



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ESTEREOTIPACIÓN EN LA MUJER EN EL REALITY SHOW
BAILA LA NOCHE - CANAL 1**

AUTOR:

MARIA MERCEDES CARRIEL VITERI

TUTOR:

MSC. VICTORIA SALAMEA LIMONES

BABAHOYO – LOS RIOS- ECUADOR

2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar este proyecto al ser más especial en mi vida que es Dios, porque me ha dado las fuerzas y fortalezas para seguir adelante luchando con diversos obstáculos en la vida. Permitiéndome avanzar en cada paso que doy, logrando cumplir las metas que me propongo.

A mi hijo Stephano que ha sido el pilar fundamental de mi vida, siendo el propósito principal de seguir adelante, también a mis padres por su amor y apoyo incondicional.

Me da mucha tristeza de saber que se terminó esta etapa universitaria, pero me llevo los mejores recuerdos de esas personas que confiaron en mí y estuvieron cuando más los necesité.

María Mercedes Carriel Viteri



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Este agradecimiento va dirigido a mi madre porque siempre ha estado presente en mi vida, alentándome y guiándome para tener éxito en la vida, ella ha sido mi apoyo incondicional en todo este tiempo y proceso universitario.

Y por último le agradezco a mi compañera Marisol Mora por apoyarme con mi proyecto, por aclarar mis dudas respecto al tema y a todas las personas que estuvieron conmigo ayudándome desde el principio.

María Mercedes Carriel Viteri



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

RESUMEN

La televisión es uno de los medios masivos más vistos en los últimos tiempos con el pasar el tiempo la naturaleza femenina ha tenido gran realce en los medios de comunicación, mostrando una imagen de la mujer relacionada a la estereotipación, resaltando los parámetros de la belleza impuestos por ellos mismos

La presente investigación muestra como en los últimos años se ha utilizado a las mujeres como un símbolo sexual para obtener rating e imponer ciertos parámetros que se vean reflejados en dichos contenidos catalogados como entretenimiento en este caso los reality shows quienes gozan de gran impacto en la sociedad tomando como base el programa reality ecuatoriano Baila la noche transmitido por la señal de Canal uno de lunes a viernes en el horario de 10 pm a 12 am.

En este trabajo se realizó mediante encuestas efectuadas a un grupo de 67 personas y una entrevista a Melissa Celsi ex participante del reality Baila la noche, llevándonos a concluir la existencia de la estereotipación de género dentro del programa y como estos utilizan la imagen femenina como objeto de atracción para enganchar a un público.

Palabras Claves: Estereotipación, Mujeres; Televisión; Realitys shows; BLN la competencia



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

ABSTRACT

Television is one of the most widely seen mass media in recent times with the passing of time female nature has been highlighted in the media, showing an image of women related to stereotyping, highlighting the parameters of beauty imposed by themselves.

This research shows how in recent years women have been used as a sexual symbol to obtain ratings and impose certain parameters that are reflected in these contents catalogued as entertainment in this case the reality shows who enjoy great impact in the society taking as base the program reality Ecuadorian Baila the night transmitted by the signal of Channel one of Monday to Friday in the hours of 10 pm to 12 am.

In this work it was carried out through surveys carried out to a group of 67 people and an interview with Melissa Celsi former participant of the reality Baila the night, leading us to conclude the existence of gender stereotyping within the program and how these use the female image as an object of attraction to engage an audience.

Keywords: Stereotyping; women; Tv; Reallitys hows; Bln competition

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO.....	2
2.1 Justificación.....	2
2.3 Objetivo General	2
2.9 Técnicas Aplicadas.....	12
II. CONCLUSIÓN.....	17
IV BIBLIOGRAFÍA	20

I. INTRODUCCIÓN

La presente indagación se refiere al tema de la estereotipación de la mujer en los reality shows caso Baila la Noche de Canal Uno, siendo un programa creado para entretener a la sociedad, para analizar este tema es necesario mencionar los estereotipos creados en el canal hacia las competidoras que forman parte de este programa.

Se entiende por estereotipos a las creencias o ideas incitadas de una persona hacia las demás. La palabra estereotipos es muy desconocido por la sociedad, por medio de la presente investigación se brindará información de gran relevancia acerca de este tema, hablando de su historia y como los medios televisivos han adaptado este concepto en sus programas, creando en la mente de las personas ideologías similares e influenciando de una manera implícita mediante sus transmisiones.

Esta investigación se realizó con el interés de conocer si la estereotipación de género existe en dicho reality, también conocer la influencia del programa en la sociedad, además de saber qué opina las personas con respecto a este tema.

Para la realización de esta indagación se aplicó el método de investigación cualitativa que permitió recopilar datos a través de la observación del programa y el método cuantitativo que reflejó información relevante para respaldar el trabajo. También realizó una serie de encuestas y entrevistas con el fin de compilar fundamentos que aporten para el sustento de este proyecto, cabe de resaltar que esta indagación se incluye con la línea de investigación: Educomunicación con la sublínea de educación con enfoques de derecho de género, intergeneracional, intercultural, étnico e inclusión, de la carrera de comunicación social.

II. DESARROLLO

2.1 Justificación

Esta investigación se elaboró con el objetivo de conocer la percepción de las personas y evidenciar sus conocimientos acerca de los estereotipos en la mujer de los reality show como es Baila la Noche y analizar el contenido del mismo.

En la actualidad los programas de telerrealidad se han categorizado como un elemento primordial en la televisión, volviéndolos un referente de pasatiempo y entretenimiento para la sociedad, empleando elementos visuales de forma provocativa en la audiencia , como mostrar contenidos donde utilizan a las féminas vestidas de manera insinuante, al exponer sus cuerpos, además de sus vidas privadas, denotan actitudes o comportamientos pocos profesionales, como parte de una estrategia para llegar a un público.

