

PERCEPCIONES SOBRE IMAGEN FEMENINA EN TV: NIÑAS ENTRE 8 Y 10 AÑOS

M^a Dolores Souza¹ y Claudia Alarcón²

2009

¹ Psicóloga, Jefa del Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión.

² Psicóloga, experta en temas de sexualidad y género, trabajó en el Ministerio de Educación en la Secretaría de sexualidad, afectividad y género y luego en el Servicio Nacional de la Mujer.

Percepciones de las niñas entre 8 y 10 años, sobre la imagen femenina en la televisión.

Construcción de estereotipos sobre las mujeres en los programas de televisión abierta.

El presente documento se inserta dentro de la preocupación permanente del Consejo Nacional de Televisión por los niños -en este caso, las niñas- y tiene por objeto exponer los resultados de un estudio cualitativo realizado con niñas entre 8 y 10 años acerca de su percepción sobre la imagen femenina en la televisión y la construcción de estereotipos sobre las mujeres en los programas televisivos³.

Para esto se expondrá un marco de referencia con el objetivo de aclarar ciertos conceptos específicos a desarrollar en el documento y que servirán para el posterior análisis de los discursos, estableciendo el contexto de las reflexiones. Finalmente realizaremos una síntesis intentando establecer cómo los discursos dan cuenta de la construcción de estereotipos de género donde la televisión abierta tiene una gran influencia, abriendo el debate y posibles preguntas que pueden dar pie a nuevos ámbitos de interés.

Antecedentes

Durante las últimas décadas cada vez más la televisión se ha transformado en un medio de comunicación masiva que ha generado un cambio sustancial en los modos de consumir información de la población en general.

La televisión parece estar transformándose en uno de los instrumentos socializadores más importantes en detrimento de los que comúnmente se denominan agentes tradicionales (la familia, la escuela, la iglesia y otros). Los expertos, por su parte, sobre la base de la investigación científica existente, atribuyen a los medios de comunicación una importancia considerable en la socialización de valores, normas, actitudes y opiniones. (Montero, Yolanda. 2006)

“La Influencia de los medios sobre nuestras imágenes del mundo es notoria y real, ya que éstos influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana, a veces sin darnos cuenta. Nuestro modo de vestir para ir al trabajo, el camino que elegimos a veces para llegar a él, los planes del próximo fin de semana, nuestros sentimientos generales de bienestar o de inseguridad, el enfoque de nuestra atención sobre el mundo más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia cotidiana de los medios de comunicación”. (Muños Cerda, Jorge. 2007)

En Chile, los estudios del Consejo Nacional de Televisión reflejan que el parque de televisores en los hogares ha ido aumentando progresivamente en los últimos quince años⁴, que la familia chilena sigue viendo televisión en compañía (80%)⁵ y cuando en un hogar existe sólo un televisor, éste se ubica en un espacio de acceso común, por tanto la televisión es un objeto importante en los hogares chilenos. Así el 38% de los televidentes tanto en el año 1993 como en el 2005, opinaban que la televisión es importante en la unión de la familia. (Souza, M^a Dolores. 2007)

³ Si bien el estudio en un primer momento no diferenció entre televisión abierta y pagada, la discusión grupal de las niñas se concentró en la televisión abierta, evidenciando que es la televisión que les es más cercana y la que le atribuyen más importancia afectivamente. También es la que mayormente les permite socializar en su conversación cotidiana.

⁴ 94% de los hogares del país de acuerdo al último Censo nacional del año 2002.

⁵ Este es el promedio general de acuerdo a la última encuesta nacional de televisión (2005). En el estrato ABC1 esta cifra baja a un 66,3%, seguramente debido al gran número de televisores y otras tecnologías presentes en el hogar. www.cntv.cl.

