



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Y ARTES AUDIOVISUALES

REPRESENTACIONES DE GÉNERO Y ETNICIDAD EN LA
TELEVISIÓN ECUATORIANA Y SU INCIDENCIA EN LAS
AUDIENCIAS: CASO DE ESTUDIO LA PAREJA FELIZ

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Periodismo

Profesor Guía

MSc. Francisca Luengo

Autora

Paola Michelle Játiva Bautista

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación."

Francisca Luengo

MSc. en Ciencias Sociales con mención en Comunicación

C.C: 1708942246

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes."

Paola Michelle Játiva Bautista

C.C: 050293664- 4

AGRADECIMIENTOS

A mis padres por guiarme y apoyarme en cada momento, porque me han ayudado a crecer. A mis hermanos que me han enseñado a compartir y a querer a los demás . A mis abuelos con quienes viví estos años de universidad.

Además, quisiera agradecer a Andrés por estar junto a mí, apoyarme y brindarme su amor.

A las personas que me han ayudado a salir adelante en cualquier dificultad. Un agradecimiento especial a mi tutora de tesis, Francisca Luengo, por su apoyo y dedicación, a mis profesores, a la directora de la carrera, al decano de la facultad, a todos mis amigos y a los que aportaron con esta investigación, sin ustedes no hubiese sido posible.

¡Gracias por creer en mí!

DEDICATORIA

A mis padres por su amor y dedicación para formarme y enseñarme el verdadero valor de la vida, la FAMILIA.

RESUMEN

Esta investigación presenta un análisis de la serie televisiva ecuatoriana La Pareja Feliz en tres momentos: origen o creación; producción o puesta en escena; y, recepción por parte de las audiencias. A través de la relación y comparación de perspectivas de distintos actores sociales, se realizó un acercamiento para identificar cómo se representan en la serie discursos de género y etnicidad.

El trabajo toma como referencia las propuestas de la Teoría Crítica que permiten entender a La Pareja Feliz como parte de las industrias culturales, y los postulados de la Teoría de los Estudios Culturales que se centran en abordar el papel activo que pueden tener los receptores y su mirada frente a los productos mediáticos que reciben.

La metodología aplicada es cualitativa y contempló la realización de entrevistas a profundidad, análisis de contenido cualitativo y grupos focales. Cada una de las técnicas aplicadas se centró en uno de los tres momentos analizados, considerando a actores clave.

La investigación tomó como caso de análisis a la serie La Pareja Feliz puesto que fue considerada como uno de los programas más exitosos en rating a nivel nacional, con cinco temporadas. Inició en el 2009 y se transmitió hasta noviembre de 2014, cuando salió del aire por decisión de sus productores, luego de recibir dos sanciones por parte de la Supercom por presentar contenidos considerados como discriminatorios, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación.

La salida del aire de esta serie originó un debate en el que se han involucrado sus creadores, productores y actores; así como, integrantes de las audiencias y especialistas en comunicación. A partir de este caso se discute sobre si es necesario o no controlar.

ABSTRACT

This research presents an analysis of the Ecuadorian television series *La Pareja Feliz* in three stages: creation or origin; production or staging; and reception from the audience. Through the relationship and comparing perspectives of different stakeholders, an approach to identify how they are represented in the discourses of gender and ethnicity series was performed.

This work is based on the proposals of Critical Theory for understanding *La Pareja Feliz* as a part of the cultural industries, and postulates the cultural studies theory that focus on addressing the active role that audiences can play against the media products they receive.

The methodology is qualitative and was performed conducting in-depth interviews, qualitative content analysis and focus groups. Each of the techniques focused on one of three moments analyzed, considering key players.

The research took as a case series analysis *La Pareja Feliz* since it was considered one of the most successful programs in rating nationwide, with five seasons. It began in 2009 and aired until November 2014, when it went off the air by a decision of its producers, after receiving two sanctions from Supercom for presenting content considered discriminatory under the Communications Law.

The air outlet of this series resulted in a debate that has involved its creators, producers and actors; as well as members of the audience and communication specialists. From here it is discussed whether it is necessary or not control media content and how they should be carried out these processes

ÍNDICE

CAPÍTULO I: ACERCAMIENTO A LAS TEORÍAS	2
1.1 Teoría crítica y estudios culturales, una introducción desde las teorías de la comunicación.....	2
1.2 Medios y mediaciones en la modernidad.....	9
1.3 La televisión: implicaciones actuales.....	10
1.4 Medios y representaciones sociales.....	14
1.5 Discursos de género y etnicidad en medios de comunicación.....	15
CAPÍTULO II: EL CAMPO MEDIÁTICO EN ECUADOR	21
2.1 La televisión, contexto histórico.....	21
2.2 La televisión en Ecuador: antecedentes y situación actual.....	23
2.3 Series ecuatorianas: breve historia.....	30
2.4 Ley Orgánica de Comunicación: cambios en el campo comunicacional ecuatoriano.....	34
2.5 Caso La Pareja Feliz: antecedentes.....	38
CAPÍTULO III: CASO DE ESTUDIO:	
LA PAREJA FELIZ	41
3.1 Metodología.....	41
3.2 La Pareja Feliz La serie.....	42
3.3 Personajes de La Pareja Feliz.....	43
3.3.1 Temporadas.....	49
3.4 La Pareja Feliz, desde la mirada de sus creadores.....	50
3.5 Análisis de contenido cualitativo de La Pareja Feliz.....	52
3.5.1 Sexismo y racismo en la serie.....	53
3.5.2 Música y escenografía.....	60
3.6 La Pareja Feliz desde la perspectiva de las audiencias.....	62
3.6.1 Grupo focal estrato socioeconómico bajo.....	62
3.6.2 Grupo focal estrato socioeconómico medio.....	65
3.7 La Pareja Feliz y la Ley Orgánica de Comunicación.....	69
CAPÍTULO IV: PRODUCTOS PERIODÍSTICOS	78
4.1 Producto para Radio: Programa “Analiza radio”.....	78
4.2 Producto para Televisión: Reportaje ¿La Pareja Feliz?.....	80
4.3 Producto Impreso: Debate periodístico “Visiones y Opiniones”.....	83
4.4 Producto para web: Página web “AnalizaTV.com”.....	85
CONCLUSIONES	86

REFERENCIAS	93
ANEXOS	99

Introducción

Esta investigación se planteó como objetivo general analizar las principales representaciones de género y etnicidad en el programa ecuatoriano La Pareja Feliz y su incidencia en receptores de diferentes clases socioeconómicas de Quito. Para ello se toman como base tres momentos específicos: el origen o creación del programa; su puesta en escena y los procesos de recepción.

En el primer capítulo se expone el marco teórico del trabajo a partir de las propuestas de dos teorías de la comunicación: Teoría Crítica y Estudios Culturales. Además, se presentan categorías relevantes que posibilitan el análisis como: género, etnicidad, representaciones sociales y mediáticas, entre otras.

El segundo capítulo constituye un breve acercamiento a la historia de la televisión ecuatoriana, con énfasis en el surgimiento de programas de humor como La Pareja Feliz. Se presentan sus antecedentes e información relevante.

En el tercer capítulo se explica de forma detallada la metodología aplicada en la investigación. Se presentan e interpretan los principales hallazgos y resultados, a través de la comparación de las perspectivas de diferentes actores sociales, relacionados con los tres momentos analizados. Además, se aborda el debate generado por la salida del aire del programa, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación.

En el cuarto capítulo se presenta la propuesta comunicacional que incluye cuatro productos: radio, televisión, impresos y formato web, a partir de los cuales se dan a conocer diferentes aristas de la investigación en formatos periodísticos.

Finalmente, se exponen las conclusiones producto del proceso de investigación.

Capítulo I: Acercamiento a las Teorías

1.1 Teoría Crítica y Estudios Culturales, una introducción desde las teorías de la comunicación

Esta investigación toma como referencia las propuestas centrales de dos teorías de la comunicación: Teoría Crítica y Estudios Culturales. Desde la primera se entenderán las implicaciones y lógicas de la industria cultural en las audiencias; y la segunda permitirá analizar la complejidad de los procesos de recepción de contenidos comunicacionales.

La Teoría Crítica nace con la idea de analizar los medios de comunicación y las semejanzas que se manifiestan en los contenidos emitidos. Describe el funcionamiento de los medios y su relación con la forma de comunicar. “Desde el punto de vista de las ciencias sociales, su interés es el de suministrar; un primer andamiaje para un método de la dominación cultural que se expresa a través de los medios masivos” (Maigret, 2005, p. 108).

Este planteamiento tiene sus orígenes la escuela de Frankfurt que fue creada en 1923 y desarrolla la importancia de analizar a los medios de comunicación y a sus contenidos, desde la forma de producir programación homogénea que se muestra a la población, de la misma manera las personas no la cuestionan. Surge como la teoría que inició su estudio durante la Segunda Guerra Mundial, en un análisis del papel de los medios de aquella época, “Los medios forman una cortina de humo, un vapor que embrutece: La comunicación de masas conduce al silencio de las masas” (Maigret, 2005, p. 110).

Desde este enfoque se propone que los contenidos mediáticos generan sensaciones que distraen a las personas de la cotidianidad y transforman sus sentimientos, les permiten distinguir y conocer nuevas experiencias “los medios masivos, administrados como industrias, ejercen una permanente seducción porque alivian, relajan, permiten soñar y tener esperanza” (Maigret, 2005, p. 109).

El concepto clave para esta teoría es el de industria cultural: "A mediados de los años cuarenta Adorno y Horkheimer crean el concepto de industria cultural. Analizan la producción cultural de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía" (Mattelart, 1997, p. 54). Este concepto propone que la cultura se convierte en mercancía que busca homogeneizar los gustos de las audiencias: "La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema" (Horkheimer y Adorno, 1944, p. 165).

Los autores proponen que esta industria cultural producida y promovida por los medios de comunicación tiene incidencia ideológica en el público puesto que disminuye su sentido crítico. "Los estereotipos que éstos transmiten reducen la complejidad del mundo y gustan por su monotonía tranquilizadora" (Maigret, 2005, p. 111).

Los contenidos de los medios son producciones con ciertas características que los hacen idénticos entre sí, como si se tratara de cualquier objeto con el que se hace dinero. De la misma manera, el autor profundiza en la elaboración de contenidos iguales en los medios, con los mismos estándares de producción. "Analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía" (Mattelart, 1997, p. 54).

Adorno y Horkheimer plantean que existe poder en la generación de los productos culturales y señalan que los medios imponen ideas que responden al interés de las personas que están detrás de la industria cultural. "La industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura y su caída en la mercancía" (Mattelart, 1997, p. 57).

La Teoría Crítica retoma ideas de la propuesta marxista, como la lucha de clases y la dominación económica en la sociedad, algo similar sucede en los medios, la información transmitida por los medios de comunicación se convierte en mercancía, que a su vez es consumida por las audiencias. El público se

acostumbra a la programación, que los podría influenciar. La idea de dominación parte desde la concepción que los medios podrían seducir a las audiencias con sus productos; por esta razón que esta corriente toma como base la orientación Marxista “los estudios iniciales tienen como objeto la economía capitalista y la historia del movimiento obrero” (Mattelart, 1997, p. 52).

Los medios crean representaciones sociales y contribuyen a lógicas de homogenización de pensamiento en las audiencias, además que presentan ciertos modelos y comportamientos que la gente podría pensar que están bien . “El ciudadano tiene a convertirse en consumidor con un comportamiento emocional y aclarador y la comunicación pública se disuelve en actitudes siempre estereotipadas” (Mattelart, 1997, p. 57).

Los contenidos de los medios generan sensaciones que hacen que las personas sigan conectadas y les den mayor importancia, tal como explica Maigret citando a Adorno “los medios juegan el mismo papel que la religión en Marx, son el nuevo opio del pueblo” (Maigret, 2005, p. 112). De esta manera, el público toma como referente a los medios y le dedica tiempo a esto. Las producciones presentadas en los medios utilizan la misma lógica de las grandes industrias, considerando al consumo como meta central. “No en vano se originó el sistema de la industria cultural en los países industrializados más liberales, lo mismo que ha sido en ellos donde han triunfado todos sus medios característicos” (Horkheimer y Adorno, 1944, p. 177).

Lo que logran los medios con esto es que la sociedad consuma sus discursos y la idea que quieren imponer. “A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural: serialización - estandarización - división del trabajo” (Mattelart, 1997, p. 53). De la misma manera, la industria cultural se desarrolla en la programación diaria de los medios.

A partir de los años ochenta esta teoría es replanteada por Habermas, quien

retoma estas ideas y afirma que los medios tienen «carácter coercitivo» (Mattelart, 1997, p. 54). El público se mantiene en los mismos productos, no existe variedad y se podrían ver forzadas a consumir siempre lo mismo.

Los medios destruyen la capacidad crítica de las audiencias, ya que los acostumbran a una misma programación, los medios tienen gran relación con el poder y el Estado para generar ciertas acciones en la sociedad. “Es el triunfo de la publicidad en la industria cultural, la asimilación forzada de los consumidores a las mercancías culturales, desenmascaradas ya en un significado ” (Horkheimer y Adorno, 1944, p. 212).

La Teoría Crítica y sus enunciados aportarán a esta investigación para llevar a cabo el análisis del programa como parte de la industria cultural, sus componentes e implicaciones sociales.

Por otro lado, se tomarán los aportes de los Estudios Culturales, enfoque comunicacional que se centra en los procesos de recepción, es decir, las diversas formas en las que las audiencias interpretan los contenidos mediáticos que reciben, en relación a elementos como: clase socioeconómica, género, edad, entre otros factores.

Los Estudios Culturales surgen como un movimiento británico con una crítica a los medios de comunicación y a la producción en masas, tratan de comprender el entorno en el que se desarrollan las audiencias. “Desde muchos ángulos, el movimiento británico y norteamericano de los *Cultural Studies*, que se expandió durante los años 1970-1990, puede describirse como una síntesis de los esfuerzos realizados hasta entonces sobre el tema de la cultura de masas” (Maigret, 2005, p. 245). Para Maigret los principales propulsores de esta corriente, (tanto británicos como estadounidenses) son Richard Hoggart, Raymond Williams, James Carey, Fredric Jameson y Stuart Hall, quienes además dieron más énfasis a sus estudios en la Universidad de Birmingham,

de ahí que a estos estudios se los relacione con esta escuela. (Maigret, 2005, p. 247).

Los conceptos manejados en un principio fueron la reacción de las audiencias de acuerdo a lo transmitido en los medios. La forma en que las personas viven de manera cotidiana y cómo los medios la reproducen, de tal manera generan poder en la sociedad, por los discursos que se manejan, "los medios tienen tendencia a reproducir el campo ideológico de la sociedad y su estructura de dominación pero no se trata más que de una tendencia sistemática" (Maigret, 2005, p. 249).

Esta corriente se desarrolló también en Estados Unidos con un cambio ideológico, a partir de los años 80 autores como James Carey, Fredric Jameson se centraron en estudios de la sociedad como de género, literatura, cine, etnias, entre otros. Para que la investigación se acerque a los objetos de estudio y exista una conexión con la transformación de estas cotidianidades, "todos y todas ligadas a la rehabilitación de la cultura popular y de masas" (Maigret, 2005, p. 254).

Mientras que en Latinoamérica los Estudios Culturales se centraron en analizar elementos propios de la región en relación a la cultura de masas, globalización y los problemas étnicos:

“Si bien existen líneas de trabajo importantes que se ocupan, como los “Cultural Studies”, de los procesos más recientes: los medios de comunicación, la cultura de masas, los problemas de la globalización, el consumo, la sociedad civil y la posmodernidad (muchas de las primeras figuras a las que se les colocó la etiqueta de Estudios Culturales Latinoamericanos se ocupan precisamente de esos temas: Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero o George Yúdice” (Rios, 2002, p. 7).

En general, los Estudios Culturales británicos, estadounidenses y

latinoamericanos se fijan las construcciones que cada persona tiene sobre lo que ve y estas percepciones cambian de acuerdo a diferentes variables, tal es el caso del estado económico, educativo y pensamiento. "El poder no está ligado solamente a la lucha de clases sino a la diferencia de edad, de roles sexuales, etc, se encuentra relativamente difuso en el cuerpo social" (Maigret, 2005, p. 252).

La teoría de Estudios Culturales se centra en el cambio de comportamiento a partir de la existencia de los medios de comunicación. Los principales representantes de esta teoría, como Hall, Hoggart, Williams, entre otros, se propusieron mostrar la división entre los términos: sociedad y cultura, para argumentar que los medios forman parte de la cotidianidad de las personas e influyen en las audiencias, pero de diferente manera. "Los medios masivos se utilizan para alimentar la realidad cotidiana con alegrías diarias y para acrecentar la comunión al interior del hogar; hablan de un mundo de promesas convertido en entorno pero especialmente hacen hablar, incrementan la actividad en el hogar" (Maigret, 2005, p. 247).

Por esta razón, Stuart Hall, en su modelo de codificación/descodificación, establece tres modos de recepción que pueden tener las audiencias frente a los productos comunicacionales: hegemónico, negociado y oposicional.

El primer modo de recepción es el hegemónico que se refiere a que las audiencias asumen la información como cierta y no la cuestionan. De esta manera se crea una hegemonía, no hay más opción, el público lo ha elegido así. "El modo hegemónico en el cual la descodificación del receptor es equivalente a la codificación del emisor" (Maigret, 2005, p. 250).

El siguiente modo de recepción es el negociado que hace referencia a la forma en la que las audiencias no se quedan con una sola versión y buscan más información. Solo de esta manera obtienen un comentario de lo que sucede en los medios, no se sesgan "El modo negociado que modifica en parte las

significaciones establecidas” (Maigret, 2005, p. 251).

El último modelo otra vez presenta rasgos absolutos; en este caso las audiencias no creen nada de las transmisiones de los medios y simplemente piensan todo lo contrario. De aquí su nombre oposicional, ya que existe cierta oposición hacia el mensaje. “El modo oposicional que hace aparecer referencias extranjeras a la codificación para contrariarla” (Maigret, 2005, p. 251).

Una vez expuestos los modos de recepción, en los que se diferencia a las audiencias de acuerdo a sus acciones, estado social, económico, cómo se relacionan entre grupos y cómo consumen contenidos, los Estudios Culturales son "esta recontextualización de la cuestión de identidades y de sus relaciones con una cultura de masas cada vez más mestiza y globalizada, es el meollo de la apropiación de los estudios culturales" (Mattelart, 1997, p. 264).

Otro de los conceptos centrales de los Estudios Culturales es la resignificación, que es la forma en la que cada persona identifica el mensaje que es transmitido en un medio. Es decir las personas perciben de diferente manera los conceptos y no necesariamente como se lo expresó. Las audiencias reinterpretan lo que vieron; de esta manera se crean nuevos mensajes dependiendo del público. “No hay razón para que un mensaje sea automáticamente descodificado como fue codificado” (Maigret, 2005, p. 251).

Los Estudios Culturales también cuestionan el papel de las audiencias y cómo estas pueden ser a la vez generadoras de contenido para los medios “los públicos también son productores de texto y no sólo receptores, que son estrategias y no sólo diseñadores de tácticas” (Mattelart, 1997, p. 270), las personas son consumidoras y a la vez pueden formar contenidos, porque sí tienen la capacidad de criticar los contenidos.

La teoría de Estudios Culturales aportará en esta investigación específicamente para identificar las formas en que las personas reaccionan ante los contenidos mediáticos que reciben.

1.2 Medios y mediaciones en la modernidad

Para el autor José Martín Barbero los medios actualmente sufren de crisis de comunicación por la manera en la que expresan sus contenidos. "En este malhadado comienzo de siglo la comunicación se halla atrapada entre fuertes desubicaciones y densas opacidades que provienen de la emergencia de una razón comunicacional" (Barbero, 1991, p. 11).

Los medios de comunicación podrían ayudar a una mayor unión, por la información y programación que transmiten. "La conversión de la comunicación es el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas - étnicas, nacionales o locales - en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías" (Barbero, 2003, p. 9).

Un ejemplo de esto es la televisión, que a lo largo de la historia incrementó el número de personas que la seguían en todo el mundo. Sin embargo, para Jesús Martín Barbero la televisión no ha sufrido de un cambio de fondo que contribuya con un desarrollo integral de las audiencias. "Lo único que parece importar decisivamente a los productores y programadores de las tecnologías de videos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés" (Barbero, 1991, p. 239).

Desde la perspectiva de este autor, la televisión muestra imágenes y la manera en que estas son procesadas depende de cada persona. Sobre los usos que las audiencias dan a la televisión Barbero señala que depende de las condiciones de la gente, en este caso se mencionan los estratos sociales a los que cada uno pertenezca, a los estudios y al entorno. "En los usos no habla

sólo la clase social (...) sobre todo los que configuran las etnias, las culturas regionales, los dialectos locales y los distintos mestizajes urbanos en base a aquellos" (Barbero, 1991, p. 247).

El autor en mención propone que el tiempo que la gente dedica a los medios es una forma en la que se ejerce poder, ya que utilizan su espacio de ocio para mirar la televisión "si el medio está en trance de sufrir numerosas cambios la mediación desde la que ese medio ópera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo" (Barbero, 1991, p. 232).

Además, habla sobre la escasa crítica a la televisión, por parte de las audiencias y resalta que cuando existen comentarios son pocos y no aportan a un desarrollo de los programas, sino a transmisiones que no son interesantes. "Los pocos que se arriesgan a salir de la denuncia y pasar a la acción proponen una elevación cultural de la televisión que se materializa casi siempre en un didactismo insoportable " (Barbero, 1991, p. 243).

Por su parte, Rincón explica que los medios, en muchas ocasiones, se han convertido en entes que mantienen a las personas muy atentas a lo que sucede, la televisión "los medios de comunicación nos venden la idea de que «somos dioses»: ya que nos fundamos en nosotros mismos, no necesitamos de ilustradores ni de razones para ser exitosos; sólo debemos ser expertos en la narrativa, el espectáculo y el entretenimiento" (Rincón, 2006, p. 11).

1.3 La televisión: implicaciones actuales

Desde la perspectiva de autores como Omar Rincón, la televisión es un medio que genera gran empatía y aceptación en el público "la televisión ha triunfado como medio más popular y como narrador central de nuestras vidas porque ha sabido responder a la temporalidad hogareña" (Rincón, 2006, p. 22).

La fusión de elementos preexistentes permitió que se desarrollen nuevos inventos, así nació lo que hoy conocemos como televisión. "La arqueología de

la televisión se remonta a la coalición del telégrafo y del teléfono, en una línea de transformaciones tecnológicas sin par que dará origen en los años ochenta a la televisión ” (Vilches, 1993, p. 17). La realidad de aquella época, aún se repite en la actualidad, las creaciones nuevas se interponen unas de otras y es por esto que cada vez se tienen que desarrollar más y presentar innovaciones para no quedar obsoletas.

La televisión nace para transmitir mediante imágenes información y entretenimiento a las audiencias. En sus inicios la programación era corta y no tenía mucha variación en comparación a los medios ya existentes. “En cuanto a los contenidos de estas primeras emisiones, además de escasos se limitaban a filmaciones tomadas del cine, espacios dramáticos y charlas en el estudio” (Barrera, 2004, p. 339).

Con su presentación, la televisión tuvo muchas críticas, las personas no sabían qué esperar o cómo reaccionar, esto no fue impedimento para que otras personas la prueben y se hagan consumidoras, quienes a la vez utilizaron adjetivos con carga positiva para calificarla, realidad que se repite en estos días que la mencionan como una “ventana abierta al mundo , que aún hoy sigue dominando la ideología de la información televisiva” (Vilches, 1993, p. 22).

Este medio ha sufrido cambios, tanto en su forma como en su contenido. “Los primeros televisores eran pequeños pantallas en blanco y negro, tenían que protegerse en grandes cajas dada la cantidad de elementos electrónicos utilizados en su creación” (Fenix,1996, p. 11). El desarrollo tecnológico ha coadyuvado para que en la actualidad los televidentes tengan la posibilidad de elegir televisiones con múltiples funciones.

En cuanto a la narrativa televisiva, también presencié mutaciones, con el tiempo se crearon programas de diferentes géneros, que permitieron que la gente se entretenga. “Los medios de comunicación encontraron su lugar en el mundo, en el horizonte del afecto y el entretenimiento de las masas urbanas,

excluidas de la oferta cultural de élite; a imagen de la televisión” (Rincón, 2006, p. 22).

Este medio de comunicación siempre ha causado críticas, en torno a su contenido, señal, y características, pero así como lo que se han dicho cosas negativas, hay quienes la presentan como una oportunidad para mostrar escenarios y acciones que no estrían al alcance del público fácilmente “la televisión es considerada como el medio clásico de comunicación por su atractivo, potencial y actuación social; siempre se ha encontrado en el centro del debate social, político y educativo” (Rincón, 2001, p. 43).

Sus contenidos han sido analizados, así como su función dentro de las sociedades. “La gran verdad es que la televisión se ha pensado mucho desde los contenidos , desde las intenciones de los gobiernos y los expertos, y poco se la ha comprometido en su actuación social y competencia narrativa” (Rincón, 2001, p. 45).

Según Rincón, la televisión es el medio más utilizado en los momentos de ocio y es uno de los primeros a los que se acude para buscar información, de aquí que se comience a creer todo lo que se transmite en los canales televisivos. "Somos esa sociedad telecéntrica, esa sociedad en la cual la televisión no construye mensajes, sino modos de relación y modos de percepción de la realidad" (Rincón, 2006, p. 167).

Las imágenes que se trasmiten en este medio son parte de un proceso en el que se van creando circunstancias de fantasía, y en estas situaciones las personas creen que lo que se transmite en la televisión es la única verdad y muchas veces quieren experimentar lo que observan en los medios. “La narración - entretenimiento - espectáculo es nuestra tradición y nuestra actualidad. Hemos devenido en *homo zappings*, habitantes unas *estéticas mediáticas* que nos dicen que nuestra vida es una película que debe ser vivida

de manera espectacular y cuyo sentido es el entretenimiento” (Rincón, 2006, p. 11).

Autores como Baudrillard señalan la importancia de las imágenes para construir en las personas representaciones de realidad. El autor determina que la sociedad actual vive en un mundo de hiperrealidad, concepto que explica de la siguiente manera: “No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard, 1987, p. 7). La gente puede llegar a pensar que lo que se ve en las pantallas es real, ya que se desconectan de la vida misma, de esta manera se crea el concepto de hiperrealidad, que está ligado a las imágenes y a la tecnología. En el que prima la fantasía y los imaginarios que se han creado en la sociedad más que la realidad, ya que las personas dan más valor a los signos y símbolos que a lo que sucede en la realidad, para ellos es más interesante vivir con lo que está en las pantallas.

Las narrativas de la televisión se centran en crear situaciones a través de las imágenes, y es a partir de ellas, que las personas se confían de lo que se transmite en la televisión a través de signos, códigos y los asumen como realidad, de la misma forma se genera poder sobre la teleaudiencia que está conectada a lo que está viendo. “La única arma absoluta del poder consiste en impregnarlo todo de referentes, en salvar lo real, en persuadirnos de la realidad de lo social, de la gravedad de la economía y de las finalidades de la producción” (Baudrillard, 1987, p. 47).

Por su parte, Bourdieu se refiere a esta dinámica como “efecto de realidad”. En el que se refiere a la imagen y a su particularidad de hacer creer lo que se presenta en los medios como hechos certeros y reales.

La sociedad prefiere la televisión porque se sienten incluidos en las transmisiones, tal como explica Rincón lo que se presenta en este medios es cada vez más personalizado, de tal manera que los relatos que se presentan

llaman la atención de las audiencias y hacen que se mantengan con estos programas.

1.4 Medios y representaciones sociales

Los medios de comunicación han sido entendidos y analizados como referentes y actores sociales que generan representaciones del mundo de forma constante. Desde la perspectiva de Hall, las representaciones son elementos centrales de las dinámicas de organización social y tienen “la capacidad de producir significado, establecer conexiones con el poder, exponer conductas reguladoras, promocionar identidades y subjetividades” (Hall, 1997, p. 6).

A través de los medios de comunicación se generan y promueven representaciones sobre diversos temas. “La comunicación es un modo de producir sentido social, de afirmar o transformar percepciones y representaciones, de conectar con promesas de futuro y de buscar las formas narrativas del mundo” (Rincón, 2006, p. 13).

Es necesario explicar, desde la perspectiva de Rincón, en qué consisten las representaciones que se muestran en los medios de comunicación.. “No responden a lo popular antropológico (el folclore y las tradiciones) ni a lo culto (lo sublime de las grandes artes), y tampoco encarnan lo ilustrado (la razón y el argumento) ni lo espiritual eterno (el dios sentido de todo); solo expresan y reflejan el gusto medio, el más común a todos” (Rincón, 2006, p. 21).

Tal como lo explica este autor en su libro “Narrativas mediáticas” al hablar del concepto de representación en los medios de comunicación “son ventanas abiertas al mundo, espejos de la vida y referentes colectivos de los modos legítimos de ser en la sociedad que participan de la producción de la realidad hasta el punto de reproducirla en toda su densidad y consistencia, de liberar su sentido escondido y mostrar sus sobresaltos íntimos” (Rincón, 2006, p. 96). Por ello el autor afirma que “Las representaciones mediáticas sobre la vida

pública están marcadas por una alta dosis de irrealidad, banalidad y liviandad y nos dejan insatisfechos como ciudadanos” (Rincón, 2006, p. 114).

El autor en mención señala que los medios transmiten información que a la gente le agrada, lo que hace que exista un limitado sentido crítico frente a los contenidos eso es definido. “Los contenidos, los valores y las representaciones importan, pero para poder tener impacto «deben» convertirse en historias que se hacen modos de narrar, dentro de la lógica del entretenimiento y bajo la presión industrial” (Rincón, 2006, p. 23).

Finalmente, se debe considerar que las representaciones mediáticas deben ajustarse de forma constante a las dinámicas cambiantes del mundo y lograr la generación de cercanía e identificación de las audiencias con los contenidos. Rincón señala que “Habitamos culturas mediáticas caracterizadas por una temporalidad de actualidad, por una interpelación social entretenida y por unos juegos de representación efímeros (Rincón, 2006, p. 21).

En esta investigación se analizarán representaciones mediáticas presentadas en un programa de televisión producido en Ecuador, a fin de analizar su incidencia en diferentes audiencias de la sociedad.

1.1. Discursos de género y etnicidad en medios de comunicación

En esta investigación se analizarán los discursos que sostienen a las representaciones mediáticas, con énfasis en aspectos de género y etnicidad. Por ello es necesario considerar los aportes de Foucault sobre el discurso: “El discurso, por más que en apariencia sea poca cosa, las prohibiciones que recaen sobre él, revelan muy pronto, rápidamente, su vinculación con el deseo y con el poder” (Foucault, 1992, p. 6).

El autor analiza, además, las formas en las que los discursos se legitiman socialmente. “En toda sociedad la producción del discurso está controlada,

seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad” (Foucault, 1992, p. 6). Se puede entender, entonces, que los medios constituyen un elemento central para la promoción y legitimación de discursos sociales.

Es necesario analizar el manejo que se da a los discursos de género y etnicidad en programas con altos niveles de *rating* a nivel nacional, los cuales marcaron discusiones sociales sobre estos temas. Un claro ejemplo es la serie televisiva “La Pareja Feliz”, producción que salió del aire en el 2014, por decisión de sus productores, luego de recibir denuncias de grupos sociales que acusaban a este programa de “discriminatorio”.

Para analizar las representaciones de género, es meritorio aclarar la diferencia entre sexo y género. Desde la perspectiva de Lamas, el sexo se define con una diferenciación biológica con la que cada persona nace. Al respecto Gale explica que a partir del sexo aparece el concepto de género y cómo se confunden ambos. “Significa género e identidad de género, como en «el sexo femenino» o «el sexo masculino»” (Gale, 1984, p. 53). Es por esto que a partir de los años 70 comienza a diferenciarse estos términos mediante diferentes estudios, “las feministas norteamericanas circunscriben la definición de diferencia sexual a lo anatómico, limitándola a una distinción sustantiva entre dos grupos de personas en función de su sexo...” (Lamas, 2000, p. 87).

Mientras que el género se entiende como “conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre sexos, para simbolizar y construir socialmente lo que es propio de los hombres y de las mujeres” (Lamas, 2000, p. 84)

El género como construcción social naturaliza la existencia de “lo femenino” y “lo masculino” como única opción, lo que genera la permanencia de lo que Rich denomina como la heterosexualidad obligatoria: “como institución política que

debilita a las mujeres” (Rich, 1980, p. 15). En este caso, solo quienes son heterosexuales cumplen con los ideales sociales “Mientras no viole otras reglas, se le concede a la heterosexualidad la plena riqueza de la experiencia humana. Por el contrario, todos los actos sexuales del lado malo son contemplados como repulsivos y carentes de cualquier matiz emocional” (Gale, 1984, p. 22).

De esta manera, se preparan a las personas cuando nacen para establecerles que deben ser “normales” y gustar del sexo opuesto, de lo contrario serán excluidos. “Desde la lógica de género, la relación entre los sexos aparece como complementaria, no solo en el aspecto reproductivo, sino en muchos otros: afectivo, económico, etc” (Lamas, 2000, p. 98).

