es el centro de la familia. De él dependen su esposa, su hija (de un

matrimonio anterior) y trata de superar la posición de padrastro para convertirse en padre adoptivo del hijo de su actual esposa. Hay en el personaje una voluntad manifiesta de guiar y proteger a todos en la familia, llega a rozar la sobreprotección en el tratamiento con su hija. Con su esposa trata de hacerla 'entrar en razón' con respecto a su desenfrenado nivel de gastos. Sin embargo su relación con una y otra siempre se da desde la ternura y el afecto. El mismo afecto con el que trata de ganarse la confianza de su hijo adoptivo.

Si bien la relación del personaje con todos en su entorno es muy cordial, con las dos mujeres más cercanas es especialmente cariñoso. Emplea diminutivos y un tono especial de voz para dirigirse a ellas. La sensibilidad y la empatía son las fortalezas de su trato familiar e interpersonal. Suma a ello una integridad humana, poco frecuente en un personaje construido desde el modelo del hombre rico y exitoso.

Al mismo tiempo esa empatía puede jugar en su contra. Su debilidad ante ciertos caprichos eventuales de su esposa, o más bien su debilidad para frenar estos caprichos, se pueden entender como uno de sus oponentes al momento de proyectar su masculinidad al entorno familiar y social.

Otro de los elementos que actúa como oponente en el análisis actancial del personaje la resistencia ejercida por el hijastro a aceptarlo. Constantemente busca vulnerar la posición de liderazgo de Ernesto, incluso llega a conspirar para desplazarlo de la dirección de la compañía.

Por último el personaje será víctima, de los manejos de Armando Paz, quien luego de una fallida relación comercial, al no aceptar Ernesto un arreglo comercial deshonesto, tratará de hundirlo y destruir su prestigio. Es quien se une al hijastro para hacerlo caer del puesto de líder que Ernesto había ganado en la empresa, al igual que en su familia.

1.2 El gran enemigo

En la introducción de esta sección del trabajo se refiere que se crearon cuatro categorías simbólicas para agrupar a los personajes: el **pater familias**, el **heredero**, el **enemigo** y el **marginado**. En el análisis de la sección previa, cada uno de los personajes protagonistas tuvo un enemigo en común: Armando Paz. Este personaje es el gran antagonista en la estructura dramática de la telenovela.

Su frecuencia de repetición es la siguiente:

	<i>Media diaria (1 episodio)</i>	<i>Frecuencia mensual total (20 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	11	274
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	15	241
<i>Frecuencia total de repetición</i>	26	515

El personaje está concebido dentro de los cánones que habitualmente maneja el género para el 'villano', por lo que su progresión dramática es bastante estable. Lo interesante para el propósito de este análisis es que si bien, en algún momento, todos los protagonistas e incluso la fuerza policial son sus oponentes; ninguno de ellos actúa modificando o vulnerando su proyección de masculinidad.



Fuente: Ecuavisa

Hay que resaltar en la concepción del personaje de Armando Paz que los escritores de la telenovela hicieron uso de casi todos los recursos dramáticos

¹⁴ Bajo este argumento, obviaremos el análisis actancial del personaje, pues no resultaría en un aporte significativo al estudio.

para construir el personaje del villano. Sus códigos lingüísticos responden más al matón que al del hombre de negocios: “Tendrás que destruir a quien yo mande”, “Ese muchacho tiene que pagar lo que hizo” “Sin plata uno no es nadie”. Eventualmente los textos llegan al más puro estilo folletinesco: “No sabes lo malo que puedo llegar a ser yo” u “Odio el carnaval, odio la navidad”.

Se le describe como el individuo inescrupuloso capaz de hacer lo necesario para lograr sus objetivos. Le propone a Luis Ernesto Plaza un negocio turbio que este rechaza. Luego trata de arruinarlo sin éxito. Finalmente secuestra a su hija porque “debe tener el dinero de ese tipo a toda costa”. Con Carlos Vaca la relación va por el mismo camino al despedirlo primero como abogado de su compañía y luego entorpecer sus intentos de conseguir otros trabajos. Con Genaro Tomalá tenemos el conflicto más relevante, pues el propósito de Armando atenta directamente contra su legado, al tratar de corromper a su hijo para hacerlo parte de sus proyectos criminales.

Como suele pasar dentro de la fórmula dramática de la telenovela, el personaje tiene un castigo. En primera instancia cae preso pero logra salir por una argucia legal y es aquí donde se completa el cuadro de su estereotipo central: en el propósito de venganza. En su idea de cobrar desquite de quienes le llevaron a la cárcel, el personaje no dudará en tomar cualquier acción. Llega incluso a disfrazarse de mujer para colocarse como enfermera o ama de llaves en las casas de sus enemigos. De hecho repite el recurso del travestismo en más de una ocasión y siempre con el propósito de afectar a los otros personajes.

Definitivamente el estereotipo prevalente en el personaje de Armando Paz es el ‘sabido’. Como estereotipo subordinado podría pensarse en el aniñado, pues todo su accionar es parte de su deseo de mantenerse dentro de la clase alta.

Sin embargo es importante resaltar que en su acción dentro de la serie desarrolla una manera muy peculiar de ‘resolver’ sus conflictos con los protagonistas: tratar de hacerles daño a través de dañar a sus mujeres. Intenta

violentar a la esposa de Genaro. Trata de asesinar a la de Carlos y llega incluso a maltratar a la de Luis Ernesto, cuando esta descubre su disfraz de ama de llaves para infiltrarse en su casa. Esto coloca a Armando Paz de lleno en el estereotipo que se denominó maltratador y que fuera clasificado como decadente por los participantes en la primera etapa del estudio. Si bien es cierto el número de escenas no le otorga a dicho estereotipo una alta frecuencia de repetición en la serie, si es interesante que es el único de los no clasificados como dominante con alguna función clave dentro del discurso dramático. Con base en todo lo anterior se decide que el 'maltratador' sea el estereotipo subordinado en este personaje.

1.3 Personajes y estereotipos en cifras

La medición de las frecuencias de repetición de los personajes en una serie puede darnos una perspectiva clara acerca de cuál es la posición que los productores del contenido mantienen hacia cada uno de ellos. Usando nuestros cuatro personajes de referencia, encontramos que en los 19 episodios transmitidos en el mes tipo estudiado:

Episodio	Genaro Tomalá	Carlos Vaca	Luis Ernesto Plaza	Armando Paz
79	109	30	38	16
80	24	27	6	26
81	47	29	29	3
82	52	20	51	5
83	44	50	17	20
84	42	31	18	33
85	31	54	24	0
86	58	42	11	27
87	47	44	19	34
88	42	32	22	25
89	53	51	33	39
89	53	51	33	39
90	26	36	38	44
91	24	15	44	43
92	14	12	35	27
93	21	25	35	25
94	44	11	67	19
95	22	22	46	40
96	38	42	40	21
97	65	42	25	29
Media diaria	43	33	32	26
Total mes	856	666	631	515

Las frecuencias de repetición muestran claramente que de los tres protagonistas la prevalencia narrativa está en el personaje de Genaro Tomalá. De los tres pater familias involucrados en la narración es este el que guía la fábula narrativa. Por otra parte que Carlos Vaca, a pesar de que sus ‘indicadores’ de masculinidad sea el segundo personaje con mayor frecuencia de repetición nos permite establecer que el interés dramático de los productores del contenido de la telenovela está en el énfasis hacia los personajes de corte más popular, lo cuál puede responder a la voluntad de dirigirse a sectores de nivel

socioeconómico bajo, medio bajo y medio que son considerados los mayores consumidores de televisión local. Sin embargo no está de más acotar que esta telenovela, al igual que su predecesora más relevante (La telenovela de El Cholito, de la que se habló en la introducción de este capítulo) goza de aceptación en estratos socioeconómicos que no son habituales consumidores de televisión nacional.

El otro punto de interés son los estereotipos y la frecuencia con la que se ven representados en pantalla. Como ya fue explicado cada uno de los personajes fue asociado con un estereotipo de masculinidad de los que fueron estudiados en la primera etapa de la investigación.

En cada caso se asignó al personaje un estereotipo prevalente y uno secundario. Para la medición de la frecuencia de la repetición del estereotipo se midió cual era el estereotipo que más claramente podía leerse en el momento del plano, con independencia de si este era prevalente o subalterno. El resultado obtenido fue el siguiente:

Episodio	Sabido	Sabroso	Aniñado	Mandarina
79	219	180	60	37
80	100	47	35	27
81	115	100	37	30
82	153	126	77	23
83	184	101	52	45
84	167	97	73	24
85	119	72	36	45
86	194	122	48	39
87	169	117	64	51
88	162	94	57	38
89	203	112	72	62
90	178	101	86	62
91	110	66	89	31
92	118	77	85	20
93	107	83	83	23
94	92	114	90	28
95	107	44	86	20
96	146	113	61	23
97	205	148	60	48
Media diaria	150	101	66	35
Total mes	2848	1914	1251	674

Las frecuencias de repetición de los estereotipos son muy consistentes con las de personajes. Puede decirse que es casi previsible el hecho que los estereotipos sabido y sabroso fuesen los de mayor repetición. En la primera etapa del estudio, estos resultaron los de mayor índice de dominancia.

“El guayaco es sabido” o mejor aún “El mono¹⁵ es sabido” es una expresión popular que pone en evidencia este rasgo identitario. Aunque ya se explicó, no está de más recordar que el ‘sabido’ es ese individuo a quien se verá a la caza de oportunidades ventajosas, en los negocios, el trabajo e incluso en ámbitos afectivos. Alguien a quien siempre veremos empujando a la suerte para salir ganador. Aunque en momentos el accionar del ‘sabido’ puede ser objeto de perversión por lo general se le asocia con un valor positivo, pues explica que este personaje es capaz de hacerse cargo de sí mismo y los suyos. Quizás sea el más representado en la serie porque tanto personajes positivos como Genaro y Carlos o negativos como Armando lo comparten. Claro que cada uno de ellos apela a su condición de sabido con finalidades diferentes.

Luego está el ‘sabroso’, el alma de la fiesta, el sujeto extrovertido capaz de arrastrar a todos consigo si el propósito es pasarla bien. Palabras como ‘amiguero’ o ‘farrero’ que resultaron en la primera etapa del estudio como caracterizadoras del guayaquileño, se ajustan perfectamente a este estereotipo. No es de extrañar entonces el gran arraigo popular que este tiene.

Por último el aniñado y el mandarina, los menos representativos de la masculinidad popular, son los que menos se repiten en la telenovela.

1.4 La revancha de la masculinidad y un juego de máscaras

Hasta este punto nos encontramos que los tres protagonistas masculinos de la novela responden, quizás lo mejor que pueden, al modelo de la masculinidad latina, más específicamente de la masculinidad guayaquileña. Debe destacarse que los autores de la serie cuidaron no dejar de lado un elemento importante: el importante rol de la mujer en la sociedad latinoamericana. No hablamos de un rol abierto o vindicativo, en muchos casos

¹⁵ Denominación usada popularmente para referirse a los costeños, especialmente del área de Guayaquil. Una gigantesca escultura de un mono, en una de las principales vías de la ciudad perpetúa esta dualidad semántica.

se trata desde una suerte de conjura silenciosa a través de la cual las mujeres latinoamericanas, toman desde el hogar las riendas de la familia y consecuentemente de la sociedad.

Desde la cotidianidad, donde encontramos frases como: 'el hombre propone, la mujer dispone'; hasta la historia con figuras como Manuela Sáenz 'libertadora del Libertador', amante de Bolívar quien lo rescató de las manos enemigas y de quien se dice que no fue nombrada Presidenta de la República del Ecuador durante la gesta independentista porque, a pesar de merecerlo de sobra, en la mente de la época no se concebía una mujer como jefe de estado.

Más allá de la opinión general que pueda generar la 'telenovela cómica' como género televisivo, el capítulo # 99 de 3 familias resulta, a los efectos de este estudio, espléndido. Los personajes masculinos de la novela, excepto Armando Paz, han creado una sociedad llamada 'Mandarinas Anónimos': El propio nombre de esta agrupación ya establece el vínculo con el estereotipo del hombre que es sometido a la voluntad de mando de su mujer. Y se ha convocado a una reunión de esta organización.

En uso de un recurso clásico de la comedia, las mujeres se disfrazan de hombre para poder entrar a la reunión. Fiel a la tradición que mencionamos (que va desde Shakespeare hasta ejemplos más modernos como Víctor Victoria) los disfraces son poco convincentes pero los personajes parecen aceptar por válida la nueva imagen que incorporan sus compañeras de reparto.

En la primera parte los hombres protagonistas, cuentan sus penas: Genaro se queja de que su esposa lo ve como un "pedazo de carne" para terminar rebelándose y diciendo "No soy un objeto (sexual), no sin antes reconocer su propio valor "Y eso que yo soy bueno, yo soy excelente, papis". Luego Luis Ernesto Plaza se queja que su mujer es una "diabla" que gasta dinero a manos llenas y "no lo deja comprar una moto" porque quiere comer comida de distintos estilos para lo cual hay que contratar un chef diferente cada vez, aunque

reconoce que su mujer es “un cuerazo”.¹⁶ Carlos Vaca, el único de los tres que durante toda la telenovela se ha mantenido como ‘mandarina’, no interviene.

Luego el organizador de la reunión pide a los ‘nuevos compañeros’ que den su testimonio y estos son, claramente, las esposas de los protagonistas. Ahora son ellas las que se quejan de sus esposos, llamándolos “mi mujer”. Lo interesante de estas quejas es que la transferencia se da no hacia conductas de los esposos, sino hacia conductas de las propias mujeres que ellas consideran que son injustamente cuestionadas por sus compañeros. La esposa de Genaro se queja que “su mujer” se coge el dinero cuando deja los pantalones regados por la casa, la de Luis Ernesto que no le deja jugar al tenis los domingos y la de Carlos que le señala cuando deja el baño lleno de pelos al rasurarse, y corrige la pifia, “el pecho”.

Para facilitar el desenmascaramiento del engaño, se recurre a un recurso estereotípico: el maestro de ceremonias, que ya sospecha de la identidad de los nuevos miembros del club, anuncia que ha visto un ratón. Entonces cada una de las mujeres salta sobre sus maridos y se descubre la farsa. La solución del conflicto es previsible: reconciliaciones y las esposas terminan cediendo para reconocer el ‘valor’ de sus maridos. Pese a su declaración auto reconociéndose como ‘mandarinas’, la masculinidad termina en alza.

Por último en una escena entre Genaro y su hijo Gregory, este transmite su legado de masculinidad, resaltando la obligación de respetar su condición de buen hombre, no ceder a la tentación de estar con una joven solo porque sería más fácil que intentarlo con aquella a la que verdaderamente ama (de la hija de Luis Ernesto (Nena Plaza) a quien ama, pero tiene el hándicap de las diferencias sociales). Se confirma el resultado anterior y la masculinidad se reafirma como el valor central.

¹⁶ Expresión popular para resaltar el atractivo físico, especialmente el femenino.

Mientras todo esto sucede el villano, Armando Paz, está intentando violar a una joven de clase trabajadora que es empleada de su empresa, justamente es ella la que el hijo de Genaro pero ella es rescatada por el hijastro de Luis Ernesto (Max Plaza) quien se enfrenta a Armando y se lleva el premio del afecto femenino. Nuevamente hay diferencia de clase social pero se equilibra el panorama de las relaciones emocionales entre los personajes más jóvenes.

Aunque sin duda lo más interesante del capítulo es el juego con las máscaras del género. No es nuevo en la fábula dramática. Previamente otro personaje se había hecho pasar por gay para estar cerca de la mujer que deseaba. Como se relató previamente también Armando Paz, el villano, no duda en travestirse para estar cerca del objeto de su venganza: la familia Plaza-Lagos. Parece ser que toda aproximación a las transgresiones del género (o quizás con muy contadas excepciones) está condenada en la televisión ecuatoriana a lo farsesco. No se producen acercamientos formales desde una perspectiva alejada de lo estereotípico. Aunque en honor a la verdad el caso que se reseña acá es el menos lamentable, más adelante en el apartado destinado a analizar otros casos similares a nuestros objetos de estudios veremos otros que han provocado incluso reacciones verdaderamente controversiales.

Hablamos entonces de una suerte de sumisión al modelo de la masculinidad hegemónica que también merece ser revisado.

1.4 Masculinidad hegemónica y las 3 familias

Para Connel (1997) hablar de masculinidad hegemónica implica hablar de una masculinidad dominante que es autorizada culturalmente y por tanto 'autorizante' en el orden social.

Indudablemente esta idea de hegemonía masculina atraviesa toda la construcción de la fábula narrativa de la telenovela en estudio aunque, justo es aclararlo, no se ciñe a un modelo único sino que desarrolla modelos diversos

para a través de ellos conectar a los diferentes personajes con sus contextos y con el discurso de la acción dramática y narrativa de la que son portadores.

Podríamos considerar entonces una dualidad: por un lado la hegemonía de la masculinidad popular y del otro la hegemonía de la clase alta. Entre ambas o quizás sería más acertado decirlo: afectando directamente a ambas, las formas de negación de la masculinidad tradicional. Agrupemos en esta última categoría las diversas alternativas de la identidad de género, 'fallas' aceptables socialmente de la masculinidad, como el mandarina que ha sido antes citado y las perversiones sobre el papel esperado del hombre cabal (delincuentes sexuales, por ejemplo). Estas últimas son especialmente repudiadas socialmente. Incluso en sectores populares de mucho arraigo machista acciones como violación de niñas, niños o mujeres y formas excesivas de violencia hacia la mujer son valoradas como faltas a la hombría.

Comenzaremos analizando la masculinidad hegemónica popular. Quizás la mejor manera de abordar este modelo es el estereotipo del 'sabroso'. He aquí un hombre que no duda en exhibir su condición de macho sin que en esta ostentación implique desconocer su rol como buen padre, buen esposo y sobre todo buen amigo. La heterosocialidad es importante para el 'sabroso', sus amigos deben saber que siempre estará ahí para ellos y que es de fiar. El performance del sabroso implica un modo de hablar, de vestir y de relacionarse con los otros que lo hace peculiar pero al mismo tiempo lo integra al grupo¹⁷. En este sentido Genaro Tomalá es el representante de la masculinidad hegemónica de carácter popular.

En su antípoda está Luis Ernesto Plaza como representante de la masculinidad hegemónica de clase alta. Es el hombre blanco, bien parecido, heterosexual, casado y en disfrute de una paternidad exitosa. Pertenece al nivel socioeconómico alto (aunque el modelo general suele incluir también los niveles medio y medio alto). Siempre viste en los límites de una elegancia tradicional,

¹⁷ Véase la descripción del personaje desarrollada anteriormente en esta sección del trabajo.

incluso cuando el conjunto resulta informal. Su lenguaje siempre es cuidadoso y medido y su comportamiento moral intachable. Cuando se coloca a un personaje 'negativo' en el mismo nivel socioeconómico vamos a notar que se pervierten los valores hegemónicos: Armando Paz es vulgar, la ropa elegante parece sobre impuesta, forzada en alguien que no sabe llevarla y su comportamiento dista mucho de lo que se espera en los márgenes de la moral y la ética.¹⁸

Por último tenemos la trasgresión permitida de lo masculino hegemónico. El mandarín, representado esencialmente en el personaje de Carlos Vaca¹⁹, aunque como ya se explicó antes, en algún momento prácticamente todos los personajes masculinos se reconocen como tales. Sin embargo esta condición no juega en contra de los personajes en la estructura dramática y es usada por los guionistas para aportar un recurso de comicidad extra a la narración.

¹⁸ Véase la descripción de ambos personajes en el cuerpo de texto antes citado como apoyo a la comparación realizada.

¹⁹ Véase la descripción previa del personaje.

CONCLUSIONES PRELIMINARES: 3 FAMILIAS

1. El contenido de la telenovela pone especial énfasis en destacar los valores de la masculinidad popular.
2. Los modelos de masculinidad no populares, asociados al nivel socio económico alto, suelen presentarse como aspiracionales para aquellos que no los ostentan.
3. Todos los estereotipos utilizados para la construcción de los personajes masculinos son estereotipos dominantes, se desconocen los modelos emergentes o decadentes, al menos en los personajes protagónicos.
4. En ningún caso se asocian los personajes con masculinidades género diversas. El modelo del hombre heterosexual como patrón de lo masculino es prevalente. En los dos únicos casos de trasgresión se trata de una caricatura hecha por un hombre heterosexual con fines prácticos.
5. La condición masculina es entendida como dominante. Incluso cuando los personajes aceptan que ceden a las exigencias de sus esposas, son ellos los que poseen los medios económicos o sociales para poder conseguir esos fines.
6. Se acentúa el rol del proveedor masculino como fuente de sustento de la familia.
7. Los modelos de masculinidad hegemónica parecen ser los únicos aceptados como referencia válida en la construcción de los personajes.

Discusión de resultados. Caso # 2: Los hijos de Don Juan

Canal: TC Televisión

Género televisivo: Telenovela

Género dramático: Comedia

Frecuencia de transmisión: Diaria.

Lunes a Viernes. 20.30h.

Historia y guión original: Fabrizio Aveiga

Director general: Manuel Arias & Ruth Coello



La premisa narrativa de esta telenovela es muy sencilla. Cuatro hombres jóvenes llegan a un pasaje comercial²⁰, con la noticia que cada uno de ellos podrá administrar un local según sus preferencias. Luego descubrirán que se trata de una herencia dejada por su padre, Don Juan Silva. El caso es particular porque ninguno de los hijos conocía la existencia de sus hermanos pues fueron concebidos con distintas mujeres. En esa situación conocerán además a sus dos hermanas (una adoptiva y otra sanguínea), ambas dentro del matrimonio 'formal' del padre de los protagonistas.

