

## INFORME

# LAS MUJERES EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO

## DESCRIPCIÓN

El Observatorio de la Discriminación en Radio y TV tiene como objetivo y funciones el diseño e implementación de políticas y acciones que fomenten el liderazgo y la participación de las mujeres en ámbitos y/o roles tradicionalmente signados por la presencia masculina. En pos de ello, elaboramos proyectos, instrumentos y medios que hagan posible establecer diagnósticos, definir prioridades y formular políticas de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres.

En este sentido, el informe denominado “Mujeres en los medios” constituye una herramienta de análisis de contenidos audiovisuales que permitirá medir la cobertura televisiva de la representación (en tanto sujetos de la noticia) y el rol de las mujeres en los medios de comunicación. Es un estudio basado en datos empíricos que posibilitará estimar estadísticamente la fijación de la agenda temática y la estrategia de distribución de las informaciones desplegadas por los programas seleccionados bajo la perspectiva de género.

Pese a la reconfiguración del ecosistema mediático propiciado por el advenimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), la televisión continúa siendo una de las principales fuentes de información para gran parte de la población nacional y mundial. Consiste en un instrumento clave del espacio público y privado en el que las personas, las naciones y las sociedades viven. Una nación o sociedad que no se conoce plenamente no puede responder a las aspiraciones de sus habitantes. Por ello, resulta interesante visualizar quién y qué estereotipos de mujer aparecen en las noticias, así como conocer la forma en que se presenta a las personas y los acontecimientos noticiables. De igual importancia es quién queda afuera o qué deja de cubrirse. En todo el mundo, la desigualdad de género que se encuentra en la base cultural y la discriminación contra las mujeres se refuerza en los medios de comunicación.

## METODOLOGÍA

Este análisis de contenidos constituye un método cuantitativo y sistemático de investigación social utilizado para estudiar el contenido manifiesto de la comunicación. Una medición representativa consistente en el registro, codificación, procesamiento estadístico y análisis de los contenidos difundidos en los programas de formato de entretenimiento de los canales de TV abierta, en el período que va del 24 al 30 de enero de 2022.

## Muestreo

A los fines del presente informe, se ha delimitado un corpus de análisis comprendido por los siguientes programas, contemplando su emisión semanal y durante el fin de semana.

| EMISORA  | PROGRAMA                      | FRECUENCIA              |
|----------|-------------------------------|-------------------------|
| Canal 2  | Recreo                        | Domingos                |
| Canal 2  | Insta-late                    | Lunes a viernes         |
| Canal 7  | ¿Quién sabe más de Argentina? | Lunes a viernes         |
| Canal 9  | El show del problema          | Lunes a viernes         |
| Canal 9  | Está en tus manos             | Lunes a viernes         |
| Canal 9  | Super, super                  | Lunes a viernes         |
| Canal 9  | La hora exacta                | Lunes a viernes         |
| Canal 11 | No es tan tarde               | Lunes a viernes         |
| Canal 11 | Pasapalabras                  | Sábados y domingos      |
| Canal 11 | MasterChef                    | Lunes a jueves/Domingos |
| Canal 13 | Los 8 escalones               | Lunes a viernes         |
| Canal 13 | Bienvenido a bordo            | Lunes a viernes         |
| Canal 13 | 100 argentinos dicen          | Lunes a viernes         |
| Canal 13 | El hotel de los famosos       | Lunes a sábados         |
| Canal 13 | Plan TV                       | Sábados                 |

## Unidades de análisis

- Pieza audiovisual y temática: contenido específico en el que se difunde un tema o problemática.
- Unidad representativa: secuencia en la que se presentan las y los profesionales de los **programas de entretenimiento**.

## Tamaño de la muestra

- Cantidad de unidades temáticas.
- Cantidad de unidades de participaciones.

## Consideraciones respecto a las particularidades del formato analizado

Los programas de entretenimiento son un claro reflejo, traducido en imágenes y símbolos, de nuestro acontecer cotidiano. Los contenidos del entretenimiento buscan provocar una serie de emociones en el espectador, desde la sorpresa o el sentimiento a la emoción y el humor.