A partir del género como construcción social se desarrollan y legitiman roles de género, es decir características y actividades que se consideran deben realizar de forma específica hombres y mujeres. “Las relaciones entre los géneros, fundadas en la autoridad del pater familias y en la complementariedad de mujer y hombre, son percibidas como injustas porque asignan diferentes derechos a los géneros. (Fuller, 1995, p. 247)

Desde que las mujeres nacen están expuestas a un sistema en el que se las obliga a comportarse de cierta manera por el simple hecho de tener sexo femenino. “(...) tener identidad de mujer, posición psíquica de mujer, “sentirse” mujer y ser femenina, o sea, asumir los atributos que la cultura asigna a las mujeres, no son procesos mecánicos, inherentes al hecho de tener cuerpo de mujer” (Lamas, 2000, p. 99).

Tanto hombres como mujeres deben cumplir ciertas imposiciones sociales para no ser calificados como “anormales”. En su defecto, ante los ojos de la sociedad las mujeres tienen que centrarse en actividades del hogar. “En el modelo tradicional el sujeto femenino está asociado al ámbito doméstico y a la maternidad” (Fuller, 1995, p. 242).

Parte de las actividades y comportamientos que la sociedad establece para las mujeres, mediante discursos, tiene que ver con el pudor, la debilidad y la sumisión. “Las mujeres están asociadas a lo sagrado, mientras que los hombres lo están a lo profano” (Fuller, 1995, p. 242).

En el caso de los hombres es lo mismo, es un proceso que tiene un trasfondo histórico que ha marcado ciertas cosas solo para varones, “no debemos olvidar que el hombre en la sociedad patriarcal ha sido autodefinido como el paradigma del mundo construyendo el androcentrismo en el que vivimos” (Pozo, 2007, p. 53).

Los varones tienen que someterse a los discursos de la sociedad y a los lineamientos. En este caso al hombre como viril, fuerte, heterosexual, mujeriego y comportarse de manera específica. “Dentro de la cultura dominante, la masculinidad que define a los blancos, de clase media, adultos jóvenes heterosexuales, es el modelo que establece los *standards* para otros hombres, en base a la cual se miden otros varones y, a los que, más comúnmente de lo que se cree, ellos aspiran” (Kimmel, 1994, p. 3).

Parte de los discursos sociales es que los hombres deben reproducirse y ejercer poder en su círculo familiar, solo de esta manera se estaría cumpliendo con otro de los roles que se les obliga a cumplir. “(...) La visión dualista que asimila de manera lineal lo masculino a la esfera pública, la autoridad sobre la familia y el bien común” (Fuller, 1995, p. 241).

La pugna de poderes en la sociedad visibiliza cómo las personas se encasillan en ciertos temas para no ser excluidos. “Otra vez el principio de jerarquía parece ser el más útil para entender la organización de las relaciones entre los géneros” (Fuller, 1995, p. 254). Los roles de género evidencian cómo el conocimiento de los conjuntos importantes de oposiciones en una cultura revela los ejes del pensamiento y los límites de lo pensable en una cultura dada” (Lamas, 1999, p. 156). Por ello, es necesario analizar cómo se

representan y promueven estos dentro de los medios de comunicación y las audiencias.

En este marco, se debe entender que las representaciones mediáticas incluyen diversos elementos, entre ellos: género, etnicidad, así como, generacionales. Por ello, autores como Gale, afirman que es necesario entender las construcciones sociales que se generan sobre estos aspectos y no asumirlos como naturales. “Es imposible pensar con claridad sobre la política de las razas o de los géneros, mientras los consideremos como entidades biológicas y no como construcciones sociales” (Gale,1984, p. 15).

Hall describe a la etnicidad de la siguiente manera:

“La etnicidad es lo que requerimos para pensar la relación entre la identidad y la diferencia. ¿Qué quiero decir con esto?, no hay manera, me parece a mí, en la cual las personas del mundo pueden actuar, hablar, crear, entrar desde los márgenes y hablar, o puedan comenzar a reflejar su propia experiencia, a menos que vengan de algún lugar, de alguna historia, de heredar ciertas tradiciones culturales” (Hall, 2010, p. 360).

Esta categoría es otro de los discursos sociales a los que las personas se enfrentan, nace como referencia al referirse a las razas que viven en diferentes territorios de los países. “Los conceptos de «etnicidad» y «grupo étnico», en el sentido de identidad cultural, fueron adoptados para sustituir el término «raza» precisamente para subrayar el carácter ideológico-político de las doctrinas y discriminaciones «racistas»” (Stolcke, 1999, p. 12).

La etnicidad es básicamente todos los rasgos que hacen que las personas sean parecidas, y puedan definirse como parte de una etnia, entre las características que comparten puede estar la religión, el idioma, la idiosincrasia y los comportamientos, todo como una creación para mantener el poder. “La

etnicidad, la extensión política de la identidad étnica y una construcción social de los grupos étnicos referida permanentemente al Estado y las sociedades nacionales” (Bello, 2004, p. 15).

Una vez que se han expuesto las teorías principales, se puede determinar que la televisión ha cambiado la percepción de vida que muchas personas tenían antes que apareciera este invento, el avance tecnológico permite que cada vez ofrezca más opciones que la hacen aún más llamativa. “Uno de los cambios principales en el orden cultural global, provocado por el cine, la televisión y la tecnología del video (*así como por los modos que enmarcan y energizan otros medios, más tradicionales, de comunicación*)” (Appadurai, 2001, p. 68).

La televisión transmite imágenes, símbolos y significados en cada una de sus transmisiones por lo que se convierte en el centro de esta investigación, ya que a partir del estudio de Caso del programa humorístico La Pareja Feliz, se puede determinar los principales discursos que se transmiten a la sociedad mediante este medio. De esta manera se podrá determinar cuál es la incidencia de esta serie en las audiencias.

Capítulo II: El campo mediático en Ecuador

2.1. La televisión, contexto histórico

Como se expuso en el primer capítulo esta investigación se centra en dos teorías de comunicación, la primera la Teoría Crítica que menciona al concepto de Industria Cultural, y la producción en masa. La segunda la teoría de Estudios Culturales, en la que se hace énfasis en las diferentes reacciones de las audiencias ante los contenidos mediáticos. En ambas teorías se hace referencia a la televisión. En este capítulo se presentará historia de este medio masivo y cómo llegó a Ecuador.

Desde la perspectiva de autores como Sartori, la televisión se entiende como un aparato tecnológico que transformó la manera de percibir la realidad en las audiencias y gracias a la transmisión de imágenes, las personas creen en lo que miran, ya que para las audiencias las imágenes son la realidad. “No mienten, no pueden mentir, porque la imagen es la que es y, por así decirlo, habla por sí misma. Si fotografiamos algo, ese algo existe y es como se ve (Sartori, 1998.101).

De acuerdo a la publicación de CNT, historia de las telecomunicaciones. La televisión fue un invento innovador que cambió percepciones de vida, aparece a partir de 1928 cuando John Baird, ingeniero escocés inventor de este sistema, hizo una demostración pública de las primeras imágenes a blanco y negro en Londres. Un año después junto a la BBC “British Broadcasting Corporation” comenzaron con las pruebas, hasta que se oficialmente se la lanzó al mercado (Cnt, 2014, p. 104).

El público se interesó mucho por la televisión, les parecía un invento muy innovador, por esta razón tuvo gran acogida y se desarrolló rápido. “Hacia finales de los años cuarenta comenzó el desarrollo de la televisión a color; fue

necesario estandarizar los sistemas de televisión, pues al mismo tiempo se generaban otros avances en varios países del mundo” (Cnt, 2014, p. 104).

Con el tiempo ganó terreno y se transformó en una parte fundamental para el ser humano, cubrió necesidades. “La televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte” (Sartori, 1998, p. 67). Para que el público lo siguiera utilizando fue necesario que la industria cree más elementos que alimenten las parrillas de programación de los canales existentes.

Se implantaron nuevos géneros televisivos y se optó por realizar producciones de ficción y entretenimiento que han tenido mucho éxito. El público ha hecho de la televisión un hábito que en muchas ocasiones los aleja de otras actividades. “Lo que nos espera es una *soledad electrónica*: el televisor que reduce al mínimo las interacciones domésticas, y luego Internet que las transfiere y transforma en interacciones entre personas lejanas, por medio de la máquina” (Sartori, 1998, p. 131).

A la vez, la producción de televisión cada vez es más elaborada, por esta razón las personas le prestan más atención y creen en lo que miran, debido a que no conocen los procesos que se utiliza para mostrar una información. “Es probable que la mayoría de los individuos que miran un programa de televisión sepan relativamente muy poco sobre cómo se ha producido el programa” (Thomson, 1997, p. 20).

Este invento sin duda ayudó para globalizar el mundo, para que cada vez se pueda acceder a nuevas actividades y lugares mediante la imagen, además de aportar al conocimiento, así como es positiva también tiene varios elementos negativos. “La televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente” (Sartori, 1998, p. 44).

La televisión y la tecnología están ligadas, pero en muchas ocasiones no se

toma en cuenta como este medio está relacionado con “el desarrollo y explotación de estas variadas tecnologías se interrelacionó de manera compleja con el poder económico, político y coercitivo” (Thomson, 1997, p. 113). Este medio ha logrado que las personas puedan conocer y vivir experiencias buenas, incluso aprender nuevas cosas, a la misma vez ha cambiado la manera de interrelacionarse, ahora las personas dedican más tiempo a pasar observando televisión y han dejado de lado otros momentos, según la encuesta realizada en 2011 a los ecuatorianos por uso del tiempo. “Los ecuatorianos dedican en promedio una hora y media diaria en ver televisión y solo 22 minutos diarios en compartir con la familia” (INEC, recuperado el 20 de junio del 2015). Situación que se replica en la sociedad en general, la televisión aportó con un cambio, y modificó la manera de relación de los seres humanos.

2.2. La televisión en Ecuador: antecedentes y situación actual

A pesar que en Ecuador existen pocos datos sobre el surgimiento de la televisión, se puede encontrar información que narra la manera en la que llegó al país. Existieron dos momentos importantes para que este medio se transmita a nivel nacional.

El primer evento data sobre la llegada de los equipos para producir televisión a finales de los años 50. Estos fueron introducidos al país por el alemán Michael Rosenbaum y su esposa la manabita Linda Zambrano, con ellos se realizó la primera transmisión televisiva en el canal “Televisión Ecuatoriana”, “trajeron a Ecuador: dos enormes y pesadas cámaras, una docena de receptores de mediana capacidad, proyectores de película, transmisor de imágenes, cables y antenas receptoras” (Macías, La primera pantalla, 2003, p. 67). Este medio fue la primera estación comercial que apareció en el país, ahora se llama RTS.

Para que este hecho fuera posible se firmó un acuerdo con la Casa de la Cultura Ecuatoriana núcleo del Guayas, de esta manera se instalaron los equipos en su edificio, desde ahí “Televisión Ecuatoriana” inició sus

transmisiones. La parrilla de programación se completó con material que llegaba desde EEUU, México y Venezuela, gracias a que también se tenía un convenio con la televisora estadounidense *American Broadcasting Company* (ABC), quienes enviaban programación para transmitirla en Ecuador. (Andinatel, Informe de la historia de las Telecomunicaciones en Ecuador, 2007, p. 110).

Al mismo tiempo la radiodifusora religiosa HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) llegó el estadounidense “Gliford Hartwell, quien instaló en Quito la primera estación de televisión, usando un viejo equipo reparado por él (...) en Nueva York”. (CNT, 2014, p. 105). Así fue como se creó HCJB-TV con una parrilla de programación con contenidos religiosos, en su afán de evangelizar a las audiencias. La señal cubría toda la ciudad de Quito de aquella época. “El 31 de julio de 1959 salió al aire el primer programa completo basado en la versión de la serie radial titulada “Adelante Juventud” ” (Mora, La televisión en Ecuador, 1982, p. 82).

La televisión empezó con producciones ecuatorianas de carácter informativo a través de los noticieros y programas religiosos. Las primeras emisiones en este medio fueron gracias a los mismos locutores y actores que hasta ese momento se desempeñaban en la radio. En su mayoría las parrillas de programación estuvieron compuestas por material extranjero. “Su formato más representativo, la telenovela, apareció en los años 1960, cuando los productos estadounidenses eran los de mayor distribución en el reciente medio de comunicación” (CNT, 2014, p. 108).

En los inicios de la televisión, la programación fue escasa, aunque se preocuparon por hacer contenido nacional con informativos y programas de entretenimiento, que se centraron en belleza, concursos y pequeñas novelas. “En los primeros años de funcionamiento de la televisión se puso énfasis en la

producción propia, y marcó por lo menos en el terreno de las telenovelas una etapa diferente”. (Macías, 2003, p. 138).

La señal aún limitada solo para Quito y Guayaquil no fue impedimento para que las ventas se dispararan, la gente encontró gusto en ver la televisión, y la compraron rápidamente “la apertura oficial del canal causó el efecto cascada de la compra de televisores” (Macías, 2003, p. 146).

Para los años 70 las audiencias aún preferían el entretenimiento. Los programas para la familia y los niños fueron los que más gustaron. Los programas de concursos tenían muchos seguidores. Hubo mayor producción ecuatoriana. Se logró hacer transmisiones en vivo de los eventos importantes, el desfile de la confraternidad fue uno de ellos, “en 1970 la programación cambió, se introdujeron programas nacionales y reportajes, en vivo y *video - tape*” (Mora, 1982, p. 112).

La televisión a color apareció en 1974 con el canal Teleamazonas, lo que dejó en desventaja a los otros canales de aquella época, la gente prefería la transmisión a color. Además este hecho dio apertura para que las personas miren eventos en vivo. “El 30 de octubre de 1974, se realizó la primera transmisión denominada “vía satélite”, (...) la pelea de box entre Mohamed Alí y George Foreman, por el título mundial de los pesos pesados” (SUPERTEL, 2010, p. 12).

En la época de los 80 se da mayor importancia a la creación de contenido propio. El entretenimiento fue primordial, aparecen las primeras series humorísticas basadas en parodias de rasgos característicos de los ecuatorianos. Entre las principales están Mis adorables entenados, Dejémonos de Vainas. En estos años disminuyen las producciones religiosas. “No fue sino hasta la década de 1980, cuando Ecuavisa se convirtió en la emisora pionera en producir telenovelas” (OBITEL , 2011, p. 296).

Para los años 90 la producción de novelas y series fue más común, la tecnología ayudó para que la producción tuviera mayor calidad. La televisión tenía más producción nacional y se centró en escenas de cuentos y libros escritos por autores ecuatorianos, en un afán de recuperar memoria social y autores nacionales (OBITEL, 2013, p. 273).

Estos hechos hicieron que la población conozca un poco más de historia del país. Además, estas ficciones generaron “una mirada crítica sobre hechos históricos, resultado poco común en las propuestas narrativas de la época” (OBITEL, 2013, p. 274). Entre las series humorísticas que se transmitieron estuvieron Ni en Vivo Ni en Directo, La niñera, Doctor Expertus, las cuales entretuvieron al público y mostraron a la vez situaciones del país.

En los noventa también aparecen las propagandas a mayor escala, para ofertar los nuevos productos del mercado. Hay que destacar que hasta esta época la publicidad era más limitada, los elementos que más ocupaban el espacio publicitario fueron “marcas de alimentos, cuidado personal, cuidado del hogar e información proveniente del Estado y organismos seccionales” (OBITEL, 2012, p. 274).

La llegada de la televisión al país contribuyó con avances en cuanto a la tecnología y a la manera de comunicarse. Con el tiempo y los avances en esta materia, la televisión ha mutado sus contenidos. En el siguiente cuadro se explica el desarrollo de la televisión en el país, se expone el año en el que surgen los canales de transmisión nacional y provincial.

Tabla 1. Canales de televisión en Ecuador

Año	Denominación	Carácter
1968	Ecuavisa	Comercial
1969	Telecentro	Comercial

1972	Telecuatro	Comercial
1974	Teleamazonas	Comercial
1974	Esmeraldas Canal 6	Comercial
1976	Gamavisión	Comercial
1976	Telecuenca	Comercial
1980	Teletrece	Comercial
1981	Telegalápagos	Comercial
1981	Canal 23 UHF	Comercial
1984	Manavisión	Comercial
1988	Teleambato	Comercial
1989	Ortel	Comercial
1992	CRE Televisión	Comercial
1993	ETV Telerama	Comercial
1993	Asomavisión	Comercial
1998	Ambavisión	Comercial
2002	Canal UNO	Comercial
2003	Unsión T.V.	Comercial
2005	RTU Televisión (Teleatahualpa)	Comercial
2007	UCSG Televisión	Comercial
2007	Ecuador T.V.	Público
2010	Canela T.V.	Comercial

2010	Oromar (Teve más)	Comercial
2011	Canal Íntimas	Comercial
2011	Tropical T.V.	Comercial
2013	Tv Legislativa	Comercial
2013	Tv Legislativa	Público
2014	El ciudadano Tv (Secom)	Público

Adaptado de Ciespal, 1992. y CNT, 2014.

Para el 2009, según la SUPERTEL “La televisión es el medio de comunicación más importante en términos de penetración en el mercado, accesibilidad y uso por parte de la mayoría de la población” (OBITEL, 2011, p. 262).

Según los estudios sobre los hábitos y preferencias de la televisión en el país y la Encuesta de Condiciones de vida 2005, se determinó que este medio era primordial en los hogares y que incluso tenía más de un receptor televisivo. En Ecuador había por lo menos 3,3 millones de televisores hasta el 2009, por tal razón este medio se convirtió en uno de los elementos principales en los hogares del país, además las personas le otorgaron credibilidad a este medio “(...) comparativamente con el resto de medios, representa el de mayor preferencia, credibilidad e importancia” (SUPERTEL, 2010, p. 106).

Para el 2012 la televisión fue el medio con mayor consumo de las audiencias, con un porcentaje de penetración del 96%. Además el medio preferido a la hora de informarse. Esta cifra “se reafirma en importancia al compararla con la radio que llega al 93% y de los periódicos que de lunes a sábado registran un consumo del 33%, mientras que los domingos suben al 48% (Informe Defensoría del Pueblo, 2012, p. 10).

Como antes se mencionó, en promedio los ecuatorianos utilizan una hora y

treinta minutos para ver televisión, entre las edades que más tiempo le dedican al medio están los jóvenes de 12 a 21 años (Uso del Tiempo del Instituto Nacional de Estadística y Censos, recuperado 20 de junio del 2015). Mientras que el estudio del Cordicom sobre los interés de consumo de los jóvenes ecuatorianos, se puede diferenciar que las mujeres jóvenes “pasan frente a las pantallas de televisión e internet una media de dos horas más que sus compañeros varones, que muestran más interés por el consumo de videos juegos” (Cordicom, 2015, p. 6).

La televisión sigue predominando en cuanto a la información, a pesar de la existencia de las redes sociales. “De forma general las tendencias son televisión, internet, prensa escrita, radio” (Cordicom, 2015, p. 8). El fin de semana los jóvenes le dedican más tiempo a la televisión, en un promedio de dos horas. (Informe del Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información 2011).

Se ha adaptado a los avances tecnológicos, el más reciente Internet, los productores también generan contenidos para ambos medios, de esta manera trabajan en conjunto y cada canal cuenta con una página web. “Hoy la vieja caja mágica, sumergida en permanentes y acelerados procesos de innovación en virtud de las nuevas tecnologías, es un habitante más de los hogares del Ecuador y el mundo entero” (CNT, 2014, p. 108).

De esta manera, se muestra que en la actualidad también las personas miran su programación favorita a través de internet. “Las cifras de audiencia constatan cómo el consumo de televisión se va reduciendo en los adolescentes y jóvenes entre 13 y 24 años de manera progresiva cada año” (Cordicom, 2015, p. 9).

2.3. Series ecuatorianas: breve historia

Una vez que la televisión aparece en Ecuador la programación cambió y se adaptó a las necesidades del público, poco a poco se presentaron nuevas propuestas que contribuyeron con el entretenimiento de los ecuatorianos. Las series y novelas entre las principales.

Actores y actrices ecuatorianos formaron parte del elenco de las novelas y series que mostraban comportamientos apegados a la realidad ecuatoriana, lo que hizo que el público se sienta identificado a través de estas escenas. “El recurso al humor o al intento de reflejar la forma de ser de la gente para buscar identificación con situaciones y personajes de las mayorías poblacionales, tiene origen en grupos de teatro nacidos a fines de la década de 1970 (OBITEL, 2011, p. 296).

Desde el inicio de la televisión existió la producción ecuatoriana, pero para la época de los ochenta las series de creación nacional tuvieron un amplio espacio. Las escenografías mejoraron, hubo más personal y mayor calidad. La programación cambio y se dio énfasis a los programas musicales, educativos y culturales. Las novelas y series tuvieron alta audiencia y fue el inicio para mostrar las primeras series humorísticas, entre ellas Mis adorables entenados y Dejémonos de Vainas.

En los años noventa las series de humor que se transmitieron fueron: Ni en Vivo ni en Directo, La niñera, Capitán Expertus, El hombre de la casa. Propuestas humorísticas que mostraban parodias de la vida cotidiana. Además de estas producciones también se presentaron novelas basadas en libros de autores ecuatorianos. “El chulla Romero y Flores, Cumandá, Los Sangurimas, son solo algunos de los títulos que se presentaron en aquella época, material que ayudó a crear series con nuevos enfoques” (OBITEL, 2013, p. 273).

Después de los años 2000 la propuesta humorística estuvo consolidada, los programas de humor fueron más comunes y las series se presentaron por

temporadas. Las productoras nacionales se centran en hacer programación de entretenimiento, a través de las cuales empezaron una nueva etapa en la televisión. “La introducción de la televisión en Ecuador, produjo un cambio total de actividades de la comunicación y alteró la estructura informativa hasta entonces existente (...) Así innovó los modos de entretenimiento” (Mora, La televisión en Ecuador, 1982, p. 162).

Los mismos productos de entretenimiento que se crearon entre los años noventa, luego se convirtieron en series televisivas, que partieron de tramas presentadas en pequeños segmentos de programas que tuvieron acogida en las audiencias, como por ejemplo Vivos. Un programa especializado en hacer parodias de los temas coyunturales, se lo transmitió en Tc Televisión, Ecuavisa y desde el 2011 se transmitía en Teleamazonas. Hay que recalcar que Vivos nace de Ni en Vivo Ni en Directo, programa cómico que apareció al final de los años 90.

Con la propuesta humorística las personas se sintieron mucho más atraídas, a partir de aquello se crearon algunos personajes que reforzaron ciertas conductas de los ecuatorianos, con los que el público se identificó. “El resultado ha sido que tres producciones de este tipo entraron a su *top ten*, desplazando incluso a las telenovelas locales que este año ni siquiera aparecen en dicho conteo”. (OBITEL, 2012, p. 52).

El público se siente identificado, con estos programas, a la vez representados por la forma de gestualizar, hablar y comportarse, es a partir de esta idea que los productores logran engancharlos. “Este hecho tiene raíces de carácter sociológico y regional, más que estéticas y creativas, que inciden en guión y producción, aparte de otros factores relacionadas con grupos realizadores, independientes de los canales de tv” (OBITEL, 2011, p. 294).

Las series humorísticas tuvieron tanto éxito en los últimos diez años que directores de las series hicieron más de una temporada, lo que hizo que esta

industria crezca y la competencia aparezca “los productores ecuatorianos de ficción encontraron en el género humorístico una marca regional y de contenido. Títulos como *Rosita, la taxista* son un ejemplo característico del rumbo que pretende seguir la ficción ecuatoriana” (OBITEL, 2011, p. 76).

Las producciones nacionales siguieron en su auge durante los cinco años siguientes, según un estudio del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL), realizado en Latinoamérica la ficción en Ecuador fue muy buena en comparación con otros años, “durante 2010 cinco producciones que representan el 11,76% del total, mientras la ficción extranjera aportó con treinta y dos títulos (89,24%) (OBITEL, 2011, p. 270).

A partir del 2010 Los programas humorísticos ocuparon gran parte de la parrilla de programación de los canales a nivel nacional. Estas producciones se centraron en el humor desde situaciones comunes que pasan en el país. Los guiones se enfocaron en presentar realidades de una manera exagerada. “La producción de ficción televisiva ecuatoriana en 2011 se enfocó en programas de humor, fórmula que funciona, pues estos espacios televisivos mantienen alto *rating*” (OBITEL, 2012, p. 293).

En el siguiente cuadro se observa los datos de las series que aparecieron en estos últimos años, la información presentada no muestra las diferentes temporadas de los programas, por esta razón solo se los menciona una ocasión. Además en este cuadro se puede observar las series humorísticas más destacadas.

Tabla 2. Programas de televisión desde 2010

Año	Programas	Canal	Género	Característica
2010	Rosita la taxista	Ecuavisa	Serie	Humor
2010	Mi recinto	TC Televisión	Serie	Humor
2010	Mostro de amor	Telamazonas	Serie	Humor
2010	Ni por aquí ni por allá	Gama Tv	Serie	Humor
2010	Fanatikda	TC Televisión	Novela	Suspense y romance
2011	La Pareja Feliz	Teleamazonas	Serie	Humor
2011	Puro Teatro	Gama Tv	Serie	Humor
2011	El Combo Amarillo	Ecuavisa	Serie	Humor
2011	Los compadritos	Canal Uno	Serie	Humor
2012	Mister Juramento	TC Televisión	Serie	Humor
2012	Los Tostadams	TC Televisión	Serie	Humor
2012	Aída	Teleamazonas	Serie	Humor
2013	Así Pasa	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	Enchufe Tv	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	Secretos	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	El Sanduchito	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	Novelea Tv	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	Parece que fue ayer	Ecuavisa	Serie	Humor
2013	Max y los whareverss	TC Televisión	Serie	Humor
2013	Estas secretarias	TC Televisión	Serie	Humor
2013	Los Chestosos	Ecuador Tv	Serie	Humor
2013	El duro de la mafia	Canal Uno	Serie	Humor
2014	Tres Familias	Ecuavisa	Serie	Humor

Adaptada de OBITEL 2011, 2012, 2013, 2014.

En el último año no hay mayor producción humorística, solo se transmiten las series que no han sido sancionadas y que mantienen un alto número de seguidores. Por la misma razón, los contenidos de varios programas han tenido que replantearse, incluso dejaron de transmitirse, como en el caso de La Pareja Feliz, programa que salió del aire para evitar sanciones generadas en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación que fue aprobada en junio de 2013.

A pesar de aquello, aún existe inversión para realizar nuevos productos con los que la gente se sienta identificada, en la mayoría de ocasiones los productores no se han preocupado por la generar contenidos que aporten, sino más ganancias. “En síntesis, la ficción televisiva nacional necesita nuevos realizadores, también de otras ciudades del país, y otras miradas que permitan enriquecer y complejizar las narrativas, así como crear nuevas historias” (OBITEL, 2014, p. 270).

2.4. Ley Orgánica de Comunicación: cambios en el campo comunicacional ecuatoriano

El primer reglamento de control del ejercicio de los medios apareció en 1975. Luego de 15 años que llegara la televisión al país, esta normativa denominada “Ley de Radiodifusión y Televisión”, en la que se estipulaba que las frecuencias que utilizan los medios deben ser concedidas por el gobierno, “esta ley se centró en regular concesiones, instalaciones, potencias, producción y propiedad comercial de contenidos” (Andes, 20 de junio del 2015). La ley tuvo tres grandes reformas: la primera en 1992, la segunda en 1995 y la tercera en el 2002.

En el 2011 y bajo el mandato del presidente Rafael Correa se convocó a una consulta popular en la que se preguntó a los ecuatorianos sobre diferentes temas; uno de ellos la regulación de los medios de comunicación. Los resultados de esa votación arrojaron que la sociedad prefería una legislación que regulara contenidos violentos, sexuales y discriminatorios en los medios de comunicación.

Luego de cinco años de debates sobre una ley que regule a la comunicación y a los medios, el 14 de junio del 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación. Once días después, el 25 de junio del 2013, se la publicó en el Registro Oficial de Ecuador. Entre las principales objetivos de la ley se encuentran las regulaciones a los medios y el “mejoramiento de la calidad de contenidos (...), el establecimiento de las consecuencias jurídicas para evitar un uso abusivo e irresponsable de la libertad de expresión” (Ley de Comunicación, 2013, p. 3).

La Ley Orgánica de Comunicación provocó conmoción y debates, muchos de los cuales se centraron en aspectos como: la responsabilidad ulterior, el linchamiento mediático, la clasificación de contenidos, la asignación de frecuencias y la creación de un consejo que regule los medios. El proceso de aprobación de la Ley se dividió en tres pasos. Primero se creó la Comisión Ocasional de Comunicación en la Asamblea Nacional, con la que inició el debate sobre la LOC, adicionalmente se decidió que la ley sería votada artículo por artículo, al final con el veto presidencial fue aceptada.

Cuatro propuestas para la LOC fueron presentadas en el Pleno de la Asamblea durante el proceso; los grupos que elaboraron estos borradores estuvieron conformados por asambleístas de gobierno y también por opositores. Las fechas en las que se debatió esta ley fueron “PRIMER DEBATE: 22 de diciembre de 2009 y 5 de enero de 2010. SEGUNDO DEBATE: 16, 22 y 24 de noviembre de 2011, 11 de abril de 2012 y 14 de junio de 2013” (Supercom, recuperado el 24 de mayo del 2014). El 14 de junio de 2013 se aprobó la Ley con 108 votos a favor y el 25 de junio del 2013 con su publicación en el Registro Oficial entró en vigencia.

La LOC consta de 119 artículos divididos en seis títulos:

- 1.-Título I: Disposiciones preliminares y definiciones
- 2.-Título II: Principios y derechos

Capítulo I: Principios

Capítulo II: Derechos a la comunicación

Sección I: Derechos de libertad

Sección II: Derechos de igualdad e interculturalidad

Sección III: Derechos de los comunicadores

3.-Título III: Sistema de comunicación social

Capítulo I: Alcance

Capítulo II: De la institucionalidad para la regulación y el control

4.- Título IV: Regulación de contenidos

5.- Título V: Medios de comunicación social

Sección I: Medios de comunicación pública

Sección II: Medios comunicativos privados

Sección III: Medios de comunicación comunitarios

Sección IV: Transparencia de los medios de comunicación social

Sección V: Publicidad

Sección VI: Producción nacional

Sección VII: Espectáculos públicos

6.-Título VI: Del espectro radioeléctrico

El cumplimiento de la ley es supervisado por dos entidades creadas a partir de su vigencia. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (Cordicom), encargado de establecer “normativas y reglamentos así como desarrollar mecanismos que permitan regular los contenidos adecuados a las franjas horarias , mejorar la calidad y variedad en la información y garantizar el ejercicio de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicación e información” (Rendición de cuentas Cordicom, 2014, p. 1). A la vez la Supercom que es la Superintendencia de la Información y Comunicación como un organismo que vigila, audita, interviene y controla en los medios “las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general” (Rendición de cuentas Supercom, 2014, p. 1).

El 25 de junio del 2015 al cumplirse 2 años de la vigencia de la LOC, en la rueda de prensa dictada por el Superintendente de Comunicación, Carlos Ochoa, se estableció que hasta la fecha esta entidad ha sancionado 198 medios y se explicó que “las principales causas fueron por no entrega de copias de programa, frecuencia y duración de espacios publicitarios, derecho a la réplica y rectificación, entre otros” (El Telégrafo, 2015, p. 6).

Sin embargo, según la rendición de cuentas de la Supercom del 2014, han existido denuncias 258, que han sido procesadas y de ser el caso han merecido sanciones en contra de los medios. “113 se tramitaron por denuncias ciudadanas, 82 corresponden a denuncias de otros sectores de la sociedad y 63 fueron iniciados de oficio. Solo 129 casos finalizaron con una resolución administrativa, de las cuales 113 fueron sancionatorias y 16 absolutorias” (Supercom, recuperado el 10 de mayo del 2015).

Mientras que para junio del 2015, luego de dos años de vigencia de la LOC, han existido 313 resoluciones. Las sanciones se dividen en 185 sanciones pecuniarias, 198 medios sancionados, 4 conciertos 1x1 (El Universo, recuperado de la web el 1 de febrero de 2016).

A partir de su vigencia la LOC según la página oficial de la Supercom, esta ley creó nuevas oportunidades para que las personas se sientan incluidas en los medios “generó nuevos procesos para el desarrollo de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”. (Rendición de cuentas Supercom, 2014, p. 3).

En Ecuador cada vez hay más apertura para la creación nacional. La Ley Orgánica de Comunicación exige que los medios de comunicación transmitan producciones ecuatorianas. A la vez regula contenidos denominados inapropiados, tal fue el caso del programa La Pareja Feliz, serie que se transmitió en Teleamazonas hasta noviembre del 2014, luego que sus

productores decidieran sacarla del aire, por una sanción impuesta por la Supercom.

Para hacer una denuncia en la Supercom, no es necesario un abogado, solo hay que llenar un formulario en el que se especifique los requerimientos y quejas. La publicación de la Ley de Comunicación ha obligado a los directores de los programas a poner más atención en sus publicaciones para evitar sanciones.

2.5. Caso La Pareja Feliz: antecedentes

Esta investigación se centra en el análisis del caso de la serie de televisión ecuatoriana La Pareja Feliz, producción que logró altos niveles de rating a lo largo de sus cinco temporadas, y que luego de dos sanciones recibidas por parte de Supercom salió del aire. Por decisión de los dueños del canal “El canal –Teleamazonas - tiene temor de que se presente una nueva denuncia, lo que significaría pagar una multa del 15% de la facturación del canal durante tres meses”, comentó a Diario El Comercio David Reinoso (El Comercio, recuperado de la web 17 de noviembre del 2014).

La “Pareja Feliz” fue una serie de entretenimiento que se transmitía de lunes a viernes en Telamazonas, tenía una hora de duración desde las 19h00 hasta las 20h00. En horario antes de los noticieros. “La Pareja Feliz dejó de ser un segmento o sketch en un programa de humor de 30 minutos, y se convirtió en programa diario de una hora de duración” (OBITEL, 2012, p. 288).

