

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del título de Licenciada en Comunicación
Social**

Tema:

ANÁLISIS TEXTUAL Y GRÁFICO DE LOS COMICS CON TEMÁTICA DE
GÉNERO PUBLICADOS EN LOS DIARIOS: *EL COMERCIO* DE QUITO Y
EL UNIVERSO DE GUAYAQUIL

AUTORA: MARÍA RAFAELA PALACIOS CORREA

DIRECTORA: CATALINA ÁLVAREZ

Quito-2010

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del la autora.

Quito, 24 - 01 - 11.

(f)_____

María Rafaela Palacios Correa

ABSTRACT

Título: Análisis textual y gráfico de 20 comics de genero de los periódicos *El Comercio de Quito* y *El Universo de Guayaquil*

Autor: María Rafaela Palacios Correa

Universidad: Politécnica Salesiana de Quito

Unidad académica: Carrera de Comunicación Social

Problema investigado: Los comics como reproductores de la sociedad patriarcal

Instrumentos utilizados: Bibliografía relacionada con el tema de comics, teoría de género, teoría de análisis del discurso; comics publicados en los periódicos *El Comercio de Quito* y *El Universo de Guayaquil*.

Procedimiento para la realización de estudio: Se consultó bibliografía, se definieron temas relacionados: Definición e historia de los comics (tiras cómicas o historietas), comunicación, cultura, género, se revisaron los comics correspondientes al año 2009 del *Diario El Comercio de Quito* y *Diario El Universo de Guayaquil*.

Se decidió utilizar el término inglés “comic”, para definir a este medio de comunicación, puesto que el término se ajusta mejor a la naturaleza de este estudio.

Para el análisis y la aplicación de las herramientas se tomó como muestra 70 periódicos (con la ayuda de un programa de muestreo) de donde se revisó 590 comics. El propósito del presente estudio, es evidenciar si los comics publicados en los periódicos de mayor tiraje del país contienen o no elementos que reproducen estereotipos de género, medir la frecuencia de comics con temática de género y realizar un análisis textual y gráfico de 20 comics con contenido de género.

Resultados obtenidos y conclusiones: Según los análisis cuantitativos y cualitativos aplicados a la muestra estudiada, se evidenció que los comics examinados refuerzan algunas de las concepciones de la sociedad patriarcal por medio de la reproducción de estereotipos y valoraciones de género que obedecen a formas de discriminación en el ámbito económico y cultural. Otro hallazgo muestra que aún que la frecuencia de temas principales sobre género en los comics revisados es baja, la mayor parte de comics muestran mensajes de género. Con esto anterior se ha comprobado que los comics son una fuente de significación que pueden contener discursos negativos contrarios a la igualdad de género.

ÍNDICE

Introducción:	9
Justificación.....	1
2	
Interés, Importancia y Urgencia.....	13
Propósito de la investigación	15
Marco Metodológico.....	15
Instrumentos de investigación.....	15
Criterio de selección.....	16
Población y muestra.....	17
Variables e indicadores.....	19
Prueba piloto.....	21
Primera parte	22
Capítulo I:	22
Género, medios de comunicación y análisis del discurso	22
1.1-Discusiones teóricas sobre la Sociedad Patriarcal.....	22
1.2.-Cuestionamiento a la universalidad de la sociedad patriarcal.....	23
1.3.-La sociedad patriarcal en el mundo.....	24
1.4.-En América Latina.....	26
1.5.-En Ecuador.....	29
1.6.-Los medios de comunicación en la sociedad el patriarcado.....	31
1.7.-Género como categoría de análisis.....	40
1.8.-Análisis del discurso.....	41
Capítulo II:	44
El comic	44
2.1.-Definición y estructura.....	44
2.2.-Historia.....	45
2.3.-El comic como medio de comunicación. Comic, influido e influyente.....	47
2.4.-La mujer en el comic.....	48
2.5.-Comic en los diarios.....	51