Los cuatro protagonistas son la representación de diversos estereotipos de masculinidad guayaquileña, pero la estructura narrativa de la novela presenta ciertas particularidades que establecen parámetros particulares al análisis:

- Los personajes antagónicos de mayor peso son femeninos: la hija sanguínea del padre y la última de sus amantes. Los escasos personajes masculinos en función antagónica son caracterizados como ayudantes eventuales, y ocasionalmente involuntarios de las antagonistas femeninas.
- Uno de los cuatro hermanos, por razones propias de la producción de la telenovela, es reducido en la segunda temporada, en la que

²⁰ Se le denomina de esta forma a un callejón, generalmente formado por dos grandes bloques constructivos en una misma manzana y usado con fines de pequeños locales comerciales: En Guayaquil son muy comunes en el barrio 'La Bahía' que se caracteriza por su actividad esencialmente comercial.

se realiza el análisis, a una actuación especial esporádica por lo que pierde protagonismo.

- El problema anterior es resuelto con la mayor participación de uno de los personajes secundarios de la primera temporada que en esta es elevado a la categoría de co-protagonista.
- El padre, aunque es una referencia constante y aparece por recurso de flash back, no es una presencia dramática.
- El primer elemento de conflicto externo entre los hermanos es la presencia de la hermana adoptiva, que una vez conocido el hecho que no está ligada a ellos consanguíneamente, se convierte en el interés romántico de todos.

Por ello se escogen para el análisis los personajes de los tres hijos más relevantes a la fábula narrativa y referiremos al personaje 'ascendido' a co-protagonista, especialmente por las cercanías conceptuales que este tiene con el modelo del pícaro de la literatura dramática.

También haremos un acercamiento analítico al factor de la seducción como componente de la masculinidad que es un elemento de particular relevancia en el discurso de la telenovela en cuestión.

2.1 Los herederos.

Chalo Silva:

Este es el hijo que escoge administrar un local de ropa interior femenina. Se trata de un individuo que trata a toda costa de reafirmar su masculinidad exhibiendo su capacidad de conquistar mujeres y refuerza esta percepción en el hecho de que una mujer mayor en edad y de más alto nivel socio económico, está perdidamente enamorada de él.

La frecuencia de repetición de este personaje es:

	<i>Media diaria (1 episodio)</i>	<i>Frecuencia mensual total (18 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	52	939
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	34	603
<i>Frecuencia total de repetición</i>	86	1542

Chalo es el más joven de los tres hermanos y su idea de la vida se basa en considerar que el éxito se mide por la cantidad de mujeres que tenga a su alrededor. Compite en principio con sus hermanos por el afecto de Sammy, pero luego al saberla fuera de su alcance lo resuelve emocionalmente echando mano al inventario de sus conquistas previas. No hay en él un plan a futuro que supere lo inmediato, vive la vida y se conforma con mantenerse a flote y satisfecho de sí mismo.



El primer estereotipo que salta a la vista es el del metrosexual. Chalo cuida constantemente su ropa, no necesariamente de 'buen gusto' en el sentido más convencional pero si acorde con el patrón estético de su personaje y el grupo social en que se desenvuelve. Se preocupa además por llevar con él una serie de elementos que le dan 'distinción' a su imagen: cadena y reloj enchapados en oro, un arete con un falso diamante en una oreja, pelo cuidadosamente peinado con gel y siempre presumiendo del perfume que usa. Teniendo en cuenta el contexto del personaje, Chalo es definitivamente un metrosexual de los barrios medio-bajos.

Por otra parte se da de manera peculiar en el personaje un segundo estereotipo: el sabido. Hemos visto en casos anteriores que el 'sabido' es el nombre que popularmente se da al individuo que responde al estereotipo de ir a la caza de oportunidades ventajosas. De hecho es importante destacar que esto no es popularmente entendido como defecto, más bien se lo ve como una virtud que garantiza la supervivencia. En el caso del personaje de Chalo este estereotipo responde a una suerte de construcción particular que podríamos denominar 'el sabido sentimental'. Su búsqueda de ventaja se basa en su necesidad de conquista, lo que es visto por el personaje como una necesidad vital. Es más puede llegar a resultar un tanto 'manirroto'²¹ por tal de lograr su objetivo.

Bajo estas premisas podemos plantear que el estereotipo prevalente en Chalo es el metrosexual y que su estereotipo subordinado es el sabido.

En el sistema categorial propuesto para esta investigación, Chalo quedaría conceptualizado perfectamente dentro de la categoría del **heredero**. No ha producido nada y lo que recibe de su padre como legado material, lo usa para sus fines sin preocuparse por hacerlo crecer. De hecho es también el heredero inmaterial del personaje de 'Don Juan', pues su conducta perpetúa la del padre, fruto de la cuál nacieron él y sus cuatro hermanos, acumular mujeres como trofeos. El machismo raigal como herencia espiritual de la familia y/o la sociedad.

Colocar al personaje de Chalo en una estructura actancial, desde las mismas premisas de análisis que se desarrollaron anteriormente: el mismo individuo como destinador y sujeto de la acción, para establecer previamente que de él parte la voluntad expresa de la acción. Se considera el objetivo principal del personaje en la acción dramática es mostrar su masculinidad y como destinatario

²¹ Popularmente es alguien dádivoso que hace regalos materiales, con o sin una finalidad práctica, pero sin medir el costo de la acción.

tenemos al entorno social y familiar. Por tanto el mayor énfasis del análisis estará en los ayudantes y oponentes, en esta suerte de exaltación individual de la masculinidad, que en el caso de Chalo Silva sería:



En Chalo se da de forma muy diáfana, aunque no por ello menos habitual del desequilibrio entre la masculinidad real y la auto percibida. Esta masculinidad auto percibida hace que el personaje se vea a sí mismo como un constructo de 'macho' a mitad de camino entre la imagen publicitaria y la realidad del barrio donde vive. Chalo, en sus imaginarios personales, es una suerte de recorte de los modelos clásicos de la masculinidad publicitaria (el hombre Marlboro, por ejemplo) y a esta condición atribuye su éxito. Hay un segundo elemento destacable en esta construcción, el carácter de los objetos que son asociados a la imagen del personaje: el oro, símbolo ancestral de poder, es representado por sus cadenas, sortijas y el reloj. Aun cuando no haya mucho de cierto en esto y se trate de un 'baño'²²

²² Ciertos objetos de cobre o aluminio son sometidos a un proceso de electrolisis áurea que le genera una capa muy delgada de partículas de oro en la superficie. Este proceso es conocido como 'baño de oro'

Al mismo tiempo y, probablemente, para no dejar fisuras a la virilidad manifiesta; complementa su imagen con un vocabulario que incluye frases como:

- Oee ete pelado (Oye este pelado): es una típica frase de los sectores populares para llamar la atención de alguien cercano. La palabra pelado (o pelada) en Ecuador empezó a usarse en la jerga popular para referir a muchachos jóvenes de uno u otro sexo. Posteriormente incorporó el significado de pareja semi formal (mi pelado/mi pelada) para finalmente usarse para referir a cualquier persona joven con la que se tiene cercanía afectiva. Es interesante el hecho que al igual que sus referentes populares, el personaje suprime algunas consonantes en las palabras 'oye' y 'este' pero pronuncie correctamente el término 'pelado'.
- Mira ñaño: esta frase es otra llamada de atención. Como pelado el término 'ñaño' y su equivalente femenino han ido sumando significados en la cultura popular. Se les supone de origen quecha para referir al hermano o hermana y fue ese su primer uso actual pero también se amplía como recurso para dirigirse de modo afectuoso a personas cercanas.

Chalo, que se considera un seductor nato, tiene al lenguaje como una de sus herramientas más preciadas. Hay en su discurso una constante referencia al acto de la seducción. No solo para hacer objeto de ella a las mujeres que son de su interés, sino que en una suerte de meta discurso del seductor, teoriza sobre el hecho mientras aconseja a sus amigos más cercanos como deben hacer las cosas. Uno de ellos, por ejemplo, invita a salir a uno de los personajes femeninos de la trama y es rechazado. Luego siguiendo los consejos de Chalo, cambia el discurso e incluye la declamación de un poema y es entonces que lo aceptan.

Las mujeres son el mayor portavoz simbólico de Chalo. Ellas perpetúan su leyenda de seductor de barrio. Algunas a favor, otras en contra pero lo cierto es que el personaje no pasa indiferente ante los ojos de las mujeres. Su perfume característico lo distingue sobre el resto de los hombres del barrio y hace que puedan distinguirlo por su aroma.

El personaje tampoco duda en usar los recursos materiales de que dispone en su ejercicio de seducción. En algún momento, tratando de seducir a una mujer de clase media alta y mayor que él en edad, el personaje renta un traje y un auto en busca de impresionarla. Todo esto entendido como una suerte de fondo inversión, pues espera que una vez conquistada, esta mujer lo ayude a solventar sus gastos.

Por su parte los oponentes de Chalo en consolidar el equilibrio entre la masculinidad real (y por tanto proyectada) y la auto percibida parten generalmente de sí mismo. El primero y el de más peso es su falta de madurez que lo lleva a emprender el acto de conquista de las mujeres en su entorno como ejercicio de reafirmación momentánea, que se renueva en cada ocasión en que aparece una nueva 'víctima' de su asedio pero que luego acarrea problemas porque esa misma falta de madurez le impide concretar una relación a largo plazo por lo termina acumulando historias pasadas que constantemente vuelven a exigirle cuentas.

Son esos ajustes de cuentas los que más vulneran su masculinidad proyectada porque evidencian las fisuras del modelo de hombre que el personaje ha creado de (y para) sí mismo. Una joven viuda que lo persigue al punto de obligarlo a fingir su propia muerte o la mujer de clase media alta que en su momento, decide dejar de darle dinero. Situaciones como estas lo dejan en una suerte de indefensión simbólica pues el macho dominante no tiene otro remedio que reconocer frente a su entorno inmediato los quiebres en su estructura de masculinidad que lo obligan a replantearse el modo en que hace las cosas. Replanteo que no conduce a ningún cambio pues el personaje carece de las estructuras racionales necesarias para cambiar su historia.

Si pensamos en la evolución personal, hacia estadios que se entienden superiores de la individualidad como indicadores del equilibrio antes mencionado entre la masculinidad real y la percibida entonces los hermanos de Chalo son un mejor ejemplo dentro del discurso dramático de 'Los hijos de Don Juan'

Chicho Silva:

Este es el hijo que empieza administrando un local donde vende música de rock, punk y heavy metal. Luego del suceso que marca el quiebre de su historia, el asesinato de su novia, cambiará a una tienda de productos de culturismo. La cuantificación de su frecuencia de repetición en pantalla nos muestra que, a pesar de ser un protagonista, está por debajo de los otros hermanos.

	<i>Media diaria (1 episodio)</i>	<i>Frecuencia mensual total (18 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	44	639
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	26	612
<i>Frecuencia total de repetición</i>	70	1251

La primera imagen que tuvieron los espectadores de Chicho Silva fue la de un emo amante del rock. Vestido de negro, con el pelo cayendo sobre la frente. Al enterarse que tiene la herencia y puede ser dueño de su propia tienda, decide poner un local de música y accesorios para amantes del heavy metal, con el apoyo de su novia que comparte los mismos gustos. Generalmente lleva camisetas sin mangas que muestran los tatuajes como parte de su personalidad. Su relación con su novia es cordial aunque evidentemente ella lleva la voz cantante en la pareja.



Fuente: TC Televisión

Luego de que su novia es asesinada en la primera temporada, Chico da un cambio radical y se convierte en un personaje diferente. Cambia su tienda a

una de productos de salud y físico culturismo y crea su propia web de entrenamientos. Se mantienen las camisetas sin mangas y la exhibición de los tatuajes pero esta vez en una función simbólica y narrativa diferente.

Pese a que en sentido general la construcción dramática de la telenovela es muy endeble (este tema lo profundizaremos más adelante) el personaje de Chicho es uno de los mejor estructurados. Prueba de ello es que confluyen tres estereotipos en un mismo personaje.

El estereotipo prevalente es el mandarina. Como ya fue explicado, esta es la denominación popular para el hombre que es dominado por su mujer. Durante toda la primera temporada esta relación de sumisión del personaje hacia su novia marca su naturaleza. En la segunda temporada al no estar presente la novia como personaje, esta relación es desplazada hacia la hermana consanguínea, a quien constantemente acude el personaje como una suerte de fuente de direccionamiento a sus acciones.

Comoquiera que los episodios que son objeto de análisis en este estudio corresponden a la segunda temporada consideraremos como estereotipo subalterno al físico culturista, conocido popularmente como 'pepudo'. Esta vez el personaje exhibe sus músculos remarcados por tatuajes, promueve la vida sana y el consumo de suplementos proteicos y trata de llevar a los otros personajes a compartir su actitud. De forma muy interesante, en el tratamiento dramático del personaje, aunque sabe que resulta físicamente atractivo, el uso que hace de esta condición como herramienta de seducción es usada con mucha sutileza. Por esto consideraremos al 'pepudo' como estereotipo subordinado

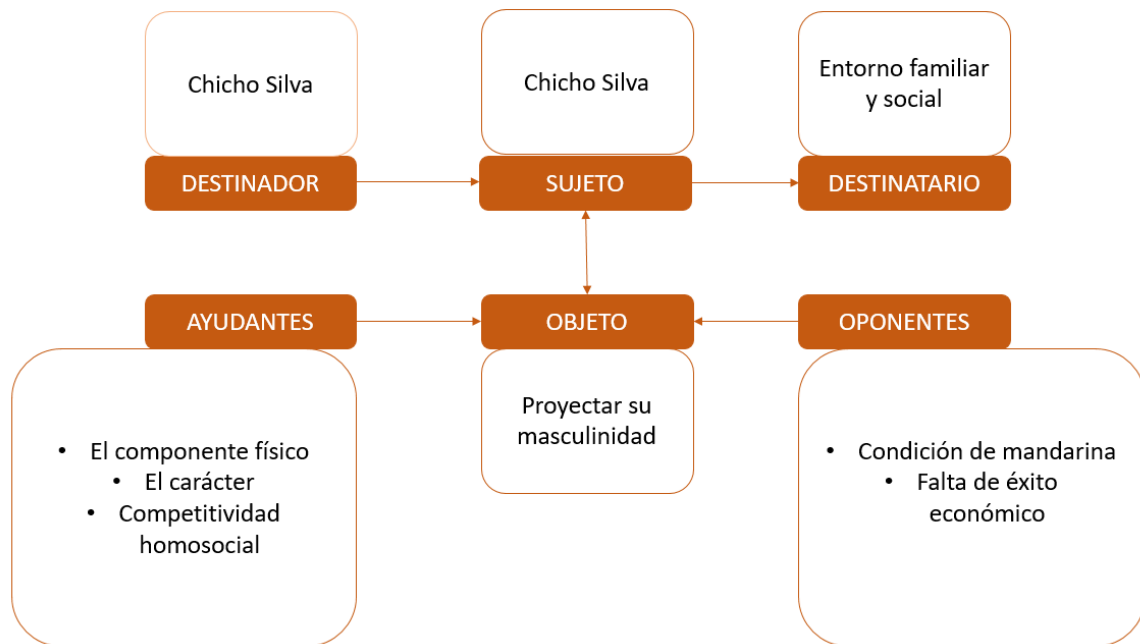
Por último, aunque ya en el momento del análisis esa parte de la historia estaba superada, hay que destacar el hecho de la existencia de un tercer estereotipo en la configuración del personaje: el emo/rockero. La inclusión de este estereotipo e el personaje lo emparenta con ciertas tribus urbanas que, en su momento de mayor auge, tuvieron cierta visualización en algunos espacios

públicos de los que se apropiaron. Esta fue una simbiosis realmente interesante pues los miembros de estas tribus urbanas, no buscaban en modo alguno modificar el entorno sino ser incorporados y aceptados dentro de los mismos.

Si el personaje de Chalo era un heredero material y de los valores inmateriales del padre, Chicho es el heredero que toma la herencia buscando mejorar el legado. Más allá del éxito comercial que la historia concede a su gestión como administrador de su propio negocio, vemos que Chalo lo acomoda de acuerdo a su situación emocional y sus deseos personales, siendo consecuente consigo mismo. Por otra parte en su relación con las mujeres el personaje mantiene una conducta ética que lo distingue del resto de los modelos masculinos presentados en el guión. Aun así debe acotarse que el llamado de la cofradía heterosocial masculina le toca eventualmente, sobre todo cuando debe socorrer a alguno de sus hermanos o amigos ante las consecuencias de su acción con las mujeres, cosa que hace aunque no siempre esté de acuerdo con la acción que motivó el conflicto.

Resulta contraproducente que la riqueza de matices que hubiera podido aportar el hecho que el personaje en cuestión pasara por una evolución de un estereotipo a otro fuese desaprovechada por los guionistas y quedó en el simple cliché de la respuesta a la muerte de la novia.

La configuración actancial de Chicho podría ser como sigue:



Indudablemente el primer gran ayudante en el personaje de Chicho para expresar la masculinidad es su físico. De hecho el actor elegido es un físico culturista proveniente de Calle 7, un conocido reality de concursos físicos. En el imaginario popular, con el apoyo de la publicidad, se ha constituido la imagen del hombre musculoso como esencialmente viril. De hecho es un estereotipo reforzado de forma constante por las telenovelas, especialmente de factura latinoamericana que son consumidas por el público ecuatoriano en simultáneo con las producciones nacionales. Aunque físicamente el personaje no representa en modo alguno un porcentaje remarcable de la población masculina del Ecuador.

El otro punto usado por los guionistas para establecer la masculinidad del personaje es el carácter. Contrario a otros de sus hermanos el más fortachón de los Silva es un tipo con un carácter mesurado. Se proyecta hacia las mujeres como un romántico cariñoso que termina por seducirlas. Respecto a su relación con el resto de los individuos de su entorno es amable y conciliador, como ningún otro personaje de la telenovela.

Al final de la primera temporada, cuando muere su novia, el personaje queda devastado. Esa tristeza lo vuelve más interesantes para las mujeres del pasaje comercial, que se plantean consolarlo. Una muy eficaz, a veces involuntaria pero eficaz) herramienta de seducción: el hombre que sufre y necesita ser salvado de su dolor por obra de la mujer.

Sin embargo en los entornos de homosocialidad tal como señala Andrade (2001) se produce una competencia implícita por la supremacía. Debemos entender que hay acá algún atavismo o remanente del comportamiento de manada. Chicho participa a su pesar de esta competición, sin embargo resulta fácilmente ganador pues posee los atributos físicos y emocionales para salir victorioso.

2.2 De heredero irresponsable a pater familias

Paco Silva:

Quizás el personaje más arraigado a la tradición popular en la telenovela. Su madre era una hermosa cantante de cumbias, aunque el hijo poco ha heredado de la belleza de la madre. Sin dudas es el gran protagonista, como lo manifiesta su frecuencia de repetición en pantalla:

	<i>Media diaria (1 episodio)</i>	<i>Frecuencia mensual total (18 episodios)</i>
<i>Planos de situación (en relación con otros personajes)</i>	42	969
<i>Planos de expresión/ reacción (primeros planos)</i>	61	864
<i>Frecuencia total de repetición</i>	103	1853

Paco cree estar, frenéticamente, a la moda. Lleva un mechón de cabello decolorado a rubio y lo peina haciendo una cresta al estilo de los jóvenes cantantes de música pop. Casi siempre va desaliñado y viste con colores estridentes. Hay en él una cierta resistencia a reconocer el paso del tiempo, seguramente porque esto representa asumir responsabilidades. Sus medios de vida nunca quedan claros, se sabe que vende electrodomésticos pero no si le va bien o mal en el negocio.



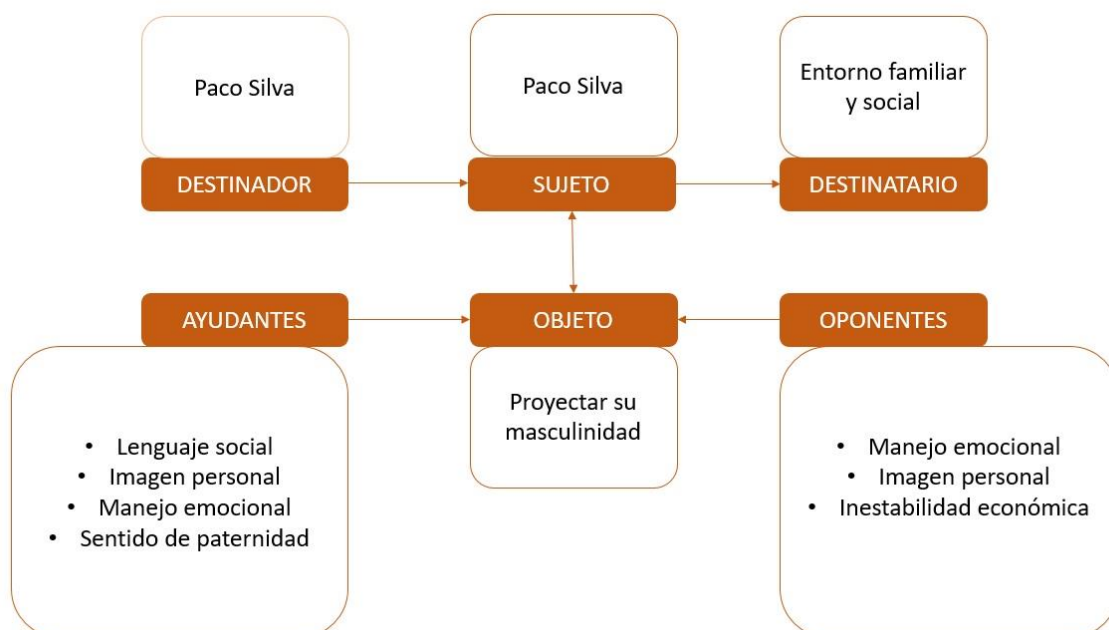
Paco es la perfecta representación del estereotipo popularmente conocido como 'sabroso'. Su modo de hablar, incluyendo finales agudos en algunas palabras, el uso de la conjugación 'es', luego del verbo principal y antes del adjetivo o el complemento gramatical, como ya se explicó en el personaje de Genaro en la otra telenovela. Usa además otras frases de carácter popular: ¿Qué'e esa movida? (para indicar que no entiende algo o que alguna situación no le satisface), No me eté'se (mala pronunciación de: no me estreses) o el uso de palabras como ñaño o loco para dirigirse a sus pares en tono afectivo. Completa su imagen de 'sabroso' con su proyección social: es un tipo extrovertido, que no duda en propiciar las ocasiones para disfrutar con los amigos. Prefiere la comida popular por encima de cualquier otra opción.