Asimismo, la competencia entre diversos contendientes y el espectáculo son otros componentes imprescindibles de muchos de los programas que conforman este formato televisivo. En este sentido, existen tres mecanismos discursivos presentes en muchos espacios de entretenimiento:

1. **El humor.** La comicidad, la broma, el chiste, la búsqueda de la risa y de la carcajada son elementos habituales en muchos programas de entretenimiento, aunque no es un rasgo exclusivo del género.
2. **La competencia.** La lucha para conseguir un objetivo a partir de la contienda entre dos o más personas o entre equipos de deportistas o concursantes corresponde a una fórmula narrativa habitual en programas de entretenimiento. Las retransmisiones deportivas y los concursos en sus diferentes modalidades ofrecen duelos, retos o desafíos a partir del enfrentamiento.
3. **El espectáculo.** Es un ingrediente habitual en muchos géneros televisivos, pero dentro del entretenimiento constituye, en ocasiones, el componente básico e incluso único de muchos programas. La exhibición de capacidades artísticas, deportivas o circenses posee un componente narrativo mínimo que se ve compensado por el extraordinario valor espectacular.

A partir de la combinación de los tres elementos se organizan las características de muchos programas de entretenimiento. De esta manera, se definen los siguientes subgéneros:

- **Concursos.** Marcados por su orientación hacia las preguntas y respuestas, la competencia de habilidades, destrezas o la intervención del azar. Pueden asumir mecanismos espectaculares y de humor en otras modalidades.
- **Musicales.** Emparentados con los programas de variedades y las galas de temáticas musicales. Los programas musicales abarcan conciertos en directo o en diferido, espacios de actuaciones musicales variadas, donde pueden incluirse entrevistas o reportajes sobre las y los cantantes y grupos, emisiones que repasan listas de los últimos éxitos, programas de videoclips, concursos musicales nacionales o internacionales, etcétera.
- **Humor.** El humor en televisión se puede desarrollar en formatos diferentes a las comedias de ficción: las actuaciones de humoristas, los programas de sketches, los chistes y las parodias.
- **Reality show o reality game.** Es un docudrama que pivota en torno a los condicionamientos de un concurso, ya que las y los personajes son participantes, se van eliminando tras una serie de pruebas, existen unas reglas y un premio que cuando una o uno de los participantes lo consigue se acaba el juego. No se trata de un concurso de preguntas o respuestas, sino

que se organiza una competición que mide las distintas capacidades de las y los participantes, como la demostración de habilidades diversas, la convivencia con otras personas, la resistencia física, la confianza en la pareja, la capacidad de adaptación, de superación, de aprendizaje de destrezas, entre otras.

- **Variedades.** Son espectáculos herederos de la revista musical y el teatro, por lo que incluyen elementos de diversa y variada índole.
- **Galas temáticas.** Son programas especiales organizados con motivo de algún evento especial, como los concursos de belleza, los maratones de apadrinamientos o de recaudación de fondos, la entrega de premios de cine, televisión u otros medios, y los homenajes a personalidades de nuestra sociedad.
- **Retransmisiones deportivas.** Se encuentran los grandes eventos deportivos, como campeonatos del mundo y olimpiadas, y las retransmisiones en directo o en diferido de partidos de las distintas disciplinas deportivas competitivas.

## Cómo se distribuyen las participaciones de las personas por género

Entre el 24 y 30 de enero de 2022, en la agenda de las **65** emisiones de los **15** programas de entretenimiento relevados se ha registrado un total de **855** intervenciones de las personas participantes, mujeres y varones, en sus distintos roles, que exhibe una paridad de género prácticamente equilibrada del 50/50.