En Chile, si bien la preocupación por la influencia de la televisión es una discusión que se ha dado a través de los años, específicamente la discusión acerca de televisión y género recién comienza desde la suscripción de Chile a la Convención sobre Eliminación de toda Forma de Discriminación contra la Mujer (en inglés CEDAW). Dicha adhesión da cuenta del compromiso del Estado por alcanzar avances en la ciudadanía de las mujeres, sin embargo de los diversos ámbitos adscritos, los derechos sexuales y reproductivos y la revisión del papel desempeñado por los medios masivos de comunicación, especialmente de la televisión, ha sido uno de los ámbitos más complejos de abordar. "En la plataforma para la acción de Beijing se dedica un capítulo al tema de las mujeres y de los medios de comunicación, en el cual se establecen estrategias y medidas que deben ser adoptadas por los actores que participan en la definición de las políticas que rigen a los medios de comunicación tanto masivos como alternativos. La intención es que en éstos se proyecte una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer, que se incremente el acceso y participación de comunicadoras que se adopten sus ideas en la toma de decisiones".

En este marco, el debate por la televisión infantil y la perspectiva de género es una discusión creciente principalmente por dos razones:

- Primero, debido a la función socializadora que ejercen los medios de comunicación, especialmente respecto a los roles de género que estos transmiten ya que "se puede afirmar que en la industria televisiva nacional se observan con mayor o menor explicitud discursos e imágenes tendientes a reproducir estereotipos de género y formas tradicionales de relación entre hombres y mujeres. En este sentido, el actual nivel de diversificación de roles que tanto unos como otros desarrollan en la sociedad tiende a estar ausente en la pantalla. (CNTV 2004)
- Y segundo, debido a la necesidad de avanzar en políticas públicas tendientes a progresar hacia la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en función a la relación que establecen o que es necesario establecer con los medios para que las propuestas de las instituciones se conviertan en fuentes de información idóneas en pro de perseguir la igualdad y la equidad de género. (UNIFEM)

Enfoque de Género y medios de comunicación

El concepto de *"diferenciación genérica alude a que los hombres y las mujeres de la mayoría de las sociedades se diferencian por variados caracteres: competencias laborales, preferencias, aspiraciones, uso del lenguaje, concepto de sí mismos, capacidades cognitivas. Las diferencias entre hombres y mujeres no son totales, sino tendenciales"* (Aguirre, 1998:20). Estas tendencias están marcadas socialmente y son las que establecen preferencias y forma de "hacer" las cosas.

Al utilizar el concepto de género, nos referimos a *"las formas históricas y socioculturales en que hombres y mujeres interactúan y dividen sus funciones. Estas formas varían de una cultura a otra y se transforman a través del tiempo...género es una categoría que permite analizar papeles, responsabilidades, limitaciones y oportunidades diferentes de hombres y mujeres en diversos ámbitos tales como una unidad familiar, una institución, una comunidad, un país, una cultura"* (Aguirre, 1998:20).

Según Connell, el género puede ser definido como una forma de organizar las prácticas sociales que varían espacial y temporalmente al interior y entre culturas; es decir, es una estructura de relaciones sociales que tiene la capacidad de institucionalizarse y expandirse subjetiva y socialmente en lo que se denomina el ordenamiento de género. Este ordenamiento no es estático ni determina mecánicamente las prácticas sociales, ya que tienen la capacidad de definir oportunidades o cursos de acción (y sus implicancias), por lo que resulta central intervenir la manera en que se organizan estas prácticas si se quiere lograr transformaciones en el ordenamiento de género (Connell 1985; 1987; 1995; 2002).

El ordenamiento de género será aprendido cotidianamente en la experiencia que tienen los y las infantes desde temprana edad. Esto, sin duda, marcará definitivamente cuáles serán las expectativas, proyecciones e imaginarios respecto del lugar que niños y niñas ocuparán en la sociedad durante su vida adulta. Por lo tanto, indagar en las posibles causas y efectos de estos sesgos, que se transmitirían en los diversos contextos culturales, es primordial para poder avanzar hacia una cultura de igualdad y equidad.

En este sentido es que los medios de comunicación y especialmente la televisión actuarán como un medio de socialización mediante el cual los individuos integran valores y reglas, y a su vez crean sus expectativas entre otros aspectos relacionados con su auto percepción. *“La socialización se realiza en mayor medida de manera inconsciente y no intencionada, no obstante lo cual tiene una poderosa influencia en la forma en que las personas se perciben a sí mismas como hombres y como mujeres”*. Esta socialización favorecerá la asimilación del ordenamiento de género que los medios de comunicación transmitan.