Segunda parte	52
Capítulo III:	52
3.1.-Resultados de las fichas de publicación y fichas individuales de analisis del comic	52
3.1.1.-Análisis de Periódicos.....	52
3.1.2.-Análisis de Comics de los diarios El Comercio y El Universo.....	55
3.2.-Resultados de las fichas de analisis de comics con contenido de género	62
3.2.1.-Análisis textual y gráfico de 20 comics.....	62
3.2.2.-Análisis individual.....	63
Tercera parte	109
Capítulo IV:	109
Síntesis de resultados y discusión con otros estudios	109
4.1.-Análisis de los resultados de las fichas de publicación y fichas individuales de analisis	109
4.2.- Análisis de los resultados de los 20 comics con contenido de género	137
Conclusiones finales	142
Recomendaciones.....	146

INTRODUCCIÓN:

El patriarcado no está escrito ni dispuesto como una ley. No es un estatuto, ni está en las Constituciones de los países, tampoco está estipulado en un documento legal que lo ampare. Sin embargo existe, y está arraigado en la sociedad. Ha impuesto formas de vida, funciones y obligaciones, e incluso ha definido el curso de la historia. Se inició hace miles de años, se instaló y se expandió.

Es así como la relación de poder entre hombre y mujer ha estado o estuvo desde el principio de la humanidad (según algunas autoras), a favor del género masculino. La teoría feminista de los años 70 se preocupa por investigar “el porqué de la subordinación femenina” y retoma la idea que desarrolla Simone de Beauvoir como principal referente para sus investigaciones. De Beauvoir afirma en su texto *El segundo sexo*, que la estabilidad biológica más la voluntad ha permitido a los varones afirmarse como sujetos soberanos; en una época en donde la capacidad de producción estaba valorada sobre cualquier otro trabajo, la mujer, al tener la condición de reproductora, no pudo convertirse en compañera de trabajo del hombre; el embarazo, la lactancia, la inexistencia de métodos anticonceptivos y todo lo que implica la reproducción la mantuvieron alejada de las *actividades consideradas productivas* como: la caza, la recolección, la guerra, la conquista de tierras, etc.

El hombre impuso su soberanía juzgando a las actividades productivas anteriormente descritas como primarias, y a las actividades domésticas y reproductivas como secundarias. A partir de aquí la mujer juega un papel secundario en el desarrollo de la sociedad, pues ante la visión masculina ella es improductiva al “limitarse” a realizar funciones domésticas y reproductivas.

Ante esto Beauvoir concluye enfatizando que “este mundo siempre ha pertenecido a los varones” situando lo femenino en el papel de lo “Otro”, lo diferente, lo no prioritario. A finales de los años 80 la teoría feminista deja de preocuparse por la razón de la subordinación femenina para comenzar a preocuparse por el “cómo” de las formas de dominación. Tomando a la discriminación de género como un hecho dado.

Frazer James George, un influyente antropólogo escocés, afirmó en uno de sus escritos que “los hombres hacen los dioses; las mujeres los adoran”; es decir son ellos quienes eligen las divinidades y ellas quienes las deben venerar. Esta cita anterior es perfectamente aplicable a muchos casos que no solo tienen que ver con la vida religiosa, sino con la vida en general, ya que el puesto de la mujer ha sido a través de toda, o gran parte de la historia el que ellos determinan, De Beauvoir ratifica esto atestiguando que “en ningún tiempo ha impuesta ella (la mujer) su propia ley”.

Al tener el sexo masculino el poder de decisión no solo de su propia vida, sino también al respecto de la vida de la mujer, se crea una ideología de inferioridad de uno de los sexos. Rige “el punto de vista parcial masculino que hace del varón y su experiencia la medida de todas las cosas”. Esto es la sociedad patriarcal.

El Ecuador, cuenta con una sociedad esencialmente patriarcal, machista por excelencia. En nuestro país las relaciones de poder entre hombre y mujer son desiguales y favorecen sólo a uno de los géneros (se detalla mas adelante). Esta realidad acarrea algunas consecuencias, no sólo para el sexo femenino sino también para la sociedad en conjunto.

La subordinación de la mujer se expresa en diferentes niveles: global, regional, nacional familiar, personal y esferas físicas: sociales, culturales, religiosa, política, legal, económica, etc.