Por otra parte, al igual que su hermano Chalo, hay indicadores que podrían ubicarlo como 'sabido' pero más en el plano sentimental que en el práctico. Idea planes para conquistar a Sammy (la hermanastra adoptiva deseada por todos), la pierde (cuando la deja plantada en la boda) y luego realiza planes para recuperarla (trampas en ascensores, difama pretendientes, crea falsas situaciones en las que se victimiza, etc). Aunque los planes no resultan, la máxima: 'el fin justifica los medios', parece ser el norte conductual del sabido, que será considerado como el estereotipo subordinado.

Sin embargo hay un detalle que lo diferencia del hermano, este ‘sabido sentimental’ está verdaderamente enamorado. Cuando deja la boda lo hace porque asume que no puede darle a su amada la vida que merece. Cuando trata de reconquistarla hay detrás verdadero arrepentimiento. Este componente sensible de hecho es diferenciador del personaje sobre el de su hermano Chalo.

En el sistema de categorías propuesto para este estudio, el personaje de Paco quedaría ubicado finalmente como un **pater familias**. Pese a que inicialmente su comportamiento empieza siendo irresponsable, posteriormente evoluciona hacia patrones de conducta más afines con esta cualidad. Asume la responsabilidad de una hija previa al inicio de la historia y comienza a establecer las bases para iniciar una familia con Sammy. Al mismo tiempo se porta paternal con sus hermanos y se constituye, en cierta forma, en el líder del grupo de familiares y amigos que constituyen la comunidad del pasaje comercial Don Juan.

Al usar el modelo actancial para analizar el personaje de Paco, tenemos esta configuración:



Consideraremos el lenguaje el primer recurso de apoyo usado para destacar la masculinidad del personaje. En la dramaturgia existe un axioma que propone que la primera máscara de un personaje es el lenguaje, el modo en que habla. En la masculinidad popular, el lenguaje es sumamente importante como elemento de heterosocialización y para establecer el rol del individuo dentro del grupo. El uso de palabras como ñaño, pelado, movida, es típico del hombre guayaquileño de arraigo popular. Aunque por lo general su origen se asocia con individuos de nivel socio económico bajo, hoy días su utilización se ha generalizado.

La imagen es el otro recurso importante del personaje. Por una parte el aparente descuido en su forma de vestir lo acerca al modelo de la masculinidad más tradicional, en la que el verdadero 'macho' no requiere de afeites, pues su masculinidad incuestionable no requiere de artificios que distraigan de su performance. "El hombre es como el oso, mientras más feo más hermoso", reza un viejo dicho popular que intenta explicar esta patrón. Pero siempre hay matices.

Paco, desde la ficción, incorpora algunos de estos matices: mechones de pelo decolorados o colores estridentes en la ropa, elementos que años atrás hubieran resultado impensables a la hora de construir la imagen masculina. Sin embargo tanto en la ficción, como en la vida, estos elementos empiezan a ser visibles. Es la moda de los más jóvenes, adolescentes en su mayoría, que es copiada o reinterpretada, según se vea el caso, por hombre mayores en un intento por acercarse al gusto de 'las peladas'; las mujeres más jóvenes, codiciados trofeos para el hombre dispuesto a hacer gala de su masculinidad frente al grupo.

Párrafo aparte merece un elemento peculiar en la construcción de un personaje como Paco: las emociones. Incorporar la duda en un personaje como Paco es un giro peculiar en la proyección de la masculinidad en el personaje. Más que la aprobación de los pares (hombres, no importa si en la ficción o la realidad) parece que se busca la aceptación cómplice de las mujeres (tampoco

importa si en la ficción o en el mundo real). Paco derrocha sentimientos: deja plantada en el altar de la boda a Sammy porque luego de conquistarla no siente que pueda darle una vida digna de ella. Luego trata de reconquistarla. Antes había abandonado a una novia previa. Luego trata de que ella no se marche del país para que no lo aleje de la hija que surgió fruto de esa relación. Y para cada uno de estos objetivos, usara sus tretas de hombre 'sabido', porque está claro que el fin justifica los medios. Pero una parte del público puede identificarse con las 'intermitencias del corazón' y eso es lo que vale.

La paternidad es el punto de cierre del modelo de masculinidad que propone el personaje. Ser un buen padre, aunque en el caso de Paco llega un poco tarde, es un recurso que siempre se tomará en cuenta para definir al hombre que cumple cabalmente su rol dentro del contexto social. El procreador es uno (cualquiera, se dice en la cultura popular), el proveedor y protector es otro (bien valorado y estimado como hombre). Con la recuperación de su hija, Paco se juega la carta de la masculinidad responsable.

Sin embargo, quizás por la misma esencia de contradicción del conflicto dramático dos de los elementos que se han señalado como ayudantes en el propósito de Paco de ostentar su masculinidad, pudieran interpretarse como oponentes. El 'macho' no muestra sus sentimientos, no deja que dominen sus acciones y menos aún actúa impulsivamente movido por ellos, como lo hizo Paco al abandonar la boda, por considerar que no sería capaz de proveer una vida digna o luego al irse por seis meses para 'alejarse' de lo hecho. En este rango de valor, si bien las mujeres pueden resultar conmovidas, es probable que los pares pongan en entredicho la masculinidad.

Por otra parte la imagen descuidada no es la que se espera, especialmente dentro de los paradigmas hegemónicos, de un hombre exitoso. Especialmente cuando de ser un seductor se trata, físicamente Paco es endeble (a diferencia de sus hermanos), muestra un aspecto descuidado y su imagen roza lo vulgar. Si bien es cierto que esto pudiera funcionar como reafirmación de

masculinidad en un espacio de socialización con los pares, pudiera no ser entendido de la misma forma por las mujeres.

Por último el factor de la inestabilidad económica afecta la proyección de masculinidad deseada por el personaje. Como en otros personajes estudiados la imposibilidad de constituirse en proveedor afecta el patrón de masculinidad tradicional a que apunta el personaje.

2.3 De marginado a protagonista

Un último personaje reviste interés en 'Los hijos de Don Juan'. Durante la primera temporada de la serie fue concebido como un personaje secundario que actuaba como ayudante en los propósitos dramáticos de los protagonistas. En la segunda temporada, ante la coyuntura creada por la imposibilidad de uno de los actores de continuar de forma permanente en la serie, fue ascendido por los productores de la telenovela a la categoría de coprotagonista. Si bien es cierto que el cambio fue causado por una coyuntura no dramática, vale la pena dedicarle un espacio de análisis.

Zocotroco comienza en la serie como empleado de Chicho. Es lo que típicamente se conoce como 'cholo costeño', el mestizo de indígena de la costa y blanco. Es importante detenerse un momento en la especificidad planteada acá. Ecuador distingue tres zonas geoculturales específicas: Amazonía, Sierra y Costa, en la que se encuentra la ciudad de Guayaquil. El indígena costeño proviene de la cultura Manta-Huancavilca, que al mezclarse con el blanco, proveniente de España, logra una mezcla muy especial dentro del contexto cultural. El cholo costeño es abierto y extrovertido y se integra de un modo casi descarado al entorno urbano, a diferencia del cholo serrano que es más introvertido.



Lo que hace particular la inclusión de Zocotroco en el plano de los protagonistas de la telenovela es el hecho de la sexualización del personaje. El antropólogo ecuatoriano Xavier Andrade, en una entrevista concedida en el año 2015, para los primeros momentos de esta investigación, señalaba que el cholo es generalmente considerado como asexuado, lo que podemos interpretar como que raramente se le representa como portador u objeto del deseo. Por otra parte, desde el punto de vista físico, el personaje no responde al imaginario de lo que se conoce como el 'cholo bueno' (en referencia a lo físico). Acá en cambio es presentado como seductor, igualando a los otros personajes, especialmente a Paco Silva, pues ambos desde su desventaja física, se lanzan a conquistar a mujeres de mayor status social y con atributos físicos que las harían, al menos de manera factual, inalcanzables.

Al igual que el pícaro clásico Zocotroco no posee riquezas materiales pero las compensa con ingenio y recursividad. Al final termina equiparándose a los otros personajes en cuanto a la capacidad o facilidad para seducir a las mujeres que son objetos de deseo. Una suerte de ascenso social a un personaje que, en otra circunstancia, habría resultado marginado. Especialmente si consideramos que los otros ejemplos de diversidad étnica planteados en la serie son abordados desde posturas tremendamente estereotipadas o se les atribuye un carácter episódico que no les permite trascender en la fábula narrativa.

El estereotipo prevalente en la construcción del personaje de Zocotroco es, sin lugar a dudas, el sabroso. Como estereotipo subordinado tenemos al 'sabido' porque, si bien es cierto, el personaje en muchas ocasiones hace uso de la 'picardía' o 'sabiduría costeña' para salirse con sus propósitos está más cerca del componente social del 'sabroso' que del pragmático del 'sabido'

2.4 Personajes y estereotipos en cifras

Como se explicó previamente, la medición de las frecuencias de repetición de los personajes en una serie puede darnos una perspectiva clara acerca de cuál es la posición que los productores del contenido mantienen hacia cada uno de ellos. Durante el período del estudio se transmitieron 18 capítulos de 'Los hijos de Don Juan'. Las frecuencias medidas fueron las siguientes:

Capítulo	Paco Silva	Chalo Silva	Chicho Silva	Zocotroco
41	47	77	79	66
42	61	78	76	55
43	139	75	75	15
44	129	111	83	23
45	78	45	38	19
46	74	78	72	43
47	45	102	69	72
48	172	79	25	104
49	103	51	78	31
50	151	137	69	53
51	120	74	94	57
52	60	80	94	19
53	82	80	64	17
54	151	109	59	60
55	88	94	81	45
56	127	80	45	61
57	122	104	82	44
58	105	89	69	62
Media diaria	103	86	70	47
Total mes	1853	1542	1251	845

Los resultados del análisis de frecuencias evidencian que en la estructura dramática los tres hermanos son los protagonistas principales de la serie. Evidentemente los personajes de Paco y Chalo ocupan con el 36,2 % y 35,2%, respectivamente de la repetición total de frecuencia los puestos de predominio, por encima del 28,6% correspondiente al personaje de Chicho. Hay una clara

voluntad de colocar en posición prioritaria a los personajes que responden de forma más explícita a los estereotipos populares de mayor dominancia dentro del contexto socio cultural inmediato.

También el carácter popular es determinante en los otros dos personajes que son analizados en esta sección, aunque por razones diferentes. Chicho no responde a rasgos de carácter muy populares. Si bien es cierto que su condición física lo hace objeto de admiración por cierto grupo de población, especialmente jóvenes, este no es un criterio aún generalizado. Por su parte Zocotroco si representa de modo claro un carácter de gran presencia y arraigo en la cultura popular. Es de suponer que la ausencia de estos rasgos haya influido en el bajo protagonismo del personaje de Chicho e incluso en la exclusión de la lista de protagonistas del cuarto hermano (Salvador) y que esta coyuntura haya favorecido el ascenso de Zocotroco a un personaje co protagonista por lo que en entornos populares representa.

Lo anterior nos lleva a medir la presencia en pantalla de los estereotipos de masculinidad, que son objeto de estudio durante el mes de transmisiones que se toma como referencia. Como ya fue explicado cada uno de los personajes fue asociado con un estereotipo de masculinidad de los que fueron estudiados en la primera etapa de la investigación.

En cada caso se asignó al personaje un estereotipo prevalente y uno secundario. Para la medición de la frecuencia de la repetición del estereotipo se midió cual era el estereotipo que más claramente podía leerse en el momento del plano, con independencia de si este era prevalente o subalterno. El resultado obtenido fue el siguiente:

Capítulo	Sabroso	Sabido	Metrosexual	Mandarina	Pepudo
41	88	82	57	37	79
42	90	87	62	42	61
43	107	98	51	31	75
44	120	113	81	61	83
45	77	48	28	8	38
46	94	59	36	16	72
47	84	81	48	28	69
48	213	119	56	59	25
49	101	72	39	19	78
50	138	135	69	74	69
51	121	106	50	30	94
52	59	65	45	62	94
53	64	62	27	7	64
54	125	140	54	34	59
55	90	116	73	53	81
56	115	128	55	35	45
57	105	120	59	39	82
58	111	117	61	41	69
Media diaria	106	97	53	37	69
Total mes	1901	1747	950	675	1236

A similitud con la otra telenovela objeto de estudio, los estereotipos más presentes son el sabido y el sabroso. Pero en este caso la predominancia de valores se invierte. El hecho de que el sabroso tenga mayor presencia que el sabido indica claramente que los personajes de la serie están contruidos de forma más externa, priorizando los rasgos de caracterización que los de acción interna.²³

El ‘sabroso’ representa la extroversión del mestizo guayaquileño. Es abierto a la fiesta, a la socialización. Es un consumidor contumaz de platos típicos, jugador de fútbol de calle y tomador de cerveza. Incluso puede ser que moralmente algunas de sus acciones sean reprobables pero generalmente resulta personado por su entorno.

²³ Revisar el Capítulo Evaluación de casos de estudio y Conclusiones generales, donde se amplía este criterio

El 'pepudo' también es un estereotipo muy visual, basado esencialmente en el físico del personaje. Por esta razón se puede apreciar que hay mayor presencia de este estereotipo sobre el 'mandarina', pues este último es expresado preferentemente a través de las acciones del personaje y sus relaciones con los otros personajes en escena, por lo que es menos explícito en la estructura narrativa de la serie.

A continuación establecemos ciertas conclusiones preliminares sobre la telenovela "Los hijos de Don Juan" y una comparación entre los paradigmas de masculinidad en ambas telenovelas.

CONCLUSIONES PRELIMINARES: LOS HIJOS DE DON JUAN

1. El contenido de la telenovela pone especial énfasis en destacar los valores de la masculinidad popular.
2. La mayoría de los estereotipos utilizados para la construcción de los personajes masculinos son estereotipos dominantes, se incorporan estereotipos emergentes, pero solo en uno de los personajes se cumple que tanto el estereotipo prevalente como el subordinado pertenezcan a esta categoría. En el otro solo uno de los dos es un estereotipo emergente.
3. En ningún caso se asocian los personajes con masculinidades género diversas. El modelo del hombre heterosexual como patrón de lo masculino es prevalente. Se presenta el fenómeno travesti como una caricatura hecha por hombres heterosexuales.
4. La condición masculina es entendida como dominante. Las mujeres son representadas como objetos de deseo.
5. Se acentúa el rol del seductor masculino como aparente objetivo principal de sus acciones
6. Los modelos de masculinidad hegemónica parecen ser los únicos aceptados como referencia válida en la construcción de los personajes.

COMPARACIÓN DE LOS PARADIGMAS DE MASCULINIDAD EN LOS CASOS DE ESTUDIO

	3 FAMILIAS	LOS HIJOS DE DON JUAN
Contexto social	Los modelos de masculinidad se presentan en los tres niveles socioeconómicos más relevantes: bajo-medio bajo, medio y medio alto-alto	Los modelos de masculinidad pertenecen a un único nivel socio económico: bajo-medio bajo. Los personajes de otros niveles socio económicos son esporádicos.
Estereotipos prevalentes	Prevalecen los estereotipos clasificados como dominantes.	Prevalencia de estereotipos dominantes con co-presencia de estereotipos emergentes.
Modelos de género	No hay presencia de diversidad de género. Se dan casos de travestismo con carácter pragmático.	No hay presencia significativa de diversidad de género. Las alusiones a la diversidad y casos de travestismo tienen carácter satírico.
Condición	La masculinidad se presenta como dominante.	La masculinidad se presenta como dominante.
Rol	El rol masculino fundamental es el de proveedor/protector. También asume el de mentor.	El rol masculino fundamental es el de seductor. Eventualmente se asume el de proveedor/protector

Hegemonía El modelo de El modelo de masculinidad
masculinidad hegemónica hegemónico es el de
es diverso, al tener masculinidad popular.
personajes de diferente
nivel socio económico

Posteriormente se desarrollará el análisis en que se propone un acercamiento a las estructuras narrativas y formales de ambas telenovelas y los recursos de significación que se movilizan al manejar los estereotipos de masculinidad en cada una de ellas.

APÉNDICE

El macho guayaco: miradas complementarias

- *Aproximación a la recepción de los estereotipos de masculinidad por los adultos emergentes*
 - *Heteronormatividad y masculinidad*
- *Generalidades sobre la formulación de la masculinidad en los contenidos televisivos ecuatorianos*

Aproximación a la recepción de los estereotipos de masculinidad por los adultos emergentes.

Evaluar la recepción no está dentro de los propósitos de esta investigación, sin embargo resulta recomendable acercarse a las percepciones que los receptores de interés (los adultos emergentes) tienen de los estereotipos de masculinidad presentes en el discurso televisivo que es objeto de estudio.

Al momento de concluir esta investigación, la telenovela “Los hijos de Don Juan” ya no se estaba transmitiendo. Por tanto se realizó un estudio con carácter exclusivamente exploratorio para tener una aproximación a las coordenadas a abordar en estudios de recepción posteriores sobre el tema de la presencia de los estereotipos de masculinidad en estos u otros programas de la televisión local. El objetivo planteado fue evaluar en qué medida la percepción de los adultos emergentes sobre los estereotipos de masculinidad estudiados en los casos de estudio era coincidente con el análisis de contenidos.

Para ello se realizó un estudio con enfoque mixto, combinando cuestionarios cerrados con un grupo focal con preguntas semi estructuradas. Se localizaron 10 sujetos, adultos emergentes que accedieron a colaborar con la investigación. Primeramente se les pidió que vieran al menos cuatro capítulos de la telenovela “3 familias” que estaba siendo transmitida en el momento del estudio. Luego se les hizo llegar, a través de la plataforma Google Docs, una serie de preguntas sobre los protagonistas y otros personajes de interés. Por último se les pidió acudir a una sesión de trabajo en las instalaciones de la Universidad Casa Grande de Guayaquil, Ecuador.

En las preguntas, se dio a los participantes un listado con los protagonistas y algunos personajes de interés de la telenovela “3 familias”. En cada caso debían escoger de una lista de seis palabras, cuál o cuáles asociaban

al personaje. Para crear la lista se utilizaron las denominaciones populares, recogidas en la primera etapa de la investigación, para los diferentes estereotipos de masculinidad. Cada listado incluía los dos estereotipos asignados en el análisis de contenido al personaje y cuatro de las otras denominaciones, escogidas de forma aleatoria.

Los resultados obtenidos con estas fueron los siguientes:

- Genaro Tomalá
 - Sabroso: 50%
 - Sabido: 40%
 - Viejo verde: 10%
- Carlos Vaca
 - Mandarina: 50%
 - Sabido: 20%
 - Aninado: 20%
 - Metrosexual: 10%
- Luis Ernesto Plaza
 - Aninado: 80%
 - Metrosexual: 10%
 - Mandarina: 10%
- Armando Paz
 - Maltratador: 80%
 - Viejo verde: 20%

Más adelante en el epígrafe dedicado a la relación perceptible entre la heteronormatividad y la masculinidad, comentaremos sobre otro de los personajes que se incluyó en esta pregunta. Al comparar la respuesta de los sujetos participantes en el estudio con los resultados del análisis de contenido podemos ver que se presentan similitudes y diferencias que resulta de particular interés analizar. A continuación presentamos el análisis para cada uno de los personajes:

Con el personaje Genaro Tomalá podría decirse que se produjo una coincidencia casi perfecta. El 50% de las respuestas en el estudio de recepción arrojaron que el personaje era enmarcado dentro del estereotipo popularmente denominado como 'sabroso', este es el mismo estereotipo que le fue asignado como prevalente al personaje en el análisis de contenido. El 40 % de las respuestas reconoce en Genaro a un 'sabido', este estereotipo fue establecido en el análisis de contenido como el estereotipo subordinado. Hay una percepción más: el 10% de las respuestas clasificó a Genaro como 'viejo verde'

Al evaluar el grado de coincidencia entre el análisis de contenido y las percepciones de los participantes sobre el personaje Genaro Tomalá, podemos inferir que la construcción dramática del personaje se apoya de manera bastante evidente en las características de los estereotipos populares. Como se ha dicho antes el 'sabido' y el 'sabroso' son probablemente los dos estereotipos de masculinidad más reconocidos en el entorno guayaquileño. La inclusión de recursos de caracterización lingüísticos y actitudinales propios de estos estereotipos los hacen fácilmente reconocibles por los espectadores.

En cuanto al personaje de Carlos Vaca, el resultado de la percepción de los espectadores presenta ciertas inconsistencias con el análisis de contenido realizado. Si bien es cierto que el 50% de las respuestas coinciden en caracterizar al personaje como 'mandarina', con respecto a los otros estereotipos vinculados la percepción plantea ciertas diferencias. En principio el carácter del 'mandarina' es fácilmente identificable por el elemento de sumisión del personaje a la voluntad de su mujer y a las presiones que esta ejerce sobre él, especialmente con reclamos económicos.