La importancia de este proyecto radica en dar a conocer a la ciudadanía, los diversos parámetros que utilizan los programas de telerrealidad, y los medios de comunicación, mismos que causan sensaciones diferentes en los espectadores, los que se sienten identificados y entretenidos por sus historias, melodramas o situaciones similares en su vida cotidiana.

El presente caso de estudio pretende abarcar el concepto de estereotipación, desde la perspectiva que presentan los reality shows, al hacer uso de la imagen de la mujer en formas provocativas, que diariamente están presentes en la televisión nacional.

Es preciso resaltar que con esta investigación se beneficiará a una parte de la población, que son consumidores de dichos contenidos, con el objetivo de dar a conocer el modelo de estereotipación que existe en estos formatos televisivos.

2.3 Objetivo General

Conocer la percepción de las personas acerca de los estereotipos en las mujeres del Reality Show Baila la noche de Canal Uno

2.4 Sustentos Teóricos

2.3.1 Medio de comunicación: la televisión

Los medios de comunicación son parte primordial de la sociedad, ya que cumplen con el rol de entretener e informar la misma que, contribuyen socialmente con sus distintos mensajes y contenidos que son transferidos diariamente.

La televisión es un medio que se basa en la transmisión y recepción de imágenes, tiene gran impacto e influencia dentro de la sociedad especialmente en las personas jóvenes y adultas.

En los actuales momentos la televisión es una herramienta poderosa que ha tomado con mucha potencia la vida de las personas, por satisfacer las necesidades de estar informado de los acontecimientos actuales y de relevancia existentes en el entorno que nos rodea además de suplir la satisfacción de entretenernos.

Gracias a la televisión se genera distintos contenidos y formatos para entretener a una audiencia volviéndose estos un referente para el público.

2.3.2 Estereotipación

La palabra estereotipo proviene del griego “stereós” que significa sólido y “Typos” es igual a impresión o molde. Esta palabra ha sido utilizada a lo largo del tiempo para referirse a los prejuicios que las personas tienen o crean sobre los demás.

Concepto

“Un estereotipo es estimado como una particularidad asociada a una cualidad cognitiva que ha sido usado por los perceptores para procesar información sobre un conjunto o miembros de personas” (Berges, 2008) .

Esto simboliza como las múltiples formas por las que se caracterizan una persona o grupo de personas, fundamentándose en los aspectos de la conducta o costumbres, por los cuales forjan la imagen individual o grupal.

“Los estereotipos y también los estereotipos de género, cobran una nueva dimensión, ya que se funden con las percepciones personales que el individuo mantiene cerca de la sociedad y que es, fundamentalmente, el resultado de un complejo equilibrio de poderes”. (Puente, 2005)

2.3.3 Importancia de los estereotipos

Los estereotipos en la sociedad son de suma importancia, proveen la identidad social y cultural, esto hace que los individuos de un grupo se sientan identificados y recurran seguir ciertos parámetros para ser aceptados por la humanidad, no obstante, los estereotipos facilitan la sociabilización e integración de los individuos.

Estereotipos utilizados en la mujer de los reality shows

La involucración de la mujer con los medios de comunicación ha tenido una creciente popularización a lo largo de este tiempo.

La mujer con el pasar del tiempo ha logrado tener una gran aceptación en la televisión, pero la imagen femenina está sujeta a diversos estereotipos que son utilizados por los medios de comunicación.

Los productores televisivos prefieren incluir a las figuras femeniles porque certifican que gracias a ellas el rating sube, lo cual es de gran importancia para ellos, sin embargo, es un gran avance que les permite colocarse en el horario estelar o conocido también como prime-time.

La televisión es uno de los medios más consumidos dentro del Ecuador porque desempeñan un importante papel, como la función socializadora que ayudan a establecer sistemas simbólicos a través de diferentes discursos que informan. “Los medios de comunicación contribuyen en los diferentes mensajes y contenidos sociales que transmitan a diario” (Guillamón, 2009, pág. 16) .

Hoy en día muestra una imagen distinta de la mujer en la televisión, las damas suelen ser jóvenes y andar maquilladas todo el tiempo, presentadas con un estilo fresco y jovial.

Algunas féminas que laboran en un medio de comunicación han expuesto sus puntos de vistas con respecto a los estereotipos existentes dentro de un medio como el morbo y el machismo.

La mayoría de los contenidos de los reality show en el Ecuador presentan a la mujer como un símbolo sexual, exhibiéndola con ropas pegadas al cuerpo y pequeñas, está claro que para los hombres es lo mejor que puede haber, pero para las mujeres

este tipo de espectáculo es un modelo o ejemplo a seguir, que tiene gran influencia en las jóvenes que no se sientan conformes consigo misma.

2.4. Reality Show

El reality show nos presenta a los sujetos viviendo sus vidas frente a las cámaras, evidentemente, frente a la mirada de los públicos. Las variaciones del formato a lo largo de los años han sido numerosas y en algunos casos, son el resultado de la hibridación de diversos géneros audiovisuales; musicales, telenovelas, concursos, etc. (Walzer, 2009)

La existencia del reality show comenzó a partir del año 1948 con la creación del programa estadounidense “Candy Camara”, después de aquel programa los certámenes de belleza se trasladaron a la televisión, obteniendo una increíble adaptación de los televidentes.

Mérce Oliva (2014) explica. “Los reality show se fundamenta en las simplificaciones y el intento por organizar una realidad llena de matices y límites borrosos” (pág. 5). A mediados de los 70 los reality iban trascendiendo y tomando más fuerzas, creando nuevas perspectivas en las personas.