Esta subordinación ha sido apoyada y reproducida por diferentes “aparatos ideológicos del estado” que mantienen el *statu quo*: la religión, la escuela, la familia, lo jurídico, lo político, lo sindical, la cultura y sobre todo los medios de comunicación. La participación de estos últimos para mantener la sociedad patriarcal es innegable.

Según *The United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women*, (UN-INSTRAW) o (en español) *Instituto Internacional de Investigación y capacitación de las Naciones Unidas para la mujer* (2005), los medios siguen definiendo al hombre como cabeza de la sociedad por su situación profesional, asociada al ámbito público; mientras que casi siempre la mujer se presenta solamente como consumidora de lo que el hombre produce, vinculada a su situación familiar, correspondiente al ámbito privado y doméstico. Es así como los medios de comunicación continúan reforzando los estereotipos de género y reproduciendo la sociedad patriarcal.

Entre estos mecanismos de dominación que son los medios de comunicación, se encuentran los medios impresos como los diarios y las revistas. Medios que por ser asequibles (se los puede encontrar en cualquier lugar cercano), cómodos (no se necesita de un lugar estático para leerlos), transferibles (un miso ejemplar puede ser leído por diferentes personas), son consumidos por una gran cantidad de personas alrededor del mundo.

Dentro de muchos de los medios impresos (especialmente los periódicos), se encuentran los comics, que al ser aparentemente aptos para cualquier edad y ser humorísticos son de preferencia general. Por simple observación se puede afirmar que muchas personas van directamente a la sección de entretenimiento del periódico (donde usualmente se ubican los comics).

Román Gubern asegura en su texto *El lenguaje de los comics* que “por su calidad de medio de comunicación de masas, los comics han influido sobre las colectividades en que incidían, a la vez que son influidos por las relaciones y acontecimientos de estas colectividades.” Por lo tanto los comics son transmisores de ideologías al mismo tiempo que un reflejo de la sociedad. La carga ideológica y la capacidad de instrucción de los comics es tan grande que éstos son aplicados en los métodos educativos a nivel mundial. La gran masa consumidora de comics es influida consciente o inconscientemente por los discursos que estos manejan; pues los aceptan como verdad.

El comic puede, entonces, transmitir concepciones acerca de la función social, sexual, económica, etc. tanto del hombre como de la mujer. En una sociedad patriarcal, y tomando en cuenta que el comic es influido e influyente, es muy probable que el comic reafirme y refleje la realidad (el patriarcado), como algo natural.

Según Andrew Canessa, el humor raramente ha sido un tema que los antropólogos hayan considerado seriamente, pero en años recientes académicos como Donna Goldstein (2003) y Diane Nelso (1999) han comenzado a explorar el humor como tema apropiado para el análisis académico. En el caso específico de los comics, su apariencia inofensiva ha hecho que pocos los consideren como sujetos de investigación, pero ya que estos son leído diariamente por millones de personas es de interés social concienciar sobre los mensajes que estos reflejan, pues pueden representar una herramienta ideológica reproductora de estereotipos.

En este contexto se plantea el siguiente trabajo de grado titulado: *ANÁLISIS TEXTUAL Y GRÁFICO DE LOS COMICS CON TEMÁTICA DE GÉNERO PUBLICADOS EN LOS DIARIOS: EL COMERCIO DE QUITO Y EL UNIVERSO DE GUAYAQUIL*, que pretende una revisión y análisis de los comics publicados en el universo de estudio mencionado anteriormente, para evidenciar los estereotipos de género que los periódicos de mayor tiraje en el país presentan.

Este trabajo consta de distintos procesos de investigación que buscan contribuir con los estudios de género y comunicación. Para lo cual se presenta un estudio descriptivo y de análisis, en el cual se utilizaran técnicas cuantitativas y cualitativas: análisis de contenidos y caracterización de actores.

El análisis se realizó en tres partes: lectura de 590 comics y aplicación de fichas de análisis, análisis general de los comics leídos y análisis de 20 comics con contenido de género. Para lo cual se aplicó tres fichas de análisis diseñados según los requerimientos del estudio.