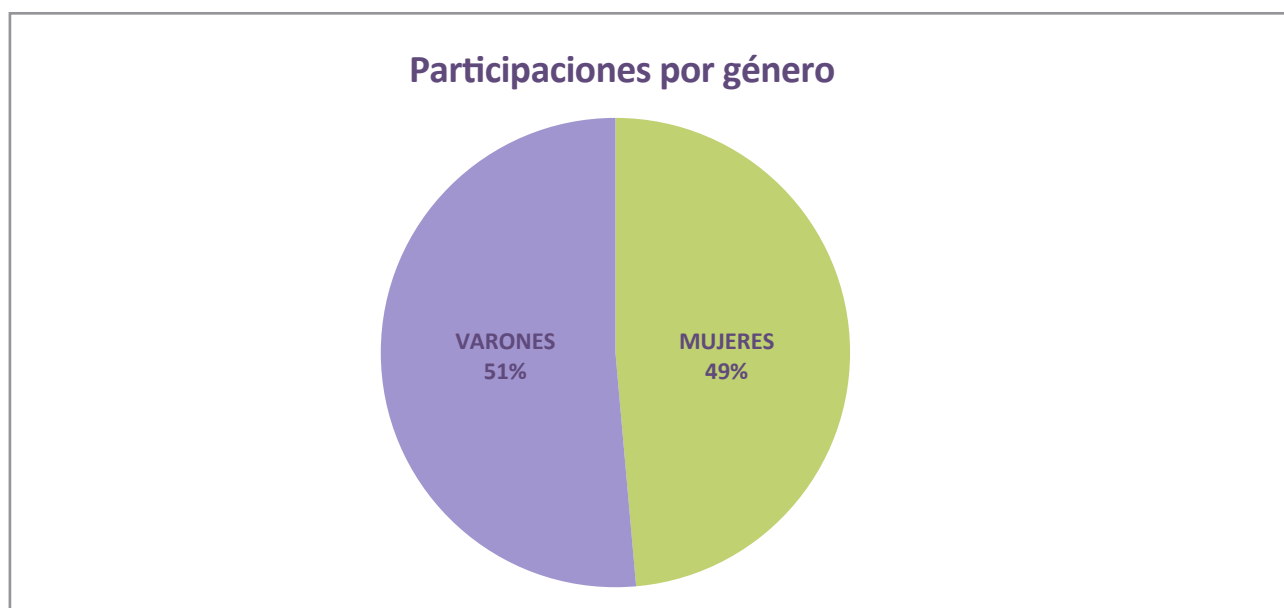
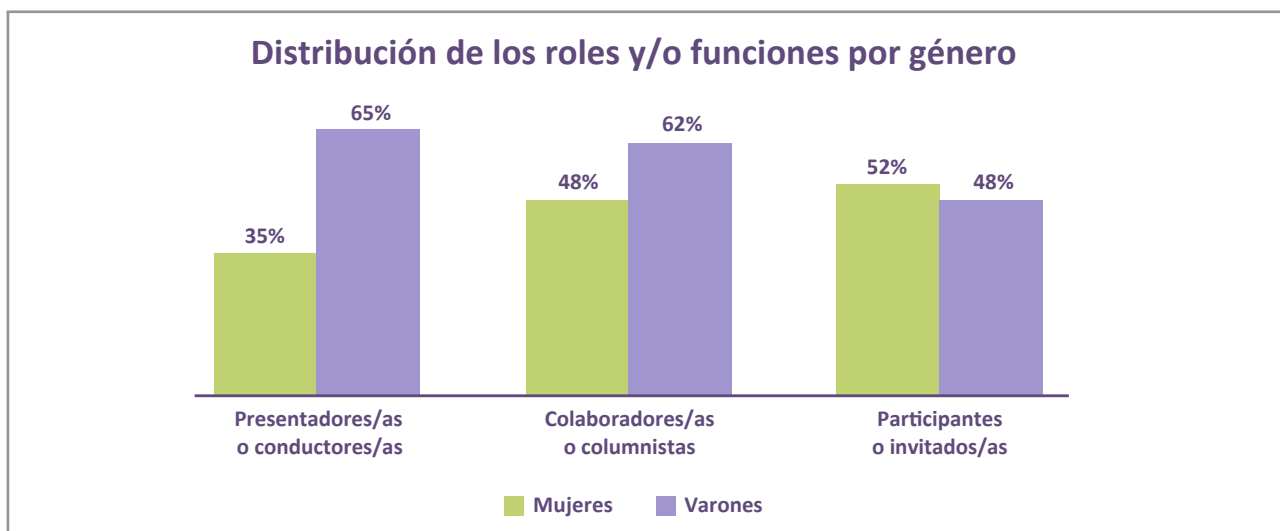


Gráfico 1.