Solo el 20% de las respuestas vinculó al personaje con el estereotipo 'sabido'. Podría considerarse que esta respuesta tiene que ver con los imaginarios que vinculan a este estereotipo más con una clase social que sistema actitudinal. Para la mayoría de los guayaquileños el 'sabido' es un individuo de nivel socio económico bajo que busca la manera de sobrevivir a

toda costa. Vincular a este estereotipo con un personaje de clase media podría, en principio, descolocar la lectura que se realiza sobre el personaje.

Otro 20% de las respuestas recibidas consideraron al personaje dentro del estereotipo 'aniñado'. Este estereotipo se asociaba históricamente con las personas de nivel socio económico medio alto a alto. Desde el año 2007, con el acceso al gobierno del país de Rafael Correa, se produce una polarización en el discurso social. El concepto 'aniñado' es asociado al 'pelucón', este último sí adjudicado históricamente a la clase más alta. En esta nueva coyuntura, en la que toda la clase media es vista como enemigo de lo popular, se produjo un fenómeno muy fuerte de afirmación de la identidad. Por ello muchas personas se auto identificaron como 'aniñado' o 'pelucón' pese a pertenecer a la clase media baja, como respuesta política y afirmación aspiracional. Teniendo en cuenta que la media de edad de los participantes en el estudio es de 23-24 años, es de suponer que hayan formado sus imaginarios sociales en medio del discurso simbólico al que se hace referencia previamente.

Sin embargo con el personaje Luis Ernesto Plaza la percepción es más consistente con el estereotipo asignado como prevalente en el análisis de contenido pues el 80% de las respuestas lo identificaron como 'aniñado'. Los indicadores de este estereotipo están muy claros en la estructura narrativa de la telenovela. El personaje pertenece al nivel socio económico alto, lo que se demuestra en su actividad cotidiana, el acceso a recursos económicos por encima de los otros personajes y en la proyección de la imagen.

Por último con el personaje Armando Paz ocurrió una situación diferente. El 80% de las respuestas le asignó el estereotipo 'maltratador'. Este estereotipo fue definido como subordinado en el análisis de contenido. El estereotipo 'sabido' que fue asignado como prevalente en el análisis de contenido no recibió ninguna respuesta positiva en la percepción de los participantes en el estudio. El 20% de las respuestas restantes lo reconoció bajo la etiqueta de 'viejo verde'.

Probablemente esta situación responda, como en otros casos al carácter externo de la acción. Paz no duda en golpear, secuestrar o agredir tanto a mujeres como hombres. La agresión física es, en tanto acción dramática, mucho más evidente que el generar algún tipo de trama para afectar moral o económicamente a los mismos personajes a los que agrede. Lo mismo ocurre con el estereotipo 'viejo verde' pues en algunas ocasiones el acercamiento de Paz hacia las mujeres tiene carácter sexual. Si bien es cierto que para el análisis de contenido no es un criterio suficiente (por la frecuencia con que ocurre en la narración) para adjudicarle ese estereotipo, es probable que para la sensibilidad del espectador sea más relevante.

Para continuar con el acercamiento exploratorio a la recepción se solicitó a los participantes, acudir a una sesión de trabajo conjunto. Como ya se explicó, estudiar la serie "Los hijos de Don Juan" presentaba la dificultad de estar fuera de transmisiones. Por ello se escogieron algunas escenas de los personajes protagónicos y se proyectaron a los participantes. La oportunidad del contacto directo con los participantes en el estudio, permitía además ahondar en las percepciones que motivaron sus respuestas.

En la sesión de trabajo se le solicitó a los participantes que luego de ver algunos fragmentos de los hijos de Don Juan repitieran el mismo ejercicio de apreciación que realizaron con los personajes de "3 familias". Las respuestas en este caso fueron las siguientes:

Con el personaje Paco, las respuestas apuntan a un alto grado de coincidencia con el análisis de contenido. El 60% de las respuestas reconoce en el personaje al estereotipo del 'sabroso', definido como prevalente en el análisis. El 40% restante reconoce en el personaje el estereotipo del 'sabido' que en el análisis fue catalogado como estereotipo subordinado.

Algo similar ocurre con el personaje Zocotroco. El 70% de las respuestas lo reconoce como 'sabroso' y el 30% como 'sabido'. Estas evaluaciones presentan un alto grado de coincidencia con las realizadas en el análisis de contenido, en que estos estereotipos fueron considerados como prevalente y subordinado respectivamente.

En un intento de profundizar en las respuestas, los participantes mencionaron los elementos de gestualidad, lenguaje y apariencia personal.

Con el personaje Chicho el resultado muestra una variación importante. El 80% de las respuestas lo sitúan en el estereotipo 'pepudo'. Este estereotipo fue establecido en el análisis de contenido como estereotipo subordinado. En cambio el estereotipo 'mandarina' que fue considerado como el prevalente para este personaje, recibió apenas un 10% de respuesta positiva.

Al preguntar a los participantes por qué no consideraban a Chicho como un 'mandarina', las respuestas apuntaban a que al no ser manifiesto el hecho de que era dominado por una mujer de forma específica, no era posible identificarlo como tal. Se mostró a los participantes algunos fragmentos en que el personaje en su relación con varias mujeres: novia, hermana e incluso el de una amiga que asume el rol de consejera; siempre asume una actitud de subalterno. Las respuestas obtenidas apuntaron al hecho que la 'dispersión' del dominio femenino hace difícil encuadrarlo en el estereotipo. Algo diferente ocurre con el estereotipo 'pepudo' que se hace evidente en la imagen del personaje.

Para confirmar esto se les pidió comparar el personaje Chicho con Carlos Vaca de la telenovela "3 familias" que, casi por unanimidad, los participantes habían reconocido como 'mandarina'. Las respuestas hacían notar la 'claridad' con que se presentaba la relación de dominio del personaje por parte de su

esposa. Así mismo evidenciaron que era fácil entender la falta de carácter de Carlos Vaca para imponer límites a la conducta irresponsable de su mujer.

Hasta acá podemos inferir que los elementos de caracterización externa tienen un mayor peso en la evaluación de los receptores a la hora de asociar a los personajes con los estereotipos que representan. Esta condición es consistente con las dinámicas de los géneros dramáticos televisivos, en los que se priorizan conflictos y acciones con carácter externo por encima de los internos o introspectivos.

En el caso del personaje Chalo, el mayor volumen de respuestas (70%) lo reconocen como sabido. Ninguna de las respuestas lo ubican en el estereotipo 'metrosexual' que había sido previamente asignado por el análisis de contenido. Se pidió a los participantes una comparación entre el personaje Luis Ernesto Plaza de "3 familias" y Chalo, ya que ambos personajes tenían como estereotipo el metrosexual (en el caso de Luis Ernesto como estereotipo subordinado). Las respuestas esta vez apuntaron a razones de carácter social. Para los participantes la condición de metrosexual no se vincula con el hecho de intentar proyectar una imagen impecable o con el extremo cuidado cosmético sino con el poder adquisitivo. Según los participantes ser un 'metrosexual' requiere comprar productos cosméticos y ropa de las mejores marcas existentes en el mercado, por lo que no les resulta posible adjudicar al personaje Chalo esta condición. El peso de los juicios clasistas determina la evaluación del personaje.

Como resultado de esta primera aproximación a la recepción podemos plantear que la percepción de los estereotipos está condicionada por las relaciones de visualidad, en las que los espectadores pueden reconocer más fácilmente los rasgos externos de caracterización de los personajes. Comoquiera que los estereotipos son producto de los imaginarios sociales, entonces se justifica que estos imaginarios tengan un gran peso a la hora de relacionar a los personajes de ficción con los estereotipos de masculinidad.

Por otra parte es consistente con la teoría de la evolución del personaje (Pavis, 1998) que ubica al estereotipo como una de las primeras etapas de desarrollo del personaje, más enfocada en la caracterización externa que en los conflictos dramáticos del personaje.

Heteronormatividad y masculinidad.

El segundo epígrafe de este apéndice es una reflexión sobre el modo en que el discurso televisivo que se consume en Ecuador continúa perpetuando la relación entre masculinidad y heterosexualidad. En días previos a la escritura de este trabajo se han sucedido frente al canal TC Televisión una serie de protestas del colectivo LGBTI del Ecuador. El motivo de estas protestas es el tratamiento dado por el equipo de la telenovela “Cuatro Cuartos” a los personajes homosexuales. Es importante señalar que el equipo de realización de esta telenovela es el mismo que realizara “Los hijos de Don Juan”.

En esta nueva propuesta el equipo, al igual que las otras dos que son objeto de estudio, está clasificada por los productores y el canal que lo exhibe como ‘telenovela cómica’ y en ella se cuenta la historia de cuatro mujeres que por diferentes circunstancias coinciden en una misma casa de vecindad, en la que cada una de ellas alquila un cuarto. En lo que los productores de contenido de la serie entienden como una representación de la diversidad, una de estas mujeres, negra por demás, tiene un hijo adoptivo homosexual.

Se podría suponer que la representación de dos minorías conjugadas sería recibida con beneplácito por parte de los espectadores. Sin embargo es justamente el personaje del hijo adoptivo quien motiva las protestas, como demuestra este volante, invitando a la protesta:



PLANTON CONTRA ESTEREOTIPO DE JAQUNA
"JAQUNA LOS GLBTI RECLAMAMOS RESPETO"

La comunidad GLBTI rechazamos los prejuicios que se infunden hacia los gays por parte del personaje JAQUNA, interpretado por Leonardo Moreira el Chino, que en diversas ocasiones ha actuado muy afeminado, morbosamente, con actitudes dañinas, prejuiciosas, estereotipadas que denigran la personalidad gay y trans.

Le invitamos al plantón a realizarse:

FECHA: Jueves 31 de Agosto 2017
HORA: 14:30
LUGAR: Abel Romero y Av. de las Americas (exteriores de Tc Television)
Presentaremos Documentos Dirigidos a la SUPERCOM, Produccion de 4 Cuartos.

Lcda. TANISHA FEIKERS.
ACTIVISTA POBLACION GLBTI
PRESIDENTA PLAN DIVERSIDAD
MEDIADORA Y DEFENSORA DE DERECHOS HUMANOS
PRESIDENTA DEL COMITE LOCAL DE SALUD

La imagen sumamente estereotipada de los personajes género diversos en la televisión ecuatoriana es, en muchas ocasiones, lamentable. Esta telenovela no es la excepción. Se representa al homosexual como un individuo débil, que todo el tiempo está pensando en sexo y con el propósito no explícito de 'convertir' a sus amigos heterosexuales o al menos seducirlos.

La única relación sentimental en la que se le ve involucrado es con otro personaje, también homosexual, que es un estafador al servicio del villano de la telenovela. Este individuo seduce a Jaquna para llevarlo a una trampa donde debe ser golpeado a muerte, como parte de una venganza contra la madre adoptiva de Jaquna.

Para completar el cuadro el personaje duerme en una habitación pintada de rosado, decorada con imágenes de Hello Kitty, el personaje de comic japonés que se ha vuelto icónico de la feminidad adolescente o inmadura. Para completar ese mismo personaje es el motivo de decoración del edredón y las pegatinas que pone sobre la tapa de su laptop.



Si volvemos a las dos telenovelas que son objeto de estudio en este trabajo veremos que en ambos casos los protagonistas son personajes masculinos, todos heterosexuales. La omisión es en estos casos tan nociva como la representación estereotipada. Tanto en “3 familias” como en “Los hijos de Don Juan” cuando se da una representación genero diversa, son casos de travestismo realizados por personajes heterosexuales. En un caso (Armando Paz, “3 familias”) para realizar su venganza sobre los otros personajes, o cuando las esposas de los protagonistas se hacen pasar por hombres para espiarlos. En “Los hijos de Don Juan”, Chalo y Chicho se visten de mujer para burlarse de los personajes femeninos.

De esta manera se manifiesta el valor de lo heteronormativo en el discurso televisivo ecuatoriano. En estos casos lo homosexual masculino es asociado a lo femenino, por tanto débil y subordinado y, por tanto, negación de la masculinidad que es representativo de fuerza y liderazgo. En el sistema binario de concepción del género, lo masculino se constituye en tanto negación de la feminidad. A diferencia de las nuevas formas de concebir las relaciones de género en las que se abre el espectro a nuevas formas de masculinidades y/o feminidades, la televisión local mantiene un discurso heteronormativo que no da espacio a otras opciones.

Otros ejemplos que pudieran reforzar esta afirmación es la representación de la homosexualidad en la no ficción. En este tipo de programas los homosexuales se ven limitados a los programas de farándula o prensa rosa. Siempre se trata de individuos afeminados, que se entregan con fruición al chisme y se dedican a hurgar y comentar la vida privada de las figuras públicas. Se auto identifican por sobrenombres como: “la cerecita del pastel” o “el cuy”²⁴.

Resumiendo se requiere un cambio importante en los ideogramas de género de los productores de contenido para superar el discurso heteronormativo al uso en la televisión ecuatoriana.

²⁴ Nombre que se le da localmente al conejillo de Indias.

Generalidades sobre la formulación de la masculinidad en los contenidos televisivos ecuatorianos

Con el fin de explorar las ideas que sobre la masculinidad manejan los productores de contenido de la televisión ecuatoriana, se entrevistó a Francisco (Paco) Cuesta, Director general de contenidos del canal Ecuavisa y a Rocío Dunn, Gerente General de Producción del canal RTS, Red Tele Sistema.

Cuesta es responsable de la selección de los proyectos, ficción o no ficción, del más importante canal de televisión ecuatoriano. Es la persona que inicia los más importantes proyectos dramatizados, entre los que se encuentran “3 familias”. Dunn, por su parte es la responsable de programas de televisión de gran éxito como el noticiario de variedades “Vamos con todo” o del programa de tele realidad “Combate”.

Ambos coinciden en señalar que durante años el modelo de masculinidad que se presentaba en los medios era foráneo, generalmente importado desde países cercanos y alejados de la imagen autóctona del hombre ecuatoriano pero más cercanos al modelo hegemónico que se hereda de la producción norteamericana.

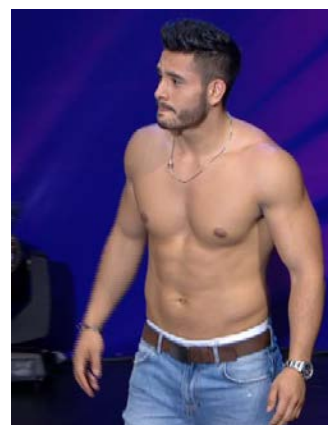
Buscábamos por ejemplo en Argentina, buscábamos en otros lugares tipos de personas que supuestamente aquí no hay y resultaban diferentes y por lo tanto llamativas y atractivas. Pero es una cuestión muy racionalizada porque esas personas nunca funcionaban, pero nunca con una N mayúscula, funcionaba para los dueños del canal decían “A es una persona muy atractiva”, un espejismo pero no funcionaba para el público (Cuesta, 2016)

El planteamiento del entrevistado habla claramente de una relación centro-periférica, en la que el sistema de producción televisiva ecuatoriano copia

(o importa) representaciones de género avaladas por el discurso mediático de los centros hegemónicos de poder. Así pues los hombres que se veían en pantalla eran blancos, de rasgos caucásicos y con una proyección de imagen muy cercana a la clase media alta-alta.

En la actualidad, el discurso cambia y el enfoque se dirige hacia individuos más cercanos al modelo de la masculinidad popular. El mestizo ecuatoriano empieza a ganar espacio dentro de las narrativas televisivas que se ponen en circulación actualmente.

yo puedo decir Jonathan Estrada²⁵ es un tipo atractivo porque su físico está bien proporcionado es alto tiene una cara con facciones latinoamericanas indígenas mezcladas con algunos genes europeos por ahí y yo puedo racionalmente decir este muchacho es muy atractivo y de hecho funciona también eso, funciona tanto en la costa como en la sierra (Cuesta, 2016)



No solo se potencia el modelo de superación étnica sino el modelo de superación individual. Rocio Dunn explica el éxito del reality “Combate” producido por su canal y alude al hecho de que al escoger jóvenes que ‘crecen’ física y personalmente en el canal se vuelven populares entre los receptores porque se convierten en referentes.

(...) entonces al necesitar el criterio de superación, el muchacho flaquito que todavía no le crece ningún musculo y que quiere lograr algo en la vida (...) es importante siempre tenerlo , por identificación y porque el ama de casa sentimentalmente se siente atraída hacia el entrenamiento de ese chico (Dunn, 2016)

²⁵ Actor y presentador ecuatoriano

Vemos con estas apreciaciones que hay un público local avido de encontrar a sus semejantes en la pantalla y reconocerse con ellos. También es interesante el hecho que se empiecen a aceptar la diversidad:

(...) que todo mundo sabe que (el concursante) es gay (...), pero se lo integro bien con el grupo, el ama de casa lo quiso porque ahí el problema es cuando por mostrar al personaje gay hay un rechazo, pero acá no lo hubo porque simplemente se integró tan bien con el resto del equipo que fue aceptado, fue una forma que se pudo sin decirlo (...) siempre y cuando el ama de casa, la madre de familia lo vea como, no lo vea como una amenaza a sus hijos, y de alguna manera siempre hay una manera de que lo vean bien (Dunn, 2016)

Resulta contradictorio que siendo favorable la actitud del público hacia la diversidad los canales persistan en mostrar una imagen unívoca de la masculinidad.

Podemos concluir que en la actual situación de recepción se dan las condiciones para un cambio en el modelo de masculinidad que se presenta en la televisión ecuatoriana, más alejado de los paradigmas de la masculinidad hegemónica tradicional y más cercana a los paradigmas emergentes

CONCLUSIONES

1. Sobre el estudio de los estereotipos

Esta particularidad de los resultados obtenidos y analizados en este texto permite arribar a conclusiones sobre tres campos de interés particulares sobre las negociaciones con los imaginarios de la masculinidad entre los adultos emergentes de la ciudad de Guayaquil.

1. Sobre la prevalencia de los estereotipos de masculinidad:

Hay una clara tendencia a reconocer como *decadentes* los estereotipos de masculinidad que se asocian con actitudes o patrones de conducta que indican poco nivel de sociabilidad (*nerd*, *emo*, intelectual) reforzando la idea cultural de percibir al guayaquileño como un individuo extrovertido. Desde la perspectiva de enfocar la masculinidad como performativa, entonces aquellos individuos cuyo performance no es consistente con la visibilización los hace poco reconocibles para el entorno. Asimismo, es importante el factor social, pues el estereotipo del maltratador también es percibido como *decadente*.

Respecto a los estereotipos considerados como *emergentes*, están más relacionados con las nuevas formas de masculinidades. Se tratan de performances más alejados de una idea tradicional y que modernizan la proyección del hombre. Se trata de un performance más flexible que incorpora al discurso atributos tradicionalmente asociados con la feminidad: el cuidado de la imagen, uso de cosmética, preocupación por la moda y socialización fuera de los espacios sociales tradicionalmente masculinos.

Por último, los estereotipos *dominantes* se asocian a una performatividad extrovertida, promotora de un ideal masculino abierto, en plena integración con su entorno socio cultural. Se trata de estereotipos tradicionalmente asociados a la guayaquileñidad y que son ampliamente reconocibles dentro del espacio

urbano, que presentan un claro arraigo popular y resultan fuente de patrones conductuales aceptados por la mayoría.

Finalmente, la proyección social de las figuras públicas reconocidas como representativas de la masculinidad responden en su gran mayoría a los patrones de estereotipos *dominantes*.

2. Sobre la relación de los estereotipos con la masculinidad hegemónica:

Los resultados evidencian la importancia del modelo de la masculinidad hegemónica en la construcción de los imaginarios sobre el 'hombre guayaquileño'. Resulta claro además que este modelo, que tal como se plantea en la introducción del texto, tiene su origen en las idealizaciones de la clase media norteamericana, resulta una importación de capital simbólico (Bourdieu, 2000) que puede suponerse, se realiza a través del discurso mediático, aunque esta presunción será objeto de estudio en otra parte de la investigación. Estos imaginarios importados se mezclaron en su momento con los imaginarios tradicionalmente asociados a la herencia hispánica. Es importante notar que esta mezcla no resultó en un desplazamiento total de los anteriores pero sí en modificaciones sustanciales al modelo tradicional.

Asimismo es importante notar que casi todos los estereotipos considerados como *emergentes* responden a modelos de masculinidad cuya performance requiere ser asociada a ciertos atributos externos, que son mayoritariamente de acceso de la clase media a media alta, condición esencial de la masculinidad hegemónica.

El hecho que solo un individuo de 'raza negra' haya alcanzado un valor relativamente significativo en cuanto a ser considerado representativo de la masculinidad guayaquileña, complementa la idea del componente étnico, parte esencial de la masculinidad hegemónica (que potencia la 'raza blanca'), y que es aplicado al valorar la capacidad del individuo de representar o no al hombre guayaquileño

Sin que la motivación de este estudio sea la investigación antropológica es importante que la clasificación de los estereotipos resultante de esta fase de la investigación está profundamente relacionada con el entorno social guayaquileño.

Una de las grandes paradojas de la ciudad de Guayaquil es su marcado conservadurismo. Se plantea como paradójico porque en las narrativas usadas por la población para auto definirse, se presentan a sí mismos como abiertos, por ser ciudad portuaria y estar en mayor contacto que otras ciudades del país con el exterior. De hecho se definen como más abiertos al cambio que los 'serranos' a quienes consideran una cultura más introvertida.

Es cierto que, por una parte, la población y la sociedad guayaquileña están permeadas por otras culturas, al ser una ciudad de arribo y asentamiento de migrantes. Sin embargo debe señalarse que estos migrantes pertenecen casi todos a culturas de origen español, árabe y judío, que tradicionalmente resultan muy conservadores.