La serie inició en el 2009 y se dejó de transmitir en el 2014. Tuvo 5 temporadas:

- Temporada 1 (28 de julio 2009)
- Temporada 2 (3 de enero 2011)
- Temporada 3 (20 de septiembre 2011)
- Temporada 4 (4 de junio 2012)
- Temporada 5 (17 de marzo 2014)

De acuerdo a su página oficial de Facebook, la temática central fue mostrar cómo es la vida de un matrimonio, las vivencias cotidianas, utilizando la comedia. “La serie narra la vida de una pareja de enamorados que a pesar de todo se quieren son amorosos y tiernos, pero con el pasar del tiempo esa relación que tanto se mantenía se torna todo una pesadilla para ambos” (Página de Facebook, recuperado el 15 de junio del 2015).

En todas las temporadas tuvieron significativos niveles de audiencia; sin embargo, la primera y la tercera tuvieron más sintonía, según OBITEL, las cifras fueron las siguientes: “La Pareja Feliz III rating 11,6” y “La Pareja Feliz I 13,4 rating” (OBITEL, 2012, p. 284). El estudio de rating se centra en el porcentaje de televisores que sintonizan ese canal entre todos los aparatos prendidos en aquel momento. (Análisis de rating, recuperado al 22 de febrero del 2015). Esto quiere decir que de cada 10 televisores por lo menos uno sintonizaba la serie.

La Pareja Feliz tenía un alto número de seguidores. En el 2011 la serie quedó puntuada entre las 10 más vistas, entre las que se destacaron también Mi Recinto y Rosita la Taxista. A la vez ganó un premio como mejor programa de comedia en los premios ITV del mismo año. “En sus temporadas dos y tres, captaron la aceptación mayoritaria del público, que las colocó en el grupo de los diez títulos más vistos del año” (OBITEL, 2012, p. 279).

A pesar de que La Pareja Feliz salió del aire, aún cuenta con páginas oficiales en internet, una de ellas es (<http://www.lamofle.com>), en las que se puede observar fotos e información de los personajes de la serie.

Además, tiene cuentas en Facebook como La Pareja Feliz y en Twitter como @PAREJA_FELIZ5 (cambia de usuario de acuerdo a la temporada), a través de las cuales se comunicaron a sus seguidores sobre su salida del aire.

Mientras que en YouTube también se pueden ver los capítulos que se transmitieron hasta el 2014. “El canal de video en la plataforma YouTube, es usado oficialmente por la serie *La Pareja Feliz*; ahí se publicaron videos promocionales, pero sin llegar a publicar capítulos completos” (OBITEL, 2012, p. 295).

En estas cuentas los usuarios aún piden a los actores que regresen al aire y los administradores de las cuentas les responden a sus seguidores, de la misma manera hacen publicaciones con referencia a la “injusta medida en contra de la serie ”, como ellos mismo publican.

En el siguiente capítulo se abordaran estos temas y podremos determinar la incidencia de este programa en el público. Además se mostrarán las visiones de sus creadores y cómo la serie nace, la puesta en escena de este programa a través de un análisis cualitativo, así como también se presentarán los pensamientos de analistas de medios, con los que se abordará el tema de la regulación de contenidos mediáticos en Ecuador.

Capítulo III: Caso de estudio: La Pareja Feliz

En este capítulo se presentan e interpretan los resultados relevantes del trabajo de campo realizado, a fin de analizar el programa La Pareja Feliz en sus tres momentos: creación, producción y recepción. Para ello se consideró la mirada de sus productores, una muestra de capítulos de las diferentes temporadas de la serie y las percepciones de diferentes tipos de audiencia.

Primero se expondrá la metodología aplicada y luego se realizará un breve acercamiento a la serie y sus personajes, a fin de posibilitar al lector una mejor contextualización de los principales hallazgos de la investigación.

3.1. Metodología

La investigación se basó en la aplicación de una metodología cualitativa que contempló tres técnicas: entrevistas a profundidad, análisis de contenido cualitativo y grupos focales. El trabajo de campo tuvo una duración de 3 meses, desde junio hasta agosto de 2015.

Para conocer la perspectiva de los creadores de la serie, su objetivo y público central, se realizaron dos entrevistas: la primera a David Reinoso, personaje principal de la serie y a Luis Cucalón, quien fue gerente de producción.

Se seleccionó una muestra de 15 capítulos de las 5 temporadas y a través de la elaboración de una matriz se analizaron elementos como: personajes, diálogos o frases con contenidos sexistas, vestimenta, sonidos, escenarios y diálogos o frases con contenidos racistas.

A fin de conocer la percepción de las audiencias sobre el programa se realizaron dos grupos focales. El primero correspondió a hombres y mujeres de clase socioeconómica media, de entre 18 y 60 años. Los integrantes del segundo grupo focal representaron a la clase socioeconómica baja y sus edades forman parte del mismo rango antes mencionado. Se consideró esta

división de grupos focales en concordancia con los datos de *rating* de este programa y de acuerdo a las especificaciones del Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC), que determinan que la estratificación socioeconómica sea calificada por parámetros como educación, bienes, localización del lugar donde viven y niveles de consumo. (INEC, encuesta de estratificación de Nivel Socioeconómico, recuperado de la web 1 de octubre del 2015).

Finalmente, para analizar la salida del aire de esta serie, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación, se realizaron entrevistas a expertos en comunicación y a Diane Rodríguez, representante legal de Silueta X, asociación que planteó una de las querellas en la Supercom, en contra de La Pareja Feliz por contenidos sexistas.

3.2. La Pareja Feliz La serie

Como se mencionó en el capítulo anterior, esta serie de humor tuvo cinco temporadas, transmitidas a nivel nacional por Teleamazonas desde el 2009 hasta el 2014. El programa se centraba en presentar la vida cotidiana de una pareja de casados junto a la de otros personajes como vecinos del barrio y compañeros de trabajo.

La “Pareja Feliz” tuvo gran acogida en el público. La serie estuvo ubicada entre los diez programas más vistos y ganó los premios ITV, como mejor serie humorística en el 2011, por lo que sus contenidos se utilizaron para otros productos comerciales, en este caso los más destacados fueron “fotos, *wallpapers*, *ringtones* y las canciones oficiales de la serie” (Obitel, 2012, p. 299).

Luego de cinco años de transmisión salió del aire por decisión de sus productores, después de que el canal fuera sancionado por la Supercom. Una vez que el colectivo GLBTI Silueta X pusiera en febrero de 2014 una queja

administrativa en la que argumentaba que el programa tenía contenido discriminatorio en contra de las identidades homosexuales.

La Supercom resolvió que el canal debía pagar 115 mil dólares, lo que representó el 10 % de la tributación, y ofrecer una disculpa pública en el mismo horario.

“La medida administrativa impuesta, contemplada en el artículo 64, numerales 1 y 2 de la norma vigente, establece que el Director del medio de comunicación deberá difundir, en el mismo espacio, una disculpa pública a la colectividad de diversa orientación sexual, dentro de las 72 horas, contadas a partir de la notificación de la resolución”. (Supercom, recuperado de la web en noviembre 2014).

Los actores y productores informaron a sus seguidores en sobre la salida del aire del programa, inicialmente argumentaron que la serie sería transmitida por internet y solo para el extranjero, a un año de este anuncio, eso no ha sido posible porque se determinó que en internet no sería rentable (Entrevista David Reinoso, junio 2015).





3.3. Personajes de La Pareja Feliz

Los protagonistas de la serie La Pareja Feliz son La Mofle y El Panzón, quienes representan la parodia del matrimonio, sus nombres fueron inspirados en un lenguaje costeño, para referirse a las personas gordas.

Alrededor de los personajes principales aparecen actores que ayudan a completar la historia, entre los más destacados están once hombres y nueve mujeres que interpretan a los amigos de la pareja y son las personas con más interacción durante la transmisión.



En la siguiente tabla se presenta una breve descripción de los personajes más significativos de la serie a lo largo de sus cinco temporadas.





Tabla 3. Personajes de La Pareja Feliz

Nombre Actor	Personaje	Características	Foto
David Reinoso	El Panzón	Hombre barrigón casado cansado de su matrimonio; siempre está de mal genio y es grosero con su mujer. En la oficina no se preocupa por hacer bien las cosas.	
Flor María Palomeque	La Mofle	Mujer que no se preocupa por su apariencia física y que está cansada de su marido. Siempre quiere comer y no hace ninguna otra actividad que pasar en su casa; tiene una empleada a la que trata mal. Le gusta conversar con sus amigas.	
Roberto Chávez	El Sobrino	Jefe y amigo de El Panzón. Tiene romances con la secretaria. Es un hombre que siempre da órdenes, le gusta que todos cumplan con lo que dice. Ninguno de sus empleados lo respeta.	
Katherine Velastegui	Rayoback	Empleada doméstica que trabaja en la casa de El Panzón y La Mofle. Ambos la tratan mal, siempre se queja porque no le pagan el sueldo.	

		La Mofle le hace trabajar más de la cuenta y El Panzón siempre le mira su cuerpo y hace sonidos y movimientos exagerados asociados al ámbito sexual.	
Priscila Negrón	Sra. Negrón	Amiga de La Mofle que aparenta un excelente matrimonio, aunque esa no es la realidad. Su marido la abandonó porque ella era muy grosera con él, incluso lo maltrataba físicamente. Ella le fue infiel y él decidió irse de la casa.	
Mario Cabezas	Tilin Tilin	Hombre muy cariñoso con su mujer, trabajador. Decide irse de la casa después que ella le fuera infiel.	
Alejandra Paredes	Penélope	Mujer migrante que habla como española. Es amiga de La Mofle y esposa de Valentín. Siempre hace alusión a cuando vivía en España; generalmente usa vestidos para bailar flamenco.	
Cecilia Cascante	Virginia	Secretaria de la empresa donde trabaja El Panzón. Siempre utiliza blusas escotadas y faldas cortas. Tiene una relación con el jefe y sus compañeros le hacen insinuaciones sexuales de	

		forma constante.	
Jaime Roca	Edmundo	Hombre caracterizado como mujeriego, le gustan las mujeres maduras y habla de sus novias de 80 y 90 años. Tiene hijos, sin embargo no cumple con el pago de la pensión de alimentos que le corresponde.	
Víctor Arauz	Lorenzo	Trabaja en la empresa La cosita, es amigo de El Panzón y tiene una enfermedad mental. Siempre dice cosas fuera de lugar pero que son ciertas, pone en apuros a todos.	
Bernardo Menendez	Don Paco	Es un hombre duro y de mal carácter. Dueño de la corporación Gaybor, empresa en la que El Panzón trabaja en la primera temporada.	
Oscar Cabezas	Valentín	Esposo de Penélope. Finge ante todos que es un hombre heterosexual; sin embargo, es homosexual. Constantemente tiene que explicar sus comportamientos porque dice cosas en “doble sentido”.	
Claudia Camposano	La Mamastra “Isadora”	Aparece en la tercera temporada, es la exesposa del padre de El Panzón y no tiene una buena relación con su	

		<p>exhijastro, por eso siempre está a favor de La Mofle. Además actúa en la cuarta temporada, limpia la empresa La cosita y es barcelonista. Siempre habla de su equipo favorito y tiene mal genio.</p>	
Kathy García	Babalú	<p>La nueva vecina de La Mofle es de nacionalidad cubana, intenta salvar el matrimonio de sus vecinos, sabe leer el tarot. Siempre tiene algo que vender a sus amigas.</p>	
Eduardo Tenorio	Johnny B.Q.	<p>Conserje del edificio en el que viven El Pazón y La Mofle. Es no vidente. Le encanta Rayoback, siempre está coqueteando con ella y le dice piropos.</p>	
Fabián Torres	Wuacho	<p>Amigo de El Panzón, se considera el más atractivo de todos y siempre quiere conquistar a mujeres. Es un personaje que constantemente está preocupado por su apariencia.</p>	
María José Blum	Paris	<p>Es la joven hija de Don Paco, el dueño de la empresa, siempre habla de ropa de marca, de la alta sociedad y de dinero. Tiene un perro muy consentido. Ella aparece solo en la primera</p>	

		temporada.	
Issam Skander	Rómulo	Es compañero de trabajo de El Panzón, siempre sabe de todos los temas de conversación y es muy trabajador. Siempre está de acuerdo con el jefe y es el único que lo respeta y hace todo lo que él le dice.	
Giovana Andrade	Blanquita	Es la vecina de La Mofle, la visita y conversan. Es una esposa tradicional y muy conservadora, reza el rosario y no le gusta hablar de ciertos temas, pero en varias ocasiones se imagina en situaciones que son catalogadas por ella misma como “pecaminosas”.	
Danilo Esteves	Emiliano	Aparece en la primera temporada, compañero de trabajo de El Panzón y a la vez su vecino. Es muy cariñoso con su esposa.	
Paola Poggo	Ninosca	Esposa de Emiliano, ella ayuda a La Mofle y El Panzón a cuidar su matrimonio, ya que piensa que “el amor es lo más lindo”. Siempre habla de su marido y es muy cariñosa con él.	

Adaptado de los capítulos analizados. Fotos tomadas de Facebook de los personajes

Los actores y actrices que antes se mencionaron formaron parte del elenco mientras la serie estuvo al aire. No todos fueron parte de las cinco temporadas. Existieron solo seis personajes que se mantuvieron durante toda la serie: El Panzón, La Mofle, Valentín, Penélope, Sra. Negrón y Rayoback, la empleada doméstica que limpia la casa de La Mofle y El Panzón.

3.3.1. Temporadas

La serie inició en el 2009; su primera temporada contó con 43 capítulos y causó gran expectativa en el público, ya que fue la continuación del *sketch* en el que los personajes principales: El Panzón y La Mofle se hicieron conocidos. En el transcurso de la primera temporada los personajes recuerdan cuando eran recién casados y es por esta razón que deciden permanecer juntos.

En la segunda temporada existió un cambio de escenario. El Panzón deja de trabajar en corporación Gaybor y se cambia a La Cosita, un negocio del sobrino de su anterior jefe. Se presentaron cambios en la escenografía hacia un estilo más cómico con ilustraciones. Además, se incluyeron nuevos personajes entre vecinos y compañeros de trabajo. Tanto La Mofle como El Panzón se dedican a las mismas actividades. Esta temporada se transmitió a inicios del 2011 y contó con 44 capítulos.

La tercera temporada tuvo 40 capítulos y el primero fue transmitido en septiembre del 2011. Se desarrolla en el mismo departamento con diferente decoración, en escena aparecieron nuevos personajes para continuar con la historia.

En la cuarta temporada también hubo nuevos personajes. Fue transmitida en junio del 2012. La canción con la que presentan cada capítulo fue Guri Guri, una parodia al desfile de las modelos de Victoria Secret's.

En la última temporada al aire se puede observar a la pareja en sus actividades cotidianas, él en su empresa trabajando y ella en la casa con sus amigas que

siempre le acompañan. Contó con un promedio de 40 episodios y se transmitió desde marzo de 2014. Antes de cada capítulo se presentaba un comunicado al público anunciando que la serie es de humor y que no representan ideas de la realidad. En noviembre del mismo año la serie salió del aire.

3.4. La Pareja Feliz, desde la mirada de sus creadores

Luego de realizar entrevistas a los creadores del programa La Pareja Feliz, se presentará a la serie desde su visión, centrada en temas de interés para el público, con el objetivo de mostrar los principales lineamientos, personajes y situaciones.

La serie fue creada luego de que los productores se dieron cuenta que tenía mucho éxito como *sketch* en el programa Vivos. Al hacer un pequeño sondeo identificaron que les gusta mucho este segmento y deciden sacarlo al aire como La Pareja Feliz, tal y como explica David Reinoso, actor principal de la serie.

Desde la perspectiva de sus realizadores, el objetivo principal de la serie fue entretener a los televidentes a través de la exageración de la realidad de un matrimonio luego de cinco años de casados. Buscaban que la gente se identifique con los personajes que mostraban características especiales. “Crear personajes que representan ciertas identidades, pero exagerando en sus expresiones corporales y expresiones de comportamiento, exagerando situaciones. Se buscaba entretener. El *rating* lo dijo, estuvieron cinco temporadas muy bien”. (Entrevista Luis Cucalón, Gerente de Producción, junio de 2015).

La serie permaneció en la televisión con altos niveles de sintonía durante cinco temporadas, en cada una ellas fueron incorporados nuevos personajes. Los principales: La Mofle y El Panzón se desarrollaron en ámbitos específicos cada uno, ella en la casa con sus amigas, y él en su oficina con sus compañeros. Para el Gerente de Producción del programa, durante todo el proceso se

presentaron muchos cambios. “Evolución en todo. El Panzón y La Mofle definieron sus personalidades. La primera temporada se grabó en una casa, la segunda en estudio. No solo historia, sino contenido y producción” (Entrevista Luis Cucalón, Gerente de Producción, junio de 2015).

Desde la perspectiva de los creadores, la audiencia de la serie fue múltiple, los seguidores eran de todo el país, lo que se vio reflejado en el *rating*. En la Costa tuvo más público que en la Sierra, pero en ambas regiones logró altos niveles de audiencia. Las personas que más vieron la serie fueron las amas de casa y jóvenes mayores de 18 años.

Para los creadores fue muy importante mostrar las situaciones que a diario suceden en un matrimonio y hacer humor basado en la cotidianidad. “Representar lo que supuestamente pasa en el matrimonio, exagerando todo lo que pasa, se pierde esa belleza física y el trato, pero en el fondo hay amor, en la pareja nunca se vio que se pongan los cuernos”. (Entrevista Luis Cucalón, gerente de producción, junio de 2015).

En cuanto a los personajes, ambos entrevistados concuerdan en que hubo un gran avance, conforme la serie seguía en el aire, cada actor le dio un toque especial a los personajes.

Entre los personajes más queridos estuvieron La Mofle, El Panzón, Rayoback, desde su perspectiva, esta es una muestra más de que el programa era muy querido en el público. David Reinoso argumentó que muchos de sus seguidores hacían referencia a la serie cuando lo veían: “la gente decía mi amorcito, que chévere, mira mi esposa está como La Mofle, se me descuidó” (Entrevista David Reinoso, actor principal del programa, junio, de 2015). Desde una perspectiva similar, Luis Cucalón se refirió al gusto que tenía la gente por este programa. “Era una representación de una pareja típica con exageraciones. Eso es la comedia, exagerar. La gente decía yo conozco a

personas que son como La Mofle” (Entrevista Luis Cucalón, Gerente de Producción, junio de 2015).

En cuanto a las críticas que tuvo que enfrentar la serie luego de ser acusada de presentar contenidos discriminatorios, los entrevistados argumentaron que utilizaban personajes que actuaban de manera exagerada para crear comedia. De tal manera presentaron personajes ficticios, con los que la gente se sentía identificados.

Para ellos el programa no presentaba contenidos discriminatorios, ya que según su argumento la asociación Silueta X solo encontró una escena discriminatoria dentro del material que se les entregó. “Encontraron una escena dentro de 30 capítulos, no vieron más de una escena que fue hecha hace 5 años, bajo la lupa de una persona que es del mismo género que no lo vio” (Entrevista David Reinoso, actor principal del programa, junio de 2015).

Para los creadores de la serie la medida en contra del canal fue injusta, para ellos es un programa cómico que no intenta ofender a ninguna persona, las representaciones de los personajes son humorísticas, por tal motivo no estiman que se debió haber dado la sanción. Durante la entrevista, David Reinoso mencionó que los personajes de la serie no correspondían a la realidad. Para él lo que se presentaba eran personajes cómicos que presentaban situaciones cotidianas de manera exagerada, además establece que se tildó a la serie de discriminatoria cuando en realidad no es discriminatoria.

3.5. Análisis de contenido cualitativo de La Pareja Feliz

Para realizar la investigación sobre esta serie se consideraron diferentes momentos y perspectivas; la primera que ya se expuso y que se centró en la perspectiva de sus creadores y actores; la segunda hará énfasis en los contenidos presentados en el programa, a través del análisis de sus capítulos, y, finalmente se presentará e interpretarán los resultados de los procesos de recepción de sus audiencias.

Para realizar un análisis de contenido cualitativo del programa se desarrolló una matriz que permitió determinar ciertos rasgos que se presentaron durante la transmisión de la serie La Pareja Feliz. Para ello se tomaron en cuenta elementos como: datos generales y contexto del capítulo, situaciones específicas, escenas y frases que caracterizan a cada personaje, así como, frases y situaciones con contenido racista y sexista.

En base a esa tabla se analizaron quince capítulos, tres de cada temporada, seleccionados al azar. En promedio cada capítulo tuvo una duración entre 40 y 45 minutos. En todos hubo la participación de los personajes principales La Mofle y El Panzón. Durante el desarrollo de cada capítulo, en promedio de todos los analizados, interactúan nueve personajes.

Luego de observar los capítulos se pudo determinar que existen temas específicos que se destacan en la serie, por tal razón se los dividirá en subtemas.

3.5.1. Sexismo y racismo en la serie

En los capítulos de la serie se presentan escenas en las que se muestran contenidos sexistas. En un promedio por capítulo existen tres escenas con contenido sexista marcado.

En la serie se presenta a la mujer de diferentes formas y en diversos roles, uno de ellos es “atender” al esposo. Esto se evidencia en una escena que muestra cuando El Panzón le dice a su esposa que le sirva la comida porque él ya llegó de trabajar. “Ya llegué, dame de comer” (Capítulo Ché que te amaré, 2014).



Figura 1. El Panzón llega a la casa y pide que le den de comer de una manera grosera, como que es una obligación servirle.

Tomado del capítulo Ché que te amaré, 2014.

La Mofle es representada como una mujer que suele estar en su casa conversando con sus amigas, y no realiza ninguna actividad laboral ni dentro ni fuera del hogar. Es la representación de la esposa que ha descuidado su aspecto físico por completo y esto es resaltado por su esposo de forma constante a través de adjetivos que hacen referencia especialmente a la gordura. Es presentada como una esposa vaga y mantenida. En el capítulo llamado “Hipopótamo Hipocondríaco”, transmitido en el 2011, se puede ver una escena en la que El Panzón contesta el teléfono a La Mofle y le dice: “No tengo plata”, luego ella le explica que le llamó por otro tema.

Otra de las representaciones de mujer se da a través del personaje de Rayoback, empleada doméstica de La Mofle y El Panzón. Se presenta como una mujer de “buen cuerpo”, de origen socioeconómico más humilde, no ha tenido acceso a educación formal y eso hace que en muchas ocasiones sea inocente y soporte maltratos y abusos por parte de su jefa. Además, de forma constante El Panzón la mira y realiza movimientos y sonidos asociados al ámbito sexual. Este personaje usa siempre un uniforme ceñido al cuerpo y de escote pronunciado.

Otro de los personajes que concentra varias ideas alrededor de estereotipos es el personaje de Virginia, la secretaria de la empresa donde trabaja El Panzón. Se la presenta como una mujer que explota sus atributos físicos para conseguir lo que necesita. En la escena del capítulo “Funeral del Tío Pericles”, el jefe le dice a la secretaria “Señorita Virginia por favor vaya a mi oficina que le voy a

dictar sentencia” (Capítulo El funeral del tío Pericles, 2010). Esta frase es usual en el personaje y tiene una connotación de doble sentido. Ella generalmente se sienta en sus piernas para tomar dictado.



Figura 2. En esta escena la secretaria le muestra el pecho al jefe para que él le conceda un favor.

Tomado del capítulo El niño travieso, 2011.

Virginia es la secretaria de La Cosita, lugar de trabajo de El Panzón. Ella tiene amoríos con su jefe y él siempre le invita a su oficina. En todos los capítulos analizados utilizan frases para resaltar su romance. En estas escenas la mujer siempre tiene ropa corta y escotada, todos le faltan al respeto y utilizan calificativos en su contra. “Yo pensé que querías ir para acostarte con el hermano millonario y sacarle billete” (Capítulo Ché que te amaré, 2014). Eso le dicen sus compañeros a la secretaria cuando ella expresa que quiere ir a la casa del hermano de El Panzón.



Figura 3. El jefe le pide a Virginia, su secretaria, que vaya a su oficina para tomar el dictado.

Tomado del capítulo El Alcalde es mi panita, 2012.

Las mujeres se presentan como personas que solo conversan y quieren pasar en grupo. La Mofle y sus amigas pasan durante todos los capítulos chismeando y criticando lo que sucede a su alrededor.



Figura 4. La Mofle y sus amigas Penélope, Sra. Negrón y Babalú, conversan y hablan de chismes.

Tomado del capítulo El amor es ciego y el mensajero también, 2014.

En el transcurso de todos los capítulos analizados los personajes femeninos utilizan colores llamativos y ropa corta y escotada.



Figura 5. Rayoback con su uniforme de trabajo escotado y alto.

Tomado del capítulo Los clones de El Panzón, 2010.

En la serie las mujeres hablan sobre sus matrimonios y se muestran varios estereotipos como: “la mujer mandona” a través del personaje de la señora Negrón, quien es muy mal genio con su marido y le obliga a que haga todo en la casa, siempre trata mal a su marido, ella le es infiel y por eso se separan; “la

esposa dedicada” a través del personaje de Ninosca, quien siempre defiende al matrimonio, al amor y a su marido, siempre habla de cómo estar para que sean felices, hace lo posible para que en su casa todo esté perfecto; “la mujer mantenida” a través del personaje principal La Mofle, una mujer que no cuida su apariencia física, solo pasa en su casa y conversa con sus amigas, al mismo tiempo tiene una empleada y solo busca gastar dinero; “la mujer que busca marido como una solución a su vida” Penélope, ella es una mujer que intenta esconder que su marido es gay, siempre está pendiente de lo que los demás digan de él y defiende su “virilidad” con comentarios que resaltan su desempeño sexual.



Figura 6. La Mofle habla por teléfono mientras ellas escuchan muy atentas; en este capítulo también hablan de sus maridos y como son ellos.

Tomado del capítulo El Panzón de los anillos, 2014.

En cuanto a los hombres, a la masculinidad, también se presentan diversas representaciones a través de los personajes. En el caso de Tilín Tilín, es un hombre atento con su esposa, le sirve la comida, la atiende y es bueno con ella, por ello es considerado como “mandarina” por sus compañeros, su esposa lo maltrata y le es infiel. En una de las escenas el personaje menciona: “Ay la cuchara está sucia, si mi chiquita ve que esto está sucio hasta me mata, por eso mejor limpio” (Capítulo 31 La Pareja Feliz, 2009).



Figura 7. Tilín Tilín prepara todo para que su mujer llegue a cenar.

Tomado del capítulo 30, 2009.

Durante toda la serie se muestra al hombre como el proveedor de dinero para su pareja u hogar. En el caso de El Panzón, este personaje representa a un hombre que no está contento en el matrimonio, siempre está mal genio y tiene de forma constante un comportamiento agresivo con su mujer a través de violencia verbal y amenazas de violencia física. Ella siempre lo busca y él la rechaza. “Espero no ser cómplice de un accidente más, una mujer más al volante” (Capítulo La Mofle aprende a manejar, 2011). El Panzón le dice eso a su esposa, según él las mujeres no pueden manejar.



Figura 8. La Mofle le pide al Panzón que sea cariñoso y él es grosero y la rechaza.

Tomado del capítulo Los Panzones son de Marte y Las Mofles de Venus, 2014.

Otro de los personajes masculinos es Valentín, a través de él se representa a un hombre homosexual que se casa para mantener las apariencias. Siempre tiene que explicar lo que dice, ya que todos los demás lo critican porque sospechan sobre su identidad sexual. Cuando Valentín aparece en escena

siempre hay elementos con doble sentido, los efectos de audio que enfatizan la escena también se presentan en estas situaciones. Un elemento que llama la atención es que para reafirmar su “virilidad” su esposa durante todos los capítulos repite que su marido es bien “machote”.



Figura 9. Los personajes están en la fiesta de cumpleaños de Panzón. Valentín dice una frase de doble sentido, su esposa lo defiende y dice que es bien “macho”, él tiene que explicar lo que dijo para evitar que lo discriminen. Tomado del capítulo Deseo, dónde estás que no te veo, 2014.

En los capítulos analizados se ve que las frases y comportamientos de los personajes son muy predecibles, existen ciertas características que delimitan su forma de ser. Esto genera dinámicas repetitivas.

En el análisis de contenido cualitativo también se identificaron contenidos racistas, en este caso se dan con menor frecuencia. De los 15 capítulos analizados, en 7 de ellos se presenta una escena con contenido que puede ser catalogado de esta forma. Un claro ejemplo de esto es cuando un niño conoce a un personaje negro y le dice “Habla negro, a cuánto el bollo” (Capítulo El niño travieso, 2011). Otro comentario racista que se presentó en la serie se dio en uno de los capítulos cuando los personajes van a un velorio y los compañeros de trabajo le dicen a uno de los personajes afrodescendientes: “No, no, no a mí los velorios me parecen de mal agüero, claro si siempre estás de luto” (Capítulo El funeral del tío Pericles, 2011).



Figura 10. Damián, el hijo de la prima de La Mofle, le dice al personaje afrodescendiente a cuánto el bollo.

Tomado del capítulo El niño travieso, 2010.

Estas escenas con contenido racista se presentan durante toda la serie, incluso en la quinta temporada cuando ya había sido aprobada la LOC, como se muestra en el capítulo “Deseo, dónde estás que no te veo” en el que se presenta al personaje afrodescendiente diciéndole a la gente: “diga cocada” cuando toma una foto.

3.5.2. Música y escenografía

Dentro del análisis de contenido cualitativo se analizó la música y efectos de sonido que son parte de las escenas de la serie. Se presentan canciones como la de la entrada del programa y otras en las que se realizan parodias de temas conocidos o se crean algunas especialmente para la serie, con videos en los que aparecen los personajes cantando y/o haciendo coreografías.

A continuación se presentan algunas de ellas.

1. La canción de entrada llamada “Por tu culpa” pertenece al grupo Los Intrépidos y se asocia a la pareja formada por El Panzón y La Mofle. En ella se hace referencia a cómo se da un cambio en la forma de ser de uno de los miembros de la pareja por culpa del otro. Esto se evidencia a través de frases como “tú me hiciste como tú, por tu culpa soy así”. Además, en la canción se habla de que cada uno cambió y que se hicieron daño con esta frase “el destino me falló, me corrompiste el corazón”.

2. Otra de las canciones tomadas por la serie es la “Olvídame y pega la vuelta”, del dúo argentino Pimpinela. El Panzón y La Mofle la cantan modificando la letra. El tema se presenta como una especie de diálogo, dentro del cual él le dice a La Mofle frases como: “al ir esperando la noche de prontoapestó, quién, quién más, soy yo”. Esto es complementado con las frases: “vete olvida mi panza y mi billetera y deja a Rayoback para que me atienda”, que también le dedica El Panzón a La Mofle, ella responde “qué eres estúpido, yo quiero tu dinero”. Todo esto es complementado con movimientos para dar énfasis a lo que están diciendo.
3. Una de las canciones se llama “La Mofle material”, interpretada por la actriz Flor María Palomeque, en el video ella aparece con muchos hombres atléticos y ella canta que esa es la vida que debe tener. Hace referencia a que quiere “buenos regalos” y otras ideas como: “mi vida es una sensación”, “todo me lo sirven” y “con este cuerpito y esta cara seré la mujerón del millón, de los machos la sensación”.
4. Otro de los temas generados específicamente para la serie se llama “La Mofle Loca”, interpretada por la actriz Flor María Palomeque. Ella se la dedica a El Panzón. Contiene ideas como que está gorda por “no cerrar la trompa y ya no me diga que soy amorfa”. Es la canción promocional de la tercera temporada. Durante toda la canción dice que no es comprendida por El Panzón.
5. Finalmente, se puede mencionar a la canción llamada “Guri Guri”, interpretada por los actores de la cuarta temporada. El video muestra supuestamente una imitación de un desfile de lencería de la marca Victoria’s Secret. El tema se presentó como promocional de la temporada cuatro. En esta canción tanto La Mofle como El Panzón cantan con otra letra, adecuada a la vida que llevan en la serie. Son muy ofensivos entre ellos con frases como: “no quiero oler su transpirar me hace vomitar”, esto

se lo dice El Panzón a La Mofle. Ella, en cambio, le dice que le compre más comida.

En cuanto a los efectos de sonido, estos se dan en la mayoría de la escenas para apoyar los contenidos y de forma marcada cuando aparecen algunos personajes como: Valentín, quien representa al hombre gay de la serie, en su caso se utilizan sonidos que lo asocian a la idea de lo gay femenino. Además, en el caso de las escenas en las que interactúan el jefe El Panzón, conocido como “El Sobrino”, y la secretaria llamada Virginia se introducen sonidos que hacen referencia a deseo y excitación sexual.

En la escenografía, los capítulos se desarrollan en el departamento de La Mofle y la oficina El Panzón. Sin embargo, se presentan también escenas cortas en exteriores en los 15 capítulos analizados. Solo en la segunda temporada los escenarios de exteriores fueron ilustraciones con las que se caracterizan los programas de humor.

3.6. La Pareja Feliz desde la perspectiva de las audiencias

Para realizar un análisis de recepción de la serie se llevaron a cabo dos grupos focales, divididos por clase socioeconómica. Esta estratificación se centró en los parámetros establecidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los que se diferencia por educación, lugar de vivienda, ingresos y bienes.

Antes de comenzar con el análisis se presentó un fragmento de un capítulo de la serie; esta actividad tomó cinco minutos y se realizó para que todos recordaran a los personajes de la serie.

3.6.1. Grupo focal estrato socioeconómico bajo

En este grupo participaron seis personas, en el siguiente cuadro se especifican sus datos.