Fue entonces cuando se comenzaron a organizar programas como: concursos televisivos donde los ganadores eran premiados con viajes y regalos, concursos de competencia y programas familiares.

A partir de los años 90 el reality show se convirtió en un “boom”, mostrando pequeñas partes del día a día de los hospitales, comisarías y estaciones de bomberos, extendiendo todas sus facetas, pero el verdadero ascenso con este tipo de contenido fue en Holanda con la primera producción de Big Brother que en español se conoce como Gran Hermano, tuvo una grande y rápida difusión en el resto del mundo.

Los reality show o también llamados telerrealidad tuvieron un gran apogeo en la época de los 2000, donde surgieron programas mezclando la supervivencia con convivencia como por ejemplo “survivor”

2.5 Reality show en el Ecuador

Uno de los primeros programas de reality que llegó al Ecuador en el 2003 fue “el gran hermano”, los telespectadores se sentían atraídos por los diversos conflictos

y riñas creadas en dicho programa, mostrando interés en el contenido e identificándose con los o las participantes. “En la existencia de las sociedades comandan las situaciones modernas de producción donde se presenta una enorme acaparamiento de espectáculos” (Alvarado, 2016).

Los canales televisivos han implementados nuevos formatos a sus programas, con el único objetivo de entretener y obtener acogida por parte de los interesados.

En la actualidad los reality show se han apoderado de la parrilla televisiva, consiguiendo que varios canales ecuatorianos opten por tener un programa de entretenimiento como: Combate emitido por RTS, Baila la Noche o BLN la competencia transmitido por Canal Uno y Calle 7 en TC televisión, entre otros programas, algunos ya no están en la parrilla televisiva y otros aún se mantienen en la tv. (Bazo, 2011) .

En su investigación expone que “La mayoría de los participantes son adolescentes y veinteañeros, generando un gran porcentaje de una audiencia juvenil”.

2.5.1 Canal Uno

Es un canal de señal abierta y tuvo su primera aparición en el año de 1992, además es muy reconocido por las personas de este país.

Como todos los demás canales, este medio también se apoya en dicha empresa para conocer su rating sobre múltiples programas que emite, uno de los contenidos de entretenimiento más importante en, aquel canal es Baila la Noche “la competencia” emitido a las 10 y 30 de la noche, teniendo gran acogida por su público y mediante a las investigaciones realizadas por Ibope, los directivos de este canal pueden reflejar como evidencia que es el programa más visto en ese horario.

2.5.2 Baila la noche - canal 1

Baila la noche es un reality show creado por Jean Paul Prewllitz, nace en el 2013, tiene como objetivo entretener a la audiencia y ganar rating.

Al principio era un programa donde participaban personas de la pantalla nacional y bailarines reconocidos, con la intención de medir los distintos talentos, destrezas, resaltando originalidad, técnica, estilo, vestuario, pasos y desempeño de los

participantes, al finalizar los retos que les asignaban, los competidores pasaban a la fase de eliminación cada semana, quedando una pareja de ganadores.

El dúo ganador tenía como premio apoyar económicamente a una fundación y representarla. Con el transcurrir de los tiempos el reality tuvo un fuerte apogeo y gran demanda por parte de los televidentes, es entonces que el gerente Jean Paul Prellwitz en conjunto con su equipo de CANAL UNO toman la decisión de reestructurar el espacio televisivo y convertirlo en un reality de competencia.

Requisitos y estereotipos utilizados en baila la noche “la competencia”

Tener una apariencia física agraciada, encantadora, una figura esbelta, ser carismático, que sepa comunicarse correctamente en público, que la aspirante al programa tenga talento tanto en el canto como en el baile, sea creativa e inteligente y sobre todo que tenga preparación física para cumplir con los diferentes retos establecidos.

Vestimenta y estrategia que utiliza baila la noche

La ropa que utilizan las jóvenes de dicho programa resulta ser controversial, pero, llama la atención a los espectadores, además de los conflictos entre los participantes en el cual las féminas del reality son las principales protagonistas de la historia. Esta es una buena destreza que Baila la noche “la competencia” utiliza para crear en la mente de los televidentes un estereotipo de cómo debería verse o comportarse la mujer en los tiempos actuales.

El público tanto femenino y masculino que consume este tipo de contenido ve a la mujer como símbolo sexual, he influye a muchas jovencitas que actúen y adopten comportamientos similares de las o los participantes.

2.5.6 Impacto que tiene el reality show baila la noche en la sociedad

Los programas de telerrealidad en Ecuador han tenido gran apogeo por la sociedad. Los chismes, los conflictos, las discusiones y la forma de actuar de los participantes inducen las personas a sentir gran interés e influyen mucho en sus mentes volviéndolos los formatos con gran popularidad dentro de la parrilla televisiva.

Los competidores de los reality como lo es, el caso Baila la Noche “la competencia”, exponen su vida íntima y privada al público, haciendo el programa más interesantes y creando espectáculos, los cuales causan un gran impacto en las percepciones de las personas, provocando en ellos una obsesión por los reality y el deseo de parecer como sus participantes, gracias a esta inmensa acogida que tienen estos programas, se siguen creando más y la competencia de varios canales por ganar rating está aumentando.

2.6 Rating

El rating o también conocido como cuota de pantalla es la cifra que sirve para indicar el porcentaje de televidentes u hogares, que tiene los televisores encendidos y donde están sintonizando un programa de su interés hasta que termine esta transmisión.

2.6.1 Rating en el Ecuador

Rating es una palabra muy escuchada por las personas, pero, no saben la forma de como hacen los diversos canales que existen en el país como lo son: RTS, Amazonas, Gama TV, Ecuador TV, TC televisión, Oromar TV, Ecuavisa y Canal Uno, para conocer si sus programas o contenidos tienen rating.