Los modelos familiares están profundamente marcados por formas muy estrictas de religiosidad. Hay una población gran población católica, en conflicto ideológico con una (cada vez más) creciente población de filiación evangélica. Conflicto que en algún momento ha llegado a la violencia física. Es comprensible

entonces que en un entorno tan rígido las ideas sobre la masculinidad sean preconcebidas y muy poco adaptables.

En Guayaquil existen campañas activas en contra de la diversidad de género, como el intento realizado por la iglesia con apoyo de sus seguidores, para frenar la sustitución del campo sexo por género en la cédula de identidad, pues se decía que semejante normativa ponía en peligro la identidad de las nuevas generaciones.

Así mismo los más importantes líderes políticos de origen guayaquileño: León Febres Cordero, Jaime Nebot Saadi, Abdalá Bucarám y Rafael Correa, han sido explícitamente promotores de una actitud beligerante que busca descaracterizar y eliminar a los adversarios políticos en una estrategia simbólica que, recurrentemente, intenta vulnerar la imagen de masculinidad que se pudiera estar construyendo de ellos socialmente.

La guayabera y el bigote, los símbolos de poder (y empoderamiento) masculino a nivel de gobierno son un muestra de los imaginarios hegemónicos de clase alta.

La hegemonía en los patrones de masculinidad de la clase media-baja y baja está dada esencialmente por los estereotipos que vinculan al guayaquileño al tema tratar de mejorar (esencialmente en el plano económico) a toda costa o crear espacio de heterosocialización, donde los hombres guayaquileños acuden a ostentar sus triunfos individuales.

En ambos casos y con independencia del nivel socioeconómico vemos que el guayaquileño concibe siempre lo masculino en oposición dual a lo que se comprende como femenino, indistintamente de si esta condición es

representada por la mujer o por hombres que no cumplen con los debidos requisitos de fuerza y ejercicio de poder. Por tanto será más masculino (y por tanto tendrá más derecho a ostentarlo) aquel que se ajuste más a las exigencias del modelo hegemónico heteronormativo y se separe de todo lo que pueda entenderse como femenino.

Hablamos de un modelo marcado por restricciones emocionales, que les obligan a reprimirse de expresar en público ciertos tipos de intereses (como el arte), emociones (como la ternura), formas de comportamiento (cierto refinamiento en la conducta) o actitudes que puedan interpretarse como femeninas, aunque estos individuos no sean necesariamente género diversos.

La performatividad, a la que ya se ha hecho alusión previamente en el desarrollo del texto, moviliza la corporalidad como instrumento básico de expresión. En el entorno inmediato es el principal modo de escritura (y lectura) del discurso de género de los individuos.

El modelo de masculinidad es sostenido en una línea diacrónica y reproducido en un momento sincrónico, sin mayores varianzas. La hegemonía masculina es ostentada en los espacios de socialización heteronormados. En estos entornos se es hombre para los otros hombres que deben reconocer, admitir y quizás aplaudir las manifestaciones de masculinidad del macho hegemónico. Macho que es viril, fuerte, en control de sus emociones, control que solo pierde si cede paso a la beligerancia.

Es interesante como esto afecta incluso a los individuos que se reconocen género diversos. En primer lugar (y muchas veces entre individuos heterosexuales) el acusar o señalar al otro como presuntamente homosexual, crea una suerte de 'escarnio' social que busca despojar al otro de su condición

masculina y colocarlos en posición desventajosa. A mayor masculinidad, mayor poder y tácitamente, mayores ventajas sociales.

Es posible convenir que la masculinidad hegemónica tiene cada vez más presión externa. Su principal fuente de conflicto no es, como podría pensarse, el discurso femenino, sino el discurso de las nuevas masculinidades que van ganando terreno. Pero hasta tanto este proceso no se complete, ostentar heteromasculinidad será una ventaja social.

Tanto es así que muchos individuos homosexuales asumen el sistema de roles de la relación heteronormativa, esperando que aquel que detente el rol masculino sea mejor visto y aceptado socialmente. Otra situación es cuando estos individuos al llegar a cierta edad, ceden a la presión y se casan comenzando una doble vida.

Como se dijo hace un momento el gran conflicto de la masculinidad hegemónica es con las nuevas masculinidades que empiezan a plantear conflictos intelectuales y formales, que van apartando el modelo hegemónico para hacerse cada vez más visibles en el entorno social. El surgimiento de las llamadas tribus urbanas que van imponiendo un cambio visual y social que obliga a plantearse la masculinidad de una nueva manera son prueba de ello.

De la misma manera que la masculinidad hegemónica entra en crisis, también lo hacen los estereotipos que la representan que comienzan a ser desplazados por nuevas visualidades sobre la sexualidad masculina, mucho más libres y menos presionadas por la norma hegemónica.

3. Sobre los emisores o receptores del discurso de masculinidad:

El hecho de que sean mayoritariamente mujeres que se autodefinen como heterosexuales y hombres, autodefinidos homosexuales, quienes signifiquen las personas que en mayor número reconocen a los referentes vinculados a la masculinidad hegemónica como típicamente guayaquileños (al mismo tiempo que evalúan como poco representativos a los referentes que se apartan del modelo, (especialmente género diversos) permite pensar que son los potenciales receptores de la proyección de masculinidad quienes validen el performance por encima de los que se podrían considerar como representantes de la masculinidad guayaquileña.

4. Sobre los estereotipos de masculinidad y el discurso de la ficción televisiva.

En el primer caso estudiado “3 familias” vemos que las proyecciones de masculinidad a través de los estereotipos que se utilizan y el modo en que se presentan muestran la voluntad del canal de mostrar la masculinidad popular pero llegar al sector más amplio posible de espectadores, garantizando de esta manera los niveles de audiencia.

Se presentan los estereotipos de masculinidad popular con mayor índice de presencia, sin embargo los estereotipos de hegemonía relacionados con la clase alta son presentados (y muchas veces, percibidos) como aspiracionales por el público a quien está dirigido el programa.

Están diciendo a sus espectadores tácitamente que cualquiera con esfuerzo puede llegar a pertenecer a la clase media. El modelo importado de los centros hegemónicos de la cultura es impuesto a los imaginarios de la periferia de nivel

socio económico bajo. Esta acción de marcado carácter ideológico responde a la línea de intereses manejados por años por el canal

Todos los estereotipos utilizados para la construcción de los personajes masculinos son estereotipos dominantes, se desconocen los modelos emergentes o decadentes, al menos en los personajes protagónicos. Hay una voluntad por exaltar lo normativamente correcto. En ningún caso se asocian los personajes con masculinidades género diversas. El modelo del hombre heterosexual como patrón de lo masculino es prevalente. Hay un discurso subyacente de vinculación religiosa y burguesa que define la naturaleza de la narración.

La condición masculina es entendida como dominante. Incluso cuando los personajes aceptan que ceden a las exigencias de sus esposas, son ellos los que poseen los medios económicos o sociales para poder conseguir esos fines. La mujer es sometida y subordinada. El hecho mismo que el personaje masculino se constituya en el proveedor y sustento ya muestra cuál es la línea de discurso del canal frente al tema del género.

En cambio el otro producto: “Los hijos de Don Juan” decide apostar por la masculinidad popular para (así parecen planteárselo) conectar con su público objetivo, pero en el proceso se denotan algunas falencias. En primer lugar el hecho que al simplificar los personajes para ajustarlos al estereotipo le restan matices a la historia y se vuelve una visión maniquea de los modelos de masculinidad.

La mayoría de los estereotipos utilizados para la construcción de los personajes masculinos son estereotipos dominantes, aunque se nota una cierta voluntad de incorporar estereotipos emergentes, esto aún no se consigue plenamente. De cierta forma el hecho de ser TC Televisión un canal administrado

por el Estado, quizás favorezca el hecho del abordaje de nuevas líneas narrativas y temáticas.

Al igual que en el caso anterior no aparecen en la narrativa personajes que muestran diversidad de género, las apariciones esporádicas tienen un matiz caricaturesco, denotando una mirada poco empática por parte de los realizadores.

La posición dominante del hombre es reforzada por la posición del conquistador. La mujer es objetualizada y se convierte en un trofeo a manos del macho ganador, de una suerte de batalla sexual para conseguir la presa.

COROLARIO

Por una parte resulta satisfactorio ver que los canales de televisión local empiezan a preocuparse por llevar a la audiencia historias contadas desde los paradigmas culturales ecuatorianos, en lugar de importar modelos que responden a otras industrias y culturas. Igualmente resulta agradable notar que se abren espacios para historias donde los personajes masculinos asumen la carga protagónica.

Sin embargo es importante abrir espacios a nuevos discursos visuales y simbólicos sobre la masculinidad que van a permitir una presencia más amplia de nuevas formas de masculinidad dentro de las estructuras narrativas al tiempo que favorecerán, desde el discurso de los medios que la población en general acepte estas masculinidades emergentes y las incorpore los imaginarios sobre su entorno inmediato.

También se espera que, a futuro, la producción de televisión local se vuelva más inclusiva con la diversidad de género. Que no se relegue a las personas género diversas y que se les presente desde el respeto y reconociendo el valor que tienen dentro del entorno social.

Para concluir señalar que pese a no gozar de toda la 'buena salud' deseable, es alentador que la televisión ecuatoriana acoja los estereotipos de masculinidad popular como centro de sus narrativas ficcionales y abra espacios para que el 'macho guayaco' (y ojalá muy pronto el macho serrano, el montubio, el longo o el esmeraldeño) puedan protagonizar en nuestras pantallas sin asomos de prejuicios limitantes.

Bibliografía

- Andrade, X. (2 de junio de 2015). Entrevista para el proyecto de investigación: Mrando de cerca al macho guayaco. (E. Muñoa, Entrevistador)
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469-480.
- Bauer, D. E. (2010). Tradición colectiva e identidad cultural: Expresiones colectivas en la costa ecuatoriana. *Revista de Antropología Experimental # 10*, 183-194.
- Brunner, J. (1996). Tradicionalismo y modernidad en la cultura latinoamericana. *Escritos*, 301-333.
- Coba, L. (2001). Haga negocio conmigo: ritual de masculinidad. En X. Andrade, & G. Herrera, *Masculinidades en Ecuador* (págs. 101-114). Quito: Flacso Ecuador.
- Cuesta, F. (26 de 11 de 2016). Entrevista para la investigación. (E. Muñoa, Entrevistador)
- Diario El Telégrafo. (20 de marzo de 2014). *Ecuavisa estrenará serie cómica basada en los niveles sociales*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/telemix/1/ecuavisa-estrenara-serie-comica-basada-en-los-niveles-sociales>
- Dunn, R. (8 de 12 de 2016). Entrevista para la investigación. (E. Muñoa, Entrevistador)
- Ecuador Inmediato. (21 de 10 de 2013). *La telenovela el "Capo II" se encontraba entre las favoritas de los ecuatorianos*. Obtenido de Ecuador Inmediato: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=2818749586
- Galán, E. (2006). *Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva*. Obtenido de Repositorio institucional. Universidad Carlos III. Madrid: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/9475/galan_personajes_ECOPOS_2006.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación. Quinta edición*. México: McGraw Hill.
- Marzana, D., Pérez-Acosta, A., Marta, E., & González, M. I. (2010). La transición a la edad adulta en Colombia: una lectura relacional. *Avances en psicología latinoamericana*. vol28. num1, 99-112.
- Méndez, R. (2013). *La producción nacional y la Ley de Comunicación*. Obtenido de PolíticoEC: <http://politico.ec/la-produccion-nacional-y-la-ley-de-comunicacion/>
- Molano, O. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. . *Opera*, 69-84.
- Montesinos, R. (2007). Cambio cultural, prácticas sociales y nuevas expresiones de la masculinidad. En R. Montesinos, *Perfiles de la masculinidad* (págs. 17-45). Ciudad de México: Plaza y Valdéz S.A de C.V.
- Parchuc, J. P. (2012). Se dice de mí: el discurso referido en las políticas narrativas de los géneros y las sexualidades. En F. Forastelli, & G. Olivera, *Estudios queer. Semióticas y políticas de la sexualidad* (págs. 25-34). Buenos Aires: La Crujía.
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales: ¿brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *Revista mexicana de investigación educativa*, 11(28), 179-185.
- San Miguel, S. (24 de abril de 2017). Las novelas de ayer en la televisión de hoy. *Expreso*.
- Smith, A. D. (1997). *La identidad nacional*. Madrid: Trama Editorial.

ANEXOS

Estadísticos

		Surfer/ Skater	Sabroso	Macho men	Pepudo	Viejo verde	Maltratador
N	Válido	150	149	150	149	149	149
	Perdidos	0	1	0	1	1	1
Moda		1	1	1	3	2	2

Estadísticos

		Aniñado	Afeminado	Nerd	Sabido	Emo/ Rockero	Metrosexual
N	Válido	150	148	148	149	149	150
	Perdidos	0	2	2	1	1	0
Moda		3	3	2	1	2	3

Estadísticos

		Hipster	Yogui	Farrero	Intelectual
N	Válido	149	148	150	150
	Perdidos	1	2	0	0
Moda		3	3	1	2

/ Skater

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	61	40,7	40,7	40,7
	Decadentes	41	27,3	27,3	68,0
	Emergentes	48	32,0	32,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Sabroso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	84	56,0	56,4	56,4
	Decadentes	52	34,7	34,9	91,3
	Emergentes	13	8,7	8,7	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

Macho men

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	87	58,0	58,0	58,0
	Decadentes	40	26,7	26,7	84,7

Emergentes	23	15,3	15,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Pepudo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	38	25,3	25,5	25,5
	Decadentes	29	19,3	19,5	45,0
	Emergentes	82	54,7	55,0	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

Viejo verde

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	61	40,7	40,9	40,9
	Decadentes	72	48,0	48,3	89,3
	Emergentes	16	10,7	10,7	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

Maltratador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	48	32,0	32,2	32,2
	Decadentes	75	50,0	50,3	82,6
	Emergentes	26	17,3	17,4	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

Aniñado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	41	27,3	27,3	27,3
	Decadentes	34	22,7	22,7	50,0
	Emergentes	75	50,0	50,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Afeminado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	18	12,0	12,2	12,2
	Decadentes	45	30,0	30,4	42,6
	Emergentes	85	56,7	57,4	100,0
	Total	148	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,3		

Total	150	100,0		
-------	-----	-------	--	--

nerd

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	29	19,3	19,6	19,6
	Decadentes	62	41,3	41,9	61,5
	Emergentes	57	38,0	38,5	100,0
	Total	148	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,3		
Total		150	100,0		

Sabido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	82	54,7	55,0	55,0
	Decadentes	49	32,7	32,9	87,9
	Emergentes	18	12,0	12,1	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

Emo/ Rockero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	27	18,0	18,1	18,1
	Decadentes	82	54,7	55,0	73,2
	Emergentes	40	26,7	26,8	100,0

	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
	Total	150	100,0		

metrosexual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	43	28,7	28,7	28,7
	Decadentes	26	17,3	17,3	46,0
	Emergentes	81	54,0	54,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hipster

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	16	10,7	10,7	10,7
	Decadentes	31	20,7	20,8	31,5
	Emergentes	102	68,0	68,5	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
	Total	150	100,0		

Yogui

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	27	18,0	18,2	18,2

	Decadentes	37	24,7	25,0	43,2
	Emergentes	84	56,0	56,8	100,0
	Total	148	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,3		
Total		150	100,0		

Farrero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	73	48,7	48,7	48,7
	Decadentes	48	32,0	32,0	80,7
	Emergentes	29	19,3	19,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Intelectual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominantes	8	5,3	5,3	5,3
	Decadentes	78	52,0	52,0	57,3
	Emergentes	64	42,7	42,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Estadísticos

		FP1	FP2	FP3	FP4	FP5	FP6	FP7
N	Válido	150	150	150	150	150	150	150
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0
Moda		3	2	2	3	3	2	2

Estadísticos

		FP8	FP9	FP10	FP11	FP12	FP13	FP14
N	Válido	150	150	150	148	150	150	150
	Perdidos	0	0	0	2	0	0	0
Moda		0	3	2	2	3	3	3

Estadísticos

		FP15	FP16	FP17	FP18	FP19	FP20	FP21
N	Válido	150	150	150	150	150	150	149
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	1
Moda		3	2	2	0	3	2	2

Estadísticos

		FP22	FP23
N	Válido	150	150
	Perdidos	0	0
Moda		0	3

FP1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	1	,7	,7	,7
	Nada	19	12,7	12,7	13,3
	Poco	57	38,0	38,0	51,3
	Mucho	73	48,7	48,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	15	10,0	10,0	10,0
	Nada	43	28,7	28,7	38,7
	Poco	56	37,3	37,3	76,0
	Mucho	36	24,0	24,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	14	9,3	9,3	9,3
	Nada	18	12,0	12,0	21,3
	Poco	76	50,7	50,7	72,0
	Mucho	42	28,0	28,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	1	,7	,7	,7
	Nada	14	9,3	9,3	10,0
	Poco	55	36,7	36,7	46,7
	Mucho	80	53,3	53,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	37	24,7	24,7	24,7
	Nada	39	26,0	26,0	50,7
	Poco	32	21,3	21,3	72,0
	Mucho	42	28,0	28,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	10	6,7	6,7	6,7
	Nada	28	18,7	18,7	25,3
	Poco	74	49,3	49,3	74,7
	Mucho	38	25,3	25,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	3	2,0	2,0	2,0
	Nada	39	26,0	26,0	28,0
	Poco	64	42,7	42,7	70,7
	Mucho	44	29,3	29,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	98	65,3	65,3	65,3
	Nada	18	12,0	12,0	77,3
	Poco	25	16,7	16,7	94,0
	Mucho	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	4	2,7	2,7	2,7
	Poco	31	20,7	20,7	23,3
	Mucho	115	76,7	76,7	100,0

Total	150	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

FP10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	6	4,0	4,0	4,0
	Nada	32	21,3	21,3	25,3
	Poco	87	58,0	58,0	83,3
	Mucho	25	16,7	16,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	12	8,0	8,1	8,1
	Nada	44	29,3	29,7	37,8
	Poco	65	43,3	43,9	81,8
	Mucho	27	18,0	18,2	100,0
	Total	148	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,3		
Total		150	100,0		

FP12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	7	4,7	4,7	4,7
	Nada	14	9,3	9,3	14,0
	Poco	61	40,7	40,7	54,7
	Mucho	68	45,3	45,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	5	3,3	3,3	3,3
	Nada	21	14,0	14,0	17,3
	Poco	30	20,0	20,0	37,3
	Mucho	94	62,7	62,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	2	1,3	1,3	1,3
	Nada	20	13,3	13,3	14,7

	Poco	48	32,0	32,0	46,7
	Mucho	80	53,3	53,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	6	4,0	4,0	4,0
	Nada	31	20,7	20,7	24,7
	Poco	47	31,3	31,3	56,0
	Mucho	66	44,0	44,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	14	9,3	9,3	9,3
	Nada	48	32,0	32,0	41,3
	Poco	50	33,3	33,3	74,7
	Mucho	38	25,3	25,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	23	15,3	15,3	15,3
	Nada	47	31,3	31,3	46,7
	Poco	54	36,0	36,0	82,7

	Mucho	26	17,3	17,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	57	38,0	38,0	38,0
	Nada	48	32,0	32,0	70,0
	Poco	31	20,7	20,7	90,7
	Mucho	14	9,3	9,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	39	26,0	26,0	26,0
	Nada	39	26,0	26,0	52,0
	Poco	26	17,3	17,3	69,3
	Mucho	46	30,7	30,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	3	2,0	2,0	2,0
	Nada	21	14,0	14,0	16,0
	Poco	69	46,0	46,0	62,0
	Mucho	57	38,0	38,0	100,0

Total	150	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

FP21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	14	9,3	9,4	9,4
	Nada	21	14,0	14,1	23,5
	Poco	66	44,0	44,3	67,8
	Mucho	48	32,0	32,2	100,0
	Total	149	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		150	100,0		

FP22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	80	53,3	53,3	53,3
	Nada	25	16,7	16,7	70,0
	Poco	35	23,3	23,3	93,3
	Mucho	10	6,7	6,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

FP23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo conozco	4	2,7	2,7	2,7
	Nada	23	15,3	15,3	18,0
	Poco	32	21,3	21,3	39,3
	Mucho	91	60,7	60,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Notas

Salida creada		05-AUG-2017 01:43:39
Comentarios		
Entrada	Datos	C:\Users\USER\Documents\DOCTORADO 2.0\ESTADÍSTICAS\NUEVA BASE ESTEREOTIPOS.sav
	Conjunto de datos activo	Conjunto_de_datos2
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archivo	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	390
Manejo de valor perdido	Definición de ausencia	Los valores perdidos definidos por el usuario se tratan como perdidos.
	Casos utilizados	Las estadísticas se basan en todos los casos con datos válidos.
Sintaxis		FRECUENCIAS VARIABLES=surfers sabroso macho pepudo verde maltrato aññado amanerado nerd sabido emorock metro hipster yogui farrero intelectual mandarina ñengoso /STATISTICS=MODE /ORDER=ANALYSIS.
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00,02
	Tiempo transcurrido	00:00:00,04

Estadísticos

		Surfer / Skater	Sabroso	Macho man	Pepudo	Viejo verde	Maltratador
N	Válido	386	384	386	386	382	386
	Perdidos	4	6	4	4	8	4
	Moda	1	1	1	3	1	2

Estadísticos

		Aniñado	Amanerado	Nerd	Sabido	Emo/ Rockero	Metrosexual
N	Válido	386	384	386	380	384	384
	Perdidos	4	6	4	10	6	6
	Moda	1	3	2	1	2	1

Estadísticos

		Hipster	Yogui	Farrero	Intelectual	Mandarina	Ñengoso
N	Válido	385	386	386	386	386	384
	Perdidos	5	4	4	4	4	6
	Moda	3	3	1	2	1	3