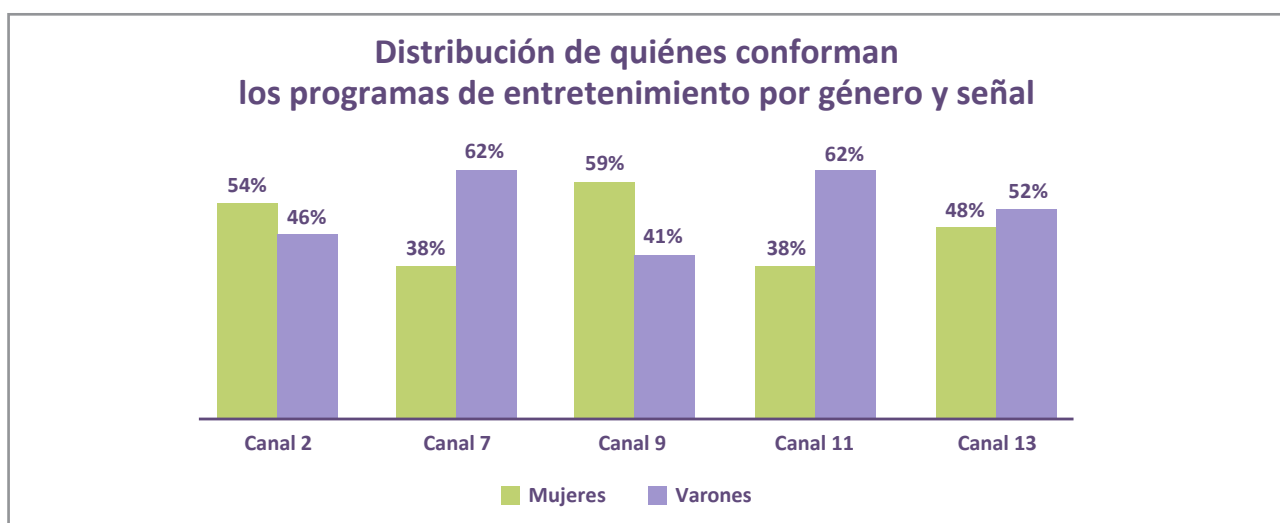
## 1. Quiénes integran los programas de entretenimiento. Consideraciones sobre la conformación de los equipos de trabajo



**Gráfico 2.**

En el **Gráfico 2** se observa que las emisiones de los programas relevados cuentan con una estructura de profesionales conformada por 309 personas, que se desempeñan tanto en los roles y/o funciones de conductor/a y/o presentador/a como de columnista y/o colaborador/a. En este sentido, se entiende que en la conformación de los equipos de trabajo prevalece la presencia de varones por sobre las mujeres, con una diferencia porcentual que excede los 10 puntos.