Ibope Media, es empresa brasilera latinoamericana destacada en el mundo por intervenir en más de catorce países y que utiliza la investigación de mercado para la toma de decisiones de un canal televisivo con el único fin de medir su sintonía. Esta compañía también opera en Ecuador y está relacionada con la mayoría de los canales ecuatorianos, tomando en cuenta a grandes ciudades como lo son Guayaquil y Quito, donde la población es mayor que las demás.

En esta empresa no se aceptan a personas voluntarias, ellos primero hacen los estudios pertinentes, obteniendo como muestra un grupo de personas específicas para realizar la medición, las personas tienen que ser discretas y no revelar a nadie sobre la realización de la investigación, porque, es confidencial.

Ibope utiliza un sistema llamado audímetro, también conocido como people meter, es un aparato que se conecta en los televisores midiendo la audiencia de forma automática y estos resultados sirven para calcular valores que se utilizan para generar datos estadísticos, debido a esos resultados esta compañía informa a los medios de televisión cuales son las más vistos y los que tienen importancia en el país.

2.6.1 Redes sociales utilizadas por Baila la Noche

Las redes sociales son un factor importante a la hora de promocionar o informarse si un producto o programa de televisión, está teniendo acogida. La directiva del Canal Uno utiliza estos medios para llegar a su audiencia y crear un ambiente de comunicación, mediante la interacción de las personas acerca de sus contenidos, a través de las diversas plataformas digitales como: Instagram, Facebook y Twitter, promoviendo su consumo, gracias a esta estrategia, el productor puede obtener conocimiento acerca de la aceptación que está teniendo el programa y si debe realizar cambios para que pueda enganchar a los televidentes.

Este reality tiene más de dos cuentas de instagram, pero, la significativa es donde han logrado llegar a los 735 mil seguidores, teniendo la cantidad de 3,271 publicaciones y millones de me like en cada fotografía subida.

En Facebook este programa cuenta con 26 mil seguidores, contando con más de 270 videos y 30 publicaciones que cada día son comentadas por los fanáticos, además en twitter lo sigue 187 mil personas y cuenta alrededor de 10,7 mil tweets desde el 2013, año en el que se creó la cuenta.

2.7 La televisión como medio de comunicación

La televisión desde su invención en el siglo XX ha sido un medio de comunicación con mayor transcendencia en la historia, ha logrado expandirse masivamente por todo el mundo desde su invención, este es un medio que demanda demasiada atención por parte de los telespectadores, ya sea a programas que contribuyen a su educación o que los distraiga.

Los contenidos estimados como entretenimiento y que sean expandidos a través de los distintos medios de comunicación, obtienen término de información de relevancia pública, cuando se quebrante los derechos, la dignidad de las personas y los demás derechos que legalmente están establecidos (Ley Orgánica de la Comunicación, 2013, pág. 3).

En estos contenidos de Reality también puede violar o dañar la honra de los o las participantes, lo cual genera problemas que pueden causar furor en los expectantes y/o participantes.

La televisión es uno de los medios de comunicación que tiene gran importancia en la sociedad debido al fácil acceso y la gratuidad del mismo, en comparación con los otros medios de comunicación tiene mayor repercusión en la sociedad, contemplándose como un medio que conduce a la cultura a poner en práctica los valores establecidos y emitidos por la misma.

Además, este medio es considerado como uno de los más básicos dentro de la comunicación social, porque a través de lugar los profesionales en la comunicación pueden mantener comunicados e informada a la persona, además crear opiniones, forma su propia ideología de cualquier tema tratado y utilizan lenguaje que sea entendible para todos, si bien la televisión ha cambiado ciertos detalles tecnológicos como lo es su estructura y forma a través del tiempo.

En la actualidad las personas tienen más de uno televisor en sus hogares, convirtiéndose en el soporte visual de los seres humanos. Este medio a diferencia de la radio y periódico, fue el primero en mostrar contenidos de entretenimiento como los reality y los diferentes programas que se transmitían en otros países del mundo

2.7.1 La televisión igual que otros medios tienen ventajas y desventajas

Ventajas

❖ **Se considera que es un medio de socialización**

Donde los valores, las normas y conductas son aprendidos por este por ser el medio más visto.

❖ **Forjan opiniones en los televidentes**

Esto hace que las sociedades forman sus propios criterios con respecto a alguna noticia ya sea de carácter político, social y económico animando al espectador a expresarse.

❖ **Es una fuente de aprendizaje y entretenimiento**

Existe muchos programas educativos, que forma la educación en los seres humanos, pero también para satisfacen su ocio.

❖ **Cumple un rol de información**

Crean una cultura más informada y actualizada de los eventos ocurridos en el mundo.

Desventajas:

❖ Transmisión de programas sexistas

En la tv no solo existen programas educativos, también emiten contenidos sexistas, exponiendo a las mujeres como un símbolo de la sensualidad, aunque estos programas lo pasen por lo general en la franja nocturna tiene un alto índice de audiencia.

❖ Emisión de contenidos violentos

Como pueden ser las películas, series, novelas y reallitys.

❖ Causan la existencia de los valores negativos en la sociedad

La irresponsable actitud, que se presencia en los competidores y la falta de respeto hacia sus compañeras, esta es sin duda una conducta adoptada por parte de los niños y jóvenes de nuestras culturas.

2.8 El nuevo televidente

Con la creación de las nuevas tecnologías se van innovando las formas de hacer televisión, los televidentes en la actualidad presentan otros tipos de intereses, lo que ha generado que la mayor parte de los canales televisivos renueven sus contenidos, satisfaciendo a la sociedad con lo que desea ver.

“La mayor parte de los autores creen que las nuevas tecnologías, hace que la televisión evolucione la digitalización de sus contenidos y que en un futuro la relación e interactividad con sus consumidores se fortalezca” (García Mirón, 2011).