Tabla de frecuencia

Surfer / Skater

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	200	51,3	51,8	51,8
	Decadente	94	24,1	24,4	76,2
	Emergente	92	23,6	23,8	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Sabroso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	317	81,3	82,6	82,6
	Decadente	50	12,8	13,0	95,6
	Emergente	17	4,4	4,4	100,0
	Total	384	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		390	100,0		

Macho man

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	298	76,4	77,2	77,2
	Decadente	67	17,2	17,4	94,6
	Emergente	21	5,4	5,4	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Pepudo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	151	38,7	39,1	39,1
	Decadente	58	14,9	15,0	54,1
	Emergente	177	45,4	45,9	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Viejo verde

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	223	57,2	58,4	58,4
	Decadente	128	32,8	33,5	91,9
	Emergente	31	7,9	8,1	100,0
	Total	382	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	2,1		
Total		390	100,0		

Maltratador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	185	47,4	47,9	47,9
	Decadente	187	47,9	48,4	96,4
	Emergente	14	3,6	3,6	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Aniñado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	193	49,5	50,0	50,0
	Decadente	81	20,8	21,0	71,0
	Emergente	112	28,7	29,0	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Amanerado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	131	33,6	34,1	34,1
	Decadente	91	23,3	23,7	57,8
	Emergente	162	41,5	42,2	100,0
	Total	384	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		390	100,0		

Nerd

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	112	28,7	29,0	29,0
	Decadente	184	47,2	47,7	76,7
	Emergente	90	23,1	23,3	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Sabido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	279	71,5	73,4	73,4
	Decadente	64	16,4	16,8	90,3
	Emergente	37	9,5	9,7	100,0
	Total	380	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	10	2,6		
Total		390	100,0		

Emo/ Rockero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	95	24,4	24,7	24,7
	Decadente	214	54,9	55,7	80,5
	Emergente	75	19,2	19,5	100,0
	Total	384	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		390	100,0		

Metrosexual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	230	59,0	59,9	59,9
	Decadente	69	17,7	18,0	77,9
	Emergente	85	21,8	22,1	100,0
	Total	384	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		390	100,0		

Hipster

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	101	25,9	26,2	26,2
	Decadente	80	20,5	20,8	47,0
	Emergente	204	52,3	53,0	100,0
	Total	385	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	5	1,3		
Total		390	100,0		

Yogui

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	58	14,9	15,0	15,0
	Decadente	92	23,6	23,8	38,9
	Emergente	236	60,5	61,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Farrero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	296	75,9	76,7	76,7
	Decadente	58	14,9	15,0	91,7
	Emergente	32	8,2	8,3	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Intelectual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	85	21,8	22,0	22,0
	Decadente	204	52,3	52,8	74,9
	Emergente	97	24,9	25,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Mandarina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	140	35,9	36,3	36,3
	Decadente	130	33,3	33,7	69,9
	Emergente	116	29,7	30,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Ñengoso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dominante	156	40,0	40,6	40,6
	Decadente	60	15,4	15,6	56,3
	Emergente	168	43,1	43,8	100,0
	Total	384	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		390	100,0		

FREQUENCIES VARIABLES=Psabido Pmachista PTrabaj Pfarra Pamigo Psobra Plabia PNarciso
Ppelota

/STATISTICS=MEAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Estadísticos

		Sabido	Machista	Trabajador	Farrero	Amiguero	Sobrado
N	Válido	386	386	386	386	386	386
	Perdidos	4	4	4	4	4	4
Media		,79	,45	,48	,57	,75	,36
Moda		1	0	0	1	1	0
Suma		306	174	185	219	288	138

Estadísticos

		Labioso	Narcisita	Pelotero
N	Válido	386	386	386
	Perdidos	4	4	4
Media		,73	,09	,64
Moda		1	0	1
Suma		282	35	248

Tabla de frecuencia

Sabido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	80	20,5	20,7	20,7
	Sabido	306	78,5	79,3	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Machista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	212	54,4	54,9	54,9
	Machista	174	44,6	45,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Trabajador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	201	51,5	52,1	52,1
	Trabajador	185	47,4	47,9	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Farrero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	167	42,8	43,3	43,3
	Farrero	219	56,2	56,7	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Amiguero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	98	25,1	25,4	25,4
	Amiguero	288	73,8	74,6	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Sobrado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	248	63,6	64,2	64,2
	Sobrado	138	35,4	35,8	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Labioso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	104	26,7	26,9	26,9
	Labioso	282	72,3	73,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Narcisita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	351	90,0	90,9	90,9
	Narcisista	35	9,0	9,1	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

Pelotero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No elige	138	35,4	35,8	35,8
	Pelotero	248	63,6	64,2	100,0
	Total	386	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,0		
Total		390	100,0		

ENTREVISTA A XAVIER ANDRADE

FLACSO. Ecuador

2 de junio de 2015

E. M: ¿Cuáles te parece que son los estereotipos más fuertes de la masculinidad en la zona de la costa ecuatoriana? Te pediría que los nombraras y luego tratar de identificar cada uno en dominantes, emergentes o decadentes, de acuerdo a como percibes que están funcionando estos estereotipos dentro de la población.

X.A: Como contexto para esta discusión, primero: no tenemos un campo constituido de debate sobre masculinidad en Ecuador, los esfuerzos son muy puntuales. Tenemos el volumen que editamos en el 2001 y tesis que se han desarrollado con ustedes²⁶ y tesis que se han realizado aquí también²⁷ y se han publicado un par de libros. Lo que carecemos es de información sistemática sobre esta discusión, a pesar de que es tan prominente en la esfera pública. A todo nivel, desde el manejo político hasta la circulación de estereotipos que es el campo que te interesa a ti y me parece fascinante tratar de desempacarlos, saber por qué y que genealogía están detrás de estos estereotipos y ponderar el peso de los medios.

Bien, entonces yendo a tu pregunta, sobre masculinidad(es) en la costa y estereotipos sobre masculinidad en la costa. Yo creo que hay efectivamente un estereotipo dominante, que como ha sido históricamente constituido no conocemos muy bien, intuimos pero no tenemos esa genealogía de género sobre este estereotipo que es esta idea del macho costeño; muy bien encarnada por las élites políticas tipo Nebot²⁸ y tal.

²⁶ Se refiere a la Universidad Casa Grande

²⁷ Se refiere a FLACSO, Ecuador

²⁸ Se refiere a Jaime Nebot Saadí, alcalde de Guayaquil.

Pero claro cuando tú empiezas a desempacar este estereotipo te das cuenta que no es solamente popular, sino que está, o sea... por un lado es elitario, por un lado es popular y ese carácter hegemónico es lo permisivo a través de clases sociales. ¿Cuáles son esos valores? Son evidentemente: una actitud autoritaria, un recurso de la figura de la familia como dependiente de una figura patriarcal; una apelación al discurso de identidad cultural, basado esencialmente en el carácter estable de la masculinidad. O sea no es que aquí hay ambigüedades, no, somos machos guayaquileños desde tiempos prehispánicos. Esa es la noción que está por detrás ahí y hay una serie de episodios políticos que a mí me han interesado ver como esta imagen de estabilidad de la masculinidad que es tan importante para ese estereotipo masculino dominante se reitera en función de apoyar el poder de ese tipo de masculinidades.

Evidentemente hay un componente de lenguaje también, un lenguaje de género que tiende a expresarse de maneras más o menos radicales en cuanto a lo que se percibe como hombre y lo que se percibe como mujer, de manera además extremadamente dicotómicas y cuando hay terceras sexualidades u otras formas de identidades de género, estas son evidentemente desplazadas, son incómodas para este sistema binario y por lo tanto estigmatizadas de alguna u otra manera.

Yo diría que sí, que sí hay un modelo claro de una masculinidad dominante, quizás la disputa sería si es que podemos clasificar esa masculinidad dominante como machista o no, es decir; hasta qué punto ese concepto de macho es utilizado o no para definir ese tipo de masculinidad y las evidencias ahí son entonces un poco más complicadas de tratar. Entonces eso estaría por un lado. Ahora cuando hablo de Guayaquil, tú dirás, bueno pero no estás hablando del conjunto de la costa; y es cierto, porque hay variables, por ejemplo como el caso de Esmeraldas, que tú bien mencionaste que son extremadamente relevantes, que es lo negro. Pero me voy a referir un poco, quizás este

es el momento para referirme a los componentes identitarios de esa masculinidad

Hay una hipermasculinidad que es préstamo de las alusiones que se hacen a la masculinidad negra, por cierto, la idea de órganos sexuales superdotados básicamente o esa imagen de una mujer²⁹ súper física, súper poderosa en lo que se refiere a la actividad sexual. Muy fuerte, muy vinculada al trabajo del campo, la idea entre negritud y salvajismo y naturaleza que también está avalando, también está componiendo esta noción dominante de masculinidad; por un lado. Por otro lado está esta idea de confrontación regional, es decir, tienes este componente étnico por un lado que se complejiza un poco cuando se establecen una serie de jerarquías con respecto a la masculinidad chola³⁰, la masculinidad montubia³¹ y tal; porque ahí hay unas negociaciones que son un poco más ambiguas quizás. Por ejemplo tienes toda esta idea y toda esta re-emergencia en el componente étnico a partir de la Revolución Ciudadana³² con el apoyo y con la emergencia y visibilización de movimientos montubios, fuertemente vinculados muy curiosamente a la actividad del Archivo Histórico del Guayas³³; es una identidad que se reclama como propia y es una identidad masculina valiente, vinculada al mundo rural, siempre con machete en mano, que la onda cowboy o sea que es una mezcla entre western norteamericano y campesinado costeño. Es fascinante también tratar de trazarla.

Y lo otro, el cholo, hay una cosa que me parece que ocurre en general entre la masculinidad mestiza y la masculinidad indígena en este país. Me parece que los cholos son de alguna manera desexualizados, me parece

²⁹ Se refiere a las mujeres de la zona de Esmeraldas, cuya población es mayoritariamente negra y del modo en que la presencia del estereotipo femenino modula la idea de masculinidad dominante en dicha área.

³⁰ Cholo se refiere a la población resultante del mestizaje que tiene como base étnica a la comunidad indígena y cuya población ha migrado y se ubica en los contextos urbanos.

³¹ Identidad cultural regional que empieza a surgir a partir de la colonia, en plena explotación cacaotera, producto de la mezcla de las sociedades nativas del litoral y serranía con esclavos negros, españoles (principalmente andaluces), criollos y mestizos de aquella época.

³² Nombre dado a la plataforma de gobierno actual, encabezada por el presidente Rafael Correa.

³³ Centro de investigación, difusión y custodia del patrimonio documental histórico de la ciudad de Guayaquil y la provincia del Guayas.

que los cholos son (y está en los aportes de Hugo Benavides, el arqueólogo guayaquileño basado en Nueva York) va en este sentido cuando habla de esta visión del mundo prehispánico en la península de Santa Elena como un mundo que está poblado por una variedad sexual alucinante y que sin embargo, empieza a ser desplazado históricamente como componente de esta masculinidad dominante en Guayaquil. Precisamente para subrayar y mantener este patrón estable y totalmente heterosexual.

Volviendo entonces, tenemos ese componente étnico que va por ahí y luego tenemos un componente regional que coincide pero que no es solamente étnico. Coincide con esta idea de que la masculinidad serrana es vista peyorativamente, desde esta masculinidad dominante costeña por el hecho de que estamos más asociados con el mundo de lo andino, al mundo indígena; a un mundo que también es desexualizado. Así como lo cholo es desexualizado en la costa desde esa óptica masculinista, así también la masculinidad mestiza desexualiza la masculinidad indígena y ahí el artículo este lindo de Fernando Larrea sobre este tipo de fenómeno. Entonces en el regionalismo en esta oposición Quito-Guayaquil, los discursos sobre masculinidad son claves porque articulan precisamente una posición de poder, una jerarquía de poder que ubica a los hombres machos costeños con mucho más poder que los serranos por el hecho de que están mucho menos vinculados al mundo indígena, más vinculados al mundo negro. Las reiteraciones y variaciones y negociaciones sobre este tipo de estereotipos son más complejas en la época de Correa por el hecho de que Correa es guayaquileño, etcétera, pero finalmente esos son los elementos que me parece que juegan como parte de esa masculinidad dominante.

Ahora en cuanto a la masculinidad decadente, esa es una pregunta más compleja, porque digamos a través de las lecturas de los estudios que han producido ustedes, de cuando yo asesoraba tesis, en las que mucha gente trabajaba temas sobre tesis y género. Ahí tú veías que

efectivamente había una resistencia al concepto del macho, o sea hay un proceso de discusión pública sobre esto. Las nuevas generaciones, este grupo de edad que tú estás trabajando, seguramente van a dar cuenta del desmoronamiento de ciertos elementos que antes eran muy sólidos en esta masculinidad dominante. Estereotipos dominantes y que ahora entran a ser criticados por ciertos elementos que yo realmente no conozco, no he seguido estos procesos. Yo lo que he visto es que hay disputas entre las clases sociales. La gente de clase popular reclamando una masculinidad auténtica para ellos y no para las elites, que si el pelucón o el aniñado, tratando de disminuir la imagen pública de las elites, es decir todo esto está complicado por clases sociales. Ahí lo fascinante me parece como ciertas clases sociales se apropian o contestan, como tratan de deconstruir esos estereotipos.

No obstante, me parece que en los medios hay una constante rearticulación de la masculinidad dominante, o sea todos estos programas de competencia física: Combate, etcétera son muy claros en eso. Son más metrosexuales o lo que sea, el énfasis está en lo físico, es totalmente binario en término de relaciones de género. Las mujeres están ahí en la medida en que pueden competir físicamente con los hombres, es decir en la medida que se ajusten o traten de alcanzar el ideal masculino. Entonces yo creo que sí hay, no podría precisar esto desde el ángulo político, también podría decir: bueno, ya no tienes un líder tipo Abdalá Bucaram que ejemplificaría de manera más grotesca ese modelo de masculinidad y tienes a Nebot que ejemplifica esa misma masculinidad dominante pero moderada en términos del discurso sexual, el performance en la tarima, etcétera. Quizás ese es el indicio de los cambios que se están dando socialmente pero no tengo más elementos. Aunque uno podría complejizar esto con la emergencia y es obvio y merece reflexionarse sobre la emergencia de movimientos sociales que están cuestionando todas esas concepciones binarias. En eso hay un

muy buen trabajo de los grupos de derecho de los homosexuales que me parece que están haciendo un trabajo importantísimo.

En cuanto a los emergentes me parece que hay una serie de tensiones que están más o menos documentadas. Los estudios de Mauro Cervino, por ejemplo, sobre la cuestión pandillera dan cuenta de una apelación a modelos de masculinidad totalmente globalizados, dependiente en elementos de violencia pero al mismo tiempo está toda esta gente que está trascendiendo desde la violencia hasta la ética del trabajo; que es uno de los elementos que ha sido legitimado en los estereotipos masculinistas. Esta ética del libre empresario que tiene tanta fuerza en Guayaquil, que es parte también de este modelo masculino; de autonomía del macho que trabaja, que se la juega que me parece importantísimo. Entonces ¿quién es ese tipo de masculinidades emergentes? que me parece que son importantes sin caer (y esa es mi distancia con los trabajos que se han hecho sobre pandillerismo) en darles un peso de subcultura pues me parece que esa gente, si bien tiene expresiones propias, muchas de ellas muy problemáticas, también están muy vinculados a clase social, familia o instituciones como escuela, etcétera. Me parece que es un entramado mucho más complejo y que el problema consiste en que el concepto de subcultura tiende a verlos de manera más aislada de condiciones estructurales. Pero ahí tienes la presencia evidentemente la defensa de una posición masculinista que se ha ido transformando gracias a la reinserción de mucha de esta gente en el mercado laboral. Tienes también la emergencia de clases sociales resultantes de las desigualdades sociales, del poder económico y a fragmentación del espacio en la ciudad de Guayaquil tan evidente, la generación de las ciudadelas burbujas, jóvenes de la élite que están más asignados a modelos de masculinidad metrosexuales, más neoliberales, mini empresarios. Quizás más cosmopolitas, quizás menos aldeanos, aunque eso en el caso de Guayaquil es difícil de establecer porque hay un asidero tan fuerte, hay un orgullo, hay una autoestima (encarnada en

el modelo de Nebot) tan fuerte en esa ciudad; que siempre esta cuestión global está supeditada a esta otra.

Eso sí, creo que hay un proceso de transformación de esos estereotipos dominantes de masculinidad, creo aparecería por las tesis que vi, en su momento de la Casa Grande, la preocupación, al menos, del establecimiento de relaciones igualitarias de género, este tipo de cosas. Entonces creo que hay un proceso de transformación, lo que pasa es que no lo tenemos suficientemente documentado. En el caso de México sí sé que existen estudios transversales que dan cuenta de genealogías que dan cuenta de cómo la gente responde a estos nuevos masculinismos. Acá no tenemos eso. Tenemos estudios muy parciales que no permiten generalizar.

E.M: me parece interesante estudiar el asunto en adultos emergentes, porque Arnett que es el que instrumentaliza el concepto habla de personas que están justamente en un período de formación, en un punto en el que ya no pueden ser considerados adolescentes pero que todavía no tienen las estructuras simbólicas y sociales para ser considerados adultos. Están en un proceso de tránsito por lo que es el momento de definir posturas frente a las construcciones de los estereotipos. Y es claro que hay todo un grupo que no solo se define, sino que es testigo de cómo otros se definen y transforman a la vista de todos...

XA: Esto es súper interesante en el caso de Guayaquil, en cualquier contexto, pero en el caso guayaquileño me parece que es una afirmación bastante valiente porque el peso de sus estimas sobre el género es muy fuerte. A mí me parece que hay un desafío ante la esfera pública. Una cosa es el contexto universitario que es por lo general un contexto de pares y el ser testigos de una transformación, seguramente hace factible la comprensión. Ya no se trata de una cuestión de tolerancia sino

realmente de entendimiento. Estar frente a otro sujeto que tiene otra opción y que está en el proceso de (y ahí sí la pregunta tuya es interesante) de seleccionar elementos de una masculinidad. Seguramente, aunque bueno ahí está la tesis de Fernando Sánchez para FLACSO, en la cual él habla de esta disputa entre los gays de Guayaquil sobre quiénes son los gays masculinos y los gays femeninos. El éxito de la hegemonía es que funciona incluso a nivel de este universo y termina generándose gente que es travesti pero que devienen en ultra machistas. Todo esto está tejido por el papel de la hegemonía y entonces este proceso de selección de elementos de dominio público de la masculinidad, de sus propias biografías, seguramente va a negociar entre más de una. Es una cosa en la que va a estar en proceso, quizás descontextual. Una cosa es que esté legitimado en un ambiente como la universidad. Probablemente este no es el tipo de interacción que encontrarás si te vas a Samborondón o a ciertos circuitos de discotecas. Entonces también va a ser contextual, producto de un performance público. Todo el sistema de género es resultado de un performance público y en estos casos este performance es más ad hoc y más relacionado con un contexto más flexible.

Entrevista a Francisco Cuesta

Director general y de contenidos Ecuavisa

Programa: La Trinity

Fecha de entrevista: Noviembre 26 de 2016

Realizada por: Eduardo Muñoa

EM ¿Cómo se concibe la masculinidad dentro de la producción en el canal, cuáles son los parámetros de la masculinidad?