En el caso de los medios de comunicación. Los roles asociados al género, están marcados, se reproducen y retroalimentan por la relación que se establece entre el telespectador con el medio. Así, los medios van produciendo y reproduciendo estereotipos a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos.

Los estereotipos e imágenes que transmiten los medios de comunicación se arraigan profundamente en nuestras mentalidades y perduran en el tiempo. Estos estereotipos tienen la característica de pasar inadvertidos, y por ello resultan potentes y eficaces; se nos imponen sin que nos demos cuenta, y así van forjando nuestras mentalidades (Ortiz, 2001). De esta manera la televisión irá estableciendo estereotipos, especialmente de género, debido al potencial que tiene de crear valores sociales y ejercer influencia en las personas al ofrecer definiciones y presentar modelos.

Desde esta perspectiva, en los análisis televisivos y su influencia “...la variable género no se puede dejar de considerar en la revisión los procesos de socialización y culturización, en los modos y métodos con que se produce, elabora o transmite el conocimiento” (Barattini, 1993:10).

Percepciones de las niñas entre 8 y 10 años, sobre la imagen femenina en la televisión: Construcción de estereotipos sobre las mujeres en los programas.

En un sondeo cualitativo realizado por el Consejo Nacional de Televisión a través de cinco grupos focales con niñas de entre 8 y 10 años de edad de todos los estratos sociales⁶, se analizaron las percepciones de la imagen femenina de las mujeres en la pantalla televisiva.

El análisis se centró en la forma que esta imagen es recepcionada por las niñas y posiblemente reproducida. La idea del sondeo era ahondar en los contenidos y la influencia de éstos en la autopercepción de las niñas y/o su yo ideal.

La discusión de los grupos se centró en la imagen que se transmite en la pantalla de televisión, siendo uno de los ámbitos de estudio las representaciones que las niñas tienen acerca de diversas figuras que se presentan en la dieta televisiva que consumen, explorando en la construcción de los significados que se transmiten a cada uno de los sexos, lo cual a su vez permite conocer qué imagen de mujer están interiorizando.

Se ha de notar que toda la discusión -prácticamente sin excepción- se centra en la televisión abierta, aun considerando que todas las niñas de dos de los cinco grupos tenían acceso a cable en sus hogares. Esto, si

⁶ Estrato medio alto, medio, medio-bajo, bajo y extrema pobreza

bien no conforma un primer hallazgo propiamente tal para el tema que nos ocupa, es digno de mención y reconocemos la necesidad de análisis en el futuro.

Más allá de que la televisión abierta se consume más que la televisión pagada, se puede afirmar que en temas de representación de género, la cercanía tiene una importancia relevante en la subjetividad y también en la sociabilidad de las personas en general, y en particular en la de niños y niñas. Por ejemplo, en las conversaciones cotidianas, y por lo tanto, en la formación de la identidad. Es así como al hablar de mujer y televisión los programas nacionales fueron mencionados en forma natural y espontánea entre las niñas entrevistadas. La televisión chilena en general, fue objeto de un gran número de opiniones, demandas y críticas en relación a la imagen de la mujer.

Uno de los aspectos más relevantes que se aprecian en los discursos de las niñas acerca de la percepción de la imagen femenina dice relación con la valoración del aspecto físico.

Existe una opinión generalizada acerca de la existencia de características definidas para que una mujer sea valorizada tanto por la televisión como por los propios telespectadores, como por ejemplo, ser delgada y bonita.

"cuando aparecen en la TV son bonitas..." (D-E)

"...Son flacas..." (C3)

"... no le dan la oportunidad a otras personas, existen personas gordas o que tienen algún problema y que actúan muy bien o cantan muy bien y no les dan la oportunidad... a las otras que son bonitas si, como que no les hacen ninguna prueba y las meten al tiro "
(C1-C2)

La valoración del aspecto físico se tensiona entre el juicio "valorico" personal y la exigencia social de los símbolos y valores o contravalores que se expresan a través de la imagen para aprobarlos, desecharlos o ser parte influyente en su construcción identitaria en función a estereotipos de género. En este sentido, se observa que el ideal de tipo físico caucásico que es el que predomina como preferente sobre todo en aquellas niñas pertenecientes al nivel socioeconómico bajo⁷.