Con la aparición de estas nuevas tecnologías los medios tradicionales han quedado atrás, pero la televisión aún sigue siendo el medio relevante para los televidentes, con el aporte del internet, la televisión ha ido incrementando su crecimiento y demanda por parte de los espectadores, además de su información y creación nuevos formatos de forma que gratifique el ocio de los expectantes.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter

informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013).

2.9 Técnicas Aplicadas

La investigación de este proyecto se ha elaborado mediante una búsqueda exhaustiva de información con la acumulación de las diferentes teorías, brindando una aproximación del tema planteado. El objetivo primordial de esta investigación es analizar los diversos estereotipos en las mujeres del reality show Baila la Noche y la influencia que tiene en la sociedad.

2.9.1 Tipos de investigación:

- **Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa es la recolección de información que se basa en la observación y en el análisis del comportamiento en los diferentes contextos tanto culturales como ideológicos. Esta indagación construye el conocimiento a partir de la conducta observable de los implicados.

- **Investigación cuantitativa**

Esta investigación aporta con los datos numéricos obtenidos de las encuestas y en entrevistas, reforzando al proyecto con valores reales.

- **Entrevista:**

Se utilizó el tipo de Entrevista estructurada, la cual constó con cinco preguntas y se la realizó por medio de la red social Instagram, a la ex competidora del reality show Baila la Noche Melissa Celsi, con el objetivo de obtener información acerca de la estereotipación de la mujer en aquel programa.

Tabla 1

Entrevista realizada a Melissa Celsi, ex competidora de BLN

Pregunta	Análisis
1. ¿Cuáles son los requisitos para ingresar a Baila la Noche?	Depende de ellos eligen acorde a la personalidad, o si no a los fans o conocidos, tienes que saber competir y no tener miedo a la cámara y saber manejar el medio. Baila la competencia antes era Baila la Noche
2. ¿Cuénteme un poco sobre su experiencia en el reality?	En realidad me llamaron me pidieron que regrese a la tv, mi experiencia no fue tan buena era mala no tenía tiempo viajaba mucho y para estar en un programa necesitas todo el tiempo del mundo fue muy cansado aparte ya no me gustaba la fama entre comillas y el tema de obligarte hacer.
3. ¿Usted considera que existe estereotipos hacia las mujeres en dicho reality?	Antes si ahora creo que la gente tiene más opciones si se trata de programas de tv influye... somos ejemplos para niños y los fans se apasionan mucho si se trata de equipos
	Si claro hay de todo, chicas voluptuosas que venden más a nivel de hombres y las que compiten hay de todo tipo y ellos saben a quién utilizar y las que no

4. ¿Qué opina acerca de las mujeres que se sienten identificadas con las chicas reality?

simplemente no les dicen nada ejemplo romance, falsos algunos aceptan peleas también aceptas no es como antes. Podía ser tu misma. Sin tantas tetas ni nalgas ni pasarlas en hilos que no me gustan.

5. ¿Existen estereotipos utilizados en un programa de televisión?

Si, antes éramos ejemplos mucho más fuertes todos se querían parecer a mi o algunas chicas, ahora todos tienen un estilo fresco que las chicas deciden seguir y que no. No veo chicas diferentes ahora todos son iguales no hay variedad. La tv nacional de series y reality no pasas no veo tv en realidad solo lo que pase en estos momentos y lo que veo en redes así la gente por eso ahora consume otro tipo de programas Netflix, redes sociales, todo eso no les dan tiempo para ver tv ecuatoriana.

- **Encuesta**

Es la técnica más utilizada por los investigadores, es un conjunto de preguntas a un determinado grupo de personas que aporta con la recopilación de información sobre el tema proyectado. En la siguiente investigación se utilizó como técnica de investigación la encuesta, que fue aplicada a 67 personas de edades entre 18-30 años, mediante google Drive, en el sector Notización el Rosado de la Parroquia 10 de noviembre del cantón Ventanas, para conocer con respecto al pensar de la estereotipación en la mujer del reality Baila la noche que es transmitido por el Canal Uno. La encuesta se la realiza con la finalidad de reunir y sustentar con hechos la exploración del tema.

Resultados Obtenidos

La televisión es uno de los medios masivos más vistos en los actuales momentos por sus contenidos además de tener un público fiel a ellos.

Dentro de la parrilla televisiva encontramos los famosos reality shows uno de los más populares dentro del Ecuador es el Reality show Baila la noche conocido como BLN la competencia transmitido por Canal 1 desde el 2013 su contenido es de entretenimiento transmitido por el horario de lunes a viernes a las 10 pm, bastante visto por el público y muy reconocidos,

Mediante la encuesta se detectó que el 57,6% de los encuestados afirmaron consumir estos tipos de formatos de Reality shows, además reflejando que el 80% tiene conocimiento del programa BLN y un 29,9% lo consume estando consciente que el programa utiliza a la mujer como objeto para atraer y elevar el rating del programa.

Gracias a la técnica de investigación realizada los encuestados manifestaron estar en contra de que las figuras femeninas que son parte del programa BLN utilicen prendas de vestir un poco inapropiadas para exhibir su físico. Podemos resaltar que estos formatos manejan este tipo de recurso para atraer a una audiencia y lo hace ejecutando esos estereotipos que son impuestos en la sociedad misma algo que pasa desapercibido por parte de la audiencia encuestada que desconocía el término y la definición de estereotipos de género.

La televisión es uno de los medios masivos más vistos en los actuales momentos por sus contenidos además de tener un público fiel a ellos. Dentro de la parrilla televisiva encontramos los famosos reality shows uno de los más populares dentro del Ecuador es el Reality show Baila la noche conocido como BLN la competencia transmitido por Canal 1 desde el 2013 su contenido es de entretenimiento transmitido por el horario de lunes a viernes a las 10 pm, bastante visto por el público y muy reconocidos.