FC Primero, yo si escucho mucho la opinión de las mujeres. Porque definitivamente lo que los hombres creemos que es masculinidad no coincide mucho con lo que las mujeres entienden por masculinidad. Entonces como esto es para un medio de comunicación masiva y cualquier tipo de creatividad que se haga es para que funcione con la masa y no para el gusto de un grupo determinado, entonces está muy lejos del gusto de cualquiera de los directores, de los que manejan el contenido o de los que escriben los libretos. Por eso siempre tenemos entre los equipos de guionistas una escaletista o una dialoguista mujer porque realmente no coincide lo que el hombre piensa de lo que masculinidad sea. Entonces yo si me dejo guiar por la opinión de las mujeres y lo que yo hago es observar su conducta cuando son entrevistados los actores para un determinado personaje. Las mujeres guionistas están presentes cuando yo converso con los candidatos para audicionar y ellas inmediatamente me dan feedback y cuando yo veo que es una opinión generalizada y que ha tenido así como un pequeño revuelo porque es una cuestión de piel, no solo de olores o no solo movimientos, es una cuestión de... no tiene nada que ver la etnia... tiene algo que genera esa persona que hace que a las mujeres le agrada. A veces, en algunas producciones, y esto al principio cuando yo empezaba en la televisión, buscábamos estereotipos de gente que no exista en el Ecuador. Buscábamos por ejemplo en Argentina, buscábamos en otros lugares tipos de personas que supuestamente aquí no hay y resultaban diferentes y por lo tanto llamativas y atractivas. Pero es una cuestión muy racionalizada porque esas personas nunca funcionaban, pero nunca con

una N mayúscula, funcionaba para los dueños del canal decían a es una persona muy atractiva un espejismo pero no funcionaba para el público. Para mí se volvió híper claro cuando con Martin Calle hicimos “Toño Palomino” se convirtió en un símbolo sexual y créeme yo quiero mucho a Martin pero yo no veo en el ningún atractivo, entonces pensé será porque tenía fama de ser superdotado, pero ni eso porque el televidente no lo sabe. Entonces no entendía y sigo sin entender cuál es ese concepto que por lo menos pueda yo decir okey estos son los parámetros hay que buscar una persona de esta manera o de esta otra manera para que funcione, me dejo guiar en esa parte donde yo entro ya a romper cualquier cosa es en el momento en que su capacidad actoral sea mala, si la capacidad actoral no funciona entonces puede ser súper atractivo para sus compañeros de trabajo pero el tipo no va porque no me da para lo que yo necesito, sin embargo si se hacen concesiones es decir te voy a hablar de “Tres Familias” yo no tengo nada que ver con Tres Familias sin embargo hay un actor que no es actor que se llama Pepe Tola que es un tipo con facciones que tampoco le veo atractivo de ninguna naturaleza vino de un reality de Combate y el tipo le encanta a las mujeres porque tiene una imagen dulce, tierna, porque el personaje que él hace del chico pobre que se enamora de la niña rica eso genera una especie de cuento de los tradicionales eso lo convierte para las mujeres en una persona muy atractiva y lo quieren tocar y quieren estar cerca de él y sí puedo racionalizarlo y entenderlo pero no lo comprendo a nivel emocional y no puedo decir este tipo es atractivo o no es atractivo, yo puedo decir Jonathan Estrada es un tipo atractivo porque su físico está bien proporcionado es alto tiene una cara con facciones latinoamericanas indígenas mezcladas con algunos genes europeos por ahí y yo puedo racionalmente decir este muchacho es muy atractivo y de hecho funciona también eso, funciona tanto en la costa como en la sierra y de hecho tampoco que es el ideal y lo que se está buscando todo depende de cómo interprete el personaje que se le ha dado en la televisión hay un concepto que es bastante frecuente que se dice que la televisión ecuatoriana está muy cerca de la masculinidad hegemónica, esa idea de hombre blanco, clase media o media alta, exitoso y heterosexual que de alguna manera representa el ideal de adonde se quiere llegar, pero no aquí en el Ecuador no, eso te puedo decir a lo mejor eso es lo que la gente creía que funcionaba en los

80, 90, o hasta el principio del 2000 pero ya en estos últimos 4 o 5 años nos hemos dado cuenta que con las producciones que nosotros hemos generado nos hemos dado cuenta que eso no es así nada que ver por eso te decía lo de Martin Calle porque la gente se identifica pero lógico porque es algo que va mucho más allá del físico va mucho más allá de la forma de vestirse de si está con ropa o sin ropa, va mucho más allá pero es muy simple si no los feos no se casaran ni tuvieran tantas enamoradas, ni piropearan tanto, claro es otra cosa, si hablamos de modelos la televisión en el momento en que te hace un comercial y hay esta cuestión aspiracional que tú dices, pero en el momento en que tú haces una serie o una telenovela en la que quieres vivir ese romance y sufrir, alegrarte o reírte donde hay emociones involucradas en ese momento lo aspiracional pasa a segundo plano se convierte en algo más vivencial y tú necesitas identificarte con esa persona en la forma de hablar, caminar, vestirse y como se ve. Por como es el caso, bueno aunque es mujer, de Samanta la hija de Sharon. Samanta es una chica que ella sabe que no es una belleza pero no te imaginas lo deseada que es ella tiene todos esos elementos latinoamericanos, o guayaquileños o ecuatorianos, que la mayoría de las chicas las tienen, entonces quieren ser como ella. Ya esa cuestión aspiracional de buscar patrones que parezcan así blancos no eso no existe en la televisión ecuatoriana, quizás algo en Quito que es otra película. En Quito si a lo mejor las mujeres quieren ser como Gabriela Báez, pero en Guayaquil quieren ser como Flor María Palomeque entonces Flor María es una mujer de clase media que nace de abajo y es una mujer exitosa es bella, bueno estoy hablando de las mujeres pero con los hombres pasa exactamente lo mismo entonces los hombres quieren ser como Martin Calle o como Jonathan Estrada, no quieren ser como los argentinos que ponen en Calle 7 o en Combate no les interesa.

EM Es mucho más cercana la identidad cultural en estos programas que más allá del género se proponen una estructura narrativa una historia una conexión a nivel racional e intelectual de hecho desde el momento que estas proponiendo una estructura dramática estas proponiendo una conexión intelectual que no lo tiene por ejemplo Calle 7 que simplemente mírame que rico soy.

FC Pero ellos tiene armado una historia de tras de eso y no es tan así ellos si tienen una historia armada y todos los realitys lo tienen.

EM Pero lo que yo siento es que de alguna manera de reconocimiento distinto creo no se pues no soy consumidor de esto pero que el espectador del reality sabe que la narrativa de alguna manera está siendo forzada a parecer real en cambio en la telenovela en la situación el público entra en el primer momento a reconocer que hay una especie de encontrarse con la historia que hace que se vuelve su familia.

FC Cuando se terminó La Trinity la gente dice y ahora que vamos a hacer, que hacemos porque se vuelve gente muy cercana a ti y sus problemas son problemas tuyos de los televidentes y la gente se va a la calle, al trabajo pensando en que es lo que le va a pasar a Don Day o a este personaje, el caso por ejemplo yo hablaba con Fernando Villarroel y él me decía Paco en mi instagram en mis redes sociales la mayor cantidad de seguidores son adolescentes mujeres es decir siendo Fernando Villarroel un personaje que debe estar bordeando los 50 años se vuelve muy atractivo por este comportamiento que tiene de macho dominante del personaje que él en la vida real no es así. El es una seda es un hombre muy tranquilo, muy alejado del personaje Don Periñon, el personaje está inspirado en ese tipo de macho dominante y cuando trabajamos el personaje le dije mira tú observa el movimiento de las manos de Abdalá y de Jaime Nebot, tu busca por ahí los dos mueven los brazos igual y se quedo con este movimiento y camina pues Abdalá es el prototipo de hombre alfa y Nebot igual y aquí en Guayaquil en Latinoamérica hay muchísimas personas así y que lamentablemente las empresas las están contratando para ser manejadas por esa clase de personas. Hasta hace unos años este estereotipo de hombre macho masculino y viril la gente los rechazaba un poco por ser tan brutales, pero ahora está regresando esta nueva postura a las bravas, todo tiene que ser a la fuerza y funciona que es lo peor de todo.

EM ¿Quizás tenga que ver con la condición histórica del momento que estamos viviendo en el país?

FC Pero en Estados Unidos pasa lo mismo mira lo que sucede con Campos, ósea se están buscando hombres o líderes que tengan esos perfiles y si te pones a ver bien tenemos lo mismo en toda Latinoamérica y en Europa igual otra vez hombres y mujeres que son dominantes, ya no encuentras las personas conciliadoras, no solo encuentras personas que quieren imponer su criterio a las

buenas o a las malas allí lo tienes a Rafael Correa y lo tienes a León Febres Cordero a Jaime Nebot a Abdalá y la versión serrana con Paz que son distintos pero son igual de dominantes, se acabo el hombre suave y no se por cuanto tiempo, he visto como va y viene esto he visto rechazo a ese tipo de comportamiento y ahora además bienvenido a ese tipo de comportamiento. Pero si bien este personaje aunque es una comedia, yo necesitaba que tenga todas estas cosas y que sea inclusive un poco desagradable y encontrar la comicidad ahí pero mira tú el resultado, las adolescentes jóvenes son las que más se acercan a él para ser sus amigas virtuales que reconocen en él un hombre o esa masculinidad que a mi jamás se me hubiera ocurrido porque él no es un hombre bello es más todo lo contrario es un hombre feo pero a las mujeres les gusta mucho.

EM ¿Y tú crees que allá una relación entre el hecho del género y la proyección de lo masculino o sea que de alguna manera el hecho que sea una comedia el género facilite la proyección de lo masculino?

FC No, mira te hablo de hechos concretos porque yo no soy muy perceptivo en estas cosas, en el caso de Don Periñon, pero tenemos el caso de Jonathan Estrada en los últimos capítulos de la semana pasada que fue el estreno de estas dos comedias Tres Familias y la segunda temporada de La Trinity nosotros tuvimos un giro y por coincidencia estoy valorando eso, hicimos un terremoto que nos criticaron mucho pero bueno que importa teníamos que hacer algo muy fuerte o no nos volverían a ver e hicimos un terremoto, hubo muchos heridos y Jonathan se encuentra mal herido y él entra sin darse cuenta al melodrama y Jonathan ahora el que había sido el hombre macho masculino el que agarraba al personaje de Lolita y la cogía y la destrampaba y el que la hacía sufrir y el que mandaba en esa relación, ahora se quedo invalido y al quedar discapacitado él sufre mucho porque siente que dejó de ser ese hombre viril que no puede caminar que tiene que estar en silla de ruedas y ella al ver que el reconoce esta debilidad lo ama más entonces que paso se me subió el rating en Quito es increíble nunca pensé que ver a este símbolo sexual que es Jonathan Estrada en la tierra al verlo todo débil que sufre por su amor se volvió más que interesante que cuando era el macho, el gallito y es raro porque nosotros teníamos en Quito el rating más bajo que el de Tres Familias, porque en Quito no les gustaba todo esto de la salsa

choque y los afro descendientes bailando no les llamaba la atención y acá en la costa si por la Isla Trinitaria y en la costa nos encanta todo lo que hacen los afro descendientes pero en la sierra los afro descendientes quieren ser más serranos que afro descendientes y ahora que esta Jonathan Estrada con su personaje y el melodrama se nos sube el rating.

EM Y es raro porque tienes a tres personajes masculinos fundamentales allí Don Day, Perifoneo y Luis Fernando

FC Mira Luis Fernando funciona muy bien en Esmeraldas, en Esmeraldas todas las chicas aman y solicitan que vaya Luis Fernando a hacer un show o a visitarlas se volvió el Justin Beiber de Esmeraldas. Pero aquí en Guayaquil creo que más les llama la atención zapallento el que hace Don Day porque es el tipo bueno y en Guayaquil la gente tiene esta cosa molestosa por lo menos para mí del sabido y todo lo que es del sabido aquí en Guayaquil lo aplauden y Luis Fernando no es el sabido él es el hombre bueno, claro aniñado que no es sabido y dice la verdad.

EM Mira en la encuesta que se hizo aquí están los estereotipos y el sabido que está acá está como el más dominante fueron 276 de entre 385 personas que reconocen que el guayaquileño es el sabido.

FC Y es molesto para mí pero en la pantalla me sirve entonces Don Day creció de una manera bárbara ya que era el bueno, el sabido el que hacía todas las triquiñuelas y las sigue haciendo, entonces eso como que le llama más la atención a las mujeres,

EM Podríamos decir entonces que Don Day es el sabido y que el personaje de Luis Fernando es el metrosexual, aniñado pero es el emergente porque tiene un nivel muy bajo.

FC Pero el emergente no es que está bajando es que para las personas que les preguntas son jóvenes que lo ven como emergente pero la verdad es que ya está desapareciendo porque se está valorando más el concepto del cholo bueno que entra directo a la materia que no anda con las pendejadas con las que andan los aniñados más o menos ese es el concepto de la mujer guayaquileña. A la mujer guayaquileña no le gusta que le den rodeos ni que le manden florcitas a la guayaquileña le gusta directo a la presa, entonces ya todas las mujeres son casi así en pantalla porque el romanticismo y la cuestión lo que hace es bajarnos el rating a menos que haya sufrimiento, si hay sufrimiento entonces eso sí pero el

romance así como romance no funciona o sea todo cambio y por eso los estereotipos cambiaron, tenemos un personaje de mulato secundario pero sin embargo es al personaje que más contratos le piden para que vaya, es uno que se llama Míster Jim que es el hijo de Javier Aguirre que es uno de los cajeros del Trinymarket casi no tiene ni textos, pero baila reggaetón, canta, es simpático entonces se vuelve atractivo.

EM Hay un personaje que es como una especie de vigilante o asistente que es amanerado, y siento que se proyecta una alternativa de género con este estereotipo de amaneramiento.

FC Ya con la nueva ley nosotros la habíamos suprimido completamente porque no la habíamos entendido bien, pero el tema una vez que la entendemos bien nos damos cuenta que no es el amaneramiento el problema si no es que se lo denigre. Pero acá él es el que manda, es el capataz él es el más sabido de todos, es el antagonista verdadero que maneja a todo el mundo, entonces allí no hay problema, el problema es la discriminación o que lo cojas y lo separes del grupo, acá no él está dentro de todo esto y maneja a todos, no hay discriminación, luego que entendemos eso y que el actor se vuelve un actor cómico importante porque dentro de nuestra cultura la forma como el maneja las cosas aunque hay productores que no lo manejan bien pero el si lo hace bien entonces se vuelve un actor importante y porque hace reír. No nos vamos en contra de la ley y nos da gusto porque el sentido del humor es un gusto como comer, a ti te gusta el caldo de salchicha y el bolón y siempre nos va a gustar nadie nos puede obligar a comer suflé. Y este personaje de Lambón con sus amaneramientos forma parte del gusto del ecuatoriano a la hora de hacer comedia, pero no podemos ahora poner un personaje como homosexual pero que parezca heterosexual pero que no es amanerado y queremos que nos haga reír es un sin sentido, entonces mejor no lo hago. Y a mí me encantan estos personajes porque lo desafían todo es decir van más allá del feminismo de las mujeres y por su forma de actuar van más allá del machismo de los hombres y van más allá de cualquier cosa es decir tienen más ventajas y herramientas para hacer un buen trabajo amanerado que sin serlo y claro si habrá gente que lo va a criticar tanto homosexual como heterosexual, pero lo que han criticado son los que más se han reído y los que más se han entretenido, porque hemos puesto muchas cámaras y hemos

oscultado ese personaje para no tener problemas con la ley y es un personaje muy, muy querido tanto por los homosexuales como por los LBT, tal es así que lo invitan constantemente a los desfiles para que se presente en esas carrozas haciendo todos esos amaneramientos porque lo adoran es un bacán dentro del género, creo que la cosa está más relajada en ese tema y él es uno de los estereotipos y hay unos que no otros que sí.

EM En la encuesta nunca le pusimos nombres a los estereotipos, solo dimos la descripción y pusimos tres categorías que eran: Lo ves hace mucho tiempo y lo sigues viendo, lo ves hace mucho tiempo pero cada vez lo ves menos, lo ves hace poco tiempo pero cada vez lo ves más. Y por ejemplo en Asume actitudes cada vez más exageradas para llamar la atención sobre la homosexualidad esta como emergente tiene un puntaje altísimo.

FC Y se viene más fuerte con lo que tiene que ver con el tema Drag y con el tema Trans. Pero que siga siendo comedia es mucho más interesante y mucho más inclusivo porque tú quieres a la gente que te entretiene. Entonces como no lo vas a querer a Lambón si te entretiene, tú no quieres al que te aburre

EM ¿Cómo explicar que el mismo público que tú me dices sigue a la comedia en la producción nacional y le pide a la producción nacional comedia pero sigue melodramas brasileños?

FC Claro, porque una lata del melodrama brasileño como lo es una súper producción como Los 10 Mandamientos vale la cuarta parte de la producción nacional, en la producción nacional si tú haces 120 capítulos te cuesta alrededor de \$ 20.000 dólares y en la producción brasileña 120 capítulos te cuestan \$5000 dólares o sea barato. Lo que pasa es que ya los canales de televisión entienden que siempre el público va a preferir la producción nacional, puedes traerles en este momento la telenovela más vacan del mundo pero ellos van a preferir ver Tres Familias y La Trinity.

EM ¿Por qué el centro de la producción nacional es solamente a la comedia?

FC Por lo que te decía, tú quieres al que te entretiene y aquí se asocia entretenimiento con comedia o sea el concepto de entretenimiento no es como en Estados Unidos donde el entretenimiento puede ser lo que sea hasta los zombis que te matan y destrozan, acá es si vamos a entretenernos es vamos a matarnos de risa y eso es injusto ahora tú puedes ir metiendo poco a poco ciertas

cosas para ver hasta donde llegas como en este caso lo que te decía de Jonathan que entró al melodrama y a mí me da risa el sufre porque no puede caminar y la otra llora y se come los mocos y lo ama me da risa y eso a la gente le gusta le funciona pero creo que ha sido significado no se cómo será ahora con Cuatro Cuartos que creo que apunta al melodrama purito sin comedia. Pero no creo que puedan dejar la comedia porque si tienes a Claudia Campusano y a la chica Angulo que son actrices cómicas en el momento que empiecen a sufrir yo me voy a reír entonces así no lo quiera yo me voy a reír que es lo que les ha pasado a actores cómicos en obras de teatro como a David Reinoso hacer una cosa sería y la gente se ríe, es que la gente lo siente como su familiar a David Reinoso entonces que tu familiar te hable de manera rara entonces no lo reconoces y hay que tener cuidado porque los actores quieren demostrar que son otra cosa pero no funciona así, mira ayer o antes de ayer se les cae el rating a Tres Familias y como se les cae el rating en Quito, porque el personaje de Martín Calle se va a España y en España hay una especie de entrevista con los ecuatorianos que han ido a vivir allá y hablar de la migración y Martín llora y sufre y todo lo demás y ese no era Martín por más que lo haga bien que paso, no me traiciones Martín ese no eres tú tú me haces reír, cambiaron de canal y se les cayó el rating.

EM Tu vez difícil que se pueda en algún momento la producción nacional como me cuentas actores de la época de los 80 que acá se hizo novelas con bastante melodrama.

FC Si, se hizo pero nunca como ahora, pues se hacía porque esa era la corriente de la telenovela venezolana y colombiana que empezaban a hacerse, pero acá la gente quiere reírse la gente quiere entretenerse y pienso que es una tendencia mundial porque en todos los dramas y en todas las películas y en todas las cosas nuevas que salen siempre hay comedia o ,lo opuesto las narco novelas que siguen funcionando y se pensó que era por poco tiempo y cada vez hay más porque la gente quiere ser golpeada emocionalmente y ese golpe emocional te lo da la comedia te lo da el melodrama te lo da estas cosas de las drogas, los narcos, los capos y te golpea y te saca de tu cotidianidad te saca de tu realidad y te mete en una realidad similar a la tuya pero no es la tuya. Eso es lo que hace que yo quiera seguirlos viendo porque no me afecta, mi hija sigue igual pero allá hay una chica que le pasa algo parecido y digo que pena pobrecita pero es allá

no es conmigo pero yo lo entiendo y también entiendo cuando me ponen las novelas brasileñas que son muy bien hechas pero nunca van a tener el rating que tienen las ecuatorianas y ya las brasileñas no se pueden llamar ni telenovelas porque son algo increíble son como películas o mini series una cosa rarísima. Justamente ayer con mi hija María estaba viendo Taxi Driver vamos a suponer que nunca la he visto antes y cambio de canal porque es aburridísima, lenta giros de cámara aburridos es decir todo cambió.

EM Hay una teoría que a mí me gusta mucho que dice que los medios a medida que van surgiendo obligan a adaptarse a los previos, o sea de alguna manera el cine obligo al teatro a reajustarse y la televisión obligo al cine a reajustarse. Entonces todo lo que está afuera de ese reajuste de pronto antes era 3 horas de sufrimiento con Romeo y Julieta y ahora me encuentro con un libretito inteligente que lo puede reducir a hora y media y no le quito el valor

FC Lo que nosotros hacemos es una fábrica y es una cosa que no hay tiempo ni para pensar y eso es lo que hace que las cosas funcionen porque te vuelves tan recursivo y con un presupuesto tan pequeñito y estos pobres actores que la verdad me dan pena porque se pasan encerrados en un estudio a lo largo de 6 meses no saben lo que sucede afuera y viven una realidad paralela, no saben si es de día o si es de noche, invierno o verano. No leen los periódicos no saben nada,

EM ¿Cuánto tiempo lleva preparar a un personaje?

FC Para La Trinity, la última que hicimos tuvieron 24 horas fue una cosa espantosa casi me muero porque como yo ya manejaba la dirección general y yo estaba preocupado de Ecuador Tiene Talento y como era en vivo yo no podía dividirme y hubo un mal cálculo de mi tiempo y tuve una reunión con los actores y leímos pero ni siquiera un libreto, hicimos el perfil del personaje y vayan a grabar, Incluso 1 día antes de grabar cambie personajes, la persona que hace de Dolores que es la pareja de José, Tabata Gálvez, hacia el personaje de Celestina y la actriz que hacía de Celestina hacia de esposa de José Suárez y cuando yo entro al estudio y veo el rechazo que le tenía Mercedes Paine a José Suarez que no permitía que la toque y José Suarez no se sentía motivado en nada y solo dije cámbiame el personaje, los actores no sabían lo que pasaba, el uno le echaba la culpa al otro. Pero fue una buena decisión porque Tabata lo mueve a Geovanny

Dávila, en cambio la otra es más querendona y funcionó hasta ese extremo hemos llegado que no sé como La Trinity alcanzó a tener el rating que tiene Esta máquina moledora de carne es mucho riesgo porque no es tu plata, es la plata de otras personas que están invirtiendo, claro fue un error que se cometió al montar un proyecto sobre otro y no nos dimos cuenta, ahora no, ahora está todo más relajado, más tranquilo. Pero con respecto a tu tema central hay otra cosa que es importante que es un poco a la inversa de la masculinidad en la televisión es como la salsa de tomate que puede ser mala pero si tu le haces una buena publicidad, una buena promoción, con una buena música y una buena post producción la gente empieza a degustarla y empieza a sentirla rica. Entonces lo mismo sucede con los actores, hay actores con un buen personaje que son buenos actores y si le hacemos una buena producción como que son lo máximo, lo convertimos en el más deseado y generamos la necesidad del televidente y la gente lo va a ver como masculino si nosotros lo presentamos como el sex simbol que necesitamos, entonces no es que la persona te genera esa masculinidad o escogemos un estereotipo para que funcione de esa manera, muchas veces funciona a la inversa ejemplo yo cojo a mi hijo Ignacio que de masculino no tiene nada pero lo comienzo a vender como el chico tierno, el que respeta a las mujeres, besa muy bien y le ponemos la música adecuada, lo convertimos en el símbolo sexual de las jovencitas. La televisión tiene este poder porque se da todos los días entonces no se da porque nosotros escogemos mira que sexi que es este tipo no nosotros cogemos un guachafo y lo convertimos en sexy o a la inversa.