"... a mi por ejemplo la parte física ¡ah que bacán! ellas como se pintan, se depilan, se visten, todo, entonces después me visto, me pinto, y ah soy lo máximo..." (C1-C2)

"... lo que me da rabia es que en un casting y va una mujer media gordita... rechazada y después llega una toda mina y usted es perfecta así, por qué siempre tienen que elegir a la más bonita, nunca pueden elegir una más normal..." (C1-C2)

"... hay discriminación, pero lo que dice la Danae no lo encuentro bien, porque ella es gorda, a mí me gustaría que fuera flaca, pero si ella quiere su cuerpo así, bueno yo no digo nada, gorda o chancha horrible..." ()

"... era lo máximo para mí, era genial, después no me gustó porque elegían solamente a las más bonitas, me acuerdo que una vez llegó una más que como que no se expresaba bien y

⁷ Justamente donde este tipo físico es más escaso.

era como feita y dijeron que no y después le dieron una oportunidad porque reclamaron y entró y bailaba y cantaba bien...”()

“Ese problema de ser un poquito gorda... así como que no les preocupa como se sienten emocionalmente, yo encuentro que son muy hirientes...”()

Aunque ellas pueden llegar a opinar que el hecho de que el cuerpo predomine es parte de una discriminación, ellas mismas fabrican su autoconcepto y su imagen en función de una noción del cuerpo “ideal” o a lo menos “producido” al cual las niñas aspiran. Esta tensión respecto a la imagen que se presenta da cuenta de los estereotipos físicos que se transmite en los diversos programas televisivos y que van interiorizando.

“... bonitas, flacas, blancas...” (D-E)

“... con el pelo rubio, los ojos claritos no tan oscuros, la nariz no tan así...” (C3)

“... con los ojos celestes, como tengo el pelo y blanca...”(C3)

“... me gustaría ser con un bonito físico, buena con los niños sobre todo...” (D-E)

Lo anterior nos muestra la construcción de estereotipos e imágenes de mujeres, sino también, la interiorización discriminatoria de la imagen de la mujer, no solo físicamente sino también, respecto a los comportamientos que se podrían o no realizar.

“...porque es morena de ojos negros, su cara es fea pero el cuerpo no...” ()

“... y las gorditas si las quieres para bailar, no podrían...” ()

Las niñas dan cuenta de las relaciones de poder en función del uso del cuerpo como objeto sexual y un reconocimiento a la intencionalidad de parte de la televisión por exponer el cuerpo de las mujeres.

“... porque hagamos que el jefe quiere que se vea todo... quieren que muestren todo... y eso les gusta...” (D-E)

“... lo mismo que en Rojo y Mecano, les muestran abajo, en vez de mostrar cómo bailan...”()

Si bien cada una de las entrevistadas es capaz de hacer la distinción entre los personajes y la vida real según la etapa del desarrollo en que se encuentran, en los discursos se van develando relaciones de apropiación, indiferencia o rechazo frente a los estereotipos que se presentan, que muchas veces se personifican en las actrices de cierto programa. Incluso es posible que se produzca identificación.

“... a mi me gustaría parecerme a Karen Paola porque canta bonito y por que baila también” (C3)

“A la Maura y a la Jasna, por cantar y bailar” (C3)

“... sobre todo a la Jennifer, es de pelo rubio, blanca, con el pelo cortito hasta por aquí, y canta y baila súper bien...” ()

"... a mi me gustaría parecerme a la Marlen Olivari" ()

"... a mí a Catalina, como se viste, como tiene el pelo..." ()

"... a nadie ser tu misma..." ()

"... en lo físico puede ser, pero no tanto..." (Refiriéndose a quién le gustaría parecerse) ()

Estas identificaciones develarán la valorización que tienen las niñas respecto a los estereotipos que se les presentan y que ellas mismas identifican y evalúan. Lo interesante es que a la vez este mismo discurso da cuenta de cómo la evaluación de la imagen de la mujer que tienen las niñas es en función de la valoración que los hombres tienen de la imagen de la mujer, generando ellas mismas discriminación respecto a cánones de belleza que "agradan a los hombres". La construcción de belleza, está dada desde cómo me ven los hombres y por tanto, de cómo quiero que ellos me vean.