Tabla 4. Participantes grupo focal

Nombre	Edad	Estado civil	Actividad principal o profesión	Nivel de instrucción educativa formal
Mariana Cárdenas	57	Casada	Empleada Doméstica	Escuela
Efraín Román	60	Casado	Contratista	Colegio
Fernanda Román	29	Casada	Empleada Pública	Colegio
Carlos Feijós	51	Casado	Contratista	Colegio
Sonia Quintanilla	53	Casada	Empleada Doméstica	Escuela
Silvia Román	34	Casada	Auxiliar Contable	Tecnología

Los participantes fueron consultados sobre la periodicidad con la que veían la serie, en promedio lo hacían entre 3 y cuatro veces por semana. Por lo menos la mitad de ellos lo miraba en compañía de sus familiares. “Yo veía la serie con mi esposo cuando él llegaba del trabajo” (Mariana Cárdenas, empleada doméstica, agosto 2015).

Cuando se les consultó sobre las razones por las cuales veían el programa, varios de ellos mencionaron el horario en el que se transmitía puesto que este coincidía con su hora de regreso a la casa, luego de sus trabajos. Es más, uno de los participantes mencionó esta como su única motivación para verlo: “Yo prendía el televisor y ya veía la serie porque no había nada más que ver” (Carlos Feijós, contratista, agosto 2015). Algunos de los participantes mencionaron además razones referentes a los contenidos que fueron catalogados como humorísticos y entretenidos. “A mí me gustaba la gorda porque le decía cosas graciosas al marido” (Efraín Román, contratista, agosto 2015). Para Mariana Cárdenas resultaba gracioso verle a La Mofle era celosa con su esposo y se le pegaba para alejar a otras mujeres. En este grupo

también les gustaba las escenas en la oficina cuando El Panzón hablaba con sus amigos y el jefe. Para Fernanda Román esto era una manera de hacer más divertida la serie. “todos eran amigos y se molestaban unos y otros” (Fernanda Román, empleada pública, agosto 2015).

Las personas mencionaron a los siguientes personajes como aquellos que más les gustan: La Mofle por la ropa y su manera de caminar; Rayoback por ser servicial y Lorenzo porque era un personaje muy tranquilo. Los personajes que menos les gustaban eran: Valentín por ser un “hombre gay muy exagerado” y Penélope “ por no tener identidad ya que se fue dos meses a España y perdió por completo su acento ecuatoriano”.

Otro de los temas tratados fueron los contenidos que pueden ser entendidos como discriminatorios. Algunos de los participante señalaron que en la serie se presentaban contenidos racistas, aunque no muy seguido. “A Valentín le decían que por ser negro vendía cocadas” (Silvia Román, auxiliar contable, agosto 2015). Para ellos la discriminación hacia este personaje es más frecuente no por sus características étnicas sino por ser homosexual. “Sí le discriminaban a Valentín por ser gay, siempre le molestaban y le hacían sonidos” (Fernanda Román, empleada pública, agosto 2015). Para varios de ellos los comentarios hacia este personaje que se generaban en la serie por parte de sus compañeros de trabajo fueron calificados como “fuertes”.

Para la mayoría de ellos la serie representaba situaciones reales en cuanto a que existe un cambio en el matrimonio, pero argumentaron que los personajes lo hacían muy fuerte. “En la vida real hay parejas que tienen sus problemas, pero era muy exagerado, no tenían nada de feliz” (Sonia Quintanilla, empleada doméstica, agosto 2015).

Varios de ellos comentaron que al ver las diferentes temporadas se pudo notar que la serie cambió en actuaciones y en el guión, para la mayoría de ellos la serie se centró en chistes de doble sentido, eso a varios de ellos les gustó pero

para otros fue un error. “Al principio eran más suaves, era bastante la diferencia. Los chistes cada vez eran más fuertes, chistes de doble sentido” (Efraín Román, contratista, agosto 2015).

Debido a los contenidos de doble sentido, varios de los participantes comentaron que el horario en que se transmitía la serie les causó luego problemas porque a esa hora los niños estaban despiertos. “Cuando los niños estaban ya no podíamos ver, porque los chistes eran muy fuertes para ellos. Si ellos no estaban sí veíamos” (Fernanda Román, empleada Pública, agosto 2015).

Otro de los elementos que fue criticado por la mayoría de participantes de este grupo fue la forma de vestir de algunos de los personajes femeninos, les parecía poco adecuado el uso de faldas cortas y escotes sobre todo ir a trabajar. Sobre todo estos comentarios se centraron en la secretaria llamada Virginia quien “siempre le coquetea al jefe y le muestra las chichis”. Los entrevistados coincidieron en que el jefe se aprovechaba de ella, pero esta relación para ellos era siempre graciosa.

Todos los integrantes de este grupo focal manifestaron su desacuerdo con que la serie haya salido del aire, dijeron que les gustaría que volviera pero en un horario solo para adultos. Para ellos sus contenidos eran entretenidos y chistosos.

3.6.2. Grupo focal estrato socioeconómico medio

Este grupo focal estuvo integrado por ocho personas, todas tenían instrucción de tercer nivel o los estaban cursando. En el caso de los varones contaban con título de cuarto nivel.

Tabla 5. Participantes grupo focal

Nombre	Edad	Estado civil	Actividad principal o profesión	Nivel de instrucción educativa formal
Gioveth Castro	19	Soltera	Estudiante Universitaria	Cursa universidad
Carlos Albán	28	Soltero	Asistente Contable	Cursa universidad
Patricia Játiva	18	Soltera	Estudiante Universitaria	Cursa universidad
Edwin Alejandro Vinueza	19	Soltero	Estudiante Universitario	Cursa universidad
Priscila Morales	45	Casada	Ama de casa	Universidad
Ena Medina	40	Casada	Administradora	Master
Edwin Vinueza	49	Casado	Ingeniero Mecánico	Master
Patricio Vallejo	44	Casado	Militar	Master

Los participantes fueron consultados sobre sus hábitos de recepción, en promedio veían el programa dos veces a la semana, aunque uno de ellos inicialmente lo hacía a diario: “Yo veía la serie casi todos los días, tenía como trece años en aquella época, creo que cuando veía la serie no tenía aún el criterio como para darme cuenta de mucho” (Edwin Vinueza, estudiante universitario, agosto 2015).

De manera unánime en el grupo de clase media se mencionó que la primera temporada es la que más les gustó, causó expectativa debido a que era la continuación del *sketch* de Vivos. “Atraído por Vivos vi La Pareja Feliz ya que hacían cosas interesantes, eso motivó a ver la serie, pero creo que el programa se dañó totalmente por el tema que tenían más tiempo” (Patricio Vallejo, militar, agosto 2015).

A diferencia del grupo focal de clase socioeconómica baja, varios de los integrantes fueron críticos al referirse a la evolución de la serie a lo largo de sus temporadas. Argumentaron que el cambio fue negativo, el contenido se convirtió en repetitivo y la relación entre la pareja cada vez era menos real. “La Pareja Feliz era aburrida y repetitiva, no existían cosas positivas para mi punto de vista” (Carlos Albán, asistente contable, agosto 2015).

Para ellos los personajes reforzaban estereotipos en cuanto a la familia, al trabajo y mostraban escenas muy exageradas. “Tratan de simular una familia y creo que lo que ellos hacen dista mucho de las familias, poco a poco la gente vio eso y por eso nos dejó de gustar” (Ena Medina, ingeniera comercial, agosto 2015).

Entre los personajes preferidos por los participantes se mencionó a Rayoback por ser trabajadora e ingenua, también se mencionó a Lorenzo por ser “buena persona”. Los más criticados fueron El Panzón por ser “muy grosero con todos e irresponsable” y Penélope. “No tenía personalidad, ya que sólo había vivido en España un tiempo y se creía española” (Gioveth Castro, estudiante universitaria, agosto 2015).

Varios de los participantes estuvieron de acuerdo en que el programa presentaba contenidos sexistas y que eso se hizo más visible con el paso de las temporadas. Esto fue ejemplificado por ellos a través del trato que se le daba a la empleada doméstica de El Panzón y La Mofle, a la secretaria y a Valentín. “La empleada y la secretaria le ponían en el área que explotaba sus atributos físicos y no necesariamente en el contenido de su pensamiento” (Patricio Vallejo, militar, agosto 2015).

Además, los participantes mencionaron algunos otros contenidos que les parecían problemáticos. Entre ellos, el trato a Rayoback le gritan y no le pagan de forma puntual; el maltrato que se ve entre los personajes en general pero especialmente entre El Panzón y La Mofle. Dos participantes afirmaron que la

homofobia era también un problema, así como, la forma en la que se muestra a la secretaria que consigue todo por su cuerpo.

Existió controversia cuando se preguntó sobre la sanción y salida del aire del programa. La mayoría de ellos argumentó que cada persona debe decidir qué ver en la televisión. “No estoy de acuerdo con las sanciones porque debemos ser las personas las que elijamos si ver o no el programa” (Edwin Vinueza, ingeniero mecánico, agosto 2015).

Sin embargo, dos participantes afirmaron que el programa debió haber salido del aire mucho antes, debido a sus contenidos que se volvieron muy fuertes y ofensivos. “En un principio el programa nos llamó la atención, con e tiempo ya no nos gustó, creo que debía salir antes de la sanción, ya que tenía un nivel muy bajo en sus contenidos” (Priscila Morales, ama de casa, agosto, 2015).

Si se analizan las especificidades de ambos grupos focales se puede notar que las formas de recepción varían. En general, los integrantes del grupo de estrato socioeconómico bajo se centraron en el contenido humorístico de la serie y, aunque sí identificaron algunos contenidos problemáticos sobre discriminación étnica y de género, así como cambios a lo largo de las temporadas, la mayoría de ellos no estuvo de acuerdo con la salida del aire del programa, puesto que lo consideraban entretenido; solamente les parecía que no debía transmitirse en horario familiar, sino más tarde porque sus contenidos eran para adultos.

En el caso de los integrantes del grupo focal de clase socioeconómica media, la mayoría de ellos experimentó un gusto por la serie en su temporada inicial pero identificaron un cambio negativo en las siguientes. El contenido del programa se volvió repetitivo y predecible. Los aspectos más criticables para ellos se relacionaron en cómo se muestra a la mujer y cómo se discrimina al personaje que es afrodescendiente y homosexual. Para muchos de ellos dejó de ser chistoso.

3.7. La Pareja Feliz y la Ley Orgánica de Comunicación.

Como se mencionó previamente, una vez que se aprobó y se publicó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) el 25 de junio del 2013, miembros de las audiencias presentaron querellas sobre contenidos mediáticos que consideraban discriminatorios. Teleamazonas, canal en el que se transmitía la serie La Pareja Feliz recibió dos sanciones luego de las cuales se decidió sacar del aire al programa en noviembre de 2014.

Antes de la publicación de LOC la situación de la serie La Pareja Feliz era distinta. Luis Cucalón gerente de producción explica el porqué.

“Al principio de la serie, hace seis años y medio. No existía la nueva ley de comunicación. El humor estaba abierto. Había libertad, si bien hay personas que se sentían ofendidas, siempre he sido de la idea que si no te gusta cambies de canal y no lo veas. Pero no detengas a nadie de poder ver lo que cada persona quiere ver, esa es la libertad de los medios de comunicación” (Entrevista Luis Cucalón, Gerente de Producción, junio, 2015).

Mientras la serie se transmitía por Teleamazonas, en enero del 2014, la asociación Silueta X presentó una queja en la Supercom, alegó que el programa era discriminatorio con las minorías sexuales. “Nosotros identificamos que a través de los medios de comunicación, se estigmatiza a la población GLBTI cuando hicimos el análisis nos dimos cuenta que los programas cómicos reforzaban los estereotipos de la diversidad sexual” (Diane Rodríguez, Representante legal de Silueta X, junio 2015). El capítulo que incumplió con la Ley de Comunicación según la agrupación, que fue emitido el 2 de enero del 2014. Los artículos por los que se pidió la acción son 56, 61 y 62 de la LOC.

En los artículos se establece textualmente lo siguiente:

Art. 56.- Atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación.- Serán atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación: 1. Fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación; 2. Atender, investigar y resolver las denuncias o reclamos formulados por las personas naturales o jurídicas, a través de sus representantes, en materia de derechos de la comunicación; 3. Requerir a los ciudadanos, instituciones y actores relacionados a la comunicación, información sobre sí mismos que fuere necesaria para el cumplimiento de sus atribuciones; 4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y, 5. Las demás establecidas en la ley.

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

A la queja se anexaron dos estudios sobre la programación en televisión ecuatoriana, el primero una encuesta realizada por Gamma denominado “Estudio de programas de entretenimiento”, realizado en el 2008. A pesar de no ser un estudio académico, hace una encuesta en Cuenca, en la que se determina que en la programación de entretenimiento ecuatoriana se muestran comentarios racistas, además se puede ver la subordinación de la mujer y el maltrato entre estratos sociales. En este observatorio los números varían y entre las principales críticas a estos programas está que utilizan estereotipos de la sociedad para referirse a las mujeres, a la comunidad GLBTI, a los indígenas y afroecuatorianos.

El segundo, un suplemento de la Defensoría del Pueblo que se denomina “Producción nacional y publicidad en televisión Igualdad y no discriminación”, fue publicado en diciembre del 2012, en el que se habla de la televisión y se determina el tiempo y espacio utilizado para la programación y la publicidad, a la vez muestran que los roles tradicionales se mantienen.

En septiembre del 2014, luego de recibir la denuncia y analizar los capítulos, la Supercom determina que el programa del 2 de enero, infringe en el artículo 62 de la LOC, debido a que en una de las escenas se ve que un personaje se limpia la mano luego de saludar a Valentín, que es homosexual. El 6 octubre

del 2014 la Supercom emite una resolución en la que ordena que el canal Teleamazonas pague 115 mil dólares correspondientes al 10 % de facturación del canal por 3 meses y una disculpa pública en el mismo espacio y medio (El Comercio, recuperado de la web el 17 de febrero, 2015). Hay que destacar que esta fue la segunda sanción. La primera se centró en el incumplimiento a no entregar las copias de los programas Vivos y La Pareja Feliz, en aquella ocasión tuvieron que pagar una multa de ocho remuneraciones básicas (El Telégrafo, recuperado el 29 de septiembre del 2014).

Mientras este proceso seguía, el Consejo Nacional para la Igualdad de Género también puso una queja en contra del mismo programa, para ellos la serie mostraba situaciones estereotipadas. "Contenidos sexistas y discriminatorios en contra de las mujeres, se refuerzan estereotipos y prejuicios que ubican a la mujer en posiciones dicotómicas: como figura sexual y objeto de placer o la mujer sumisa, subyugada con el rol marcado de la reproducción" (Diario Expreso 23, abril, 2014).

Luego de ambos procesos y de pagar la multa, el canal decidió no transmitir el programa, situación que se dio a conocer por redes sociales en las páginas oficiales, donde además expresan su deseo de seguir transmitiendo por internet.

"Teleamazonas sintió temor que puedan ponerles otra queja similar y con esta vulnerabilidad que tiene, por ser un canal no afín al gobierno les dio miedo que pongan otra queja y en este caso si caía en reincidencia ya no era el 10%, sino el 20%. Eso sería un golpe muy duro a la economía de cualquier empresa, entonces el canal decidió sacar del aire y archivarlo, mas no porque considere que la serie tenía un contenido malo o que no aporte a la sociedad ecuatoriana" (Entrevista David Reinoso, actor principal del programa, realizada en Junio, 2015).

Según Diane Rodríguez, estos programas refuerzan ideas de discriminación, las cuales se escudan en situaciones que suceden a diario. “El programa evidentemente jugaba con estos estereotipos sociales y cómo la gente se socializa con este tipo de estereotipos los acepta y evidentemente demanda una alta sintonía” (Diane Rodríguez, Representante de Silueta X, junio 2015).

Sin embargo, desde la perspectiva de los creadores, los contenidos de la serie solo exageran los personajes para hacer humor, son papeles creados que representan a situaciones frecuentes. “Era ficción, estamos hablando de personajes ficticios con los que la gente se identifica, pero no es una apología, no es una serie a señalar a discriminar a los homosexuales” (Entrevista David Reinoso, actor principal del programa, realizada en Junio, 2015).

En un principio se anunció que la serie se seguiría transmitiendo en internet, pero luego de un año fuera del aire, David Reinoso expresó que puede existir una posibilidad, pero no con el mismo estilo, en el caso de producción y elenco “manejar eso para internet no es rentable como manejarlo para un canal de televisión de señal abierta” (Entrevista David Reinoso, actor principal del programa, realizada en junio, 2015).

Por su parte, Flor María Palomeque, quien interpretaba el papel de La Mofle, ha iniciado presentaciones en el teatro con un monólogo que se llama “La Mofle sin censura”, el cual ha tenido acogida en el público tal como lo muestra la actriz en su cuenta de Twitter.



Figura 11. Tweet de actriz Flor María Palomeque.

Tomado de @MOFLEMANIA

A pesar de que La Pareja Feliz está afuera del aire, aún tiene apoyo en las redes sociales, y muchos de sus seguidores piden su regreso a la televisión.



Figura 12. Tweets de apoyo a los actores

Tomado de la cuenta de @PAREJA_FELIZ5

El perfil de Twitter que era utilizado para promocionar los capítulos e información, ahora tiene una presentación en la que dice que es un programa censurado.



Figura 13. Perfil de @ @PAREJA_FELIZ5

Tomado de la cuenta de @PAREJA_FELIZ5

La herramienta Tweets Analytics permite analizar los temas en redes sociales, de esta manera se muestra la interacción de la cuenta @PAREJA_FELIZ5 con los usuarios, desde la creación de la cuenta en 2012.



Figura 14. Interacción en Twitter

Tomado de la cuenta de @PAREJA_FELIZ5

Entre las interacciones más relevantes de esta cuenta están los actores y los seguidores del programa, quienes aún mantienen su posición de la “injusta salida del aire del programa”, además mencionan a las entidades reguladoras, a quienes les critican y reclaman sus resoluciones.



Figura 15. *Timeline*

Tomado de la cuenta de @PAREJA_FELIZ5

Sin embargo, desde la perspectiva de varios expertos en comunicación y analistas de medios, la serie necesitaba ser censurada o sujetarse a algún tipo de control sobre sus contenidos por ser discriminatorios en contra de las minorías sexuales, además de mostrar estereotipos de comportamientos y roles de género. Como afirma el sociólogo y catedrático universitario quien fue consejero del Cordicom desde junio del 2014 hasta septiembre del 2015, Hernán Reyes, es importante la regulación y el análisis de los programas porque podrían perjudicar los derechos de las personas.

“Esta idea tan común y corriente de que cada cual puede ver lo que bien le parece es una idea enmarcada en términos de una concepción tremendamente reductiva y simplistas de la libertad de elección porque no es de expresión en un mercado tremendamente comprimido con una oferta pobre y limitada (Hernán Reyes, octubre 2015).

Para Reyes la salida del aire de La Pareja Feliz fue beneficiosa para la televisión ecuatoriana, pudo haber generado un efecto modélico para que se moderen otros programas humorísticos que estaban siguiendo los mismos pasos” (Hernán Reyes, octubre 2015).

Sin embargo, para el analista José Laso, director del Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, los contenidos que se presentan en este tipo de programas sí reflejan estereotipos, pero no por esta razón deben ser regulados, más bien él propone que “la audiencia sea la que critique los programas para evitar que existan estos contenidos” (Entrevista, octubre 2015). Según él basta con herramientas como el Código Penal y la Constitución. A su juicio no es necesario una entidad reguladora de carácter estatal. Además, propone que deben existir entidades privadas que analicen los medios desde una visión ética, más allá de la ley.

En el país la televisión ha ganado terreno. Tal como explica el estudio sobre la historia de la televisión ecuatoriana elaborado por la Supertel, los ecuatorianos tienen más de un televisor por hogar, lo que muestra que este medio ha cubierto necesidades. Pueden ser diferentes los motivos por los que sintonizan una u otra frecuencia y hay programas que tienen más acogida que otros. (Supertel, 2010, p.1)

En este caso se muestra que Ecuador tiene más contenidos de creación propia, pero estos deben cumplir con los reglamentos para evitar problemas. En cuanto a la resolución de la Supercom hay personas que estuvieron a favor y otras en contra, por lo que se propuso esta investigación.

Como se puede ver en los resultados de la investigación presentada, la salida del aire de La Pareja Feliz generó un debate entre diferentes actores sociales, entre ellos sus creadores y actores, así como integrantes de las audiencias y analistas del campo de la comunicación. La discusión se ha centrado en varios aspectos, el primero determinar si debe o no el humor normarse bajo los mismos parámetros de otros contenidos. El segundo punto de debate se ha enfocado en analizar la posibilidad de normar los contenidos desde las entidades a cargo o si más allá de eso son las audiencias las que tienen la decisión de ver o no ver ciertos contenidos que les parezcan ofensivos o inadecuados.

Capítulo IV: Productos Periodísticos

En este capítulo se plantearán los productos comunicacionales, en los que se presentarán y discutirán los resultados obtenidos en la investigación de campo, desde un enfoque y formatos periodísticos.

Se propone un producto para cada uno de los siguientes formatos: radio, televisión, prensa escrita y web.

4.1. Producto para Radio: Programa “Analiza radio”:

En este producto periodístico tiene como objetivo mostrar al público los puntos de vista que tienen personas adultas de diferentes clases socioeconómicas de Quito sobre el programa La Pareja Feliz. Para ello se realizará un panel de opiniones que contará con la presencia de cuatro personas:

Tabla 6. Participantes del programa de radio

Nombre	Edad	Profesión
Andrés Salgado	33 años	Ingeniero en sistemas
Estefanía López	28 años	Ama de casa
Maribel Molina	30 años	Empleada doméstica
Andrés Álvarez	25 años	Egresado de derecho

El programa tiene una duración de 14:00 y está dirigido a hombres y mujeres de 18 años en adelante, de clases socioeconómica baja y media.

El producto inicia con una pequeña introducción que rápidamente da paso al panel de opinión, luego se presenta un cierre para que el público sea quien juzgue lo que escuchó. A continuación se desarrollará el libreto.

Libreto**001** CONTROL: IDENTIFICATIVO DE LA RADIO**002** CONTROL: IDENTIFICATIVO DEL PROGRAMA- PRESENTACIÓN**003** CONTROL: IDENTIFICATIVO DEL SEGMENTO**004** CONTROL: CLAQUETA DE RESPONSABILIDAD**005** LOCUTORA: Bienvenidos y bienvenidas en nuestro programa. Hoy**006** tendremos la opinión de nuestros invitados con quienes conversaremos**007** sobre la serie La Pareja Feliz, para quienes no la recuerden amigos y**008** amigas, fue un programa que se transmitió por Teleamazonas hasta**009** noviembre del 2014, salió del aire por decisión de sus productores, luego**010** que el canal fuera sancionado por la Supercom, por transmitir contenido**011** discriminatorio en contra de la comunidad GLBTI. Pues bien, ahora que lo**012** hemos recordado, quisiera presentar a nuestros invitados de hoy.**013:** CONTROL: RÁFAGA**013** LOCUTORA: Hoy nos acompañan cuatro invitados muy especiales, a**014** quienes les agradecemos por asistir al programa y acompañarnos.**015** La primera invitada es Maribel Molina quien trabaja en**016** quehaceres domésticos.**017** Andrés Salgado ingeniero en sistemas**018** Estefanía López licenciada en comercio exterior**019** Andrés Álvarez egresado de derecho**020** Luego de esta presentación vamos con la primera pregunta del panel**021** ¿Les gustaba el programa La Pareja Feliz, si o no y por qué?**022** RESPUESTA INVITADOS**023** ¿Qué elementos no les gustaban del programa?**024** RESPUESTA INVITADOS**025** ¿Qué personaje les gustaba más y por qué?**026** RESPUESTA INVITADOS**027** ¿La Pareja Feliz estuvo cerca de seis años al aire y logró altos niveles de**028** rating a nivel nacional, ¿por qué creen ustedes que este programa fue tan**029** exitoso?**030** RESPUESTA INVITADOS

- 031** ¿Varias personas afirmaron que el programa presentaba contenidos
- 032** sexistas, están ustedes de acuerdo? ¿Por qué?
- 033** RESPUESTA INVITADOS
- 034** ¿Creen que el programa mostraba contenidos racistas?
- 035** RESPUESTA INVITADOS
- 036** ¿Están ustedes de acuerdo con que a través de la Ley Orgánica de
- 037** Comunicación se regulen los contenidos que se presentan en los medios?
- 038** Como ocurrió en el caso de La Pareja Feliz que fue sancionada por
- 039** contenidos discriminatorios.
- 040** RESPUESTA INVITADOS
- 041** ¿Creen que la serie La Pareja Feliz debería regresar al aire? ¿Por qué?
- 042** RESPUESTA INVITADOS
- 043** Muchas gracias a nuestros invitados por venir y por exponer su opinión en
- 044** el programa. Durante este panel se han expuesto diferentes puntos de
- 045** vista que muestran cómo se percibió el programa. Actualmente está
- 046** en pleno debate el papel que tienen las audiencias en la selección de los
- 047** contenidos que se les muestra y se discute si se deben regular o no estos
- 048** contenidos y sobre todo cómo y desde qué criterios se dan estas
- 049** regulaciones en Ecuador.
- 050** Le invitamos a usted amigo radioescucha a realizar estas reflexiones.
- 051** Muchas gracias por acompañarnos, no se olvide de
- 052** sintonizarnos en nuestro próximo programa.
- 053** CONTROL: RÁFAGA
- 054** CONTROL: CIERRE DEL PROGRAMA
- 055** CONTROL: CLAQUETA DE DESPEDIDA

4.2. Producto para Televisión: Reportaje ¿La Pareja Feliz?

Este producto periodístico tiene por objetivo informar sobre el caso del programa La Pareja Feliz, sus inicios, trayectoria y el debate que se generó con su salida del aire a finales de 2014. Para ello se consideran los puntos de vista de los creadores de la serie y de representantes de colectivos sociales que

fueron críticos con los contenidos de esta producción y que interpusieron la querellas en la Supercom.

El reportaje tiene una duración de 6 minutos y 50 segundos y está dirigido a hombres y mujeres de 18 años en adelante, de clases socioeconómica baja y media. A continuación se expone el guión.

Tabla 7. Guión reportaje informativo

Imagen	Audio / Texto	Música
Imágenes de vivos ,	La Pareja Feliz fue parte de una nueva etapa de las producciones nacionales que se centraron en la comedia como género. Esta serie tuvo origen en uno de los Scketch del programa Vivos en el que se mostraba a un pareja de enamorados y su evolución luego de 5 años de relación.	Touch Wind/ A. Tchort
Tomas entrevista David Reinoso	Declaraciones David Reinoso: explica sobre la creación del programa.	Touch Wind/ A. Tchort
Tomas de paso de los creadores del programa	Sus creadores afirman que se trató de una de las series más exitosas a nivel nacional. En el 2011 la serie quedó puntuada entre las 10 más vistas del año y a la vez ganó un premio como mejor programa de comedia en los premios ITV en Guayaquil.	Touch Wind/ A. Tchort
Tomas entrevista Cucalón	Cucalón explican sobre el éxito del programa.	Touch Wind/ A. Tchort
Tomas serie	La serie se transmitía en Teleamazonas, de 19h00 a 20h00. El horario más visto por diferentes tipos de audiencias.	Touch Wind/ A. Tchort
Tomas serie / cuadro de elaboración propia	Se proyectó en 5 temporadas, con un promedio de 45 capítulos cada una: Cuadro: La primera temporada inició en julio 2009 La segunda estrenó en enero 2011 La tercera en septiembre del 2011 La cuarta en junio 2012 Y la quinta y última temporada en marzo 2014.	Touch Wind/ A. Tchort

Tomas de la serie, tomas de entrevista a Luis Cucalón	La Pareja Feliz pasó por procesos de cambios en cuanto a locaciones y personajes. Tal como lo explica su ex gerente de producción	Touch Wind/ A. Tchart
Tomas entrevista Luis Cucalón	Declaraciones entrevista Luis Cucalón “los cambios que se presentaron en Pareja feliz fueron distintos...”	Touch Wind/ A. Tchart
Tomas página de Facebook	De acuerdo a su página oficial de Facebook, el objetivo central de la serie fue mostrar cómo es la vida de un matrimonio, las vivencias cotidianas, a través de una parodia de la vida de casados.	Touch Wind/ A. Tchart
Tomas de la entrevista	Lo que ratifica David Reinoso al hablar sobre la serie y sus objetivos: “La serie entretenía al público porque partía de situaciones cotidianas”	Soporific Overflow/ A. Tchart
Tomas de la serie.	En el año 2014, Teamazonas recibió dos sanciones por parte de la Supercom, luego de que representantes del Colectivo Silueta X presentaron una querrela acusando al programa La Pareja Feliz de transmitir contenidos discriminatorios en contra de la comunidad GLBTI.	Soporific Overflow/ A. Tchart
Tomas entrevista Diane Rodríguez	Declaraciones de Diane Rodríguez “el programa es discriminatorio por esta escena, a pesar que había muchísimas escenas más”	Soporific Overflow/ A. Tchart
Tomas de la serie	En noviembre de 2014 el programa salió del aire por decisión de los productores del canal	
Tomas entrevista David Reinoso	Declaraciones David Reinoso: “el canal estaba asustado y nos dijeron que mejor salgamos del aire y que cambiemos contenidos”.	Soporific Overflow/ A. Tchart
Tomas de noticias sobre la salida del aire del programa	La salida del aire del programa originó un fuerte debate sobre si se deben o no regular	Soporific Overflow/ A. Tchart

	los contenidos mediáticos y desde qué criterios	
Tomas de las entrevistas	Desde la mirada de los productores del programa lo que ocurrió con la “Pareja Feliz” muestra que existe censura para los contenidos mediáticos	Soporific Overflow/ A. Tchort
Tomas entrevista David Reinoso	Declaraciones David Reinoso “Si da mal sabor porque no nos dieron chance de mejorar ...”	Soporific Overflow/ A. Tchort
Redes sociales tomas de los tuits	En redes sociales los seguidores de la serie manifestaron su apoyo a los creadores y actores en sus páginas oficiales	Soporific Overflow/ A. Tchort
Redes sociales tomas de los tuits	Sin embargo, varias personas tomaron la salida del aire de este programa como la evidencia de que los contenidos televisivos pueden y deben mejorar	Soporific Overflow/ A. Tchort
Tomas de la serie, de las canciones	Al cumplirse un año de la salida del aire de la La Pareja Feliz, el debate continúa. Este sonado caso muestra para muchos un atentado para la libertad de expresión y para otros constituye un cambio que permite a las audiencias tener un rol más activo y crítico	Soporific Overflow/ A. Tchort
Tomas entrevista Diane Rodríguez	Diane Rodríguez “Ha existido un cambio pero aún falta”	Soporific Overflow/ A. Tchort

4.3. Producto Impreso: Debate periodístico “Visiones y opiniones”

Este producto tiene como objetivo dar al lector dos opiniones de expertos en el campo de la comunicación sobre la regulación de contenidos mediáticos en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación, tomando como eje central al caso del programa La Pareja Feliz. Se trata de un debate periodístico que se le desarrolla en 11 hojas en una presentación de suplemento.

Está dirigido a personas de 18 años en adelante, de clases socioeconómica baja y media. Las preguntas realizadas a los entrevistados fueron las siguientes:

1. Actualmente se discute sobre la regulación de contenidos mediáticos en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación. ¿Considera que es pertinente?
2. ¿Es importante la regulación y sanción de los medios?
3. ¿Cuáles son los parámetros para determinar si un contenido es adecuado o no para las audiencias, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación?
4. ¿Por qué deben existir organismos reguladores en lugar de permitir que sean los consumidores quienes decidan si ver o no ver un programa determinado?
5. Uno de los casos más destacados sobre regulación de contenidos fue el del programa La Pareja Feliz, que salió del aire en noviembre del 2014, luego de recibir sanciones de la Supercom debido a presentar contenidos que fueron catalogados como "discriminatorios". Para varios de sus seguidores y para sus creadores las sanciones a esta serie constituyeron censura a la libertad de expresión ¿Cuál es su opinión al respecto?
6. ¿A partir de la aprobación de la LOC se han presentado cambios sustanciales en los contenidos mediáticos? ¿Cuáles son estos?
7. ¿Cuál debería ser el papel de las audiencias respecto a los contenidos mediáticos?

A continuación la foto de portada de este suplemento:



Figura 16. Portada del suplemento
Tomado suplemento Visiones y Opiniones

4.4. Producto para web: Página web “AnalizaTV.com”

Esta plataforma busca exponer los productos periodísticos antes mencionados y ser un espacio en el que las audiencias accedan a las conclusiones de la investigación realizada, así como a documentos e informes que analizan las producciones de la televisión ecuatoriana.

Está dirigida a personas mayores de 18 años en adelante, de clases socioeconómica baja y media. La página web utiliza colores en tonos cafés, con el logo de una televisión y una lupa. Se divide en cinco pestañas: Inicio, Reportajes, Análisis de casos, Escúchanos e información.

Inicio: en esta pestaña se presentará la información general quiénes somos, porque se propuso la página web.

Reportaje: En esta pestaña el lector podrá ver el reportaje informativo de televisión.

Escúchanos: Es la pestaña en la que se presentará el programa radial, en el que se hablará sobre la temática de la investigación.

Análisis de caso: La visión de analistas de comunicación sobre el caso La Pareja Feliz. Esto se lo presenta como un debate periodístico.

Información: En esta pestaña el lector podrá encontrar los datos para contactarse y adicionalmente información de interés, con referencia a la investigación.