- EM Yo de vez en cuando me pongo a ver la televisión nacional y he decidido dedicarme un poco más al teatro en estos momentos de mi vida, no sé si sea efectivo. Y está este chico Caballero que es un tipo como muy honesto con el personaje con la escena, porque a veces el actor no toma el tema de técnica como algo de verdad
- FC El problema aquí es que él no tiene tiempo para estudiar libretos, aquí no sabe lo que va a pasar pero como tiene el personaje tan claro entonces ahora que vino el terremoto supuestamente se golpeó la cabeza y olvido todo el aprendizaje que tuvo por amor, el ser humilde, vivir en la trinitaria, comer cangrejos. Y es una delicia volverlo a ver de añorado y se vuelve ya como pez fuera del agua y se

desenvuelve bien, el si está comprometido con el personaje, los otros es como que quieren ganar inclusive cambian el personaje a su conveniencia y eso es terrible porque eso me destruye el libreto, se vuelve una confusión para el espectador, Don Day era un pillo era malo pero él se reía a carcajadas y cambio el personaje y lo volvió bueno y lo deje pasar porque funcionaba pero se daño todo el eje dramático tal es así que ya no lo pude poner en la segunda temporada este Don Day es un caso tuvo la osadía de decirme vas a ver Paco yo voy a hacer que cambie el libreto porque el final no es como tú lo tienes planteado, se puso a enamorar a la Samanta y la empareja, el público comenzó a reclamar que debería de quedarse con él y no con Luis Fernando y ya está ya en la segunda temporada no va lo mataron en la cárcel,

EM Uno de los grandes problemas que tienen los actores es que todo el tiempo están juzgando al personaje, todo el tiempo están pensando como lo verían a él y no al personaje y eso es terrible.

FC Es terrible porque nos vuelve todo plano y ya los conocemos. Está despertando todo esto y la gente tiene hambre de actuar, tiene hambre de cosas buenas, de demostrar al mundo que ellos tienen materia prima, porque yo ya veo la cantidad de amigos que me mandan sus hijos para que los haga actores pero ya la cosa cambio y ahora vamos a ver quien tiene talento y quien no, quien tiene oficio, quien es respetuoso, quien es disciplinado, todas esas cosas. Yo creo que es una pena que no haya más producción nacional, que pena que no hayan series, que solo hayan telenovelas que tienen un presupuesto muy chiquito, entonces tienes que terminar un capítulo diario, es como hacer una película todos los días es demasiado pero ya así es y series de temporadas cortas no convienen a nivel presupuestario, en una telenovela le pagas por un mes al actor y sacas veinte capítulos, mientras que en una serie sacas cuatro porque son semanales y tienes veinte por el mismo salario versus cuatro, lo mismo sucede con la escenografía ya que tienes una escenografía que la prorrateas para 120 capítulos entonces la escenografía en vez de costarte \$ 20,000 dólares te cuesta \$500 por capítulo y así vas sumando y sumando y al final de todo te das cuenta que lo más caro fueron los almuerzos, en cambio en una serie salen 12 o 13 capítulos versus 120 y no hay punto de comparación y esta máquina le da de comer a todo el equipo de producción y todos tenemos trabajo a todos nos pagan y se mueve la cosa.

- EM Y porque no prueban haciendo un mix dramático entre telenovela y serie y hacer una telenovela con una estructura más popular
- FC Eso es un poco lo que hicimos con Trinity que es una novela media serie continuada, tiene momento en que se cierran los capítulos y se abren otros, eso es un poco lo que hicimos pero sigue siendo una fábrica de salchichas
- EM La televisión siempre ha sido una máquina moledora de carne humana por donde quiera que la miren
- FC Y tenemos múltiples precios altos, si ves los créditos de una telenovela en Perú no nos vallamos tan lejos son 3 veces más que nosotros. Y Ecuador Tiene Talento el reality que ha tenido más éxito en la televisión ecuatoriana siempre y con ratings altísimos y son como 8 personas y tu mira el equipo que hay en cualquier país 200 personas, ahora la gente que tenemos es muy pero muy preparada para lo que hacemos y todos saben hacer de todo, mis libretistas son artistas de producción de ETT y cuando se termina pasan a ser libretistas, el escaletista si él está solo aparte siempre escribiendo y trabajando conmigo, pero los dialoguistas terminan de escribir Tres Familias en mayo y empiezan a dialogar La Trinity. Ahorita está escaletando Miguel Calero, yo estoy chequeando las escaletas y esta un dialoguista armando los diálogos y yo estoy chequeando lo que están armando para poder ir entendiendo el producto y podérselo después pasar al equipo de producción. Estoy esperando que en mayo terminen los dialoguistas con Tres Familias, aunque en su mente tienen la forma de hablar de los personajes de Tres Familias y tienen que venir acá y tener una lavada de cerebro en una semana y después irse de vacaciones una semana, regresan y comenzamos a trabajar para que puedan limpiarse del otro proyecto, es una cosa terrible.
- EM A mí la televisión me parece fascinante en muchos sentidos sobre todo porque tiene esa cantidad de comunión y de cualquier índole
- FC Es que en la televisión tiene que hacerlo y tienes que hacerlo, no puedes perder tiempo. Mi puesto es más cómodo y tengo más tiempo para pensar y para no hacer nada y tengo que intervenir cuando algo no está bien, yo estoy encantado ahorita es más tengo tiempo para hacer otras cosas y en esas estoy porque justamente estoy preparando una serie Trans en este momento y ya tengo toda la Biblia escrita, tengo el primer capítulo escrito, tengo todo y justo se la voy a

presentar al canal y sé que no le va a interesar y no sé cómo le voy a hacer porque tengo un contrato en el que toda mi creatividad es de ellos y paralelamente están saliendo nuevas leyes de propiedad intelectual bien interesantes que apoyan a los actores, entonces todo se está moviendo bien para todo el mundo, bien para el canal, bien para los actores, yo creo que si está muy interesante el asunto. No sé qué va a pasar con el nuevo gobierno si es que llega Lasso.

Entrevista a Rocío Dunn

Realizada por: Eduardo Muñoa

Fecha: 6 de diciembre de 2016

EM Lo primero que quiero que me cuentes es cuál es la imagen de masculinidad, osea cuál es el estereotipo de hombres que ustedes hoy por hoy buscan para el programa, osea como es el hombre que quiere enseñar el programa.

RD Ya , este tengo que hacer un preámbulo, yo llegue al programa, al canal en 2014 e inicios y nunca había visto ninguno de los realities, entonces me toco verme mucho tiempo de varios de los realities para entender las diferencias, cosas así que típico tienen, y de ahí me di cuenta de que mi percepción de que tenía que ser hombre musculoso, precioso, divino para atraer a la ama de casa en lo que le gusta ver, en este caso no podría ser así, porque era necesario que haya una historia de superación en toda la historia, entonces al necesitar el criterio de superación el muchacho flaquito que todavía no le crece ningún musculo y que quiere lograr algo en la vida estilo Jorge Heredia que es uno de los primeros de combate es importante siempre tenerlo , por identificación y porque el ama de casa sentimentalmente se siente atraída hacia el entretenimiento de ese chico, y por otro lado la parte en un momento del programa se nos fue mucho la mano con chicos que era físicamente todavía tenían que construirse y los criticaban porque nos decían que tenía que ser muchos más guapos ,son más tucos, son mas no sé cuánto, o los de calle 7, la roca no sé qué , entonces hace falta esa imagen de hombre musculoso, guapo, que la mujer se deleita viendo si hace falta, pero en el caso de combate que el muchacho, chico puede evolucionar, y que un estudio que me dieron cuando yo llegue de que eso me hizo

darme cuenta que tenía que hacerlo así, que el estudio decía que los papas, la gente y la familia comenzó a ver combate porque los hijos estaban clavando viendo y discutiendo sobre azul y naranja, entonces cuando los señores llegaban y comenzaban a ver películas de los grandes ya no tenía eso, pero llegaba y se encontraba a los hijos integrados viendo y discutiendo sobre los equipos, eso lo obligo a acercarse y a ver también, entonces eso hizo que la mamá se integre, entonces la familia comenzó a ver combate en su momento más fuerte, porque el interés de los chicos en la parte deportiva en la historia de su superación de los chicos cautivaron, buscaron a las familias, entonces por eso es necesario conservar este tipos de chicos, que se convierten en hombres que son como todavía bueno que hoy en día se ve como otra forma todavía no son batman, están creciendo, pero por ejemplo los chicos que llegaron todos flaquitos así bonitos pero flaquitos y ahora tienen un cuerpazo son grandes son seguros, lograron animar programas o se metieron a estudiar actuación, esa superación verdadera que hay y que ellos hacen nosotros lo mostramos

- EM** Entonces más bien tu dirías que el estereotipo de masculinidad más que ser un ejemplo hegemónico , te explico un poco esto, tenemos un hegemónico hombre blanco, clase media, media alta, con buena marca en la ropa, auto del año, buena casa, cuerpo musculoso, obviamente heterosexual ta ta ta, no es tan importante para ustedes como quizás crear una imagen aspiracional, osea esta es una historia en la cual tu puedes superarte, en la cual tu puedes crecer
- RD** Contar una historia emotiva donde uno puede engancharse con lo que logra o no logra, con lo que a veces pasa
- EM** Es interesante porque Paco me decía Paco Cuesta que ellos en Ecuavisa para la telenovela también había empezado a pensar en este asunto, o sea quizás sea este estereotipo

construido no era tan importante para ellos sino un estereotipo por construir, y que respuesta ha tenido esa idea.

RD La verdad que haya 3 familias, porque 3 familias nos ha hecho caer bastante, pero antes de que entre 3 familias era súper efectivo o sea no tenía que inventar las historias sino conseguir a los chicos correctos para que la generen y seguirlas tiene el riesgo de que si ellos no generan nada, tienen miedo a la cámara, o no pasa nada con ellos, como se queda la historia porque no se puede inventar porque acá el formato no lo tiene que inventar, sino seguir realidad, pero si uno lo previene, si ese casting es bueno, si esos chicos logran mostrarse como son cada uno en su forma, en cómo estos chicos ven que no se han dicho que son pero no lo han ocultado, en la segunda o tercera temporada estaba David Rebutl , que todo mundo sabe que es gay y decían guau David Rebutl porque tenía estilo, hablaba chas chas no sé qué esa tenía su era su mosquito camp digamos, pero como es que se llama, pero se lo integro bien con el grupo, el ama de casa lo quiso porque ahí el problema es cuando por mostrar al personaje gay hay un rechazo, pero acá no lo hubo porque simplemente se integró tan bien con el resto del equipo que fue aceptado, fue una forma que se pudo sin decirlo no es necesario que tenía que decirlo por los televidentes, y esa variedad si vuelvo a encontrar alguno como el que tenga pasividad para los juegos a la vez que hay que hacer , para tener la posibilidad de convertirse en atleta porque a la larga sino juegan van a salir, lo volvería hacer, obviamente lo volvería a poner siempre y cuando la ama de casa, la madre de familia lo vea como, no lo vea como una amenaza a sus hijos, y de alguna manera siempre hay una manera de que lo vean bien, cuando por ejemplo en combate estuvo Dayana Saavedra que es una chica que tuvo voluntad de vista a cuestión de, fue una chica que robaron en, y ella con sus historias de arrepentimiento, de cómo era una niña

descarriada que andaba puso de su parte, antes de que la ponga las críticas fueron, pero antes de que se vea pero cuando ella ya lo dijo fue diferente , porque ya la mercasa cuando volvimos hacer un estudio donde opinaba que su historia dice que se arrepiente, que no deben hacer eso, y no sé cuánto, se convierte en que hay que ayudarla que salga adelante, entonces esa percepción se va cambiando, en caso de los hombres sean chicos estrellas, sean chicos gay, sean en lo fuerte tengan una historia que contarnos, para que puedan funcionar con nosotros.

EM Entonces de alguna manera lo que ustedes están intentando hacer es un poco entrar dentro de esta reinvenición de la masculinidad que está pasando en la ciudad, porque a nosotros nos pareció interesantes en la primera parte de la investigación, darnos cuenta por ejemplo de que los jóvenes reconocen una serie de estereotipos emergentes de masculinidad, pero ya los empieza a reconocer como masculinidad, por ejemplo te hablo del Hitler, del chico que lleva tatuajes, pelo largo, de este muchacho que de alguna manera tiene como cierta aspiración en la vida, y que esa cosa del cholo que se supera que es tan importante en el imaginario de Guayaquil, osea el crecer, pero lo interesante es que salvo un estereotipo específico que nosotros les dimos nombres digamos para verificarlo que identificamos como el amanerado que es el individuo que toma el elemento y lo construye dentro de su personalidad, todos los estereotipos podrían responder a cualquiera identidad de género osea en 10 años no era determinante, entonces creo que por alguna razón una u otra va lo que usted me dice va por ahí, osea esta cosa del imán poco el tema de identidad de género, que creo que podría ser también una buena idea, una buena propuesta.

RD Estaba así, era algo que nunca se lo resalto y lo empezamos a resaltar pero era parte de como siempre fue porque funciona

por el motivo que funciono fue porque nadie lo había reflexionado, acá lo hablamos un poco para utilizarlo a favor y volver a conseguir esta identificación con la gente cuando tuvo un bajón el programa a finales del 2003, que era un bajón recuperable, porque era un bajón no había ningún extremo del otro mundo, osea ahorita ya estamos hablando de terreno diferente, la 3 familias es un excelente producto que no había pasado en años.

- EM** Entonces en esto también excluimos una cosa, en esto decía que habíamos puesto 24 figuras mediáticas, nos pasó algo bien interesante, hay un mismo grupo que son las mujeres, los hombres que se deciden como homosexuales porque le preguntamos a cada persona como se definía hacia su orientación de género, que son un poco los receptores de la masculinidad, se van a los extremos, o sea por un lado te reconocen por muy identifican como muy buen guayaquileño, como muy arquetipo guayaquileño a esta onda del macho proveedor Nebot, y al mismo tiempo te dicen que figuras como Roberto Manrique no son representativos de los guayaquileños
- RD** Bueno es que Roberto puede significar como clase alta, muy aniñada, muy porque sin saber más allá de la vida que no es algo que todo mundo lo sabe, osea como se llama es muy inalcanzable por un tema que yo creo que es de posición social que se le nota.
- EM** Entonces como es tu receptor ideal, a quien tú le diriges este programa, osea como esa persona que se espera que se siente a ver combate.
- RD** Familia, puede ser cualquiera, ya sean las amas de casa, porque venta que me pide la parte comercial me piden ama de casa, como a dé lugar ama de casa, entonces pasa por ejemplo combate hay en Argentina, en Perú, en Guatemala, en Costa Rica que lo sacaron y lo volverán a poner, ya y tuvimos una reunión hace año y medio o 2 años en Perú para hablar de

porque en Ecuador funcionaba las amas de casa, y porque en Perú y en Argentina no funcionaba las amas de casa, y el tema era más que lo entendería de porque el producto en Argentina en hombre y piensa que es una competencia deportiva, cuenta de cómo darle eso a la ama de casa, que no puede hacer un realitie porque es una complicación que no la entiende, trajeron acá a salvador acá a combate, trajeron a los de ventas, y esta discusión siempre está mal al principio inclusive en Ecuador cuando la saca, y este , esta gente viene cuando vienen al Ecuador y vieron que no solo es la competencia deportivo, sino que esta enganchada con cosas sentimentales por ejemplo una competencia deportiva que usa la ama de casa es cuando las chicas están peleadas antes de competir ahí le gusta a la ama de casa a ver cómo termina eso sino se llevan , pero si es puro deporte no me interesa ya y entonces, la historia romántica mezclada con la competencia engancha a los jóvenes y vuelve atraer a la ama de casa, la ama de casa entra y sale no es como el joven que haciendo más inevitable es un público que es más estable para combate por ejemplo, porque la familia, porque es a través de los jóvenes y niños que se atrae al amo de casa que veta quiere y que junto hace los números

EM Xavier Andrade que es un teórico ecuatoriano plantea que de alguna manera el realitie tiende a construir una imagen de lo femenino desde lo masculino, osea que tanto hay una competencia de fuerza, hay una competencia atlética, también se le comienza atribuir a la mujer atributos que son tradicionalmente masculinos. Estás de acuerdo con esto o tú crees que no es tan simple.

RD Es que depende de que mujer, es como los atributos no pueden ser, porque compiten. Ya hay chicas que son y compiten mejor que un hombre, y son chicas heterosexuales pero que físicamente son que mucha gente se asocian hay ella es la que

juega mejor, no, realmente es la que más práctica, y como es que se llama, y también hay la que no parece que no podrá hacer nada y se pasa perdiendo, pero le encanta los hombres y entonces por eso se queda un tiempo, pero al final todas tienen que aprender a jugar todo, y es parte de lo que es, y la historia de esta chica sea la que juega duro, y tiene un poco más cuerpo de hombre, y la chica que es todo femenina, igual deportivamente tienen que conseguirlo y siempre lo consiguen en 20 años, entrenan y consiguen lo que sea, o sea todo lo que se proponen lo logran.

EM O sea no hay para ti masculinización de las mujeres, en ese sentido.

RD No porque , no realmente no porque por algo están divididas, en primer lugar tenemos el vestuario, o sea las mujeres en que juegan ellas, ellas juegan en un shortcito o licra que es un poquito más destapado que el de los otros porque, tenemos demasiado cómo vamos al de bmw de que anduvieron como sea, porque no estamos en el día sino en la noche, ellos pueden porque ahora se están dirigiéndose a otra gente, aquí hay niños y reclamos de mal comportamiento de los chicos, o hay incluso chicos que se equivocan y ellos saben que tienen que pensar enseguida que son ejemplo y que lo van a criticar o va a ver una mamá que va a decir no quiero que veas a ese malcriado, lo tienen en la cabeza, entonces lo trata de cambiar, pero ya me Salí del tema, voy por otro lado.

EM No estábamos justamente en el punto de que si las mujeres de una manera era sometidas a rasero masculino a la hora de crear el programa, pero ya me queda bastante claro que no.

RD Yo creo que no, porque precisamente son ideas de los hombres y las mujeres y por eso juegan en equipos y hay cosas que ellas son mejores que ellos cuando incluso hacemos juegos donde

los podemos mezclar sabemos que tienen que ser cosas que físicamente o sea no depende de quién sea más fuerte para ganar , me explico, sino que quien piensa más rápido.

EM Me parece interesante lo que me dijiste que en Ecuador el programa funcionado para tal vez para target un familiar no ha sido así en ninguna otra parte. Crees que el hecho de que la sensibilidad femenina, o sea tu eres la productora tú me contaste que una directora también, o sea las mujeres que produzcan un programa de competencia hace de alguna manera que sea más cercano o más cálido o mas

RD La de Perú también era mujer la primera, pero también lo veía como una competencia deportiva, y no encontraba la parte primero se puso famoso y hacia todo falso y se peleaban, sé que es válido, para muchos programas son válidos, pero como que la fórmula que utilizo Ecuador que es la misma de Costa Rica y Guatemala funciono mejor porque se va de este lado de la superación de que ya no son figuras del inicio, entonces explota la parte sentimental, porque producción negaba con esto , es malo con eso, ya no importa si nos dicen de todo, nos insultan o de todo, porque nos defienden porque están sufriendo porque hacemos horrores, pero parte de hacerles horrores es hacerlos reaccionar porque ante una situación de la vida, ante una situación de problema tienes que pensar como sales de esto, depende de cómo te portes en esta situación para quedar bien o mal con la gente, en algún momento lo entienden, ya y entienden de que dependen de ellos de que nosotros le vamos hacer horrores porque parte de lo que tenemos que hacer y no le vamos a decir tú haces esto, haces esto, entonces te toca vivirlo y siempre salían decepcionados, de haber salir de equivocarse, por eso te digo una vez Juan del Valle es hombre Juan del Valle es un chico negro que tiene unas rastras y un chico musculoso se va a ir incluso de intercambio a Argentina porque es uno de los mejores

jugadores de acá, se tuvo que ir durante un tiempo porque en un juego se puso bravo con una chica que le tiro un huevo, y fue grosero y la empujo, y como es que se llama le hicieron pedazos en redes sociales de tal forma que no lo aguanto que dijo me tengo que ir, porque si me sigo quedando ahí toda la noche me van a destruir, osea estaba arrepentidísimo de lo que hizo, porque se dio cuenta de cómo el mensaje que el dio que era que le dijeron hace mucho tiempo que era abusivo y sobre mujeres, que era maltrataba a las mujeres, y él era un chico que tuvo un mal momento y que era súper amiga de él, se le paso la confianza, y como es que se llama la novia trato de defenderlo de que era un caballero y no hubo como lo barrieron, salió y después de una historia que armamos pudo regresar y la gente acepto lo pedía a carrera porque era un cambio de dominio de un día para otro, y como es que se llama hay mujeres también que dañan la imágenes de hombres un poco más y golpeador por ese error que había cometido

EM Que expectativas tienes tú para el futuro del programa como lo es.

RD Yo creo que el programa tuvo siempre pensado para durar alrededor de 8 años, si vamos como pensamos nosotros como red afiliada de la visión de la época del que tal que yo también estuve en la feria de la alegría y todo eso, el pensamiento como empresa es que el programa rinda hasta donde tenga que rendir y osea después se piensa hacer de que si comercialmente sigue siendo bueno se lo mantiene y se buscan otras cosas como ahorita está el mercado y esta la situación entonces la decisión es mantenernos como a ver qué pasa más adelante si mejora la situación y nos lanzamos a producir o nos mantenemos con lo mismo, pero mientras sea rendidor económicamente en esta situación de cómo está el país ahorita ya el programa permanecerá, pero no estamos pensando tanto en lo que pensábamos antes en como se ve de cómo está

iluminado o de cómo está armado o cosas que cuestan mucho dinero porque lo estamos aguantando por el tema económico en este momento