Mediante la encuesta se detectó que el 57,6% de los encuestados afirmaron consumir estos tipos de formatos de Reality shows, además reflejando que el 80%

tiene conocimiento del programa BLN y un 29,9% lo consume estando consiente que el programa utiliza a la mujer como objeto para atraer y elevar el rating del programa.

Gracias a la técnica de investigación realizada los encuestados manifestaron estar en contra de que las figuras femeninas que son parte del programa BLN utilicen prendas de vestir un poco inapropiadas para exhibir su físico.

Podemos resaltar que estos de formatos manejan este tipo de recurso para atraer a una audiencia y lo hace ejecutando esos estereotipos que son impuestos en la sociedad misma algo que pasa desapercibido por parte de la audiencia encuestada que desconocía el término y la definición de estereotipos de género.

II. CONCLUSIÓN

Los reality shows se han transformado en fuente primordial dentro de la palestra televisiva ecuatoriana, gracias a la progresiva popularización de estas producciones, y la acogida indiscutible de una audiencia fiel a estos programas.

La presente investigación nos ayudó a medir la estereotipación existente de la mujer en los reality show tomando como base el programa reality baila la noche transmitido por la señal de canal uno de lunes a viernes en el horario de 10 pm a 12 am.

Según los resultados recolectados mediante las encuestas se puede concluir que una gran parte de la población encuestada consume este programa de forma constante llegando afirmar que la mujer es un eje fundamental para este, mostrando un 62.1% de la población afirmando que el programa utiliza a la mujer en este caso las participantes femeninas del reality como medio para atraer a los espectadores.

Sin duda alguna la presencia femenina dentro de dicho reality es una pieza clave. Un ejemplo claro es la joven Melissa Celsi ex participante de reality quien expuso que estos tipos de programas buscan atraer al público mediante varias temáticas que suelen ser la invención de romances, peleas, conflictos entre ellos mismo a pesar de tener una buena relación entre ellos, con único objetivo de tener fama dentro y fuera del reality.

Celsi también afirma que actualmente a las mujeres que son participantes de realitys son escogidas por su físico, belleza y predisposición para armar un show de sus vidas privadas.

Y esto según la información recolectada puede ser cierto ya que el 31.9% del personal encuestado no vea inconveniente alguno que la mujer sea expuesta en el programa con prendas de vestir diminutas para mostrar su cuerpo.

Pero si muestra un desinterés en la parte de que los participantes expongan su vida personal y la conviertan en un show fue lo que un 55.4% expusieron.

Esto puede ser uno de los componentes principales por el cual el programa o cualquiera que comparta este formato adquiera un alto rating por la explotación femenina es sin duda un arma fuerte para estas producciones.

Exponiéndola de forma atrevida resaltando su belleza y sobre todo su físico, mostrando sus atributos para llamar la atención vistiendo de forma provocativa, exponiendo sus vidas íntimas, actitudes o comportamientos que no van entrazado con la línea profesional y de cierta forma volviendo parte de un estereotipo sexi dentro de la pantalla.

Algo muy común en la televisión, al vender la imagen femenina de forma sexista o del tipo perfecto en frente de otros para volverla un referente ejemplo los estereotipos incitado hacia la mujer, aptos que se ven reflejado en el comportamiento de las chicas del reality, el de utilizar prendas cortas, exponer sus vidas privadas al público con el único fin de obtener rating y entretener al público.

III. RECOMENDACIONES

- Se deben realizar programas de telerrealidad que promuevan los valores en la sociedad.
- Los contenidos que presentan los reality show se deberían discernir entre la realidad y la ficción.
- Los canales de televisión deben aplicar la Ley Orgánica de Comunicación en sus contenidos de entretenimiento.

IV BIBLIOGRAFÍA

1. Alvarado, B. (2016). Obtenido de UASB-DIGITAL:
<http://hdl.handle.net/10544/4888>
2. Bazo, F. P. (2011). La realidad mediatizada: el reality show. *Revista Comunicación*.
3. Berges, B. M. (2008). Discriminación, prejuicio, estereotipos. *Revista Electronica*, 10.
4. Cook, R., Cusack, S., & Dickens, B. (2010). *La Estereotipación Poco Ética de la Mujer en la Salud Reproductiva*. Melbourne, Australia: Public Interest Law Clearing House.
5. García Mirón. (26 de 12 de 2011). Social TV España: concepto, desarrollo e implicaciones. Obtenido de
<https://revistas.um.es/gesinfo/article/view/207531>
6. Guillamón, J. B. (2009). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Redalib*, 16.
7. Ley Orgánica de la Comunicación. (25 de 6 de 2013). Obtenido de
http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf
8. Oliva, M. (2014). *Telerrealidad, disciplina e identidad: Los makeover shows en España (Vol. 1)*. España: UOC.
9. Puente, S. N. (2005). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. *Grupo Comunicar*, 25.
10. Walzer, A. (2009). Pedagogías del cuerpo. La construcción espec(tac)ular del cuerpo femenino en el reality show español . *Revista Latina de Comunicación Social*, 203- 209. Obtenido de *Revista Latina de Comunicación Social*.