"... yo creo que da lo mismo eso, pero igual los hombres se interesan más en el físico que en el corazón" (C1-C2)

"... alguna veces tienen pechugas pero tienen que ponerse más, así exagerado, para llamar a los hombres, las flacas son las que más les gustan a los hombres, y si son gordas, los hombres no las quieren y por eso es que las mujeres se preocupan de no ser gordas, el mundo es de las flacas" (C3)

"... de repente pasa porque ven a una gordita que es buena, que es generosa y como que si les diera asco y cuando ven una mujer "curviada" que les quitan la plata y todo eso les interesa más igual" ()

Los personajes femeninos en la televisión se constituyen como el centro de la acción, representados a partir de los atributos corporales que tienen. De hecho, para las niñas entrevistadas aquellas mujeres que no tienen estos atributos serán menos valoradas y tomadas en cuenta respecto a sus sentimientos.

"A los hombres como que los muestran menos que las mujeres" ()

"Casi siempre aparecen en TV son bonitas, es que eso depende como la encuentre la persona" ()

"Los hombres igual cuando ven una niña linda físicamente pero pesada así como bravucona, los hombres están dispuestos a cualquier cosa" (C1-C2)

En el discurso de las niñas se pueden encontrar a lo menos cuatro estereotipos de las relaciones de género que las niñas identifican a través de las imágenes de mujeres que se presentan en televisión.

- El estereotipo de la mujer "ideal": bonita y buena. También se extiende a "buena madre".

"Con ojos celestes, blanca, buen físico, buena con los niños..." (C3)

"(La Kena es mala madre) porque no les de de comer a sus hijos... se gasta la plata... que era para algo necesario" (C1-C2)

"(La Kena) no les da comida (a sus hijos), no sabe cocinar y es medio loca" (D-E)

La importancia dada a la "buena madre" que cuida y nutre a sus hijos, puede deberse a la etapa de desarrollo en que se encuentran ellas mismas, que necesita bastante protección.

- Estereotipo de la imagen femenina: sufrida

"Las mujeres son las más sufridas..." ()

"... las mujeres siempre mandan cartas en que el marido las está engañando, les dicen que van a trabajar" (C3)

- Estereotipo de la mujer decidida e independiente: inteligente, asertiva, incluso un poco hiriente

"... a mi me gusta la personalidad de las mujeres..., que son decididas"

"... que captan las cosas al vuelo, no son tontas..."

"... a mi me gusta la personalidad de las mujeres que hacen sufrir a los maridos que si que son decididas..."

"A mi me gusta la típica mujer que defiende sus derechos" (C3)

- Estereotipo de mujer hábil y talentosa: inteligente

"Qué son súper... bailarinas son buenas para bailar y para cantar igual y también las encuentro bonitas"

Generalmente estos estereotipos son reconocidos por personajes que presentan los distintos programas de televisión; como por ejemplo, la actriz Tamara Acosta, "Colomba" de la teleserie "Papi Ricky", los personajes de "Kena" y "Titi" de la serie "Casado con hijos"; y con las cuales las niñas también se identifican, a pesar de ser todas ellas, mujeres adultas (la que más se podría aproximar es el personaje de "Titi", una actriz joven).

"Como la Tamara Acosta, a mi me gusta su pelo... y su actitud, ella es linda y no depende de nadie".

"Yo a la Kena porque soy pesada y no pesco nada"

"A mi me da pena la "Titi" porque es como mamona"

"Por ejemplo yo soy decidida... a mi me gustaría ser como la "Colomba" de 'Papi Ricky'"

Cabe destacar que en función de los estereotipos de género los personajes femeninos son evaluados por las niñas dando cuenta de la forma en que la imagen de dueña de casa ha ido perdiendo fuerza en su valoración, pero esto no significa que deje de lado la maternidad y la calidad de ésta.