Figura 17. Captura página web
Tomado de www.analizatv.com

Conclusiones

- El enfoque teórico en el que se basó esta investigación posibilitó analizar el programa seleccionado desde dos perspectivas: la Teoría Crítica desde la que se entendió a la serie cómo parte de la industria cultural y, por ende, como un espacio en el que se presentan y promueven representaciones concretas sobre género, etnicidad, clases socioeconómicas, entre otros aspectos. Por otro lado, desde la propuesta de los Estudios Culturales se analiza cómo se dan los procesos de recepción de estas representaciones por parte de las audiencias, de acuerdo a sus características particulares, como se evidenció en los resultados de los grupos focales que están en el tercer capítulo.
- La televisión como medio de entretenimiento y de producción nacional inició a partir de los años 60 en Ecuador. Desde ese momento las producciones de entretenimiento fueron las preferidas para el público, en la época de los ochenta aparecen las series humorísticas. Sin embargo, a partir del 2009 fueron las más vistas, una de ellas La Pareja Feliz, que inició como un *sketch* del programa Vivos y se convirtió en una serie de una hora de duración. Su primera temporada alcanzó altos niveles de *rating* en audiencias a nivel nacional y debido a ello se grabaron cuatro temporadas más. La serie estuvo al aire desde el 2009 hasta finales de 2014, cuando sus productores y el canal en el que se transmitía (Teleamazonas), decidieron dejar de presentarla, luego de recibir dos sanciones por parte de la Superintendencia de la información y comunicación por contenidos discriminatorios.
- Desde la mirada de sus creadores y productores, los contenidos de la serie se basaban en la exageración de situaciones de la vida cotidiana de una forma cómica a través de los personajes. Para ellos, no se trató nunca de contenidos discriminatorios sino humorísticos. En las

entrevistas señalaron que las sanciones les parecieron injustas, puesto que desde su perspectiva, la parodia y el humor no pueden ser regulados de la misma forma que otros contenidos. Esta perspectiva fue reproducida por varios de los seguidores del programa quienes manifestaron su apoyo en redes sociales y en las páginas de la serie en Internet.

- Para analizar las representaciones que eran parte de la serie, se llevó a cabo un análisis de contenido cualitativo de 15 capítulos, tres de cada temporada, tomados de forma aleatoria. Uno de los elementos analizados fue cómo se habla de la feminidad o qué ideas alrededor de lo “femenino” se muestran a través de los personajes de la serie. Sobre esto se puede concluir que la mayoría de personajes femeninos refuerzan roles de género como: la esposa que es mantenida por el marido y que solo piensa en obtener más dinero de parte de él; la mujer chismosa cuya única actividad es reunirse con otras mujeres para hablar mal de vecinos y amigos, y, la mujer joven y de “buen cuerpo” que debe aceptar los halagos e insinuaciones sexuales de su jefe y/o compañeros de trabajo o que incluso utiliza sus características físicas para tener preferencias en el ámbito laboral.
- En la serie se muestran diversos tipos de masculinidades. Algunas de ellas representan al marido grosero que maltrata verbalmente a su mujer, especialmente con alusiones a sus características físicas, señalando de forma constante su descuido y exceso de peso. Otra de las representaciones se centra en el hombre que tiene hijos pero no quiere hacerse cargo de ellos. Ambos son abordados en la serie de forma jocosa. Por otro lado, el hombre como proveedor del hogar es una de las ideas que se repiten de forma constante en todos los personajes, así como, una representación de los hombres como seres que no pueden dejar a un lado ni por un momento su instinto sexual y esto termina en constantes acercamientos con insinuaciones sexuales hacia

mujeres jóvenes que trabajan con ellos o para ellos. Finalmente, uno de los personajes “Tilín Tilín” el único que representa a un marido fiel, que se hace cargo de su trabajo fuera de oficina y de las labores de la casa también; es constantemente calificado como hombre dominado, “mandarina” y por ser así su esposa abusa de él y le es infiel.

- La relación de pareja de La Mofle y El Panzón se convierte en la historia central de la serie. A través de ella se presentan y refuerza la idea de la norma hétero. Es decir, se habla de hombre y mujer como opuestos y complementarios, en el marco de un matrimonio cuya característica central es la rutina y la frustración que en la serie se presentan como dinámicas “naturales” producto de los años que la pareja lleva casada.
- En la serie se identificaron también discursos relacionados de forma marcada con la homofobia. Esta se da a través de la representación del personaje de “Valentín”, un hombre que es gay pero está casado con una mujer para mantener las apariencias sociales. Tiene actitudes que pueden ser entendidas como “afeminadas” y dice cosas con doble sentido a sus compañeros de trabajo todo el tiempo. Ellos en general se burlan de él y lo discriminan. Además, su esposa, a fin de defender su “hombría” afirma constantemente que “Valentín es bien macho”. Esta última idea relaciona nuevamente a la masculinidad con el instinto y desempeño sexual como uno de sus elementos centrales.
- En el análisis realizado se identificaron escenas con contenido racista, a través de chistes dirigidos a personajes afrodescendientes. De los 15 capítulos revisados, en cinco de ellos existieron escenas de este tipo que proponen a los afrodescendientes asociados a actividades concretas solo por el hecho de sus rasgos étnicos. Se presenta una mirada esencialista.

- Los resultados de los grupos focales que se dividieron por clase socioeconómica, mostraron que se pueden dar procesos de recepción distintos y que estos se relacionan con las características concretas de cada persona: género, edad, formación, entre otras. Sin embargo, se pudieron identificar tendencias. Para la mayoría de los integrantes del grupo social de estrato socioeconómico bajo, los contenidos del programa no resultan problemáticos. Es decir, aunque muchos de ellos no están de acuerdo en cómo se maltrata o discrimina a algunos personajes, sobre todo a mujeres y al hombre homosexual, para ellos, los contenidos son tratados como humor y el programa resultaba entretenido. Su crítica principal se centraba en que se convirtió en un programa de contenidos para adultos, por los chistes de doble sentido pero se transmitía en un horario familiar. La mayoría de integrantes de este grupo no estuvo de acuerdo con la salida del aire de este programa.
- Los resultados del grupo focal de estrato socioeconómico medio mostraron opiniones divididas sobre si el programa debió o no dejar de transmitirse. Algunos de ellos mencionaron que sí porque se volvió vulgar y repetitivo, mientras otros plantearon que es responsabilidad de las audiencias ver o no ver una serie y que por ende no es necesario que se regulen los contenidos. En este grupo, la mayoría estuvo de acuerdo en que la primera temporada causó en ellos interés por tratarse de la continuación del *sketch* de Vivos, que inicialmente el programa era chistoso pero que luego se volvió repetitivo y predecible. Además, varios de ellos recalcaron su molestia frente a contenidos sexistas, sobre todo a través de la objetualización sexual de las mujeres, así como de los contenidos discriminatorios relacionados con homofobia y racismo.
- Dentro del análisis de recepción a través de los dos grupos focales realizados, se notó que en la mayoría de los casos, quienes tuvieron mayor grado de escolaridad eran más críticos frente a los contenidos de la serie. Las personas que contaban con título de tercer nivel criticaban

las representaciones de género mostradas en la serie, los de menos escolaridad afirmaban que algunas debían ser entendidas como humor, o como situaciones que sí pasaban. Sobre todo refiriéndose al estereotipo de la secretaria que coquetea con el jefe.

- Desde la perspectiva de algunos analistas o especialistas en el campo de la comunicación es necesario analizar los contenidos mediáticos porque estos se convierten en representaciones sociales que reproducen estereotipos marcados sobre diversos temas. Sin embargo, sobre la regulación se presentaron ideas contrarias que ponen énfasis en la discusión sobre si son los medios los únicos responsables de los contenidos que se publican y que por ello normándolos se puede establecer una sociedad más crítica sobre contenidos, o si son los receptores quienes finalmente deben decidir si ver o no un programa.
- La Ley Orgánica de Comunicación determina que no se pueden transmitir en los medios de comunicación contenidos discriminatorios puesto que estos atentan o violentan los derechos especialmente de niños, niñas, mujeres y minorías. En ese contexto, La Pareja Feliz fue sancionada y posteriormente sus productores decidieron sacarla del aire. Esto determinó debates sobre si el humor debe regularse de la misma forma que otro tipo de contenido o si debe ser considerado como menos problemático socialmente.
- La mirada de los creadores de un producto comunicacional no siempre coincide con los que finalmente se exponen en el programa y tampoco de forma lineal con las interpretaciones que pueden realizar las audiencias. Sin embargo, en muchos casos, de acuerdo a esta investigación, los contenidos presentados por un programa pueden ser naturalizados por las audiencias, lo que disminuye su capacidad crítica frente a discursos que pueden ser catalogados como sexistas, homofóbicos y racistas.

Referencias

- Andinatel (2007). Informe de la historia de las telecomunicaciones en Ecuador. Ecuador :PPL Impresores.
- Appadurai, A. (2001). *Paisajes étnicos globales: apuntes e interrogantes para una antropología transnacional*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Asamblea Nacional, (2013). Ley Orgánica de Comunicación 2013. Recuperada en agosto 2014 http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Barberi, S. y Viveros, D. (2012). *Estudio del contenido y la sintonía de los programas televisivos: En Carne Propia, Sorprendente y Ecuador Insólito que se transmiten en señal abierta en sectores urbanos de la ciudad de Guayaquil*, Guayaquil: Ecuador. Universidad, Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado 21 de mayo del 2014 <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/266/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-4.pdf>
- Barbero, J. (1991). *Medios y mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- Barbero, J. (2003). *Tecnicidades, identidades y alternidades*. Guadalajara, México. Diálogos de la comunicación.
- Bardají, J. y Gómez, S. (2004). *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*. España: Eunsa.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la Televisión* . Barcelona: Anagrama.
- Bravo, E. (2013). *El reino de las realidades y el problema de lo imaginario en el mundo de la información*, Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Baudrillard, J. (1987). *Cultura y simulacro*. España: Letra E.

- Butler, J. (2008). *Variaciones sobre sexo y género*. España: Instituto de la mujer en Valencia.
- Celi, E. (2015). *Supercom presenta informe sobre el cumplimiento de la Ley de Comunicación*. Revista Lideres. Recuperado en febrero 2015 <http://www.revistalideres.ec/lideres/supercom-informe-medios-comunicacion-monitoreo.html>.
- Cerbino, M. (2005). *La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Ciespal y Caf (1992). *Análisis de medios de comunicación en el Ecuador*. Ecuador: Quipus.
- Cordicom (2014). *Rendición de cuentas*. Ecuador: Cordicom.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones y Academia Nacional de Historia. (2014). *Historia de las telecomunicaciones en el Ecuador*. Ecuador: PPL Impresores.
- Debord, Guy. (2008). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires–Argentina: La marca editora.
- Defensoría del Pueblo del Ecuador. (2012). *Producción nacional y publicidad en televisión Igualdad y no discriminación*, Quito: Ecuador . Defensoría del Pueblo del Ecuador. Recuperado 21 de mayo del 2014 <http://www.pactoglobal.ec/about-us/documentos/?down=yes&cat=&file=48>
- Di Palma, G. (2010). *Introducción al PERIODISMO*. Argentina: Editorial Brujas.
- Ecuador Noticias, *La Supercom sancionó a La Pareja Feliz y a Teleamazonas*. Recuperado en octubre 2015. <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2014/10/la-supercom-sanciono-la-pareja-feliz-y.html>

El Telégrafo, *Resolución del Cordicom califica como discriminatorio al contenido de La Pareja Feliz*. Recuperado en marzo 2015 <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/resolucion-del-cordicom-califica-como-discriminatorio-contenido-de-programa-la-pareja-feliz.html>

El Telegrafo, *Un año después de la LOC la TV no termina de aplicar cambios*. Recuperado en junio del 2014. <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/un-ano-despues-de-la-loc-la-tv-no-termina-de-aplicar-cambios.html>

El Telégrafo, *En cinco ciudades el clase media se ubica el en 83%*, recuperado agosto del 2015 del link <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/en-cinco-ciudades-la-clase-media-se-ubica-en-el-83.html>

Enaudeau, C. (1998). *La paradoja de la Representación*. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.

Entrevista a Cucalón Luis, junio (2015). Guayaquil, Ecuador

Entrevista a Reinoso David, junio (2015). Guayaquil, Ecuador

Entrevista a Reyes Hernán, octubre (2015). Quito, Ecuador

Entrevista a Rodríguez Diane, junio (2015). Guayaquil, Ecuador

Entrevista a José Laso, octubre (2015). Quito, Ecuador

El Universo, *La mayoría oficialista aprobó la Ley de Comunicación en Ecuador*. Recuperado en abril del 2015 <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/14/nota/1026696/mayoria-oficialista-aprobo-ley-comunicacion>

Facebook, *La Pareja Feliz*, Recuperado en octubre 2014 <https://www.facebook.com/pages/La-pareja-feliz/177967255572216?fref=ts>

Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires Argentina: Taurus.

Fuller, N. (1993). *Dilemas de la feminidad*. Bogotá Colombia.

Fuller, N. (1995). *Marianismo o Machismo*. Bogotá Colombia

Gayle, R. (2014). *Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de*

la sexualidad. Recuperado de internet del siguiente link www.cholonautas.edu.pe / Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales

Grupo de Apoyo Movimiento de Mujeres del Azuay. (2008). *Estudio técnico de programas de entretenimiento*, Cuenca: Ecuador. Gamma Ecuador. Recuperado el 22 de mayo del 2014 <http://www.gammaecuador.org/document/estudio-tecnico-programas-entretenimiento/>

Hall, S. (2010). *Sin Garantías, trayectoria y problemáticas en estudios culturales*. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Hall, S. y Du Gay, P. (1996). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu

INEC. (2015). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones Ecuador*: INEC

INEC. (2015). *Uso del tiempo*. Ecuador: INEC

INEC. *Encuesta de estratificación de Nivel Socioeconómico*. Recuperado 1 de octubre del 2015

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&

Informe defensoría del pueblo. (2012). *Producción Nacional y Publicidad en Televisión Igualdad y no Discriminación Resumen Ejecutivo*. Ecuador: Giro Ciudadano.

Kimmel, M. (2014). *Identidad masculina*. Recuperado 20 de junio del 2015 www.cholonautas.edu.pe : Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales.

Lamas, M. (2000). *Diferencia de género y diferencia sexual*. México: Universidad Autónoma de México.

Lamas, M. (1999). *Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género*. México: Universidad Autónoma de México.

- Macías, F. (2003). *La primera pantalla*. Ecuador: Imprenta y Gráfica Ramírez
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Mattelart, A y Mattelart, M. (2010). *Historia de las teorías de la comunicación*. Iberoamérica ediciones: Paidós.
- Mora, A. (1982). *La televisión en el Ecuador*. Ecuador: AMAUTA
- OBITEL. (2011). *Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias*. Brasil: Globo S.A.
- OBITEL. (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos*. Brasil: Sulina.
- OBITEL. (2013). *Memoria social y ficción televisiva en países iberoamericanos*. Brasil: Sulina.
- OBITEL. (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva*. Brasil: Sulina.
- Plan Nacional del Buen Vivir*. (2013). Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Desarrollo.
- Pozo, E. (2007), *Feminidades y Masculinidades en la Universidad Mayor de San Simón*. La Paz, Bolivia: Muebla del diablo editores.
- Rich, A. (2007). *La heterosexualidad obligatoria*. Recuperado 2 de junio del 2014
http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:nnVSF4A5zz8J:scolar.google.com/+heterosexualidad&hl=es&as_sdt=0,5
- Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas*. España: Gedisa.
- Rincón, O. (2011). *Nuevas narrativas de televisión*: España: Gedisa.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns La sociedad teledirigida*. España: Taurus.
- Supercom, *Supercom realiza rendición de cuentas 2014*. Recuperado en marzo 2015
<http://www.supercom.gob.ec/Supercom-rendicion-cuentas-carlosochoa-comunicacion-asambleanacional>
- Supercom. *Supercom emite resolución por contenido discriminatorio en cinco capítulos del programa La Pareja Feliz*. Recuperado octubre 2014.

<http://www.supercom.gob.ec/es/sala-de-prensa/noticias/361-supercom-emite-resolucion-por-contenido-discriminatorio-en-cinco-capitulos-del-programa-la-pareja-feliz>

Supercom. (2014). *Rendición de cuentas*. Ecuador: Supercom.

Supertel. (2011). Breve historia de la televisión ecuatoriana. Quito- Ecuador:

Supertel. Recuperado septiembre del 2014

http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=213:breve-historia-de-la-television-&catid=61:articulos-recomendados&Itemid=311

Supertel. (2010). Informe para definición e implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador. Ecuador: Ediecuatorial.

Supertel. (2014). Revista institucional Edición numero 22. Ecuador: Ediecuatorial.

Thompson, J. (1997). *Los medios y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Tv Ecuador, *La Pareja Feliz*, recuperado agosto 2014 de <http://tv.xom.ec/comedias/la-pareja-feliz/>).

Twitter, @PAREJA_FELIZ5, recuperado en agosto 2014 de el link https://twitter.com/PAREJA_FELIZ5

ANEXO

1. Tablas de análisis de capítulos

1.1 Tablas temporada uno

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Primera Temporada
Título del capítulo	Primer capítulo de La Pareja Feliz
Contexto del capítulo:	Siguen con los procesos del divorcio, en la empresa que trabaja El Panzón hay una restructuración y se encuentran en la incertidumbre de lo que va a suceder. Además La Mofle planea su vida de soltera para cuando este separada de El Panzón.
Fecha de emisión:	2009- 2010
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	36 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	La Mofle El Panzón Abogado Consejero matrimonial Jefe Valentín La secretaria Judith Don Paco Jefe
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	La oficina de El Panzón La casa de La Mofle y El Panzón
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 10:23 Frase N1: Yo que hago jefecito, tomar notas en sus piernas
	Minuto: 37:00 Frase N2: Tranquilo si no quieres ir a tu casa puedes ir a la mía y tomamos algo y hacemos toda la jornada y te puedo hacer un masaje.

	Minuto: 38:12 Frase N3: Mijita usted tiene todos los elementos en su cuerpo para convencer a cualquiera		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 10:23 Escena N1: La secretaria insinúa que toma apuntes en las piernas del jefe, y el le invita precisamente a que haga eso.		
	Minuto: 37:00 Escena N2: Valentín se insinúa a El Panzón, le invita a su casa y le acaricia el pecho.		
	Minuto: 38:12 Escena N3: le dicen a la secretaria que con su cuerpo puede convencer a cualquiera, señalan su cuerpo y hacen movimientos exagerados como que por ser mujer debe convencer con su cuerpo.		
	Minuto: 40:00 Escena N4: si aprendieras a cocinarle a tu maridito no te estarías divorciando		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: ropa corta y escotada	Escena N1: sarcástica	Escena N1: Muecas y movimientos exagerados, la secretaria se topa el cuerpo de manera provocativa
Escena N2: ropa del trabajo	Escena N2: efectos de sonido de insinuación	Escena N2: Valentín le acaricia el pecho y tiene que explicar su frase para que los demás no le juzguen	

	Escena N3: ropa corta y escotada	Escena N3: efectos de la escena	Escena N3: señalan el cuerpo de la secretaria.
	Escena N3: ropa de La Mofle	Escena N3: sin música	Escena N3: La Mofle en el sillón y su amiga enojada porque no cocina.

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Primera Temporada
Título del capítulo:	Se divorcia La Pareja Feliz
Contexto del capítulo:	Comienzan con los trámites de divorcio en donde un juez, La Mofle comienza a coquetear con un nuevo vecino y El Panzón conoce a su jefe. El capítulo tiene muchos recuerdos de cuando eran recién casados.
Fecha de emisión:	2009 – 2010
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	36 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	La Mofle El Panzón Abogado Psicóloga Luis Miguel (vecino) Emiliano (amigo del trabajo) Valentín Penélope Blanca Deborah
Escenarios en los que se desarrolla el	La oficina del Juez La casa de La Mofle y El Panzón La oficina corporación Gaybor

capítulo			
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 1:32 Frase N1: No me hagas hablar porque si yo soy explosiva tú eres pasmado, porque hace rato que tu cohete dejó de ser cohete, bueno fosforito, eso por no decir diablillo, ya no enciende.		
	Minuto: 15:12 Frase N2: de que sirves si esto pasa desordenado, estén o no estén mis amigos esto pasa desordenado		
	Minuto: 32:02 Frase N3: este <i>man</i> está dormido		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 1:32 Escena N1: Se refiere de manera sarcástica a que ya no tienen intimidad y criticándole al hombre como que debe cumplir con ciertos estándares.		
	Minuto: 15:12 Escena N2: hace referencia a que ella debe mantener la casa limpia, hace énfasis en que ella no arregla.		
	Minuto: 32:02 Escena N3: refiriéndose de manera sarcástica a El Panzón, expresando que no tienen intimidad, como que solo para eso debe estar el hombre		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: color de la ropa de La Mofle	Escena N1: sarcástico	Escena N1: Muecas y movimientos exagerados
	Escena N2: ropa y plumas de La Mofle	Escena N2: efectos	Escena N2: movimientos exagerados
Escena N3: Ropa de La Mofle	Escena N3: Patio de la casa	Escena N3: Movimientos exagerados	

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Primera Temporada
Título del capítulo	La Mofle envenenada
Contexto del capítulo:	La Mofle tiene dolor de estómago, sus amigas piensan que El Panzón lo está envenenando, pero en realidad él utilizaba el veneno para las ratas que había en su oficina.
Fecha de emisión:	2009- 2010
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	Doctor Suegra Sra. Negrón Ninosca Rayoback El Panzón Valentín Secretaria Jefe
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	En la casa de la pareja Oficina Exteriores tomas de Guayaquil
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 15:47 Escena 1: Tremendos hombres con piernotas que se contornean arriba del balón y corre y corre.
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 15:47 Escena N1: Valentín se refiere a los futbolísticas y se mueve muy exagerado como que a los hombres homosexuales siempre fueran así.

Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: colores de la escena que se desarrolla en la oficina	Escena N1: efectos que hacen sarcástica la escena	Escena N1: Movimientos exagerados, Valentín tiene que explicar a los demás para no ser criticado

1.2 Tablas temporada dos

<i>Programa La pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Segunda Temporada
Título del capítulo	Niño travieso
Contexto del capítulo:	La prima de La Mofle llega junto a su hijo, el niño es muy travieso y le pasa molestando a todos en el departamento. Al fin se van pero luego que el niño hizo todas las travesuras.
Fecha de emisión:	Enero 2011
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	La Mofle El Panzón El Sobrino Virginia Damián Solange Penélope Valentín Rómulo Washington
Escenarios en	Oficina la Cosita

los que se desarrolla el capítulo	o	Departamento de La Mofle y El Panzón
Diálogos frases con contenido sexista	o	Minuto: 06:09 Frase N1: espero que no sea ni la primera ni la última
		Minuto: 12:41 Frase N2: señor has escuchado mis plegarias, al fin has traído a mi casa a una hembra de verdad, no a ese mostro que aquí habitaba.
		Minuto: 14:26 Frase N3: a ti te hace falta una figura de hombre para que esté a tu lado.
		Minuto: 16:30 Frase N4: Es que esa Zorra, digo esa Solange, no ha tenido la suerte de conseguirse un hombre valiente, que haya sufrido en la vida, con experiencia y antes haya vivido con algún animal.
Escenas con interacciones con contenido sexista	o	Minuto: 06:09 Escena N1: Virginia le dice eso al jefe, ya que están solos, aprovecha para ponerse en una posición en la que muestra sus atributos.
		Minuto: 12:41 Escena N2: Mientras El Panzón mira a la prima de La Mofle que está viendo unos utensilios en la cocina.
		Minuto: 14:26 Escena N3: mientras hablan de los problemas que tiene la prima de La Mofle.
		Minuto: 16:30 Escena N4: Mientras están el desayuno y hablan sobre la prima de La Mofle. Se refieren a que ella ha tenido muchas parejas.
Diálogos frases con contenido racistas	o	Minuto: 26:28 Escena N1: habla negro a cuánto el boyo
Escenas con interacciones	o	Minuto: 26:28 Escena N1: en esta escena se dice eso porque Nelson que es negro

con contenido racistas	conoce a Damián, sobrino de La Mofle, en el momento en que lo presentan él dice eso.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: ropa colorida	Escena N1: efectos de sonido	Escena N1: Ella hace movimientos para que el jefe la mire. Luego tiene que explicar para evitar malos entendidos. Al fin de cuentas se terminan besando.
	Escena N2: vestido rojo y corto	Escena N2: Música y efectos de sonido sexis	Escena N2: En esta escena El Panzón la no le quita la mirada de encima a la prima de La Mofle.
Escena N3: Vestido corto y escotado de color rojo.	Escena N3: Efectos de audio	Escena N3: El Panzón intenta disimular que le gusta la prima. Le dice que necesita un hombre y el le dice que ella puede contar con él como figura de hombre.	

	Escena N4: Ropa colorida de La Mofle	Escena N4: Efectos de audio y música	Escena N4: Mucha comida y movimientos exagerados.
Signos de las frases o escenas con contenidos racistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: ropa con estampados de animales y sombreros extravagantes.	Escena N1: Efectos de sonido	Escena N1: Le dice eso al personaje negro mientras hace muecas.

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Segunda Temporada
Título del capítulo	El funeral del tío Pericles
Contexto del capítulo:	Es el funeral del Tío de Pericles los vecinos y compañeros de trabajo asisten al departamento de La Mofle y El Panzón donde los están velando,
Fecha de emisión:	Enero 2011
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	30 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	Rayoback La Mofle El Panzón Valentín Profesor Penélope
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Departamento La Mofle y El Panzón Oficinas La cosita

<p>Diálogos o frases con contenido sexista</p>	<p>Minuto: 03:40 Frase N1: Señorita Virginia, por favor vaya a mi oficina que le voy a dictar sentencia</p>		
<p>Escenas o interacciones con contenido sexista</p>	<p>Minuto: 3:40 Escena N1: Sobrino le dice a la secretaria que vaya a su oficina porque le va a dictar sentencia e inmediatamente él explica que le va a pedir que haga unos dictados. Todo esto mientras hablan en doble sentido y le mira el cuerpo.</p>		
<p>Diálogos o frases con contenido racistas</p>	<p>Minuto: 10:04 Escena N1: No, no, no a mi los velorios me parecen de mal agüero, claro si siempre estas de luto</p>		
<p>Escenas o interacciones con contenido racistas</p>	<p>Minuto: 10:04 Escena N1: Esta conversación la realizan con el compañero de trabajo que es te tez negra.</p>		
<p>Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas</p>	<p>Gráficos</p>	<p>Audio</p>	<p>Características</p>
	<p>Colores</p>	<p>Canciones</p>	<p>Adicionales</p>
	<p>Escena N1: Ropa colorida y corta de la secretaria</p>	<p>Escena N1: efectos de audio de asombro</p>	<p>Escena N1: Sobrino tiene que explicar para que no mal entiendan lo que le dice a la secretaria.</p>
<p>Signos de las frases o escenas con contenidos racistas</p>	<p>Gráficos</p>	<p>Audio</p>	<p>Características</p>
	<p>Colores</p>	<p>Canciones</p>	<p>Adicionales</p>
	<p>Escena N1: Ropa de estampado de animales y colores de la escena</p>	<p>Escena N1: efectos de sonido</p>	<p>Escena N1: todos se ríen</p>

Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Segunda Temporada
Título del capítulo	Los clones de El Panzón
Contexto del capítulo:	El Panzón le pide al profesor que le haga clones, él decide hacer dos clones. Uno de ellos trabajador, que nunca se cansó de trabajar y el otro para que esté en la casa con La Mofle, los dos son muy extremos y al final El Panzón decide matarlos. Todo regresa a ser como antes.
Fecha de emisión:	Enero 2011
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	37 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	El Panzón La Mofle Rayoback Profesor Virginia Valentín Penélope El sobrino Lorenzo
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Departamento de La Mofle y El Panzón Oficina La cosita
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 02:00 Frase N1: Para qué quieres tu comida si aquí tienes tu desayuno completo, todo lo que necesitas, proteínas, minerales, vitaminas embutidos y hartos de lo que tu necesitas.
	Minuto: 10:20 Frase N2: no se preocupe, yo se lo paso

	Minuto: 14:30 Frase N3: Uy, yo disfruto de la vida		
	Minuto: 16:17 Frase N4: El Panzón dice yo nunca termino, mientras que Valentín le dice vayan, lo dice de manera provocativa,		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 02:00 Escena N1: provocativo se refiere en doble sentido ante La Mofle y la incita para que tengan relaciones sexuales.		
	Minuto: 10:00 Escena N2: en esta escena el jefe bota con intención un objeto al suelo para que le secretaria que esta con ropa provocativa se agache y él la pueda observar.		
	Minuto: 14:30 Escena N3: El Panzón esta feliz mientras observa revistas de mujeres desnudas		
	Minuto: 16: 17 Escena N4: Valentín aparece en la escena mientras El Panzón habla para decirle vamos, de manera provocativa.		
Diálogos o frases con contenido racistas	Minuto: 16: 54 Escena N1: Gracias por ese ritual al estilo África y Ecuador.		
Escenas o interacciones con contenido racistas	Minuto: 16: 54 Escena N1: mientras un personaje negro hace un ritual de curación para El Panzón. Canta y se mueve exageradamente		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: El Panzón usa ropa nueva y La Mofle la ropa colorida de siempre.	Escena N1: música y sonidos que acompañan la escena.	Escena N1: El Panzón provocativo para La Mofle

	Escena N2: ropa colorida y corta de la secretaria, el jefe desalineado	Escena N2: música provocativa y efectos	Escena N2: utiliza una lupa para observarle mejor
	Escena N3: colores oscuros de la habitación en la que se encuentra El Panzón	Escena N3: efectos de sonido	Escena N3: El utiliza una revista de mujeres desnudas
	Escena N4: Uniforme de ambos	Escena N4: Provocativas y efectos de sonido	Escena N4: Movimientos exagerados y forma de expresión provocativa
Signos de las frases o escenas con contenidos racistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: La ropa del personaje negro es colorida y con estampados de animales	Escena N1: efectos de sonido y canción para que baile en el ritual	Escena N1: El personaje utiliza un cartón para hacer sonidos de cartón.

1.3 Tablas temporada tres

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Tercera Temporada
Título del capítulo:	La Mofle aprende a manejar
Contexto del capítulo:	La Mamastra, suegra de La Mofle le enseña a manejar, luego que La Mofle chocó el carro del Sobrino, ella decide aprender a manejar porque

	entró a un concurso para ganarse un carro, al fin si se gana el carro, pero El Panzón debe pagar toda la cuenta del carro accidentado.
Fecha de emisión:	Septiembre 2011
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	Isadora Rayoback La Mofle El Panzón Whasintong Sobrino Penélope Virginia Edmundo Señora Negrón
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Departamento de La Mofle y El Panzón Calles de Guayaquil Oficina La Cosita
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 20:02 Frase N1: espero no ser cómplice de un accidente más, una mujer más al volante
	Minuto: 30:50 Escena N2: Voy a agarrar esos dos problemas y solucionarlos
	Minuto: 31:50 Frase N3: Me puedes comprar el ultimo rímel que hace que los hombres se vuelvan locos, mientras que Valentín dice es verdad.
	Minuto: 40: 31 Frase N4: tu cumples como marido, quiero ese “minimuri” en este colchón.