Esta tesis se ha estructurado en cuatro capítulos: en el Capítulo I se aborda el tema de género, medios de comunicación y análisis del discurso. Se hace un recorrido al

respecto de la sociedad patriarcal en el mundo, se abordan investigaciones sobre el manejo de la imagen del hombre y la mujer en los medios de comunicación, se discute sobre el género y el análisis del discurso como categorías de análisis.

El Capítulo II trata la naturaleza del comic (su definición, estructura e historia) su característica como medio de comunicación, la imagen de la mujer en el comic y el comic en los diarios.

En el Capítulo III se presentan los resultados de las fichas aplicadas a los comics (resultados de las fichas de publicación y fichas individuales de análisis del comic y resultados de las fichas de análisis de comics con contenido de género).

El Capítulo IV se ofrece la síntesis de resultados y discusión con otros estudios.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas que sirvieron de apoyo a la realización del proyecto y los apéndices del mismo.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad de un análisis de los comics con temática de género publicado en los diarios de mayor circulación del país, parte de diferentes razones:

Los comics son una fuente de significación que instruyen y sugieren.

(...) yo he aprendido un montón de cosas en los tebeos, quizá más que en otros medios... comprendo también que el tebeo puede 'des-educar', si se busca tan solo la simple evasión, o si se buscan ejemplares y títulos poco adecuados. Si se tiene la mala suerte de encararse con lo peor que se publica, el lector puede quedar evidentemente mucho más tonto que antes (RODRÍGUEZ José Luis, 1988:10)¹

Afirma José Luis Rodríguez. Por su condición de medios de comunicación, los comics presentan en su discurso modos de vida, concepciones, ideologías, filosofías, estereotipos masculinos y femeninos, etc.

Roman Gubern explica que los comics han influido sobre las colectividades en que incidían, al mismo tiempo en que son influidos por las relaciones y sucesos de estas colectividades. Es decir que: al tiempo que los comics son un reflejo de las relaciones sociales, de colectividad y por ende, una forma de registro de las relaciones de poder que existen necesariamente en donde quiera que existan interacciones humanas, también intervienen en la sociedad y sus convenciones.

¹ RODRIGUEZ José Luis, *El Cómic y su Utilización Didáctica. Los Tebeos en la Enseñanza*, Editorial Gustavo Gili ,Barcelona-España , 1988, p. 10.

Según Rodríguez, el comic representa “una gimnasia intelectual de primer orden”², por lo que están cargados de significaciones y por ende de valoraciones.

Esta carga ideológica que los comics muestran es consumida diariamente por millones de personas. Un público heterogéneo (de diferentes edades y clases sociales) accede a los comics muy fácilmente por medio de los periódicos. Hoy la mayor parte de periódicos del mundo cuentan con una sección de comics.

En los diarios del Ecuador, la presencia del comic es una generalidad. Muchos periódicos como: *El Comercio*, *El Universo*, *Diario Hoy*, entre otros, cuentan con al menos 10 cómics por publicación en la sección destinada para ello (El pasatiempo, Humor y Juegos, Pasatiempos, respectivamente). Existe una preferencia por parte del público hacia los comics presentados en los periódicos sobre cualquier contenido; muchas personas suelen ir directamente a la sección de humor o entretenimiento (en donde se ubican los comics) de los diarios impresos.

La carga ideológica de los comics que se publican en los periódicos y revistas, tienen sin duda la capacidad de mantener o reivindicar el tema de género.

Históricamente, los comics reflejaron desde sus inicios estereotipos muy claros con respecto al tema de género: relacionando la debilidad, la dependencia, la necesidad de la presencia del otro, la irracionalidad, la sensibilidad, la incapacidad para mantenerse fuera de ellos, la sensualidad, etc. con lo femenino, mientras que a lo masculino se le otorgó: la fuerza, la entereza, la decisión, la característica de ser el elemento necesario para un final feliz, la inteligencia, la audacia, la capacidad de solucionar problemas, etc. Todas estas características atribuidas a cada género crean o refuerzan estereotipos que a su vez imponen obligaciones y compromisos sociales.