Por último cuando se les pregunta cómo les gustaría que fueran las mujeres que aparecen en televisión, las niñas demandan una imagen más cercana y diversa, que incorpore no solo diversos tipos de imágenes físicas

sino también diversidad de clase social y étnica. Un tema emergente es la denuncia de falta de programación infantil.

"Normales"

"Más apegados a la realidad que hayan personas más gordas o discapacitadas..."

"Como que le den un paso a todo el mundo que hagan algo donde incluyan a las niñas como nosotras pequeñas..."

"Que no fueran así tan clasistas... porque como que le pregunta su clase de vida y dicen así pobre ah no tu no sirves los dejan afuera..."

"Ni racista, o son todos los actores blancos o son negros"

"No pueden hacer ni peruanos ni argentinos" (refiriéndose a la discriminación)

DISCUSIÓN

No cabe duda que estos discursos dan cuenta de la necesidad de las niñas de ver representados en pantalla, los diversos contextos donde ellas se encuentran insertas, lo que podría estar develando los discursos antagónicos que este grupo etario está recibiendo a través de la televisión y otros medios, ya que por una parte, a través de la parrilla programática se transmiten -como ya lo hemos visto- imágenes de mujeres que inducen a que las niñas generen ciertos estereotipos que privilegian el ordenamiento de género tradicional, pero por otra, las niñas han incorporado otros discursos vinculados a nociones de derecho, de igualdad de oportunidades que demandan sean incorporados en la televisión, a lo menos en la televisión abierta a la cual ellas hacen referencia durante la totalidad de la discusión grupal.

Ver televisión aparece como un acto vinculante o social, debido a que claramente en su discurso, las niñas tienen nociones elaboradas de personajes femeninos y masculinos y opiniones cristalizadas sobre la sociedad chilena y sus diferencias de clases que la televisión reproduce, así como otros discursos en que se denota el poder (del dinero), las condiciones para surgir en la pantalla chica, los estereotipos que gustan (a los hombres), etc. Todo esto da cuenta de una construcción de sentido, de valores o antivalores en que se mueve el mundo femenino y masculino de la televisión.

Las niñas repiten una demanda sobre diversidad hacia la televisión que comenzó a aparecer en los años 2000. Hoy existe una demanda explícita a la televisión abierta de responder a los requerimientos democráticos de las sociedades: se vuelve imperante informar en el marco de derechos, a objeto de incrementar la igualdad de oportunidades, validando la diversidad de personas que constituyen la sociedad y debiendo responder a las demandas específicas de cada población.

Es así como a lo largo de los años, las encuestas nacionales de televisión⁸ demuestran que los televidentes cada vez demandan un retrato más adecuado y equilibrado de los grupos que componen la sociedad, criticando lo que perciben como una "sobre- representación" de los grupos de poder -personas acomodadas, políticos, empresarios- respecto de otros que -al parecer de los televidentes son más invisibilizados. Es el caso de los adultos mayores, de los niños, de los discapacitados. Pero también se demanda que la diversidad social se retrate tal como es y que algunos grupos no se vean perjudicados, como es el caso de ciertas minorías, que, de acuerdo a las audiencias, son retratadas con una imagen empeorada, citando como ejemplo, los indígenas, los homosexuales, los inmigrantes de países vecinos y otros.

Si bien estos estudios recién mencionados se refieren a encuestas realizadas a mayores de 15 años, los estudios entre niños y niñas de 8 a 13 reflejan las mismas tendencias⁹. El público de esta edad está informado, demanda más que hace una década, conoce más el medio audiovisual y es más autónomo que generaciones anteriores, manteniendo opiniones y comportamientos esperados para niños mayores o bien adolescentes.

De esta manera, podemos afirmar que la influencia de la televisión es compleja pero existe. Incide en la autoimagen ya que de alguna forma, está presente más allá de la televisión. Así, la televisión es objeto de reflexión y crítica, donde se recogen los sentimientos y las afirmaciones más descarnadas sobre un país que avanza hacia una sociedad más democrática, con una televisión con altos niveles de libertad, pero llevando una carga cultural tradicionalista en cuanto a las oportunidades de los niños y jóvenes de distintos estratos sociales, no sólo por su inserción social, sino también por su apariencia física, que en un país de amplio mestizaje van muy unidos. Y es justamente en la televisión y en relación a la mujer, donde esta realidad cultural parece mostrar uno de sus lados más discriminatorios.