	<p>Minuto: 45:00</p> <p>Frase N5: Virginia me voy a desquitar con usted, duro y feo, así que a la oficina.</p>		
<p>Escenas o interacciones con contenido sexista</p>	<p>Minuto: 20:02</p> <p>Escena N1: El Panzón le está enseñando a La Mofle a manejar y se expresa así porque piensa que ella no es capaz de manejar un auto.</p>		
	<p>Minuto: 30:50</p> <p>Escena N2: El Panzón pronuncia eso mientras intenta toparle el pecho a Virginia, ella le responde que se refería a los problemas con su mujer.</p>		
	<p>Minuto: 31:50</p> <p>Escena N3: esta escena se desarrolla mientras hablan de cómo solucionar el problema, El Panzón le dice qué hago para agradecerte, ella le responde, me puedes comprar el último rímel que hace que los hombres se vuelvan locos, mientras que Valentín dice es verdad, él tiene que explicar y decir otra cosa para evitar que lo discriminen.</p>		
	<p>Minuto: 40: 31</p> <p>Escena N4: esto sucede mientras El Panzón y La Mofle están en a cama, a la misma ve ella le exige que tengan relaciones sexuales.</p>		
	<p>Minuto: 45:00</p> <p>Escena N5: Sobrino esta enojado porque se enteró que Mofle chocó su carro y dice que vaya la secretaria a la oficina porque se va a desquitar con ella.</p>		
<p>Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas</p>	<p>Gráficos</p>	<p>Audio</p>	<p>Características</p>
	<p>Colores</p>	<p>Canciones</p>	<p>Adicionales</p>
	<p>Escena N1: ropa colorida de La Mofle</p>	<p>Escena N1: efectos que acompañan lo que hablan</p>	<p>Escena N1: Movimientos y muecas exageradas.</p>
<p>Escena N2: Ropa colorida y escotada</p>	<p>Escena N2: Sonidos y efectos que acompañan la escena</p>	<p>Escena N2: Movimiento del cuerpo y</p>	

			mucha expresión.
	Escena N3: Ropa colorida y escotada	Escena N3: Efectos de sonido que enfatizan lo que dicen	Escena N3: Movimientos corporales
	Escena N4: Ropa colorida de La Mofle	Escena N4: Ponen música y efectos para dar énfasis	Escena N4: Hace sonidos y movimientos para llamar a El Panzón
	Escena N5: Color de la oficina	Escena N5: Efectos de sonido	Escena N5: Sobrino mueve las manos para llamar a la secretaria para que vaya a su oficina

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Tercera Temporada
Título del capítulo:	Panzón y Edmundo salen del closet
Contexto del capítulo:	Edmundo y Panzón se hacen pasar por homosexuales para entrar a los lugares donde hay mujeres, aprovechan eso y miran a muchísimas mujeres, en una de sus visitas al spa se encuentran con La Mofle y sus amigas, ellas los descubren y los hacen quedar mal.
Fecha de emisión:	Septiembre 2011
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45 minutos
Personajes que aparecen en el	Edmundo La Mofle

capítulo:	El Panzón Washo El sobrino Virginia Penélope Sra. Negrón Valentín Personal y clientas del spa
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	SPA La cosita Departamento de La Mofle y El Panzón
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 1:00 Frase N1: Cómo los puedes tratar así, no ves que ellos recién salen del closet. Minuto: 05:42 Frase N2: ahí voy Virginia Minuto: 07: 00 Frase N3: yo si sabía, cada vez somos más Minuto: 12:00 Frase N4: voy a hacerte la prueba, voy a ver cuántos caliches tienes. No me voy a hacer la prueba, yo soy bien macho, entonces si eres bien macho ya sabes lo que debes hacer: cumplirme. Minuto: 13:05 Frase N5: toda la noche tuve que mostrarte que soy un macho un semental
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 1:00 Escena N1: El Panzón y Edmundo durante toda la escena se hacen pasar por homosexuales, utilizan ropas de colores y hacen movimientos exagerados, a la misma vez Washo los esta mirando mal por la forma en la que ellos están actuando. Minuto: 05:46 Escena N2: El Panzón le envía un beso volado a Washo y el hace caras que muestras su desacuerdo

	Minuto: 07:00		
	Escena N3: en esta escena los compañeros de trabajo están hablando que han salido del closet y Valentín dice yo sabía que somos más. Todos se asombran y exclaman ¿Qué?		
	Minuto: 12:00		
	Escena N4: Luego que La Mofle encuentra a El Panzón así vestido con accesorios de mujer le dice que le va a ser una prueba para ver si es homosexual o no, ahí mismo le exige que tengas relaciones sexuales en el caso que no sea homosexual.		
	Minuto: 13:05		
	Escena N5: en esta escena El Panzón y La Mofle amanecen en la habitación.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: ropa colorida.	Escena N1: Efectos mientras ellos hacen movimientos exagerados	Escena N1: Movimientos y sonidos de mujer.
	Escena N2: ropa de mujer y colorida	Escena N2: Música y efectos de sonido	Escena N2: Muecas exageradas
	Escena N3: Usan colores en su vestimenta	Escena N3: Efectos para dar énfasis	Escena N3: Valentín tiene que aclarar, para evitar los malos comentarios
	Escena N4: Colores de la vestimenta de La Mofle	Escena N4: Música y efectos de sonido	Escena N4: Tiene que aceptar la exigencia de La Mofle y utilizar palabras como “Macho”

	Escena N5: Colores de la vestimenta y de la habitación	Escena N5: Música y efectos de sonido	Escena N5: Movimientos exagerados
--	--	---	---

1.4. Tablas temporada cuatro

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Cuarta Temporada
Título del capítulo:	El alcalde es mi panita
Contexto del capítulo:	Rayoback quiere celebrar las fiestas de Tripa de Pollo, su pueblo de origen, en el departamento de La Mofle y El Panzón, hacen la fiesta y sale mal, pero ella logra conocer al alcalde de Guayaquil que era uno de sus invitados.
Fecha de emisión:	2012
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	Rayoback La Mofle El sobrino Virginia Edmundo Johnny Q Penélope Valentín Sra. Negrón El Panzón Agentes de seguridad del alcalde Alcalde de Guayaquil Funcionarios de la alcaldía

	Invitados adicionales		
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Centro comercial Departamento de El Panzón y La Mofle Oficinas La cosita		
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 02:58 Frase N1: ¿Cómo si ayer le di?		
	Minuto: 03:07 Frase N2: A mí, en el baño y estaba riquísimo.		
	Minuto: 20:30 Frase N3: cuando sea mi cumpleaños me revientas		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 02:58 Escena N1: El sobrino dice eso porque le pregunta a Virginia si ella tiene unos reportes, ella responde que no y él a su vez dice ¿Cómo si ayer le di?, una vez que los compañeros de trabajo hacen muecas el explica que se refería a los informe.		
	Minuto: 03:07 Escena N2: El sobrino pregunta que a quién le dio y Valentín responde a mí, en el baño y estaba riquísimo. Todos los compañeros del trabajo critican y el rectifica lo que dice.		
	Minuto: 20:30 Escena N3: Valentín tiene que explicar lo que dice porque la frase que utiliza es de doble sentido.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Colores de la oficina	Escena N1: efectos y música	Escena N1: Es una frase en doble sentido

	Escena N2: Colores de la oficina	Escena N2: efectos y música	Escena N2: Frase en doble sentido y Valentín lo tiene que explicar.
	Escena N3: Colores de la oficina	Escena N3: efectos y música	Escena N3: Frase en doble sentido y Valentín lo tiene que explicar.

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Cuarta Temporada
Título del capítulo:	Hipopótamo hipocondríaco
Contexto del capítulo:	En la oficina de El Panzón La cosita hay muchos robos, al final se descubre que Lorenzo era la persona que había tomado las cosas, mientras esto sucedía en la oficina en la casa La Mofle piensa que tiene todas las enfermedades y se toma muchos medicamentos que hacen que ella se desmaye.
Fecha de emisión:	2012
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	50 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	Lorenzo Valentín El sobrino Virginia Edmundo El Panzón Lady Doctor Johnny Q

	La Mofle Penélope Sra. Negrón
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	La cosita Departamento de El Panzón y La Mofle
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 05:35 Frase N1: yo si le hago
	Minuto: 09:57 Frase N2: me va a hablar de Valentín me imagino
	Minuto: 11:16 Frase N3: No tengo plata
	Minuto: 32:00 Frase N4: yo necesito un negro
	Minuto: 45:00 Frase N5: ósea que todo esto sucedió por un dictado de 9 segundos.
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 05: 35 Escena N1: Valentín utiliza la frase de doble sentido, yo si le hago, todos los juzgan y él tiene que completar la frase para evitar que los demás piensen mal.
	Minuto: 09.57 Escena N2: El sobrino piensa que va a hablar de Valentín porque El Panzón le dice que va a hablar de algo muy raro.
	Minuto: 11:16 Escena N3: apenas El Panzón contesta el teléfono a La Mofle le dice: No tengo plata. Luego ella le explica que le llamó por otro tema.
	Minuto: 32:00 Escena N4: Valentín tiene que explicar que necesita un marcador negro, ya que todos le preguntan.

	Minuto: 45:00		
	Escena N5: En la escena Lorenzo explica que la noche escuchó al jefe y a la secretaria mientras estaban en su oficina y él hacia dictado con ella, durante la narración se entiende que ellos tenían relaciones sexuales.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: colores de la oficina	Escena N1: Efectos de sonido	Escena N1: Muecas exageradas
	Escena N2: colores de la oficina	Escena N2: Efectos de audio	Escena N2: Muecas exageradas
	Escena N3: colores de la oficina	Escena N3: Efectos de audio	Escena N3: Muecas y movimientos exagerados
	Escena N4: colores de la oficina	Escena N4: Efectos de audio	Escena N4: Valentín tiene que explicar para que no lo mal interpreten
	Escena N5: colores de la oficina	Escena N5: Efectos de audio	Escena N5: Todo lo que dicen es con doble sentido

1.5 Tablas temporada cinco

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Quinta Temporada
Título del capítulo:	Che que te amaré
Contexto del capítulo:	El Panzón se encuentra con su hermano gemelo barrigón, quien es millonario y le quiere heredar todo a El Panzón, ya que sufre de una enfermedad muy rara, al final del capítulo Barrigón se logra salvar y se

	regresa a Argentina sin dejarle dinero a El Panzón y a La Mofle.
Fecha de emisión:	2014
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	47 minutos
Personajes que aparecen en el capítulo:	El Panzón La Mofle Valentín Virginia Edmundo El sobrino Barrigón Babalú Lorenzo La señora Negrón Penélope
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Oficina La cosita Departamento de El Panzón y La Mofle
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 2:00 Frase N1: Toda mujer que quiera tener a su marido loco debería traer algo de esto
	Minuto: 4:00 Frase N2: Me encanta tu chorizo
	Minuto: 10:00 Frase N3: Patrón y usted que hace aquí
	Minuto: 13: 40 Frase N4: Ven y hazme
	Minuto: 15:30 Frase N5: ya llegué dame de comer

	<p>Minuto: 30:00</p> <p>Frase N6: yo pensé que querías ir para acostarte con el hermano millonario y sacarle billete</p>		
Escenas o interacciones con contenido sexista	<p>Minuto: 2:00</p> <p>Escena N1: Haciendo referencia a que las mujeres deben ser atractivas y de buen cuerpo</p>		
	<p>Minuto: 4:00</p> <p>Escena N2: Referencia a un argentino que aparece en escena (explica que lo que le gusta es el chorizo argentino)</p>		
	<p>Minuto: 10:00</p> <p>Escena N3: El Panzón le mira las piernas a la empleada y hace sonidos.</p>		
	<p>Minuto: 13:40</p> <p>Escena N4: La Mofle mueve el trasero para seducir al barrigón (hermano gemelo de El Panzón)</p>		
	<p>Minuto: 15:30</p> <p>Escena N5: El Panzón entra a la escena y exige comer.</p>		
	<p>Minuto: 30:00</p> <p>Escena N6: Diálogo entre integrantes del trabajo, hacen referencia a que Virginia quiere ir donde el Barrigón, por tal razón le dicen que quiere ir tener relaciones sexuales con él y que le obsequie dinero.</p>		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: colores de escena	Escena N1: Sin canciones	Escena N1: Materiales que ayudan a la escena
	Escena N2: colores de escena	Escena N2: Canción de doble sentido	Escena N2: Muecas con énfasis en las acciones

	Escena N3: colores de escena	Escena N3: efecto sexy	Escena N3: ropa corta que utiliza la empleada
	Escena N4: colorida la ropa de La Mofle	Escena N4: música para que La Mofle baile moviendo el trasero	Escena N4: movimientos exagerados de La Mofle
	Escena N5: Colores de la escena	Escena N5: Efectos de sonido	Escena N5: El Panzón ordena e impone con sus manos.
	Escena N6: Colores de la escena	Escena N6: Efectos de sonido	Escena N6: expresiones para hacer énfasis

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Quinta Temporada
Título del capítulo	Deseo, dónde estás que no te veo
Contexto del capítulo:	Es el cumpleaños de El Panzón y le han organizado una reunión en su casa con sus amigos. Luego descubren que su deseo se cumplió, por eso La Mofle busca desesperada que alguien le venda un deseo, ya que por la alineación del cosmos los deseos se cumplen en esa época.
Fecha de emisión:	2014
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	42 minutos
Personajes que aparecen en el	El Panzón La Mofle

capítulo:	Valentín Virginia Edmundo El sobrino Babalú Lorenzo La señora Negrón Juana Johnny Q Penélope
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	En el departamento El Panzón y La Mofle Oficina La Cosita
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 8:50 Escena N1: Yo quiero soplar tu vela – yo también <hr/> Minuto: 14:41 Frase N2: Ayer cuando te dio tu aumento estábamos en un MO... <hr/> Minuto: 18:48 Escena N3: Te aumentaron el sueldo y sin comerte al sobrino como otras.
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 8:50 Escena N1: En un discurso de cumpleaños, Valentín (personaje masculino que al parecer es homosexual) dice yo también quiero soplar tu vela. En esta escena hacen referencia como que los homosexuales se expresan así ante las situaciones <hr/> Minuto: 14:41 Escena N2: La secretaria está explicando que en la noche estuvo con su jefe y tiene que explicarles a los compañeros de tal manera que no parezca que tiene una relación sentimental. En esta escena se presenta a la secretaria como la amante del jefe

	Minuto: 18:48 Escena N3: Valentín hace referencia a Virginia la secretaria y se refiere a que ella tiene un romance con el jefe por el dinero		
Diálogos o frases con contenido racistas	Minuto: 6:40 Escena N1: Diga cocada		
Escenas o interacciones con contenido racistas	Minuto: 6:40 Escena N1: Esta frase la dice un personaje de tez negra cuando va a tomar una foto a Rayoback		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores y Vestuario	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Color de la ropa de Valentín y La Mofle	Escena N1: Sonidos que acompañan el sarcasmo	Escena N1: El personaje explica porque dijo esas palabras.
	Escena N2: Ropa corta que muestra el cuerpo de la secretaria	Escena N2: Canción sexy	Escena N2: La secretaria tiene que explicar para que no piensen que tiene una relación con el jefe.
	Escena N3: Colores de escena de la oficina	Escena N3: Música para reforzar lo que está diciendo	Escena N3: Sarcasmo
Signos de las	Gráficos	Audio	Características
	Colores y Vestimenta	Canciones	Adicionales

frases o escenas con contenidos racistas	Escena N1: Ropa corta de la empleada y ropa colorida para el personaje negro.	Escena N1: Sin música	Escena N1: Que el personaje es ciego y le hacen tomar la foto
--	---	---------------------------------	---

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Quinta Temporada
Título del capítulo	El amor es ciego el mensajero también
Contexto del capítulo:	En el capítulo se muestra que el mensajero hace cartas de amor y La Mofle las vende por internet, al final a ella le toca devolver el dinero.
Fecha de emisión:	2014
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	45:00
Personajes que aparecen en el capítulo:	La Mofle El Panzón Edmundo El Sobrino Lorenzo Virginia Rayoback Penélope Sra. Negrón Babalú
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Departamento El Panzón y La Mofle Oficina La cosita

Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 12:49 Frase N1: Uy, ¡qué rico!		
	Minuto: 24:48 Frase N2: yo lo único que quiero en este momento es que me claven		
	Minuto: 37:10 Frase N3: : hombre más bello		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 12:49 Escena N1: El sobrino le dice usted tiene que remplazar a Virginia, entonces Valentín dice qué rico, luego que lo cuestionan el cambia la frase que dijo.		
	Minuto: 24: 48 Escena N2: Valentín tiene que explicar que esta cansado y cambia el sentido de la frase que ocupó en un principio.		
	Minuto: 37:10 Escena N3: Valentín le dice a su jefe hombre más bello y todos se exaltan, al fin el cambia lo que dijo		
Diálogos o frases con contenido racistas	Minuto: 24:08 Frase N1: Claro no importa que tú te quemes porque ya estás bronceado.		
Escenas o interacciones con contenido racistas	Minuto: 24:08 Escena N1: En esta escena Lorenzo le pide a Valentín que llame al 911 porque se está quemando la bodega, a lo que Valentín le responde que no puede en ese momento, y Lorenzo le dice esa frase.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Colores de la oficina	Escena N1: Efectos de sonido	Escena N1: Valentín dice otra cosa para que no lo juzguen

	Escena N2: Colores de la oficina	Escena N2: Efectos de sonido	Escena N2: Valentín tiene que explicar lo que dijo
	Escena N3: Colores de la oficina	Escena N3: Efectos de sonido	Escena N3: Valentín tiene que explicar lo que dijo
Signos de las frases o escenas con contenidos racistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Colores de la oficina	Escena N1: Efectos de sonido y música	Escena N1: Lorenzo hace énfasis en lo que esta diciendo

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Quinta Temporada
Título del capítulo	El Panzón de los anillos
Contexto del capítulo:	La Mofle organiza una reunión con sus amigas peluconas y El Panzón decide poner en empeño los anillos de matrimonio, sin decírselo a La Mofle, ella a su vez piensa que se los han robado.
Fecha de emisión:	2014
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	39:50
Personajes que aparecen en el capítulo:	El Panzón La Mofle Valentín Virginia Edmundo El sobrino

	Babalú Lorenzo La señora Negrón Penélope		
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Oficina La cosita Casa de La Mofle y El Panzón Bar La facultad Casa de empeño		
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 14:16 Frase N1: No te acerques a la mesa acércate a mi		
	Minuto: 19:58 Frase N2: Chicos este hombre me da miedo, a mi me gusta		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 14:16 Escena N1: Valentín se lo dice a El Panzón y trata de incitarle		
	Minuto: 19:58 Escena N2: Se refiere a un hombre que visita la oficina, tiene apariencia extravagante, por eso ellos mencionan que les da miedo y el personaje que hace de homosexual dice que le gusta. Luego aclara para evitar la crítica de sus compañeros.		
Diálogos o frases con contenido racistas	Minuto: 9:32 Frase N1: Come no más esa azúcar si la traje de África por eso es morena.		
	Minuto: 14: 16 Frase N2: Esta amarilla es china es la que hace el chaulafán		
Escenas o interacciones con contenido racistas	Minuto: 9:32 Escena N1: En una conversación mientras se toma una taza de té con sus amigas, utiliza esa frase para referirse a la azúcar morena.		
	Minuto: 14: 16 Escena N2: Se refiere a una pelota de billar amarilla		
	Gráficos	Audio	Características

Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Los colores característicos de un bar	Escena N1: Música de un bar y efectos de sarcasmo	Escena N1: Ambiente de un bar, mesa billar.
	Escena N2: Colores de la oficina	Escena N2: Música sarcástica y con efectos de admiración	Escena N2: Muecas exageradas.
Signos de las frases o escenas con contenidos racistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: Colores de escena	Escena N1: De escena	Escena N1: Movimiento de brazos
	Escena N2: Colores de escena	Escena N2: De escena	Escena N2: Movimiento de brazos

<i>Programa La Pareja Feliz</i>	
Canal:	TELEAMAZONAS
Número de Temporada:	Primera Temporada
Título del capítulo	Los Panzones son de marte y las Mofles de venus
Contexto del capítulo:	Edmundo se pone una empresa que se llama maridos en alquiler, consiste en que los hombres hagan quehaceres domésticos a domicilio, La Mofle descubre que El Panzón trabaja ahí y piensa que él lo está engañando, le reclama y él deja ese trabajo.
Fecha de emisión:	2014
Horario:	18:00 a 19:00
Duración:	44 minutos
Personajes que	La Mofle

aparecen en el capítulo:	El Panzón Rayoback Babalú Lorenzo Edmundo Penélope Sra. Negrón Virginia El sobrino		
Escenarios en los que se desarrolla el capítulo	Departamento La Mofle y El Panzón La cosita Casas de las clientas de la empresa maridos en alquiler Mall		
Diálogos o frases con contenido sexista	Minuto: 31:32 Frase N1: yo jefe, yo jefe yo hago de pasivo y usted de activo		
Escenas o interacciones con contenido sexista	Minuto: 31:32 Escena N1: en esta escena Valentín dice que él hace de pasivo y su jefe de activo, luego tiene que completar y cambiar de idea para evitar que los demás le juzguen.		
Signos de las frases o escenas con contenidos sexistas	Gráficos	Audio	Características
	Colores	Canciones	Adicionales
	Escena N1: color de la oficina	Escena N1: Efectos de audio	Escena N1: Valentín tiene que explicar su frase con doble sentido

2. Entrevistas

2.1 Entrevista David Reinoso

¿Cómo surge la serie, cuándo y quiénes la crearon?

Nace de un sketch cómico dentro del programa Vivos. Siempre cuando tenemos un personaje destacado o algo que tiene mayor aceptación por la gente, intentamos desligarlo, con Pareja Feliz se intentó hacer la serie, es lo que más gustaba a la gente porque manejábamos el antes y después de una pareja, de eso se trataba. Lo que a la gente más les gustaba era el después, entonces en la serie nos centramos en eso .

¿Qué pasaba en ese momento en cuanto a la producción de televisión de programas ecuatorianos en el país?

Hemos tenido bastante trabajo. En aquella época se dio la oportunidad de producir algo más, a la semana teníamos a los dos programas grabando y produciendo (Pareja y Vivos).

¿Cuál era el objetivo central de dejar de ser un sketch y convertirse en una serie ?

Son varias razones. Tenía aceptación, lo notábamos cuando nos presentábamos en eventos, veíamos como la gente se reía, además por ambición de la productora, hacer de esto un negocio nuestro.

¿Cuál era el target o público al que estaba dirigida La pareja Feliz ?

Nosotros nos convertimos en un multitarget, porque La Pareja Feliz era el reflejo de lo que no se debe hacer dentro de un matrimonio, pero cuando íbamos a las presentaciones había ese cariño, mucha gente mayor y los pequeños les gustaba los personajes. Por eso creíamos que éramos multitarget.

¿Cómo se construyeron los personajes? ¿Cuáles fueron los personajes más queridos por la gente y por qué?

Como ya teníamos identificados a los personajes de La Mofle y El Panzón se decidió hacer un universo, pero se extendió a lo que podíamos. Buscamos un universo en el que se desempeñen cada uno de los personajes, en su oficina con su jefe, sus compañeros de trabajo y el de La Mofle que era en la casa con sus amigas.

¿Se buscaba principalmente que la gente se identifique con ellos? ¿se logró los objetivos propuestos?

Si, nosotros buscábamos que la gente se sienta identificada con los personajes y las situaciones. En este caso se topó el tema de las parejas a cómo era una pareja antes y cómo era después, en un principio el cariño y como con el tiempo hay descuidos, la monotonía, muchos factores.

¿Cuándo se encontraban en la calle con la gente qué les decía la gente en cuanto a este programa?

Bueno la gente decía mi amorcito, que chévere, mira es La Mofle, como referencia a que se descuidó como La Mofle.

Tiene datos de ¿en dónde era más vista la serie en Ecuador y quiénes la veían (Costa, Sierra, edad y género de las personas que la veían) ?

Se veía mucho en Guayaquil y la Costa; manejábamos no solo el rating y el alcance. Amas de casa, niños también veían, por los horarios. La clase baja y clase media.

¿Cuáles son las razones por las que usted cree que la serie tuvo tanto éxito en las audiencias?

Encontramos un tema de que hablar, lo que no se debería hacer en el matrimonio y cómo se desgasta. De pronto de una manera cómica para que la gente vea y diga no debe ser así.

La serie tuvo cinco temporadas en la televisión, considera usted que hubo una evolución en la serie o cambios marcados en cada temporada ¿Cuáles fueron estos cambios o evolución?

Hubo una evolución, la primera temporada fue manejada con muchos exteriores, muy distinta a la segunda que fue manejada con *sitcom*. Desde la tercera a la última siempre fue el mismo estilo, obviamente mezclada con ciertas cosas en exteriores. Cambios de una temporada a otra, en cuestión de libretos y escenas.

¿Por qué salió del aire la serie? ¿Puede contarnos a detalle por favor?

Pareja Feliz, por el contenido tuvo dos quejas presentadas en la Supercom, una por un grupo de activistas GLBTI. Según ellos el programa tenía rasgos discriminatorios en contra de los homosexuales, porque teníamos un personaje que uno lo veía y lo dejaba con la duda de que era o no era. Se les entregó el material y ellos encontraron una escena que les pareció discriminatoria.

Obviamente no estoy de acuerdo porque soy parte de la serie, pero no puedo hacer nada, porque sí hubo una infracción. Teleamazonas utilizaba mucho los reprises dentro de la programación y no tuvo el cuidado de revisar los contenidos producidos anteriormente. Justo donde cae la sanción fue en un capítulo que estaba grabado cinco años atrás, cuando la Ley de Comunicación no existía.

No estoy de acuerdo porque es un programa de comedia con un mensaje en el que se muestra que hacia allá no debe llegar un matrimonio, de forma cómica,

más no haciendo una apología a la discriminación, al sexo, a la sumisión a la mujer como ellos mencionaron.

Entonces la Supercom, también le dio el fallo a favor de esta queja administrativa, en la que decían que en el programa hay sumisión de la mujer. Tampoco estoy de acuerdo, porque ellos lo vieron como una reincidencia en lo que fue sancionado. En este caso la reincidencia había discriminación hacia los homosexuales y en la segunda también había discriminación, entonces según la ley de comunicación en uno de sus artículos dice que cuando hay reincidencia se aplica la multa. Técnicamente es un juego de palabras. Reincidencia para mí es cuando tú vuelves a hacer algo una vez ya sancionado. Entonces acá no fue así, todo fue paralelamente.

Esto generó una sanción económica a Teleamazonas que es el 10 % de la facturación de tres meses, en aquella época ascendió a 115 mil dólares.

Entonces viendo estos lados vulnerables de la serie, Teleamazonas sintió temor, que puedan ponerles otra queja similar y con esta vulnerabilidad que tiene también Teleamazonas por ser un canal no afín al gobierno. Tenía miedo que pongan otra queja, y en este caso si caíamos en reincidencia, ya no era el 10%, sino el 20% , un golpe muy duro a la economía de cualquier empresa. Entonces el canal decidió sacar del aire y archivarlo, mas no porque considere que la serie tenía un contenido malo o que no aporte a la sociedad ecuatoriana.

Para nosotros si es un mal sabor de boca, porque cuando tú estas haciendo mal las cosas, está bien que te digan que estás mal, que tomes conciencia y cambies. Aquí no hubo esa oportunidad, simplemente yo prefiero sacar por miedo. Más no porque estábamos equivocados.

¿Cuáles fueron los argumentos que presentó el programa en defensa frente a las acusaciones que recibió?

Creo que se apegó mucho a la parte cultural, a la parte de libertad de expresión, se mencionaba que es una demostración artística, porque son artistas los que están en escena. Como nuevos en este tema, los otros tenían argumentos muy valederos, apegados a la ley. Hizo falta una defensa más fuerte, creo que no pensaron que se iba a caer en una sanción económica.

¿Cómo reaccionó la audiencia cuando el programa salió del aire? ¿Cómo manifestó su apoyo? ¿Qué pasó en las redes sociales sobre este tema?

Obviamente hubo muestras de solidaridad, unos lo vieron mal, otros lo vieron bien. Otros decían que es por el mismo hecho de Teleamazonas. Se dio mucho para hablar. Si bien es cierto hay mucha gente que es contraria a la serie y eso está bien porque para eso está la televisión, para que exista una crítica.

¿Qué pasa actualmente con la serie?

Si puede haber una posibilidad en internet, no al mismo estilo porque era una producción costosa. Manejar eso para internet no es rentable como manejarlo para un canal de televisión de señal abierta.

¿Qué pasará a futuro con la serie? ¿Se ha pensado quizá en hacer modificaciones para que pueda volver a la televisión?

No se ha pensado hacer algo con Pareja Feliz.

¿Qué restricciones y posibilidades cree usted que establece la Ley Orgánica de Comunicación para la generación de contenidos nacionales para medios de comunicación?

No veo restricciones, muchas de las cosas que dicen ahí siempre han existido no en la nueva sino en la anterior, solo que no se han aplicado muchas cosas.

Repito era ficción, estamos hablando de personajes ficticios con los que la gente se identifica, pero no es una apología, no es una serie a señalar a discriminar a los homosexuales.

Si estamos hablando de un personaje cómico, es una exageración es una caricatura. Se manejó de esa forma se tildó a la serie como discriminatoria, cuando la serie no lo es.

Encontraron una escena dentro de 30 capítulos, no vieron más de una escena que fue hecha hace cinco años. Eso es lo malo todo depende de quién lo ve, si tú quieres ver, lo vas a encontrar.

¿Tiene usted algún proyecto a futuro para la generación de producciones ecuatorianas de televisión?

No, con La Pareja Feliz. Si estamos haciendo contenido más *light*. Facetas distintas, reto actoral, no somos los malcriados de la tele.

2.2 Entrevista Luis Cucalón

¿Cómo surge la serie, cuándo y quiénes la crearon?

Nace como un *sketch*. David Reinoso, Jorge Toledo, Flor María Palomeque deciden producir la segunda parte del Cholito. Mostro de amor y siempre estuvo el proyecto de transformar el *sketch* de Vivos en la serie y como no había estudio, improvisamos un estudio para grabar La Pareja Feliz.

¿Qué pasaba en ese momento en cuanto a la producción de televisión de programas ecuatorianos en el país?

Esto fue hace unos seis años y medio, no existía la nueva Ley de Comunicación, no tenía las nuevas leyes que tiene ahora. El humor estaba

abierto. Había libertad, si bien hay personas que se sentían ofendidas, siempre he sido de la idea que si no te gusta cambies de canal y no lo veas, pero no detengas a nadie de ver lo que cada persona quiere, esa es la libertad de los medios de comunicación.

¿Cuál era el objetivo central del programa, qué buscaba mostrar al público y por qué?

Se buscó crear personajes que representen ciertas identidades, pero exagerando en sus expresiones corporales y expresiones de comportamiento, además de exagerar situaciones. Se buscaba entretener. El *rating* lo dijo, estuvieron cinco temporadas muy bien, la mayoría les gustaba La Pareja Feliz.

¿Cuál era la temática o temáticas centrales del programa?

Representar lo que supuestamente pasa en el matrimonio, exagerando todo lo que pasa. Se pierde esa belleza física y el trato, pero en el fondo hay amor, en la “Pareja Feliz” nunca se vio que se pongan los cuernos.

¿Cuál era prioritariamente el target o público al que estaba dirigida La Pareja Feliz?

A las amas de casa les gustaba mucho La Mofle y a las personas mayores de edad. En los shows se veía de todas las clases para ver el espectáculo.

¿Cómo se construyeron los personajes? ¿Cuáles fueron los personajes más queridos por la gente y por qué?

Ya estaban en el sketch, lo básico de los personajes. Jorge había trabajado con Flor y David, cada uno con su talento, aportando vivencias. Así como se inició el *sketch* y cuando se hizo serie se creó el universo, el jefe y la oficina, compañeros y en la casa con Rayoback.

Se buscaba principalmente que la gente se identifique con ellos ¿Se logró?

Era una representación de una pareja típica con exageraciones, eso es la comedia, exagerar. La gente decía: yo conozco a personas que son como La Mofle.

Tiene datos de en dónde era más vista la serie en Ecuador y quiénes la veían (Costa, Sierra, edad y género de las personas que la veían)

En Guayaquil y Quito hubo buena audiencia. Por ser un trabajo hecho en la Costa, en esa región tenía muchísimos más seguidores.

¿Cuáles son las razones por las que usted cree que la serie tuvo tanto éxito en las audiencias?

Producto éxito de Telamazonas. En todo programa hay razones del éxito, pueden ser horario, contenido, personajes. Yo le digo cosmos, todo tiene que ver.

La serie tuvo cinco temporadas en la televisión ¿considera usted que hubo una evolución en la serie o cambios marcados en cada temporada? ¿Cuáles fueron estos cambios o evolución?

Hubo evolución en todo. El Panzón y La Mofle tenían sus personalidades definidas. En la primera temporada se grabó en una casa, la segunda en un estudio. Los más marcados la producción y definición de la historia.

2.3 Entrevista Diane Rodríguez

¿Por qué denunciar el programa La Pareja Feliz?

tenemos una campaña que se llama “Tiempo de igualdad”, es una campaña de rechazo al *bulling, moving*, clínicas de tortura, lugares en los que se fomente la discriminación.

Nosotros identificamos que a través de los medios de comunicación se estigmatizaba a la población GLBTI, cuando hicimos el análisis nos dimos cuenta que los programas cómicos reformaban los estereotipos de la diversidad sexual. Encontramos que tenían muchas características, homolestranfóbicas, nosotros luego del análisis entramos en un diálogo a través de las redes sociales. Y comenzamos a decir en Twitter mencionando la cuenta de señor Reinoso, ¿sí no había una mejor forma de hacernos reír?

Pero fue lamentable que omitía nuestros llamados de atención y entonces nosotros hicimos una convocatoria a la que se sumaron cerca de 49 instituciones, de las cuales solo unas tres o cuatro eran GLBTI. Las otras eran asociaciones de mujeres, indígenas y afrodescendientes que veían con rechazo el programa.

Cuéntenos sobre el proceso que usted siguió para realizar la denuncia

Fue cuando ya presentamos la primera queja formal en la Defensoría del Pueblo. Como asociación Silueta X era la representante de todo esto, entonces Reinoso expresó a los medios que él iba a poner una queja en contra de la asociación y por supuesto en mi persona que soy la representante legal.

Eso no nos inmutó más bien nos dio más fortaleza porque sabíamos que el programa había discriminación, entonces seguimos el proceso desde febrero del 2014 hasta septiembre que se dio la sentencia. Fue un proceso muy complicado, me amenazaban de muerte, no sé si tenga que ver con esto, pero hay que mencionarlo, incluso aún estoy en el programa de víctimas y testigos de la Fiscalía General del Estado.

En fin nosotros seguimos el proceso, la asociación Silueta X se encargó de continuar la querrela legal, la llevó a la Supercom. Luego de la Supercom, paso al Cordicom y ellos elaboraron un informe en el que se ratificó que el capítulo presentado en enero del 2014, era discriminatorio.

En este hacían una apología de la discriminación. Salía una persona que aparentemente era gay se encontraba con otro se daban un beso en la mejilla, había gestos, acciones, comportamientos de homofobia y transfobia.

El segundo punto tiene que ver que uno de los actores, cuando se acerca la pareja homosexual, le da la mano y una vez que le da la mano inmediatamente se limpiarse la mano en la camisa, como que la homosexualidad fuera contagiosa.

Ese fue el segundo punto fuerte para que falle a favor nuestro. Con ese informe técnico del Cordicom se lo envió Supercom y la Supercom a través de esto convocó a audiencia, no al programa sino al medio de comunicación, porque la Ley Orgánica de Comunicación no tiene injerencia en los programas, sino en los medios de comunicación, que de forma irresponsable transmite esa apología de la discriminación. En ese caso fue Teleamazonas.