ANEXOS

MUESTRA PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ENCUESTAS

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

n= 100

$$n = \frac{100 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2(100-1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

Z= 1.96

P= 0.05

$$n = \frac{100 \times 3.84 \times 0.05 \times 0.95}{0.009 \times 99 + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

D=0.03

$$n = \frac{18.24}{0.2715} = 67.182$$

ENCUESTA REALIZADA POR MEDIO DE GOOGLE DRIVE

1. ¿Alguna vez ha escuchado la palabra estereotipo de género?
2. ¿Los estereotipos son un conjunto de modelos o comportamientos e ideas que tienen las personas hacia los demás? ¿Sabía usted su significado?
3. ¿Usted cree que existe estereotipación de género en los medios de comunicación?
4. ¿Qué tipo de programa usted prefiere ver?
5. ¿Le gustan los reality show?
6. ¿Conoce el programa baila la noche la competencia?
7. ¿Usted ve Baila la Noche?
8. ¿Cree usted que en Baila la Noche utiliza a la mujer con el fin de conseguir rating?
9. ¿Está de acuerdo que las mujeres del reality Baila la Noche usen prendas de vestir muy pequeñas para exhibir su cuerpo?
10. ¿Está de acuerdo que las participantes de Baila la Noche expongan su vida en público?



The image shows a screenshot of a Google Forms survey. The title of the form is "ESTEREOTIPACIÓN EN LAS MUJERES EN EL REALITY SHOW BAILA LA NOCHE, CANAL 1". The form is currently in the "PREGUNTAS" (Questions) tab, and it shows 67 responses. The first two questions are visible:

1. ¿Alguna vez has escuchado la palabra estereotipo de género?

Sí

No

2. Los estereotipos son un conjunto de modelos o comportamientos e ideas que tienen las personas hacia los demás. ¿Sabía usted su significado?

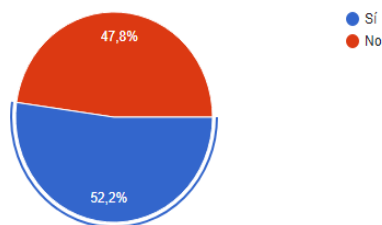
Sí

No

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1. ¿Alguna vez has escuchado la palabra estereotipo de género?

67 respuestas

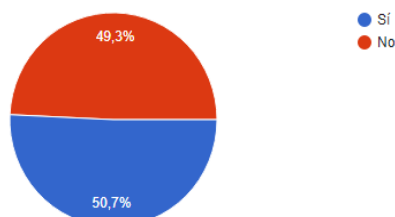


Interpretación

Los datos recolectados en base a los encuestados, informan que un 52,2 % ha escuchado hablar sobre la palabra estereotipo de género y un 47,8 % nunca había oído acerca de aquella palabra.

2. Los estereotipos son un conjunto de modelos o comportamientos e ideas que tienen las personas hacia los demás. ¿Sabía usted su significado?

67 respuestas

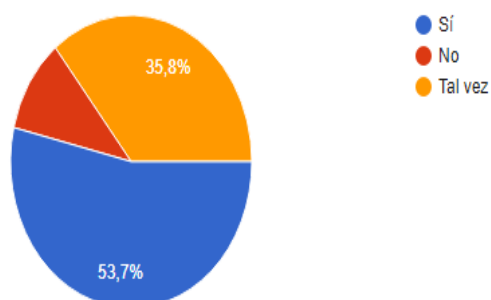


Interpretación

La compilación de datos de dicha pregunta indica que un 50,7% tiene conocimiento sobre el significado de estereotipo y el 49,3 % no tenían idea o conocimiento del tema

3. ¿Usted cree que existe estereotipación de género en los medios de comunicación?

67 respuestas

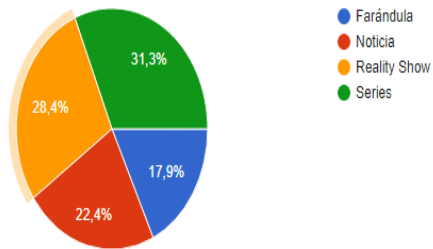


Interpretación

En siguiente pregunta los datos determinan que el 53,7% las personas creen que, si existe estereotipación hacia las mujeres en un medio de comunicación, el 35,8% cree que tal vez puede existir estereotipos en los medios y un 10,4% no cree esto.

4. ¿ Qué tipo de programa usted prefiere ver?

67 respuestas

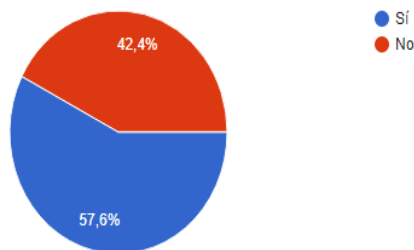


Interpretación

En la subsecuente interrogación demuestra que el 31,3% prefiere ver series, un 17,9% le gusta ver farándulas, 22,4% elige ver noticias y el 28,4% prefiere ver los reality show.

5. ¿ Le gusta los reality show?

66 respuestas

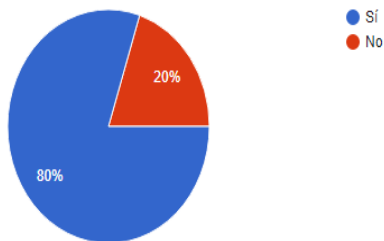


Interpretación

En esta pregunta planteada al 57,6% les gusta ver los reality show y el 42,4 % casi no le llaman la atención.

6. ¿ Conoce el programa baila la noche la competencia?

65 respuestas



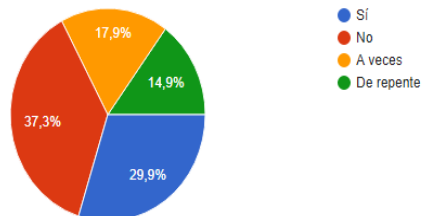
Interpretación

Los resultados obtenidos presentan un 80% sobre el conocimiento acerca del reality Baila la Noche y un 20% desconoce del programa.

Interpretación

7. ¿ Usted ve Baila la Noche?