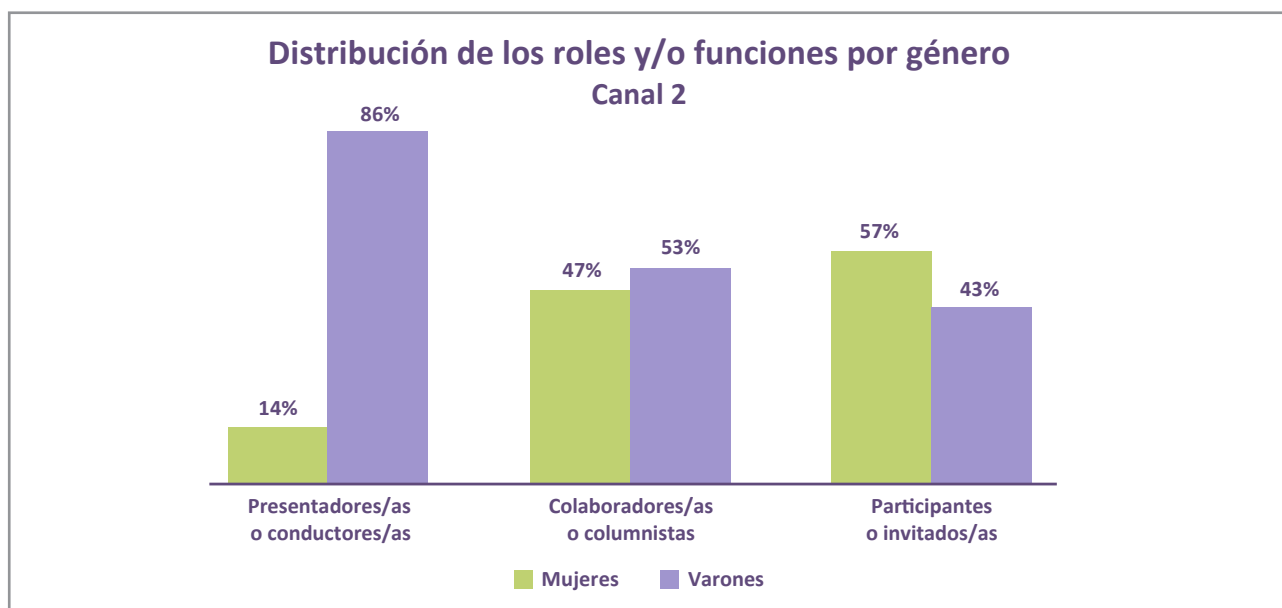
Sin embargo, si hablamos de las personas que participan y son invitadas a estos ciclos televisivos de entretenimiento, se destaca una leve preponderancia de las mujeres, con un 52% sobre el 48% de los varones.



**Gráfico 3.**

En cuanto a la estructura organizativa de los programas relevados, tal como da cuenta el **Gráfico 3**, se devela una preponderancia de las mujeres en las señales Canal 2 y Canal 9, en tanto que en el resto de las emisoras se detecta una tendencia mayoritaria en los varones. Esta diferencia se debe a que esas dos señales incluyen programas con mayor presencia de participantes e invitadas mujeres.

En los gráficos siguientes, se describe la distribución de las y los integrantes de todos los programas visualizados, de acuerdo con su rol y señal.



**Gráfico 4.**

En las 5 emisiones de los 2 programas de entretenimiento de **Canal 2** analizados, los varones fueron ampliamente protagonistas en su rol de presentadores y conductores, y se refleja una diferencia porcentual de 72 puntos respecto a las mujeres. Entre las y los participantes e invitados e invitadas, se encontraron influencers, youtubers y figuras más seguidas en las redes, que desplegaron recomendaciones varias, situaciones cómicas y segmentos de humor. En estos fragmentos audiovisuales, puede observarse una diferencia a favor de las mujeres.

Por su parte, **Canal 7** cuenta con tan solo 5 emisiones de un programa dedicado a preguntas y respuestas sobre la cultura, la historia, la idiosincrasia y distintas particularidades y curiosidades de nuestro país, el cual se encuentra conducido por un varón y cuenta con breves intervenciones de una locutora y la rotación diaria de duplas de concursantes. En este último rol, las mujeres reflejan una participación significativa inferior.