⁸ Ver en www.cntv.cl

⁹ Ver: Informe 8/13: los Tweens chilenos. www.cntv.cl. 2003

Si bien, ya muchos estudios realizados dan cuenta de la influencia que tiene la televisión en los niños y niñas, a través del sondeo realizado podemos confirmar esta influencia, pero además podemos dar cuenta que el componente de género no se encuentra excluido.

La construcción de la imagen de las mujeres que las niñas asimilan, y por tanto aprenden a través de la televisión, va a definir de cierta manera la forma de organizar la práctica social. Resulta interesante ver que a través de esta "imagen televisiva" se construye la valoración y el estatus de las mujeres y que se diferencia, traduciéndose en tipos de mujeres que serán de alguna manera el "ideal" a alcanzar. En este sentido, las mujeres que son mayormente apreciadas son el tipo de mujer "ideal" es decir, de tipo caucásico, delgada, decidida e independiente, pero a la vez, buena con los niños, y buena madre. Dichos estereotipos de alguna manera están marcando las expectativas y proyecciones imaginarias respecto de su autoconcepto. Lo preocupante de esto es que según los discursos, esos estereotipos se generan en función de la valoración de la imagen que los hombres tienen de las mujeres y que la televisión fomenta, por tanto independientemente de que las niñas puedan realizar en algún momento un análisis crítico en relación a la discriminación, sigue predominando la influencia televisiva en los discursos.

Ahora bien, respecto a la valoración estética de la imagen de la mujer, ésta variará según nivel socioeconómico, apreciándose una mayor valoración de la imagen de mujer caucásica en las niñas de estratos socioeconómicos más bajos. Esto puede explicarse debido a la marcada y determinante segmentación de la sociedad Chilena; en los estratos más altos existe una tendencia a mujeres caucásicas y en estratos más bajos a mujeres de tez morena y pelo oscuro, esta tendencia no solo marca una estética sino también un nivel social que estaría influenciando la valoración.

Los modelos que se presentan de alguna manera van dando significado y sentido al mundo y a las relaciones que las niñas establecen. Sin duda los parámetros masculinos serán un referente respecto de qué cualidades favorecen y de cómo actuar en ciertos escenarios.

Es interesante observar cómo las niñas irán construyendo sus discursos a través de la narración de los personajes televisivos distorsionándose de alguna manera los límites entre la televisión y ellas mismas. Por ello, es importante que los análisis acerca de los medios de comunicación y género y especialmente el televisivo, no se limite solo al papel de las mujeres en la sociedad, sino implique, necesariamente, analizar las formas de organización y funcionamiento que se transmite de las sociedades, basándose en las relaciones sociales dadas entre mujeres y hombres, identificando los diversos ámbitos de la vida social.

En este contexto no se ha pretendido demonizar los medios de comunicación masiva, sino dar cuenta del fenómeno y el nivel de identificación que provoca la televisión. La presentación de personajes antagónicos puede llegar a causar sentido debido a la rigidez de las relaciones que se instaura y da vida a los personajes, pero de ninguna manera favorece el avance para superar los modelos convencionales de género ni menos superar el orden simbólico que favorece la supremacía masculina y que determina de alguna manera la imagen que las niñas esperan de sí para ser aceptadas o "atractivas".

Resultan significativas las demandas de diversificación y acercamiento a la realidad que surgen desde las niñas ya que da cuenta de que existe, si no un cuestionamiento profundo, una incomodidad frente al estereotipo de la mujer ideal, cuestionando los roles tradicionales de género en televisión.

Desafíos a partir de la reflexión

Uno de los desafíos o inquietudes que emergen luego de este sondeo es la necesidad de ahondar en la reflexión de la oferta programática para este grupo etéreo, ya que sin lugar a dudas si observamos los discursos nos podemos dar cuenta que el consumo se define en función de una programación generalista, esto es, dirigida a todos los públicos juvenil y adulto- quedando la programación para este segmento subsumido a programas que quizás no los representa pero que constituye influencia. El desafío es complejo en la medida que las niñas y niños de estas edades, están conformando su pensamiento abstracto y desarrollando una moral autónoma, es una edad intermedia donde se están definiendo una serie de aspectos del desarrollo y por tanto el reforzamiento de un ordenamiento genérico convencional dificultará posteriormente una reflexión ya que se naturaliza cierto tipo de relación.