Se dio la audiencia, la resolución falló a favor nuestro y con eso se sentó un precedente contra la corporación mediática y cómica. Eso para mi fue un logro importante no solo para la institución, sino a nivel personal, porque yo sabía que si no fallaban a mi favor, el señor David Reinoso podía utilizar ese documento para hacerme una demanda por daños y perjuicios.

Luego de eso salió el Consejo Nacional para la Igualdad de Género, que garantiza la igualdad entre hombres y mujeres, y puso una denuncia en contra del mismo programa. Cuando ya ocurre por segunda vez, la Ley Orgánica de Comunicación determina que ya no existe solo una disculpa pública. Es decir la

querella legal que nosotros presentamos dio como resultado que el medio de comunicación pidiera disculpas a la comunidad GLBTI.

Sí se cometió un error la ley te permite que te disculpes por el error que has cometido, pero ya en la segunda ocasión no permite solo la disculpa. Lo que hace la ley es multarte económicamente, entonces multó al medio de comunicación con el 5% de lo que ellos facturaron mensualmente en el SRI. Entonces a la próxima era exponencial. Por tal razón los productores decidieron sacar del aire al programa.

¿En qué artículos de la ley Orgánica de Comunicación basó usted los argumentos de su denuncia?

No recuerdo, pero creo que era en el artículo 63, como un aterrizaje en la Ley de Comunicación, del artículo 11 de la Constitución de la República, en la se expresa que está prohibida la discriminación.

¿Su denuncia se enfocó en que exista una sanción para el programa o para que salga del aire?

No, inicialmente lo que nosotros queríamos era dialogar con el señor Reinoso y mostrarle el mismo capítulo y decirle, mire esto no es correcto, porque lo pasaban en un horario familiar. Entonces si yo soy un niño de 13 o 14 años, no tengo el criterio formado para determinar que ese es un chiste o una parodia.

Nosotros quisimos que ellos reflexionaran. Como no quisieron reflexionar seguimos el proceso legal.

Se dice que el programa tenía altos niveles de rating a nivel nacional ¿A qué razones atribuye usted esto?

A lo jocosos, hay que reconocer que nuestra cultura está dentro de un grupo sumamente estereotipado, entonces si tú muestras producciones dentro de este marco de estereotipos los hacen popular. El programa evidentemente jugaba con estos estereotipos sociales y como la gente se socializa con este tipo de estereotipos los acepta y evidentemente demanda una alta sintonía.

¿Quiénes cree usted que veían este programa (Costa, Sierra, género, edad)?

Principalmente los adolescentes y jóvenes.

¿Cuáles son los discursos o representaciones discriminatorias que usted encontró en la serie?

Evidentemente teníamos muchas más imágenes y varias que tenían contenido discriminatorio, solo que para nosotros hacerlo público teníamos que hacer una queja legal y es por esto que no los hicimos públicos porque ya no íbamos a presentar ninguna queja.

¿Qué posibilidades y cambios cree usted que establece la Ley Orgánica de Comunicación sobre la relación de los programas de televisión y las audiencias? ¿Qué ha cambiado al respecto en el país?

Algo ha cambiado, no mucho. Estimo que con la Ley se puede dar un cambio de 180 grados, pero no vamos ni un 20.

A pesar de que La Pareja Feliz salió del aire, varias personas del público mostraron su apoyo a los productores y actores a través de redes sociales ¿Por qué cree usted que esto se dio y qué opinión tiene al respecto?

Que está bien, es un apoyo solidario. Hubo incluso activistas GLBT que estaban en contra de la querrela legal.

Para muchos estaba muy bien que esas cosas sucedan, esas cosas les parecía bien, a mí me parecía un acto de violencia, como también me parece un acto de violencia que una mujer vaya por la calle y un hombre la piropée. Estas organizaciones no lo veían de esa forma, mientras nosotros estemos convencidos que se vulnera algún derecho en cualquier espacio, estaremos ahí para hacer respetar el derecho.

¿Cree que la televisión ecuatoriana aún tiene programas discriminatorios? ¿puede decirme los nombres de algunos de ellos? ¿Qué se puede hacer al respecto?

Si hay unos que otros, incluso hay gente GLBT que son parte del programa y piensan que como son GLBT pueden decir cualquier cosa, pero eso no está bien porque también están fomentando un estereotipo.

2.4 Entrevista Hernán Reyes

Actualmente se discute sobre la regulación de contenidos mediáticos en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación ¿Cree usted que es pertinente?

En realidad no se discute. Lo que se ha hecho es levantar una enorme campaña mediática por parte de los sectores que se opusieron desde un inicio a que existiera la LOC, poniendo en cuestionamiento la necesidad de una regulación de contenidos.

Hay discusiones marginales por parte de audiencias. A través de redes sociales cuestionan lo que se denomina telebasura. Lamentablemente no está generalizada una conciencia acerca de la necesidad de regular contenidos, que es una de las características de la ley ecuatoriana. El principio de la regulación de contenidos es la necesidad de avanzar hacia un escenario en el

que se cumpla el Artículo No.8 de la Ley, presente también en la Constitución. La necesidad de que haya una prevalencia de contenidos de carácter formativo e informativo, cultural y educativo, que esos contenidos sean de calidad. Ese es el espíritu de la Ley, que se mejoren la calidad los contenidos, por eso es necesario la implantación de medidas de carácter regulatorio. Hay que destacar que esta ley no implica la censura previa en ningún caso, tan solo la responsabilidad ulterior del medio de comunicación por los contenidos que difundan.

¿Es importante la regulación y sanción para los contenidos inadecuados?

Hay tres tipos de contenidos inadecuados que están precisamente en la Ley Orgánica de Comunicación: discriminatorios, expresamente, porque menoscaban derechos de personas; violentos porque perjudican a sujetos que desde la LOC ameritan protección, en este caso los niños, niñas y adolescentes; y, contenidos sexualmente explícitos que se transmiten en horarios inadecuados.

¿Cuáles son los parámetros para determinar si un contenido es adecuado o no para las audiencias, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación?

Existen procedimientos para calificar los supuestos contenidos discriminatorios para todos los casos. Hay un análisis técnico jurídico para establecer si el contenido supuestamente discriminatorio es tal, en esto interviene el Consejo de Regulación de Desarrollo de la Comunicación e Información, bajo pedido expreso de la Superintendencia de Comunicación.

En el caso de contenidos violentos le compete a la Superintendencia de Comunicación e Información analizar si son o no contenidos violentos, particularmente desconozco los parámetros que tenga la Superintendencia de Comunicación, supongo que serán parámetros técnicos.

En el caso de contenidos sexualmente explícitos en horarios inadecuados, le corresponde al Cordicom el análisis técnico jurídico y en el caso que lo fuera, también le correspondería establecer la sanción.

¿Por qué deben existir organismos reguladores en lugar de permitir que sean los consumidores quienes decidan si ver o no ver un programa determinado?

Los medios de comunicación generan contenidos que se los puede ubicar como intercambiables en un mercado determinado y como todo mercado amerita regulación. No puede haber mercado abierto, más aún cuando los contenidos televisivos y radiales son limitados. Por eso, el malestar de sectores ciudadanos que se quejan de los programas que dejan mucho que desear y que al mismo tiempo vulneran los derechos de las personas. Ya han existido sanciones.

Esta idea tan común y corriente que cada cual puede ver lo que bien le parece, es una idea enmarcada en términos de una concepción reductiva y simplista de la libertad de elección, porque no es de expresión, en un mercado comprimido con una oferta pobre y limitado.

Uno de los casos más destacados sobre regulación de contenidos fue el del programa La Pareja Feliz, que salió del aire en noviembre del 2014, luego de recibir sanciones de la Supercom debido a presentar contenidos que fueron catalogados como "discriminatorios". Para varios de sus seguidores y para sus creadores las sanciones a esta serie constituyeron censura a la libertad de expresión ¿Cuál es su opinión al respecto?

No tengo porqué discutir con los seguidores y con las personas que les gusta el programa. Tienen el pleno derecho a quejarse o reclamar.

Creo que la salida del aire de La Pareja Feliz fue beneficiosa para la televisión ecuatoriana. Pudo haber generado un efecto modélico para que se moderen otros programas humorísticos que estaban siguiendo los mismos pasos. Para mí es un logro de la Ley Orgánica de Comunicación porque ese programa vulneraba los derechos, en reiteradas ocasiones, en sus libretos y actuaciones se vulneraban derechos de mujeres, de personas de distinta orientación sexual y etnia.

Me parece que fue una decisión acertada del medio, que por decisión propia hayan sacado del aire al programa. Es parte del proceso de depuración que requiere la televisión ecuatoriana.

¿A partir de la aprobación de la LOC se han presentado cambios sustanciales en los contenidos mediáticos? ¿Cuáles son estos?

Han existido cambios interesantes como incorporación de contenidos interculturales por la mayoría de los medios de comunicación. No tengo datos porque no he hecho monitoreo, ni tampoco he recibido los datos de la entidad que le corresponde hacer monitoreo de cumplimiento que es la Supercom.

Me parece importante visibilizar la memoria histórica, saberes y costumbres de pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianos y montubios. Ese es un logro de la Ley Orgánica de Comunicación.

Me parece que el retiro de esos programas humorísticos que vulneraban derechos como La Pareja Feliz, la mejora en libretos de programas de la misma línea y que luego de la sanción a La Pareja Feliz bajaron su tono.

Creo que hay pendientes en cuanto a la Ley Orgánica de Comunicación y hay otros contenidos que son muy positivos.

¿Cuál debería ser el papel de las audiencias respecto a los contenidos mediáticos?

Debería ser un proceso más activo, pero eso no se va a lograr en el plazo corto. Es un proceso de educación crítica, de educomunicación para que las audiencias se desacostumbren de esta programación basura a la que han sido acostumbradas por décadas.

La gente llega a su casa y prende la televisión sin importar lo que se transmita y eso tiene un efecto negativo porque va remarcando y reproduciendo estereotipos y antivalores, pero como la gente quiere relajarse viendo televisión finalmente se convierte en una audiencia pasiva.

Creo que hace falta participación de las audiencias, por ejemplo boicotear sin ver esos programas y como no habría audiencia, los auspiciantes publicitarios no se interesarían por publicitar. Esa sería una forma extrema de participación ciudadana pero muy importante.

2.5 Entrevista José Laso

Actualmente se discute sobre la regulación de contenidos mediáticos en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación. ¿Considera que es pertinente?

Yo me opongo a todo tipo de censura, lo único que creo es que sí debe haber determinadas horas para los niños, es lo único que me parece regulable, aunque eso también es bastante utópico, porque los niños ven todo. Cualquier regulación de contenidos a mí me parece fatal, como regulación desde un poder externo, otra cosa es que los productores y personas tengan dimensiones éticas y morales, que son indispensables en la vida social; Los propios productores sepan cuáles son sus límites pero no necesitan del Estado que regule lo que deben decir y que paralelamente exista una multiplicidad de voces que debe tener una sociedad, las audiencias puedan discutir sobre estos contenidos. Tal como dice Martín Barbero, hay que partir desde las

mediaciones, desde la posibilidad que tienen los seres humanos de criticar, de ser cómplices de impugnar los contenidos y discutirlos. La censura obedece a una concepción falsa de lo que son los medios de comunicación.

¿Es importante la regulación y sanción de los medios?

Una determinada regulación en todas partes existe, pero es una regulación de otro tipo. El que regula tiene el poder, en este caso se regula porque se tiene intereses propios. Evidentemente la vida social necesita determinado tipo de regulaciones, pero no deberían implicar sanciones. Entonces esto se ha convertido en ente inquisidor, creo que estas entidades deberían despertar la conciencia crítica frente a los medios y trabajar con las audiencias. El gran problema es que los ilustrados juzgamos desde nuestra estética, que es relativa en relación a la estética de las personas que gustan de la televisión nacional.

En el momento en que los movimientos sociales, la movilidad social, los fenómenos que se producen en la sociedad se modifican, los contenidos cambiarán.

Las representaciones de las comedias son racistas y sexistas pero es mejor que esas se den y que se discutan a que no se presenten y que sean censuradas por el poder desde arriba. Eso debe suscitar la discusión pública que se muestra mientras la sociedad cambie, mientras la población avance, pero no avanza por la censura.

¿Cuáles son los parámetros para determinar si un contenido es adecuado o no para las audiencias, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación?

No sé qué considerarán ellos, creo que la Constitución y el mismo Código Penal prohíbe ciertas cosas, eso es suficiente.

¿Por qué deben existir organismos reguladores en lugar de permitir que sean los consumidores quienes decidan si ver o no ver un programa determinado?

Estoy de acuerdo que haya un organismo regulador pero de tipo ético y moral, no estatal. El gran modelo es el británico, hay un consejo de regulación de la BBC de Londres, que tiene un consejo regulador de tipo ético, no es nombrado por el Estado. Tiene que ser un tipo de regulación moral y ético más no pecuniaria o estatal.

Uno de los casos más destacados sobre regulación de contenidos fue el del programa La Pareja Feliz, que salió del aire en noviembre del 2014, luego de recibir sanciones de la Supercom debido a presentar contenidos que fueron catalogados como "discriminatorios". Para varios de sus seguidores y para sus creadores las sanciones a esta serie constituyeron censura a la libertad de expresión ¿Cuál es su opinión al respecto?

El organismo regulador debió señalar y poner a discusión pública los contenidos, pero no veo por qué tienen que sancionar un programa, estoy de acuerdo que exista un organismo regulador, pero no la Supercom, me parece que es un ente espantoso.

Un organismo regulador lo que debería es poner en la opinión pública esos contenidos discriminatorios y procurar que se discutan. Tiene que ser el empoderamiento de la sociedad el que ponga los límites, no el Estado, para eso está el Código Penal.

¿ A partir de la aprobación de la LOC se han presentado cambios sustanciales en los contenidos mediáticos? ¿Cuáles son estos?

Miedos y autocensura. Hay que considerar la vinculación de los medios a las redes sociales. Es un fenómeno muy importante la transmediación de los contenidos. La gente luchó en contra de la discriminación, eso es más efectivo que poner multas, que matan la discusión pública.

¿Cuál debería ser el papel de las audiencias respecto a los contenidos mediáticos?

Las audiencias no son pasivas, las audiencias están determinadas por muchas cosas. La lógica de producción no es la lógica de recepción, así como dice Eliseo Verón. La lógica de los sensores no es ni la lógica de recepción ni la lógica de producción. Son lo que son, yo crearía espacios para que las audiencias puedan discutir, pero si vivimos en una sociedad en la que se han suprimido los programas de discusión política, peor va a haber discusión mediática.

3. Firmas asistentes grupos focales

3.1 Firmas grupo focal estrato socioeconómico bajo

ANEXO

Registro de firmas de asistentes al grupo focal

Nombre	Sexo	Edad	Actividad principal o Profesión	Estado Civil	Número de Cédula	Firma
Mariana Cardona	Femenino	57	Doméstico	Casada	17000425-4	
Hein Roman	Masculino	60	Bolivariano	Casado	0700882855	
Isolina Pardo	Femenino	29	E. Publico	Casada	171644458-3	
Carlos Tejero	Masculino	51	Bolivariano	Casado	1102490211	
Bonita Quintana	Femenino	53	Doméstico	Casado	1102418801	
Elvia Pardo	Femenino	34	Aux Contable	Casada	171629904-5	

3.2 Firmas grupo focal estrato socioeconómico medio

ANEXO

Registro de firmas de asistentes al grupo focal

Nombre	Sexo	Edad	Actividad principal o Profesión	Estado Civil	Número de Cédula	Firma
Gioveth Castro	Femenino	19 años	Estudiante	Soltera	1727602482	
Carlos Albin	Masculino	28 años	Asistente Comunitario	Soltero	0502596414	
Patricia Jarama	Femenino	18 años	Estudiante de Ingeniería de Sistemas	Soltera	1716894973	
Edwina Vinuesa	MASULINO	19 años	ESTUDIANTE	SOLTERO	0502935257	Edwina Vinuesa
Risulda Morales	Femenino	45 años	dueña de casa	casada	1710994250	
EDWIN VINUEZA	MASCULINO	49 años	ING. MECÁNICO	CASADO	1708903008	
Ella Medina	FEMENINO	40 años	ADMINISTRADORA	CASADO	0702073564	Ella Medina
BERNARD VILLUECO	MASCULINO	44 años	MAESTRO	CASADO	1710209704	

4. Informe grupos focales

4.1 Informe grupo focal estrato socioeconómico bajo

Las mujeres se identificaban con La Mofle por celosa, los hombres con El Panzón, a pesar que creen que es muy grosero con su esposa. Según ellos el programa presentó muchos cambios, pero en cada temporada subió de tono, no era apto para cuando estaban con menores.

Los personajes más queridos fueron La Mofle, Lorenzo y El Panzón. No les gustaba que eran exagerados y a su apreciación las familias tienen problemas pero ellos lo llevaban al extremo.

Para ellos si representaba una realidad en cuanto a que existe un cambio en el matrimonio, pero que los personajes lo hacían muy fuerte. No les gustó la española, que no tiene identidad. Veían el programa por entretenimiento y porque no había más opción. Creían que no era el horario adecuado para transmitir “esos chistes”.

En cuanto al sexismo argumentaron que solo en ciertas cosas existen, pero piensan que es parte de la actuación. Para ellos no era necesario que le saquen del aire por una ley, dijeron que es trabajo de los actores y que cómo les van a dejar sin trabajo.

Les gustaría que vuelva al aire pero sin que sea tan grosero, ya que ellos si se divertían con algunas cosas, menciona sobre todo situaciones en que La Mofle come demasiado, o en los que hace sonidos para llamarle a su marido, además que muestren como eran antes.

4.2 Informe grupo focal estrato socioeconómico medio

El grupo focal inicia con uno de los programas de la “Pareja Feliz”, aproximadamente cinco minutos toma que las personas recuerden a los personajes mediante este video. La mitad de los invitados manifestaron que veían el programa de manera seguida, la otra mitad no la veía constantemente.

De manera unánime se mencionó que la primera temporada es la que más les gustó, causó expectativa debido a que era la continuación del *sketch*. Se cree que el programa involucionó de manera negativa. Se hizo repetitivo y cada vez existieron actuaciones muy fuertes para el horario en el que se transmitía.

Se acentuaron las groserías y los chistes se salían de tono, reforzaban estereotipos, y se perdió la gracia. Los personajes más queridos La Mofle, Rayoback y Lorenzo. Los menos queridos El Panzón y Penélope.

La Pareja Feliz nace de Vivos y es por esto que llamó la atención, es a partir de esto que gana público. El programa perdió el foco de lo qué para el grupo focal significa familia, mucho insulto.

La duración del programa fue algo que hizo que se haga aburrido. El contenido no era apropiado para una hora de programación. Los actores eran buenos pero exageraban demasiado en sus personajes

Lo que disgusta del programa :

- Denigración a la empleada
- Irresponsabilidad frente al trabajo
- Irrespeto y maltrato en familia
- Intolerancia hacia homosexualidad
- Exageración en la actuación

El programa es sexista considerando el trato a la empleada y a la secretaria. Creen que existe poco racismo, pero en algunos capítulos muy marcado, en Vivos existía más signos racistas.

Existió controversia en cuanto a la salida del aire del programa por la Ley de Comunicación. Argumentan que ver debe ser una decisión, más no coartar la información, estas opiniones fueron divididas, a pesar que criticaron el programa creen que no fue la manera.

No se entiende por qué un programa como este estuvo tantos años en el aire, y que haya tenido que llegar la Ley para censurarlo. Opiniones divididas en cuanto a que el programa regrese al aire, argumentaban que en que caso que regrese, lo deberían hacer como en un principio en el *sketch*.

5. Anteproyecto

1. Tema del Trabajo de Titulación

Representaciones de género y etnicidad en la televisión ecuatoriana y su incidencia en las audiencias: Caso de estudio La Pareja Feliz

2. Título

Representaciones de género y etnicidad en la televisión ecuatoriana y su incidencia en las audiencias: Caso de estudio La Pareja Feliz

3. Pregunta de investigación

¿Cuáles son las principales representaciones de género y etnicidad en el programa ecuatoriano La Pareja Feliz y cuál es su incidencia en receptores de diferentes generaciones y clases sociales de Quito?

4. Objetivo general

Análisis de las principales representaciones de género y etnicidad en el programa ecuatoriano La Pareja Feliz y su incidencia en receptores de diferentes generaciones y clases sociales de Quito.

5. Objetivos específicos

- Identificar las características principales de los personajes del programa La Pareja Feliz y sus interacciones.
- Conocer los discursos y representaciones sobre género y etnicidad que se encuentran en el programa ecuatoriano La Pareja Feliz.
- Realizar un análisis de recepción del programa La Pareja Feliz en televidentes de diferentes generaciones y clases sociales de Quito.

6. Justificación

La violencia es un problema latente, en el 2011 se determinó que seis de cada 10 mujeres son maltratadas en el Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec, recuperado el 20 de septiembre del 2014, p. <http://bit.ly/1sUvkf0>) Datos que son solo una aproximación a la realidad existente en el país y muestra que el machismo, la discriminación y la violencia se repiten a diario.

Escenarios como estos son retransmitidos en los medios de comunicación, lo que podría generar que se creen imaginarios sobre la forma de vivir y comportarse con los demás. “Los medios de comunicación (sea publicidad, campañas, gráficos) son partícipes de la implantación de ciertos estereotipos.” (Universidad de Palermo, 2008, p. 62)

El análisis del programa La Pareja Feliz es meritorio, ya que su transmisión inició en el 2009 y utiliza diferentes personajes, por el momento se encuentra en la quinta temporada, ya que ha tenido acogida en las audiencias, por esta razón es importante reconocer los principales personajes que se pueden diferenciar en la serie, identificar el lenguaje que se utiliza en la serie y la forma en la que los personajes actúan de acuerdo a ciertas escenas que son creadas a partir de estereotipos comunes de la sociedad.

Según el estudio de rating elaborado por la revista Vistazo, La Pareja Feliz, fue el programa de entretenimiento más visto de la televisión nacional en el 2011. (Vistazo, 2011, p. 11) Esto según los análisis de rating de ese tiempo. Lo que demuestra que esta investigación es necesaria para saber cuál es el alcance que tiene en las audiencias y cómo podría influir en el diario vivir de las personas que sintonizan el programa antes mencionado.

Además, para mostrar que la emisión de este programa estaría en contra del artículo once, numeral dos de la Constitución de la República en la que se establece que todas las personas somos iguales y no debe existir ningún tipo de discriminación, también en contra de lo establecido por el Plan Nacional del Buen Vivir, en el que se explica que, en Ecuador se debe “promover una cultura de servicio público que dé cumplimiento al principio constitucional de igualdad y no discriminación, que enfatice el diálogo, el respeto, el compromiso, la honestidad y la responsabilidad pública”, (Plan Nacional Del Buen Vivir, 2013).

El principal objetivo de esta investigación es mostrar cómo este programa podría estar reforzando estereotipos de la sociedad y no aportaría en el desarrollo de la misma. Es importante destacar que la investigación de este programa ayudará a determinar la incidencia en la opinión pública.

7. Antecedentes y definición del problema

La televisión es el medio que a través de imágenes y sonidos transmite al televidente la idea clara de lo que sucede en ese momento en determinado programa. “El crecimiento de la radio y la televisión universalizó el acceso a la información, ahora el público puede ser partícipe de la actualidad sin el esfuerzo de decodificación que soporta la lectura, porque sólo necesita ver y escuchar”. (Di Palma, 2010, p. 47)

La televisión nace con la idea de transferir información, con el tiempo gana terreno, y su programación cambia, ya no sólo se la utiliza como medio de comunicación, sino como forma de entretenimiento. “Aparecen nuevas televisiones y otras pantallas que se atreven a contar distinto: un periodismo más subjetivo, testimonial y pensado desde las imágenes; (...) unos medios de abajo y con la gente que se hacen para romper con la homogeneidad temática y política de las máquinas mediática, del mercado y del desarrollo”. (Rincón, 2011, p. 3).

A nivel mundial las transformaciones que se generan en la programación responden a las necesidades del mercado y cada vez más intentan obtener mayor audiencia.

Para cumplir con las necesidades de las audiencias, se van creando diferentes programas con distintas temáticas, para que la gente consuma más producciones televisivas. Es así como poco a poco se crean ideas innovadoras con nuevos planteamientos, con el principal objetivo de entretener al público.

En el caso de España a partir de los años 90 la televisión muta, un caso similar lo vivimos en este país, las transformaciones son profundas, se consolidan nuevas ideas de programación para satisfacer a las audiencias y a la vez ganar más dinero por transmitir las en televisión. “La apertura del mercado audiovisual hace que la obtención de beneficios pase a ocupar un lugar prioritario en las escalas de valores de los ejecutivos de televisión ” (Bardají y Gómez, 2004, p. 54).

“A lo largo de estas décadas, la industria de la producción televisiva ha experimentado un notable desarrollo, dejando de ser una actividad casi artesanal, para convertirse en un negocio peculiar pero plenamente profesionalizado”. (Guerrero, 2010, p. 4). En su afán de nuevas creaciones nacen programas de entretenimiento, como los programas de farándula, de concursos y las series dramatizadas. Las primeras comedias ecuatorianas muestran parodias de los comportamientos de la sociedad del país.

En Ecuador existen pocos estudios en cuanto a la incidencia de los programas de entretenimiento, que hacen parodia a la vida de los ecuatorianos, como es el caso de La Pareja Feliz, un programa que se transmite desde el 2009 en la cadena Teleamazonas. En la actualidad están en la temporada cinco, muestran características comunes, que según sus productores, los ecuatorianos poseen. Además muestran ciertos comportamientos que son tachados como impropios, por la manera en la que son transmitidos.

Es meritorio un estudio a profundidad de las narrativas que se utilizan en esta programación humorística, además para determinar la incidencia en las audiencias, a través de la generación de representaciones de género y etnicidad.

8. Estado del arte

En Ecuador existen publicaciones que analicen la programación y la publicidad que se consume en el país. A continuación se establecerán ciertos estudios de investigación que se han hecho a partir de la temática.

Uno de los principales es “Producción nacional y publicidad en televisión Igualdad y no discriminación”, que fue publicado en diciembre del 2012, por la Defensoría del Pueblo del Ecuador, hace énfasis en la influencia de la televisión en las audiencias, en la que se destaca que la televisión es el “medio de comunicación con mayor cobertura y consumo, con un promedio nacional de penetración del 96%” (Defensoría del pueblo, 2012, p. 10) en el mismo estudio se determina el tiempo y el espacio que se utiliza para la publicidad y programación, mostrando que los roles tradicionales se mantienen y son discriminatorios. Hace énfasis en los programas de entretenimiento, como La Pareja Feliz, que muestran tendencias de racismo, sexismo y discriminación hacia los grupos vulnerables del Ecuador.

Otro aporte al tema de investigación es un observatorio del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay, denominado “Estudio de programas de entretenimiento”, realizado en el 2008, a pesar de no ser un estudio académico, hace una encuesta en Cuenca, en la que se determina que en la programación de entretenimiento ecuatoriana se muestran comentarios racistas, además se puede ver la subordinación de la mujer y el maltrato entre estratos sociales. En este observatorio los números varían, (Gamma, 2008) “si analizamos los programas de concurso y farándula vemos que la primera función tanto para hombres (67%) como para mujeres (57%) es *interactuar*. En segundo lugar, los hombres cumplen una función *patriarcal* (33%), en tanto que las mujeres cumplen la función de *objeto sexual* (29%), y luego la de *objeto decorativo* (14%)”. Entre las principales críticas a estos programas está que utilizan estereotipos de la sociedad para referirse a las mujeres, a la comunidad GLBTI, a los indígenas y afroecuatorianos. Estas cifras enriquecen la investigación para enmarcar la realidad a la que se exponen las audiencias al observar esta programación.

En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil se desarrolló en el 2012 una tesis por las estudiantes Sara Barberi y Diana Viveros, denominada “Estudio del contenido y la sintonía de los programas televisivos: *En Carne Propia, Sorprendente y Ecuador Insólito* que se transmiten en señal abierta en sectores urbanos de la ciudad de Guayaquil”, este trabajo es un monitoreo de medios centrado en una matriz, para estudiar el comportamiento de las audiencias y por qué eligen estos contenidos. Además se profundiza en la transmisión de cada uno de los programas y determina que este tipo de programación hace apología de los hechos y genera ideas distorsionadas de lo que sucede y utiliza a las personas de escasos recursos como parte de sus notas e informaciones, para ganar más popularidad. Tal como lo explican las autoras de esta tesis, en el estudio se intenta mostrar la realidad de esta programación.

En la Universidad Andina Simón Bolívar existe un estudio sobre lo que prefiere el público y cómo influye la televisión en las audiencias. Concluyen que por

estrato social las preferencias van cambiando que se llama “Televisión sensacionalista, constructora de nuevas sensibilidades o insensibilidades: Hacia un estudio del consumo”, fue publicado en el 2012, por Marjorie Zábala. Esta tesis aportará en la investigación porque se basa en el acercamiento a las audiencias y sus preferencias en cuanto a la programación, además de la incidencia que generan en los telespectadores y cómo las reacciones mutan, de acuerdo con el nivel económico y educativo de cada una de las personas, estas situaciones son diferentes de acuerdo al entorno de las audiencias y cómo se comportan ante la información que se presenta en dichos programas, por ejemplo, se expone que en un entorno económico alto tienen la posibilidad de elegir.

En la misma institución también existe una investigación sobre “El reino de las realidades y el problema de lo imaginario en el mundo de la información”, escrita por Eduardo Bravo en el 2013, en la que se abordan análisis de los imaginarios que se refuerzan a través de los medios, también como se forman los signos que se van creando referente a algo, los símbolos que se desglosan de las situaciones que se presentan en la televisión y fetiches, como el goce de recibir cada vez más información. “Es un estudio que parte desde el análisis de la forma de actuar del público, así como también el pensamiento que se van formando, además de la relación entre los medios y sus seguidores y como la televisión influye incluso al momento de tomar decisiones” (Bravo, 2013, p. 10).

En la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Ecuador (FLACSO) se encuentran dos publicaciones que aportarán al tema de investigación, la primera del 2005 de Mauro Cerbino, titula “La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana”, en la que se destaca cómo los medios crean percepciones como la inseguridad, la violencia. Además hace énfasis en la forma en la que informan en los noticieros y programas de televisión. Este trabajo presenta “una propuesta de interpretación del rol de los medios en la cobertura de información sobre seguridad que debe

ir unida a una posterior propuesta de responsabilidad social de los medios en la cobertura de información”. (Cerbino, 2005, p. 40) De esta manera se hace un estudio del caso, mediante un análisis de los programas y después se presenta una alternativa para que haya periodismo más responsable.

La segunda investigación de la FLACSO es un “Análisis y percepciones de las piezas publicitarias de la campaña reacciona Ecuador el machismo es violencia”, escrita por Carolina Salcedo en el 2012, en la que se desarrollan los impactos que tuvo esta campaña y los imaginarios que aún se mantienen en sociedad en cuanto a la violencia en contra de la mujer. Este estudio se lo realizó a través de estudio de caso e investigación con grupos focales. También muestra la realidad de la violencia en las familias ecuatorianas y la necesidad de la creación de normas para combatir esta problemática social que afecta a 6 de cada 10 mujeres a nivel nacional. Situación que podría ser mejorada además con nuevas formas de educar, para evitar estos contratiempos que causan inestabilidad a nivel nacional.

En Latinoamérica también hay documentos que aportarán en la investigación propuesta, como es el caso de “Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigidos a mujeres: “milena tu amiga”, “grandiosas” y “de mujer a mujer”, transmitidos de febrero a abril de 2012”. De Catia Valladares estudiante de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” de El Salvador. En esta tesis se divide a los programas específicamente en tres categorías, que son conocimiento cultural, temas de conversación, recursos de lenguaje y tipos de discurso. A partir de aquello se hace un análisis crítico de la manera en la que se construyen los discursos en la sociedad. Se muestra también “la ruta que se origina desde la imposición de una ideología dominante, por parte de las Industrias Culturales, hasta la reproducción de un discurso tradicional sobre la feminidad” (Valladares, 2012, p. 25)

A nivel mundial en España también existen escritos que abordan la temática,

en la Universidad Complutense de Madrid se encuentra una publicación “estereotipos de género en la publicidad de la segunda república española: crónica blanco y negro” escrita por Susana de Andrés del Campo en el 2002. Aquí se hace análisis a las publicidades que siempre han mostrado los estereotipos de la sociedad. Mediante esta tesis se quiere comprobar la influencia de las publicidades en las cotidianidades de las personas. Esta investigación aporta a mi tema ya que la publicidad también se rige por ganancias y termina mostrando otra problemática y es que los medios necesitan de dinero sin importar que influyan de manera negativa o positiva en las audiencias.

El folleto “Mujer, violencia y medios de comunicación” es una publicación del 2002 hecha por el gobierno español para mostrar la problemática que existe con el tema de la violencia doméstica y cómo los medios influyen para que estos comportamientos se mantengan. En este trabajo se muestran los casos de mujeres españolas afectadas y las publicaciones de los medios de comunicación en las que se abordan estas problemáticas, que coadyuvaron para que esta situación no cambie. Este estudio fue un exhaustivo monitoreo de medios en el que se determinó que las notas que abordaban la temática de violencia contra la mujer, cumplían con ciertos patrones discriminatorios que aportan para que las historias se repitan. Por esta razón esta publicación además tiene una propuesta para que las cosas cambien. Las problemáticas que se viven en otros países son similares a las que se vive en este país.