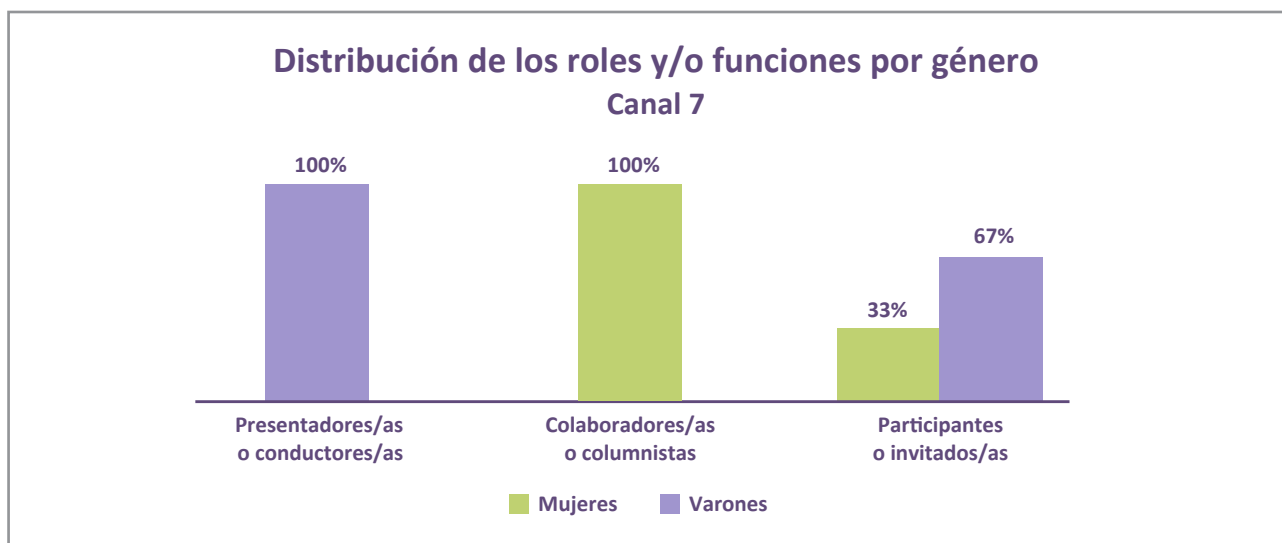


Gráfico 5.

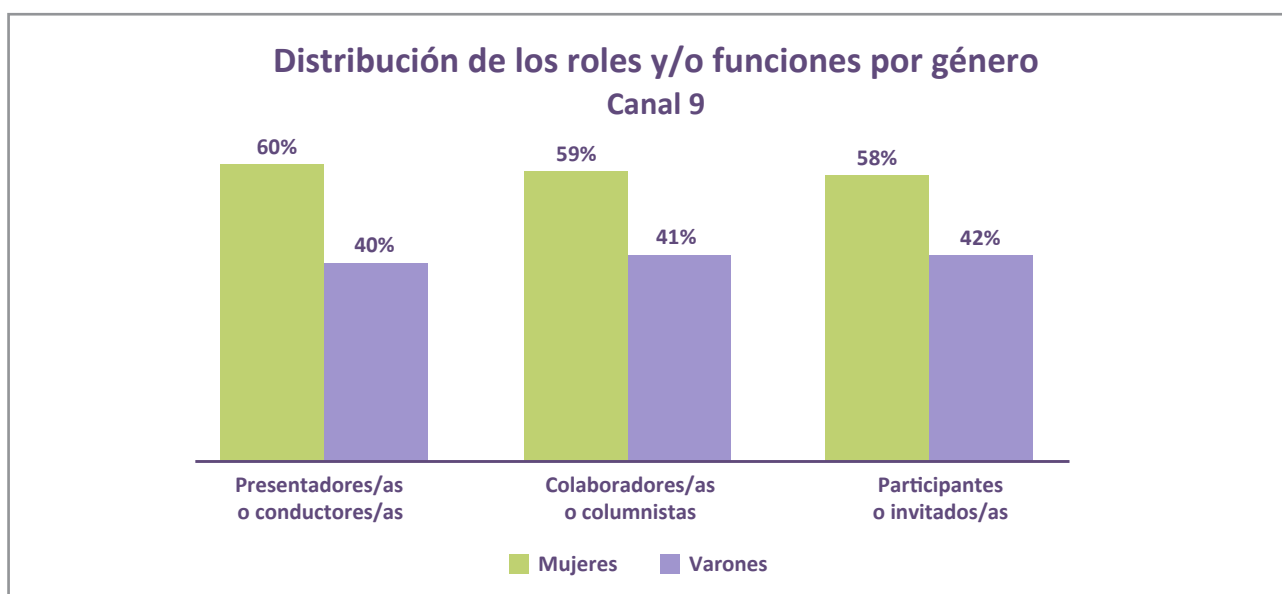


Gráfico 6.