67 respuestas

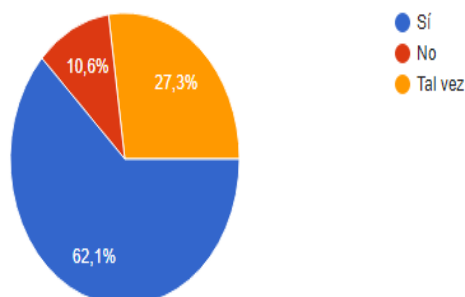


Esta pregunta se planteó para conocer qué tan vistos son por las personas, lo cual indica que un 37,3 % no ve Baila la noche, el 29,9% si ve este programa, un 14,9% ve de repente el programa y un 17,9% a veces ve el programa.

Interpretación

8. ¿ Cree usted que en Baila la Noche utiliza a la mujer con el fin de conseguir rating?

66 respuestas



Un 62,1% está seguro que en aquel contenido de entretenimiento se utiliza a las mujeres con el fin de ganar rating y el 10,6% no está de acuerdo con este pensamiento y el 27,3% no están tan seguros que utilicen a la mujer como un medio para ganar rating.

9. ¿Está de acuerdo que las mujeres del reality Baila la Noche usen prendas de vestir muy pequeñas para exhibir su cuerpo ?

64 respuestas



Interpretación

La información recogida demuestra que un 31,9 % está de acuerdo con las prendas utilizadas por las participantes y el otro 50% no comparte esta opinión.

10. ¿Está de acuerdo que las participantes de Baila la Noche expongan su vida en público ?

65 respuestas



Interpretación

Dentro de esta pregunta elaborado 55,4 % no está de acuerdo que las competidoras del programa expongan sus vidas privas al público y el 18,5% considera que es interesante porque los entretiene

TUTORIAS REALIZADAS CON LA MSC: VICTORIA SALAMEA



IMÁGENES OFICIALES DE BAILA LA NOCHE “LA COMPETENCIA”



REDES SOCIALES OFICIALES DE BAILA LA NOCHE “LA COMPETENCIA”

← **bln_oficial** ⋮



3,271 **735 mil** **33**

Publicaci... Seguidor... Seguidos

BLN: La Competencia
 Programa de TV
CUENTA OFICIAL ❤️❤️
 Lunes a Viernes / 22H30
CANAL UNO
 Twitter: @blncompetencia
 Ver traducción
 Seguido por farandula.light, lagunaparkguayaquil y 36 más

Seguir

Mensaje

Correo















← Buscar 🔍





Baila La Noche

Programa de TV



Te gusta

📄 Siguiendo
⋮



A Denisse, Ysmenia, Sua y 37.186 personas más les gusta esto

Inicio Sobre nosotros Buscar en Twitter 🔍 ¿Tienes cuenta? Iniciar sesión





Tweets **10,7 mil**

Siguiendo **16**

Seguidores **187 mil**

Me gusta **40**

Seguir

BLN: La Competencia
@BLNCompetencia

TWITTER OFICIAL de @BLN_Oficial x @canalunotv - Reality de Competencia - Lunes A Viernes - 22h30

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

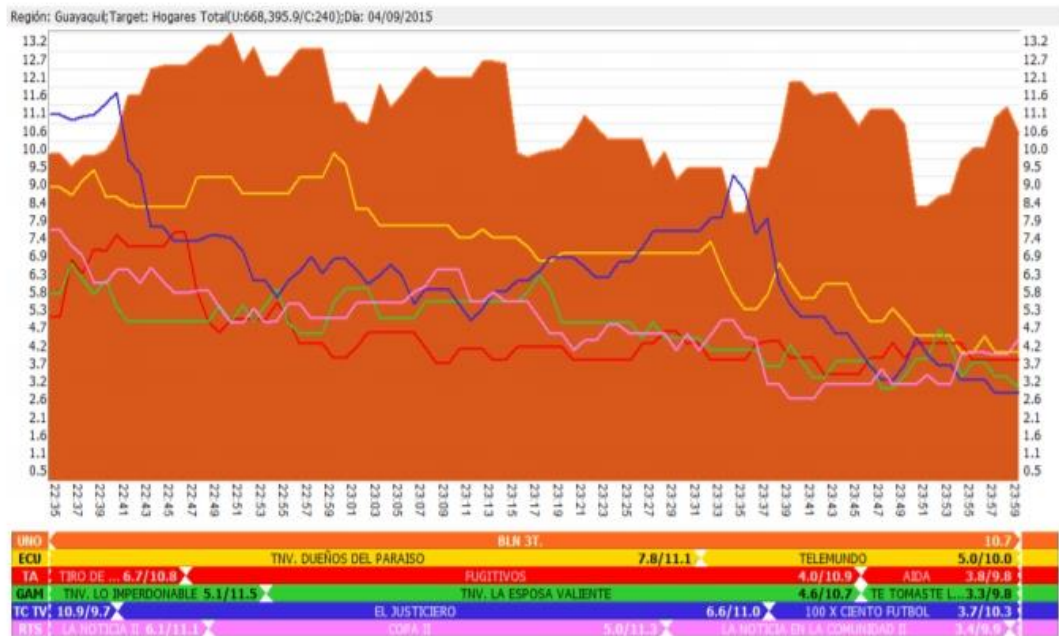
BLN: La Competencia retweeted **BLN 8 - Es Competencia** @Bln8Competencia · 10 abr. Un voto por Cuenta #QuieroQueSeQuedeKimberly mencionando a @BLNCompetencia



¿Quieres aprovechar todas las

NIVEL DE RATING DE BAILA LA NOCHE

Fuente: repositorio.espe.edu.ec



ENTREVISTA REALIZADA A MELISSA CELSI EX COMPETIDORA DE BAILA LA NOCHE