Dichas publicaciones aportarán a mi investigación, ya que muestran el estado actual de los programas de entretenimiento en el país y a nivel mundial. Las publicaciones muestran que este tipo de programas visibilizan ciertos comportamientos como “normales” y como también tienen un sesgo sumamente excluyente, lo que generaría que se refuercen ciertos paradigmas que maneja la sociedad ecuatoriana. Estos textos además ayudarán a comparar realidades.

9. Marco Teórico

Teoría Crítica y Estudios Culturales

Para desarrollar la investigación propuesta es necesario partir de conceptos de pensadores reconocidos, por esta razón se tomarán en cuenta dos teorías de la comunicación, tal es el caso de la Teoría Crítica y Estudios Culturales, dos teorías que analizan la forma de comunicación de los medios de masas y también las reacciones que estos producen en las audiencias. A continuación se desarrollaran los conceptos, autores principales de dichos teorías.

Teoría Crítica

La Teoría Crítica nace con la idea de analizar los medios de comunicación de masas. Describe el funcionamiento de los medios y su relación con la forma de comunicar. “ Los medios forman una cortina de humo, un vapor que embrutece: La comunicación de masas conduce al silencio de las masas” (Maigret, 2005, p. 110).

Este planteamiento tiene sus orígenes la escuela de Frankfurt que fue creada en 1923, desarrolla la importancia de analizar a los medios de comunicación y a sus contenidos, desde la forma de producir programación homogénea que se muestran a la población de la misma manera y que a la vez las personas no la cuestionan. “Desde el punto de vista de las ciencias sociales, su interés es el de suministrar; un primer andamiaje para un método de la dominación cultural que se expresa a través de los medios masivos”. (Maigret, 2005, p. 108).

"A mediados de los años cuarenta Adorno y Horkheimer crean el concepto de industria cultural. Analizan la producción cultural de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía " (Mattelart, 2010, p. 54).

Surge como la teoría que inició su máximo estudio durante la Segunda Guerra

Mundial, en un análisis del papel de los medios de aquella época, sus principales representantes fueron Theodor Adorno y Max Horkheimer. Dos pensadores que se vieron influenciados por lo que sucedía en aquel momento y propusieron dicha teoría. En la que se plantean conceptos críticos hacia los mass media “Los medios masivos, administrados como industrias, ejercen una permanente seducción porque alivian, relajan, permiten soñar y tener esperanza”. (Maigret, 2005, p. 109).

El concepto clave para esta teoría es el de industria cultural, en el que se relata la forma en la que los medios de comunicación publican contenidos iguales, sin importar si este es un medio visual, escrito o radial. Los contenidos son producidos en masa, como si se tratara de cualquier otro producto. “Analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía” (Mattelart, 2010, p. 54), de la misma manera, el autor profundiza en la elaboración de contenidos iguales en los medios, con los mismos estándares de producción.

El mismo concepto expone la falta de crítica de las audiencias ante esta situación, en la que a juicio de los autores los medios mantienen el poder al mostrar conceptos que homogenicen el pensamiento y para los teóricos las audiencias no reaccionan ante los contenidos. “Los estereotipos que éstos transmiten reducen la complejidad del mundo y gustan por su monotonía tranquilizadora”. (Maigret, 2005, p. 111)

Los medios ejercen poder ante sus audiencias y de esa manera logran vender sus contenidos haciéndolos parte de la industria cultural, al producir en masa logran ganar más réditos económicos con cada una de las publicaciones. Adorno y Horkheimer también plantean que la cultura se vuelve mercancía y esto lo logran los medios de comunicación al imponer ideas que responden al interés de las personas que están detrás de toda la industria cultural. “La industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura y si caída en la mercancía” (Mattelart, 2010, p. 57)

Para reforzar esta teoría es necesario precisar ciertos conceptos relacionados con la teoría marxista, en la que se centra parte de la Teoría Crítica cuando se discute sobre que prevalece el burgués sobre el proletario y en que también se destaca la idea de la dominación económica en la sociedad. De la misma manera, la información que se transmite en los medios de comunicación se convierte en mercancía, que a su vez es consumida por las audiencias, que poco a poco se acostumbran a cierta programación que podría influenciar al público y cumple con el proceso económico que es “socialización-estandarización y división del trabajo”(Mattelart ,2010, p. 54).

Los medios van creando ideas sobre lo que sucede, incluso en muchas ocasiones homogenizan el pensamiento de las personas. Los medios muestran lo que les produzca más réditos económicos y que a la vez forman maneras de ser, “el ciudadano tiene a convertirse en consumidor con un comportamiento emocional y aclarador y la comunicación pública se disuelve en actitudes siempre estereotipadas” (Mattelart, 2010, p. 57)

Tal como explica el autor Maigret citando a Adorno, “los medios juegan el mismo papel que la religión en Marx, son el nuevo opio del pueblo: “el placer favorece la resignación que supuestamente ayuda a olvidar” (La Dialéctica de la razón)” (Maigret, 2005, p. 112). Esta es la manera en la que las personas se distraen de la realidad, sin darse cuenta que en muchas ocasiones esto podría influenciarlos, ya que los medios han utilizado la producción en masa que responde a la misma lógica de la producción de cualquier objeto.

Lo que logran los medios con esto es que la sociedad consuma su discurso y la idea que quieran imponer. “A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural: serialización - estandarización - división del trabajo”. (Mattelart, 2010, p. 53). De la misma manera la industria cultural se desarrolla en la programación diaria de los medios.

A partir de los años ochenta esta teoría es replanteada por Habermas, quién retoma estas ideas y escribe que los sobre los medios, que a juicio del autor tienen una “racionalidad técnica es el «carácter coercitivo» de la sociedad alienada” (Mattelart, 2010, p. 54).

Los medios destruyen la capacidad crítica de las audiencias, ya que los acostumbran a una misma programación, además destaca que los medios tienen gran relación con el poder y el Estado para generar ciertas acciones en la sociedad.

La Teoría Crítica ayudará con la investigación propuesta, ya que el objetivo principal es establecer la incidencia de los programas de televisión en las audiencias, se partirá desde el análisis de esta teoría de la comunicación.

Estudios Culturales

En respuesta a la Teoría Crítica, también se desarrollará los Estudios Culturales que centran su atención en la forma en la que las audiencias reaccionan ante los contenidos que son transmitidos por los medios de comunicación, esto depende de cada grupo social. “La contradicción se introduce igualmente en el esquema en todos los niveles de la sociedad; el mundo de los dominantes no es unido sino conflictivo, reposa sobre la alianza coyuntural de fracciones de clase.” (Maigret, 2005, p. 249)

De la misma manera además se establece sobre lo que las audiencias perciben dependiendo del lugar en el que se presenten la información. Los Estudios Culturales muestran cómo llegan los contenidos al público y cómo las reacciones son diferentes de acuerdo a las situaciones por las que están atravesando cada una de las personas. "Los medios tienen tendencia a reproducir el campo ideológico de la sociedad y su estructura de dominación pero no se trata más que de una tendencia sistemática" (Maigret, 2005, p. 249)

En estos estudios también se fijan las construcciones que cada persona tiene

sobre lo que ve y estas percepciones cambian de acuerdo a diferentes variables, tal es el caso del estado económico, educativo y pensamiento. "El poder no está ligado solamente a la lucha de clases sino a la diferencia de edad, de roles sexuales, etc, se encuentra relativamente difuso en el cuerpo social" (Maigret, 2005, p. 252)

“Desde muchos ángulos, el movimiento británico y norteamericano de los *Cultural Studies*, que se expandió verdaderamente durante los años 1970-1990, puede describirse como una síntesis de los esfuerzos realizados hasta entonces sobre el tema de la cultura de masas” (Maigret, 2005, p. 245). Entre los principales propulsores están Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall, quienes además dieron más énfasis a sus estudios en la universidad de Birmingham, de ahí que estos estudios se los relacione con esta escuela.

Nace con la idea de hacer un estudio a la recepción de contenidos en la cultura de la época ya que la calificaban como una cultura “refinada, mediocre y brutal”, además como una preocupación por la educación, para saber la influencia de los medios y cómo influenciaban los mensajes. "Todos y todas ligadas a la rehabilitación de la cultura popular y de masas" (Maigret, 2005, p. 254)

La teoría se basa en publicaciones que hablaban sobre el cambio de la forma de comportamiento a partir de la existencia de los medios de comunicación. Pero sobre todo tratan de dividir dos palabras que hasta esa época fueron utilizadas de la misma manera que son sociedad y cultura, de ahí llegan a las conclusiones que los medios influyen pero de diferente manera. “Los medios masivos se utilizan para alimentar la realidad cotidiana con alegrías diarias y para acrecentar la comunión al interior del hogar; hablan de un mundo de promesas convertido en entorno pero especialmente hacen hablar, incrementan la actividad en el hogar” (Maigret, 2005, p. 247).

Por esta razón Hall divide a las audiencias de tres maneras las que están en

modo hegemónico, modo negociado y modo oposicional, para esto es necesario el concepto preciso que establece Mattelart en el libro *Industria cultural, ideología y poder*:

“El primero corresponde a los puntos de vista hegemónicos que aparecen como naturales, legítimos, inevitables, el sentido común de un orden social y de un universo profesional. El segundo interpreta el mensaje a partir de otro marco de referencia, de una visión del mundo contraria (por ejemplo, traduciendo el «interés nacional» como «interés de clase»). El código negociado es una mezcla de elementos de oposición y de adaptación, una mezcla de lógicas contradictorias que suscribe en parte las significaciones y valores dominantes, pero toma argumentos de una situación vivida (por ejemplo, de intereses grupales) para refutar las definiciones generalmente compartidas”(Mattelart, 2010, p. 75).

En las que se los diferencia de acuerdo a sus acciones, estado social y económico. "Esta recontextualización de la cuestión de identidades y de sus relaciones con una cultura de masas cada vez más mestiza y globalizada, es el meollo de la apropiación de los estudios culturales".(Mattelart, 2010, p. 264)

Otro punto que hay que destacar de los Estudios Culturales es que a juicio de sus propulsores especialmente de Jenkins que escribe sobre el papel de las audiencias "los públicos también son productores de texto y no sólo receptores, que son estrategas y no sólo diseñadores de tácticas" (Mattelart, 2010, p. 270) las personas son consumidoras y a la vez pueden ser formar contenidos, porque si tienen la capacidad de criticar los contenidos.

La teoría de Estudios Culturales aportará específicamente para identificar la manera en la que los medios inciden en la gente y cómo las personas reaccionan ante estos contenidos, ya que podría existir comportamientos

diferentes de acuerdo a las personas. De la misma manera, se relacionará con los estudios por género y etnicidad como se irá explicando en el desarrollo de la investigación.

A pesar que ambas teorías son contradictorias las dos aportan a la investigación, ya que contribuyen con los objetivos planteados, que son mostrar cómo inciden los medios en las audiencias y a la vez cómo reaccionan con cada uno de los contenidos que se transmiten en los medios de comunicación.

1. Implicaciones sociales de los medios de comunicación

Para desarrollar la investigación es preciso abordar ciertas temáticas que aportarán con el avance del trabajo de titulación y cumplir con los objetivos antes propuestos, es por esta razón que se ha hecho una subdivisión en la que se muestran los temas que se tratarán para llegar a establecer el camino por el cual la investigación seguirá para hacer el monitoreo de medios para analizar el programa ecuatoriano de entretenimiento La Pareja Feliz. Por esta razón se establecerán los siguientes conceptos.

1.1 Medios y mediaciones

Para avanzar con la investigación es necesario describir contenidos y especificaciones que ayuden a diferenciar los términos que se utilizarán para desarrollar el tema, en tal caso se tomará en cuenta la situación de los medios de comunicación en América Latina, específicamente en la televisión.

Para el autor José Martín Barbero los medios actualmente sufren de crisis de comunicación por la manera en la que expresan sus contenidos, "en este malhadado comienzo de siglo la comunicación se halla atrapada entre fuertes desubicaciones y densas opacidades que provienen de la emergencia de una razón comunicacional". (Barbero, 1991, p. 11).

Los medios de comunicación podrían ayudar a una mayor unión, por la

información y programación que transmiten. "La conversión de *la comunicación* en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas -étnicas, nacionales o locales - en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías". (Barbero, 2003, p. 9).

El gran ejemplo de esto es la televisión, que con sus cambios ha permitido que con el paso del tiempo cada vez tenga más audiencia, pero para Jesús Martín Barbero la televisión no ha sufrido de un cambio de fondo que contribuya con un desarrollo integral de las audiencias. "Lo único que parece importar decisivamente a los productores y programadores de las tecnologías de videos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés". (Barbero, 1991, p. 239)

La televisión aún sigue siendo el motor de unión familiar, esto se debe porque es un medio que muestra imágenes, lo que genera mayor cercanía con la gente. Por eso incluso llega a tener mayor credibilidad y menor cuestionamiento, ya que el público está observando. La forma en la que la información es procesada depende de cada persona, por eso Barbero establece que "en los usos no habla sólo la clase social, habla también la competencia cultural de los diversos grupos que atraviesa las clases, por la vía de educación formal en sus distintas modalidades, pero sobre todo los que configuran las etnias, las culturas regionales, los dialectos locales y los distintos mestizajes urbanos en base a aquellos" (Barbero, 1991, p. 247)

El tiempo que la gente utiliza en los medios es una forma en la que se ejerce poder, ya que utilizan su tiempo de ocio en mirar la televisión "si el medio está en trance de sufrir numerosos cambios la mediación desde la que ese medio ópera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo" (Barbero, 1991, p. 232).

Además se analiza sobre los lugares en los que se encuentra la tv y el tiempo que se le dedica. "Los pocos que se arriesgan a salir de la denuncia y pasar a la acción proponen una elevación cultural de la televisión que se materializa casi siempre en un didactismo insoportable " (Barbero, 1991, p. 243).

Para esto es necesario además precisar lo que sugiere Rincón, ya que él explica que los medios en muchas ocasiones se han convertido en un ente que mantiene a las personas muy atentas a lo que sucede especialmente en la televisión "los medios de comunicación nos venden la idea de que «somos dioses»: ya que nos fundamos en nosotros mismos, no necesitamos de ilustradores ni de razones para ser exitosos; sólo debemos ser expertos en la narrativa, el espectáculo y el entretenimiento". (Rincón, 2006, p. 11)

1.2 Representación mediáticas

En los medios de comunicación siempre se observan diferentes tipos de representaciones, de aquí que es inevitable tomar en cuenta este término para explicar qué es la representación, en qué consiste y qué dicen los autores sobre este tema que siempre estará ligado a los medios de comunicación y a su programación.

La representación existe desde que el ser humano en su afán de comunicarse hace pequeños dibujos para explicar lo que debían hacer, por ejemplo cuando quería cazar. De ahí para que las formas de expresión hayan cambiado y representen a nuevos elementos para explicar todo. Incluso creando lenguajes y signos. Esto lo afirma Rincón "la comunicación es un modo de producir sentido social, de afirmar o transformar percepciones y representaciones, de conectar con promesas de futuro y de buscar las formas narrativas del mundo" (Rincón, 2006, p. 13).

Tomar en cuenta estos conceptos son necesarios para saber cómo nace la idea de la representación, cómo se ha vuelto un ente de poder y además de la

importancia para el desarrollo en general “Lenguaje y representación tendrían la capacidad de producir significado, establecer conexiones con el poder, exponer conductas reguladores, promocionar identidades y subjetividades” (Hall,1997, p. 6).

Las representaciones están en cada lugar y es así como también están presentes en los medios de comunicación con cada uno de los productos que se transmiten y que las audiencias ven. “La tecnología avanza a grandes pasos y el desarrollo de novedosos software simula cada vez más y superior en detalle a la producción y representación de la propia vida humana.” (Universidad de Palermo, 2008, p. 28).

La representación tiene el poder cuando se trata de exponer algo y más aún cuando se trata de los medios de comunicación. “Los contenidos, los valores y las representaciones importan, pero para poder tener impacto «deben» convertirse en historias que se hacen modos de narrar, dentro de la lógica del entretenimiento y bajo la presión industrial”. (Rincón, 2006, p. 23). Por eso es necesario descifrar los significados de la programación y cómo estos inciden en las audiencias y en su forma de comportarse.

1.3 La televisión: hiperrealidad mediática

Como se ha explicado, la televisión es el medio que presenta mayor cercanía con las personas y a la vez genera mayor credibilidad, “la televisión ha triunfado como medio más popular y como narrador central de nuestras vidas porque ha sabido responder a la temporalidad hogareña”(Rincón, 2006, p. 22), por el mismo hecho que aparecen imágenes, por esta razón es necesario dar ciertas explicaciones sobre la televisión y sus narrativas mediáticas.

La televisión nació como un aparato que enviaba y receptaba señales, poco a poco siguió avanzando en conjunto con la tecnología y en la actualidad son aparatos con mayor tecnología y cada vez más costosos. Pero ¿por qué aún tiene tanto éxito este invento?, la respuesta podría ser fácil, sigue siendo una

de las principales atracciones para pasar el tiempo y dejar de lado las situaciones cotidianas. "*El entretenimiento*. Los medios de comunicación encontraron su lugar en el mundo en el horizonte del afecto y el entretenimiento de las masas urbanas excluidas de la oferta cultural de élite; a imagen de la televisión". (Rincón, 2006, p. 22)

Este es el medio que genera tranquilidad, es más utilizado en los momentos de ocio y es uno de los primeros a los que se acude para buscar información. "Somos esa sociedad telecéntrica, esa sociedad en la cual la televisión no construye mensajes, sino modos de relación y modos de percepción de la realidad". (Rincón, 2006, p. 167)

La narrativa de este medio se centra en crear situaciones a través de las imágenes que se van adaptando principalmente para entretener a la gente, se ha convertido en la compañía de las personas e incluso un distractor de la vida real. La televisión se ha convertido en una hiperrealidad, ha sido sustituida por el simulacro y por pensar en cosas que no son reales. "En un mundo sin referencias, la referencia del deseo, o incluso la confusión del principio de realidad y del principio de deseo, son menos peligrosas que la contagiosa hiperrealidad". (Baudrillard, 1987, p. 47)

La sociedad ha adoptado ese tipo de pensamientos por la forma en la que viven y más cuando están expuestos a programas y publicidades que no ayudan en su desarrollo integral. "En un mundo sin referencias, la referencia del deseo, o incluso la confusión del principio de realidad y del principio de deseo, son menos peligrosas que la contagiosa hiperrealidad". (Baudrillard, 1987, p. 47)

1.4 Campo mediático y campo ideológico

A parte de la representación es necesario conocer sobre los campos

mediáticos y e ideológicos, que ayudarán en la investigación propuesta para diferenciar “uno de los cambios principales en el orden cultural global, provocado por el cine, la televisión y la tecnología del video (así como por los modos que enmarcan y energizan otros medios, más tradicionales, de comunicación). Tiene que ver con el papel de la imaginación en la vida social” (Appadurai, 2001, p. 68).

El campo mediático y el campo ideológico tienen gran relación ya que mediante los medios se van creando las cercanías necesarias para que las personas se sientan otra vez como si estuviesen en sus agrupaciones culturales, “en la medida en que los grupos migran se reagrupan en nuevos lugares, reconstruyen sus historias y reconfiguran sus proyectos étnicos. Lo etno de la etnografía adquiere una calidad resbaladiza y no localizada, ante lo cual tendrán que responder las prácticas descriptivas de la antropología”. (Appadurai, 2001, p. 63)

Los medios les dan esa idea de volver a sus lugares de origen, por eso se explica que esto es aprovechado por los medios para su beneficio, “existen por lo tanto, una necesidad urgente por atender y concentrar nuestra atención en la dinámica cultural de lo que hoy se denomina como desterritorialización”. (Appadurai, 2001, p. 63)

También ayudan para que las personas se creen ideas sobre ciertas cosas, tal es el caso de los programas que de entretenimiento porque los hacen parecer más cercano a la realidad “más consecuente con nuestros propósitos es el hecho de que hoy en día la imaginación adquirió un poder singularmente nuevo en la vida social.” (Appadurai, 2001 , p. 67).

El campo ideológico que tiene el público es uno y depende de la realidad de cada persona, mientras que el campo mediático siempre es otro, e intenta crear nuevos escenarios e ideas en la forma de la interacción y convivencia. Por esta razón los medios no son tan importantes por las nuevas imágenes que se pueden observar en las televisiones, sino porque crean otras posibilidades a

sus públicos y eso es lo que atrae a las audiencias. De esta manera se puede aportar a la investigación para mostrar el campo e ideología del programa y de las audiencias.

2. Construcciones y discursos de género y étnicidad en la televisión

Para que la investigación sea más centrada es preciso escribir sobre las construcciones mediáticas y los diferentes discursos que se transmiten en la Televisión, que es una emisora de imágenes de diferente índole para sus audiencias, en los siguientes puntos se desarrollan ciertas explicaciones que ayudarán a ciertos conceptos que son manejados en los medios.

2.1 Discursos y Poder

Para entender de mejor manera los conceptos que se manejarán en la investigación es indispensable escribir sobre los discursos y el poder que se maneja en la televisión.

Muchas veces se piensa que el discurso es hablar en público, sobre una tarima y con un micrófono, pero esa idea es errónea, el discurso es el mensaje que se deja a las personas cuando uno se refiere a un tema. Foucault establece las diferencias de un discurso falso y verdadero a través de la historia y cómo esto genera poder, el autor lo describe de la siguiente manera:

“Lo enfocaré de dos maneras. Por una parte, quisiera intentar señalar cómo se hizo, pero también cómo se repitió, prorrogó, desplazó esa elección de la verdad en cuyo interior estamos prendidos pero que renovamos sin cesar; me situaré primeramente en la época de la sofística y de su comienzo con Sócrates o al menos con la filosofía platónica, para ver cómo el discurso eficaz, el discurso ritual, el discurso cargado de poderes y de peligros se ordenaba poco a poco hacia una separación entre el discurso verdadero y el discurso falso”.
(Foucault, 1992, p. 39).

Las ideas se pueden descifrar a partir de una disertación, pero sobre todo, el

poder se muestra cuando los mensajes se quedaron con el público e influyen directa e indirectamente. “No hay por qué tener miedo de empezar; todos estamos aquí para mostrarte que el discurso está en el orden de las leyes, que desde hace mucho tiempo se vela por su aparición; que se le ha preparado un lugar que le honra pero que le desarma, y que, si consigue algún poder, es de nosotros y únicamente de nosotros de quien lo obtiene”. (Foucault, 1992, p. 4)

La comunicación que se maneja en los medios siempre va a mutar, los discursos y sus significaciones de la misma manera cambiarán, sólo de esta manera se convertirán en contenidos que atraigan a las audiencias. “El intercambio y la comunicación son figuras positivas que juegan en el interior de sistemas complejos de restricción; y, sin duda, no sabrían funcionar independientemente de éstos”. (Foucault, 1992, p. 24)

2.2 Norma hétero en la televisión

Los medios reproducen lo que sucede en la sociedad. “El resultado de la lógica del entretenimiento y de su espectacular modo de convocar es el pensamiento leve”. (Rincón, 2006, p. 65). Por esta razón la gente podría percibir ideas diferentes de conceptos concretos como es el caso de género y sexo.

Por ello, es necesario escribir sobre lo que significa sexo, que son aquellas rasgos, físicos y analógicos que son parte de cada persona. Al sexo se lo define como femenino o masculino. Esta es una carga natural, con la que nace cada ser humano. Se refiere concretamente a la estructura del cuerpo. “Generalmente se distingue sexo de género cuando el primero se refiere al hecho biológico, mientras que el segundo guarda relación con significados que cada sociedad le atribuye a tal hecho” (Pozo, 2007, p. 29).

Cada persona nace con un sexo y se hace énfasis en las características físicas que diferencian a los hombres de las mujeres. "Y porque lo que llegamos a ser no es lo que somos ya, el género se halla desalojado del sexo; la interpretación cultural de los atributos sexuales es distinguida de la facticidad o simple existencia de estos atributos". (Butler, 2008, p. 303)

Es un adiestramiento a lo que “debe ser”, sin pensar en lo que cada uno quiere, o necesite, la sociedad utiliza ciertos mecanismos que ayudan para que ciertas ideas prevalezcan ante otras. “La ideología del amor heterosexual, transmitido a ella desde la infancia por los cuentos de hadas, la televisión, las películas, la propaganda, las canciones populares, las ceremonias nupciales, es un instrumento idóneo en manos del alcahuete, y uno que no duda en usar, como documenta Barry”. (Rich, 2007, p. 5)

Las personas se van formando de diferentes maneras y es así como se contruyen y se diferencian unas de otras, pero en realidad siempre estarán influenciadas por el entorno cultural en el que se desarrollan. “Definiendo el género como un ordenador social” (Pozo, 2007, p. 33).

2.3 Masculinidades, feminidades y roles de género

Cuando se hablan de imposiciones sociales y culturales, no podemos dejar de lado a lo “masculino” y “femenino”, estos dos conceptos están muy marcados en la sociedad. Por la misma razón también hay que determinar sobre qué significan las masculinidades y feminidades, ya que esta investigación será un análisis de género del programa ecuatoriano de entretenimiento y de esta manera además establecer las diferencias que existen entre los conceptos.

Las feminidades y masculinidades son de igual manera construcciones sociales, con las que cada persona se autodefine, esto de acuerdo a las discursos que se manejan en la sociedad. "La identidad de género se logra construir gracias a la variedad de saberes y experiencias que ofrecen los discursos femeninos, puesto que estos incluyen experiencias y definiciones de otros lugares, espacios, épocas y personajes". (Fuller, 1993, p. 90). Para entender de una mejor manera los conceptos es necesario citar a Kimmel, quien hace una clara definición a continuación:

“Nuestras definiciones de virilidad están constantemente cambiando, siendo desplegadas en el terreno político y social en el que se llevan

a cabo las relaciones entre mujeres y hombres. De hecho, la búsqueda por una definición trascendente y atemporal de la masculinidad es en sí un fenómeno sociológico; tendemos a buscar lo eterno y atemporal durante los momentos de crisis, aquellos puntos de transición cuando las antiguas definiciones no sirven más y las nuevas están luchando por afirmarse”. (Kimmel, 1993, p. 90)

Las construcciones que hace la sociedad determinan el comportamiento de las personas, por esta razón pueden autodefinirse de una u otra manera, así como también tendrán una jerarquía dentro del imaginario de la gente.

Mediante el tiempo se han desarrollado estos conceptos que son acompañados de ciertas actividades que se han atribuido tanto al hombre como a la mujer. “ Son las concepciones comunes de nuestra cultura (...) Ser mujer en este mundo tiene un conjunto de particularidades específicas”. (Pozo, 2007, p. 49)

En el caso de los hombres es lo mismo, es un proceso que tiene un trasfondo histórico que ha marcado ciertas cosas sólo para varones, “ No debemos olvidar que el hombre en la sociedad patriarcal ha sido autodefinido como el paradigma del mundo construyendo el androcentrismo en el que vivimos”. (Pozo, 2007, p. 53). De esta manera se confirma que aún existe quienes piensan que hay roles de género y esta idea puede ser reproducida por los medios de comunicación masiva.

Los roles de género son comportamientos que la sociedad construye, ya que cada persona actúa como le enseñan. Por esta razón es indispensable definir estos conceptos y qué representan.

Como ya se ha explicado en el punto anterior el género se convierte en una construcción cotidiana de la sociedad. Los hombres tienen que elegir ciertas cosas para evitar ser discriminados y las mujeres deben hacer lo mismo. Para la mayoría de personas sólo los varones o sólo las mujeres pueden hacer

ciertas actividades, sin importar que estas prácticas se vuelvan machistas o que transgredan la integridad de las personas.

Desde muy pequeñas las niñas escuchan ciertos discursos, que poco a poco entran en su subconsciente, estas formas de ser criadas son a la vez reproducidas en los colegios y en los medios de comunicación en los que manejan mensajes como “el cinturón de castidad, el matrimonio infantil, la erradicación de la existencia lesbiana (excepto como exótica y perversa) del arte, la literatura y el cine, la idealización del amor y el matrimonio heterosexual” (Rich, 2007, p. 2). Este tipo de ideas son a las que están expuestos tanto hombres como mujeres, es por esta misma razón que adquieren ciertos roles, para no ser tachados como “raros”.

Existen roles específicos que cada persona debe cumplir para ser considerado como “normal”, estas construcciones también se las van implantando en el pensamiento de las personas desde muy pequeños. "El conocimiento de los conjuntos importantes de oposiciones en una cultura revela los ejes del pensamiento y los límites de lo pensable en una cultura dada" (Lamas, 1999, p. 156).

Como antes se mencionó, la representación de los roles de género también están presentes en los medios de comunicación más en el caso de la televisión, ya que reproduce la realidad. Por este motivo es primordial que se conozca sobre los roles de género y cómo esto incide en la sociedad y cómo los medios lo reproducen.

2.4 Etnicidad y su representación en medios

La etnicidad también es importante conceptualizarla porque en el programa de entretenimiento de La Pareja Feliz, existen varios personajes que se identifican con ciertos grupos étnicos, por tal razón es preciso desarrollar estos conceptos.

La etnicidad es un proceso de construcción de una idea colectiva. Tiene que

ver con la historia y es la forma de interrelación entre diferentes grupos de la sociedad. Su principal característica es que en la etnicidad se comparten ciertos rasgos que caracterizan a determinado grupo, tal es el caso de mitos, leyendas, mismos antepasados y las mismas tradiciones.

Hall describe a la etnicidad de la siguiente manera: “la etnicidad es lo que requerimos para pensar la relación entre la identidad y la diferencia. ¿Qué quiero decir con esto?, no hay manera, me parece a mí, en la cual las personas del mundo pueden actuar, hablar, crear, entrar desde los márgenes y hablar, o puedan comenzar a reflejar su propia experiencia, a menos que vengan de algún lugar, de alguna historia, de heredar ciertas tradiciones culturales”.
(Hall, 2010, p. 360)

Sin duda la etnicidad es la manera en la que las personas se comunican con aquellos que se identifican con las mismas características sociales y es la manera en la que se convive a partir de ciertos rasgos específicos que son parte de la forma de ser de cada persona que conforma el grupo.

Mostrar a las diferentes etnias que se visualizan en los medios y hacer un análisis de cómo se representan en los medios de comunicación para lograr apreciar cómo influencia a las audiencias.

3. La Pareja Feliz

La “Pareja Feliz es un programa de entretenimiento que se transmite de lunes a viernes en Telamazonas, tiene una hora de duración desde las 19h00 hasta las 20h00. Según su página oficial es una serie animada que cuenta con cuatro temporadas que ya se transmitieron y en la actualidad se proyecta la quinta.

En la serie existen diferentes personajes, pero la temática central es mostrar cómo es la vida de un matrimonio, que según su creador poco a poco va

perdiendo el amor y el respeto, y es precisamente aquello lo que se ve en el programa de televisión.

Este programa ha generado críticas a nivel nacional, ya que existe audiencia que no está conforme con las imágenes y la información que se transmite en la serie, así lo señala Diario el Universo en la publicación del 21 de abril del 2014 “Los colectivos solicitaron a la Supercom que realice una revisión y regulación de estas tres series. A la queja se anexaron estudios sobre programas de televisión realizados por el colectivo de Mujeres del Azuay Gamma (2007) y por la Defensoría del Pueblo (2012)”. (El Universo, 2014, p. 5), es por esta razón se analizará este programa para determinar si existe o no una incidencia en las personas que consumen este producto, además de mostrar cómo las personas reaccionan frente a este contenido.

10. Diseño Metodológico

Esta investigación se abordará desde un enfoque mixto, a través del cual se logrará estudiar de cerca el programa ecuatoriano La Pareja Feliz, que se transmite de lunes a viernes por Teleamazonas, con el fin de identificar las representaciones de género y etnicidad, a la vez su incidencia en los receptores de diferentes generaciones y clases sociales de Quito.

Se realizará un análisis del discurso de la quinta temporada del programa La Pareja Feliz, al fin de identificar las características centrales de los personajes y las representaciones de género, etnicidad y las clases socioeconómicas que son parte de él.

Para conocer los modos de recepción de las audiencias, esta investigación tomará como población de estudio a los jóvenes universitarios de diferentes estratos socioeconómicos de Quito. Se seleccionará una muestra bajo criterios probabilísticos para la aplicación de una encuesta, y se seleccionará una muestra no probabilística para la realización de grupos focales que permitan analizar de forma cualitativa los procesos de recepción.

11. Temario Preliminar

Capítulo I: Los medios de comunicación y su incidencia

- 1.1 Teoría Crítica y Estudios Culturales, una introducción desde las teorías de la comunicación.
- 1.2 Medios y mediaciones en la vida cotidiana.
- 1.3 Significados y significantes de los programas de televisión ecuatoriana.
- 1.4 Los medios y su incidencia en la sociedad.

Capítulo II: Entretenimiento televisivo y opinión pública

- 2.1. Opinión pública: análisis sobre los programas de entretenimiento en la televisión ecuatoriana.
- 2.2 Televisión de entretenimiento y las representaciones de la sociedad.
- 2.3. Antecedentes: Surgimiento de La Pareja Feliz.

Capítulo III: Caso de estudio: La pareja feliz

- 3.1 Representaciones mediáticas en el programa La Pareja Feliz.
- 3.2 Personajes del programa La Pareja Feliz
- 3.3 Principales comportamientos y problemáticas del programa.
- 3.4 La pareja feliz su incidencia en la sociedad y en la opinión pública.

Capítulo IV: Productos periodísticos

- 5.1. La revista
- 5.2 Documental radial
- 5.3. El reportaje televisivo
- 5.4. Periodismo en la Internet