Otro desafío es generar estudios acerca de la construcción de la masculinidad en televisión, realizar este tipo de estudio nos puede permitir por ejemplo: conocer la percepción de niños y hombres acerca de la imagen que se transmite de ellos y si es coherente o no con la que ellos tienen de sí mismos, o bien, conocer su opinión acerca de la imagen de mujer que ellos ven en la pantalla y también la percepción de niñas sobre los varones.

Lo importante de hacer este tipo de estudios se centra más allá de dar cuenta de las dicotomías que se instalan en las relaciones de género y que los medios de comunicación refuerzan, ya que nos permite reflexionar acerca de la dinámica relacional que se da y la posición que sitúan los diversos programas a un sexo u a otro. Es necesario avanzar hacia el entendimiento de las inequidades que se instalan desde las relaciones y no desde la diferencia en sí misma, justamente esto es lo que apunta el enfoque de género, avanzar hacia una real comprensión del fenómeno en su complejidad.

Trabajar en pro de avanzar en la obtención de datos e información con enfoque de género nos permitirá responder a las necesidades de cada sexo pero también de cada tramo etario.

Bibliografía

Aguirre, R. 1998. *Sociología y género. Las relaciones entre hombres y mujeres bajo sospecha*. Montevideo: Universidad de la República. CSIC; Facultad de Ciencias Sociales. Uruguay.

Connell, Robert W. (1985; 2002) "La organización social de la masculinidad". Australia. Ver en [www.cholonautas.edu.pe / Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales](http://www.cholonautas.edu.pe/BibliotecaVirtualdeCienciasSociales)

Consejo Nacional de Televisión. Departamento de Estudios. 2004. "Análisis Enfoque de Género en Proyectos Ganadores Fondo CNTV 2004". Santiago. Chile

Consejo Nacional de Televisión. 2006. "Antecedentes para la discusión acerca de la relación entre las temáticas de Género y medios de comunicación de masas". Chile.

Franca, María Elisa. 2001. "La Contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia". Barcelona. España.

López Díez, Pilar. 2005. "2º Informe de la Investigación: Representaciones de género en los informativos de radio y televisión". Madrid. España

Martínez, Virginia; Ortiz, Miguel Ángel; Román, Mariano. (Eds.) 2005. "Infancia, televisión y género: argumentos para la elaboración de una guía no sexista para la programación infantil de televisión". España.

Muños Cerda, Jorge. 2007. "Medios de comunicación y Fortalecimiento del Capital social". Conferencia: Comunicación, Sociedad Civil y Redes Sociales Intervención de Mónica Muñoz, representante de UNIFEM. Los Derechos Humanos de las Mujeres y los Medios de Comunicación FORO INTERNACIONAL.

Servicio Nacional de la Mujer. 1998. Documento taller de Trabajo "Modulo de orientación vocacional no sexista". Chile.

Montero, Yolanda. 2006 "Televisión, valores y adolescencia". ED, Gedisa. España.

Muñoz, Mónica. 2007 "Conferencia: Comunicación, Sociedad Civil y Redes Sociales Intervención de, representante de UNIFEM. Los Derechos Humanos de las Mujeres y los Medios de Comunicación FORO INTERNACIONAL. .

Souza, Mª Dolores, Vidal Maribel, Cucurella J. et. al. "Informe 8/13: los Tweens chilenos". 2003. Consejo Nacional de Televisión; Mc Cann-Erickson y Research Chile. www.cntv.cl

Souza, Mª Dolores. 2007 "Retrospectiva sobre audiencia televisiva". En: "La Función Política de la Televisión: Tendencias, contenidos y desafíos en el Chile de hoy". Secretaría de Comunicaciones Palacio de la Moneda. Serie Comunicación y Democracia.