El **Gráfico 6** muestra cómo se distribuyeron las mujeres y los varones en los 3 roles estudiados, en las 20 emisiones de los 4 programas relevados en **Canal 9**. En estos ciclos televisivos, dedicados a concursos sobre habilidades y conocimientos variados, las mujeres superaron ampliamente su participación.

El **Gráfico 7** refiere a **Canal 11**, donde sus 3 programas de entretenimiento sobre destrezas en el arte de cocinar y aptitudes cognitivas sobre el juego de las palabras fueron, en su totalidad, conducidos por protagonistas masculinos. Nuevamente las mujeres prevalecieron en su función de invitadas y participantes.

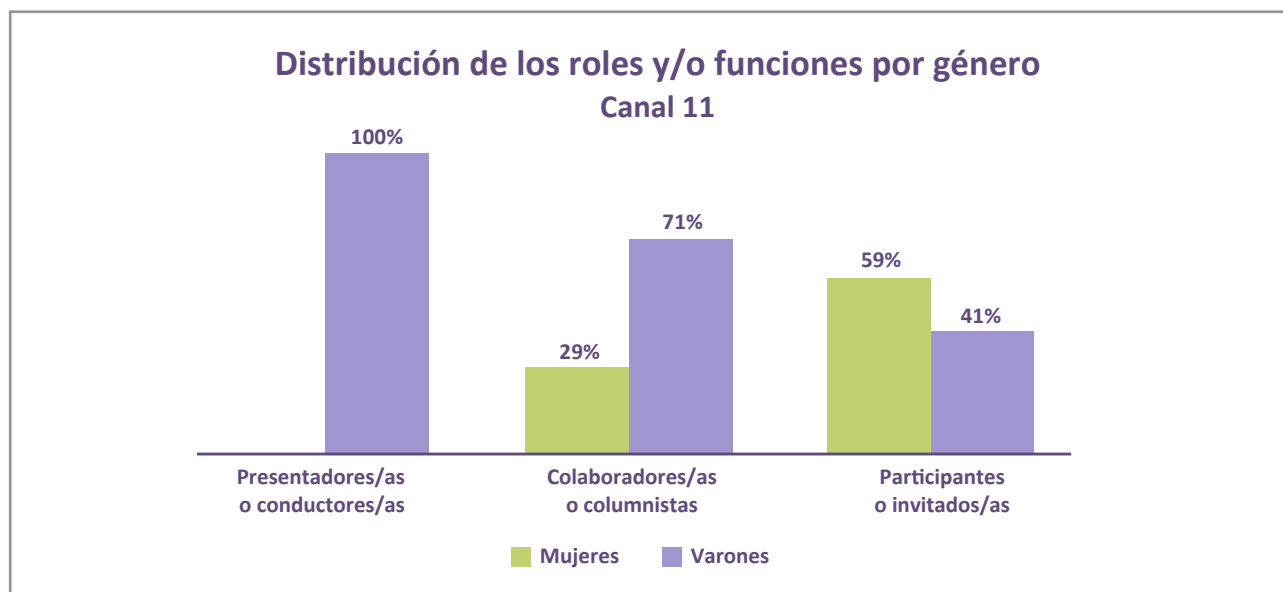


Gráfico 7.

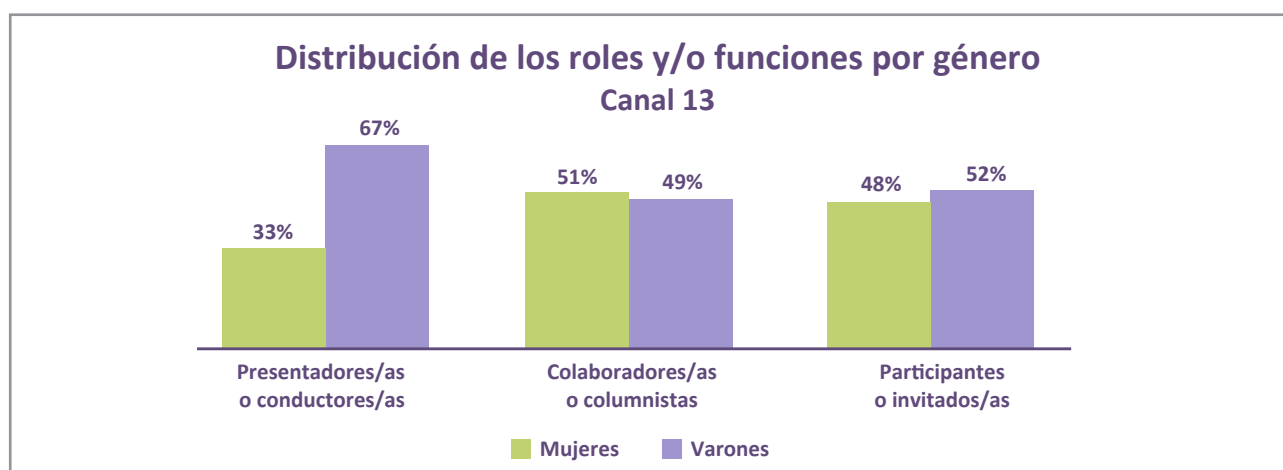


Gráfico 8.

Por último, las 21 emisiones de los 5 programas analizados en **Canal 13** permiten observar una interesante paridad que roza el 50/50 cuando hablamos de las intervenciones de mujeres y varones como columnistas y concursantes. En cuanto a los roles de presentación y conducción, la brecha de género refleja una diferencia que alcanza el 34%.



## CONCLUSIONES

Las cifras y porcentajes compartidos en estas páginas poseen utilidad y alcance en tanto diagnóstico inicial de la situación del rol y la participación de la mujer y el colectivo LGBTIQ+ en y a través de las noticias, temáticas y problemáticas que se construyen y difunden en los programas televisivos con formato entretenimiento.

Se trata de un primer acercamiento que sienta las bases desde las cuales será posible formular políticas e impulsar acciones que incrementen la participación femenina y de las diversidades en los medios de comunicación audiovisual, conforme la Ley 27.635 de Paridad de Género.

Aquí, a modo de síntesis, algunas cifras para destacar:

- En la estructura de los programas de entretenimiento, la brecha de género entre mujeres y varones es de 49/51, y el colectivo LGBTIQ+ representa tan solo un 1%, dentro del porcentaje total de las mujeres.
- 3 de los 15 programas relevados son conducidos por mujeres, 7 por varones y el resto por una dupla.
- De las 855 intervenciones de mujeres y varones, las mujeres han tenido un protagonismo en el rol de participantes e invitadas.
- En la conformación de los equipos de trabajo (presentadores/as y colaboradores/as), prevalece la presencia de varones por sobre las mujeres, con una diferencia porcentual que excede los 10 puntos (45/55).

Desde el Observatorio de la Discriminación en Radio y TV consideramos que es deseable establecer, a partir de aquí, una frecuencia que permita periódicamente ir comparando avances, cambios y desafíos con la intención de reducir la brecha de género. Confiamos, también, en ampliar el monitoreo a los diversos formatos que conforman la programación diaria de emisoras de nivel federal. Incluso podría pensarse en replicar dicha metodología a las plataformas de contenidos audiovisuales tales como Netflix, Amazon, entre otras.

Desde esta perspectiva, sumamente más ambiciosa, pero sin duda más representativa de nuevas formas de producción y consumo de contenidos audiovisuales, características de la actual reconfiguración del ecosistema mediático digital, será posible acercarnos a cumplir con el objetivo de lograr mejoras sustantivas en el acceso y la representación de las mujeres y las diversidades en los medios.