Esta carga ideológica que los comics presentan, es consumida por los lectores de comic que inconscientemente las toman como verdades, aún que sean negativas y siguieran machismo, violencia, valoraciones de género, etc.

La reproducción del discurso falocéntrico por parte de los medios de comunicación estancan el desarrollo de la sociedad. Al estar más de la mitad de la población estereotipada y por presión social obligada a realizar determinadas funciones, se rompe el equilibrio natural que permite el desarrollo global. La sociedad patriarcal, que no le permite a la mujer encontrar su estabilidad personal, también afecta a la nación, el continente y al mundo en general.

INTERÉS, IMPORTANCIA Y URGENCIA DE LA TESIS

El presente trabajo de investigación resulta importante tanto por aspectos relacionados con su desarrollo teórico como por aquellos referentes al estudio empírico.

² Idem., p. 13.

En primer lugar y en referencia al desarrollo teórico, y tomando en cuenta que no se han hecho estudios anteriores al respecto, esta investigación permitirá sentar las bases para distintos análisis posteriores; quedará dispuesta como material para los demás estudiosos de ramas en común.

A pesar de que se han realizado estudios sobre los discursos que los medios de comunicación presentan, muy pocos se han centrado en el tema de género. Por lo que la tesis también evidenciará la necesidad de ahondar en el estudio de los discursos de género en los medios masivos.

La investigación anterior realizada sobre el tema de los comics y el género es nula, este trabajo aportará académicamente a una primera pauta.

En segunda instancia, el interés social de la tesis radica en que el problema de investigación afecta no solo a la mayoría de la población mundial (la población femenina), sino que afecta también al desarrollo global. Como ya se ha dicho los medios que apoyan y refuerzan estereotipos retrasan el proceso de desarrollo social. Los problemas como la existencia de medios de comunicación que fortifiquen la sociedad patriarcal son núcleos de problemas más específicos en las sociedades; destruyen el bienestar individual y colectivo.

En el caso de los comics, su apariencia inofensiva ha hecho que no se los considere como sujetos de investigación con respecto al género, pero ya que estos son leído diariamente por millones de personas es de interés social concienciar sobre los mensajes que estos reflejan, pues pueden representar una herramienta ideológica negativa.

Por otra parte, la construcción de la dinámica de las relaciones entre los géneros es un proceso que, sin darse cuenta, transcurre cotidianamente, por lo que las influencias recibidas, fundamentalmente de los medios de comunicación deben estar dirigidas al logro del equilibrio entre mujeres y hombres, ya que las diferencias que históricamente se han establecido impiden que las mujeres puedan llegar en muchos casos a desarrollar todas sus potencialidades intelectuales, afectivas, y volitivas, limitando su desarrollo en la sociedad en que se desenvuelven y a su vez afectando a esta.

Es de interés social que se investigue cómo los medios de comunicación así sean de entretenimiento o humor toman partido y pueden defender un “statuquo”, para proponer alternativas que permitan que los medios de comunicación entre estos el comic miren hacia el desarrollo en vez de detener el avance de la sociedad.

Por último realizar esta investigación es urgente, porque si no se trata este tema se continuará considerando a los comics como simples representaciones gráficas humorísticas, esto permitirá que se continúe transmitiendo estereotipos masculinos y femeninos y con ellos funciones y obligaciones sociales, con lo que la sociedad y las relaciones de poder entre hombre y mujer recaerán en concepciones equivocadas.

Si los medios de comunicación siguen reproduciendo estereotipos machistas, la sociedad patriarcal se reforzará y permanecerá inquebrantable.

Si los comics, particularmente, son partícipes de la sociedad patriarcal y son accesibles por medio de los periódicos a un gran número de personas de todas las edades, entonces existe una urgencia de estudiar los discursos de género para concienciar acerca de la amenaza que la publicación de comics machistas puede representar en la sociedad.

PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo general de esta investigación es contribuir con los estudios de género y comunicación por medio de un análisis de los comics publicados en los periódicos de mayor circulación del país.

Los objetivos específicos son:

- Evidenciar si los comics publicados en los periódicos de mayor circulación del país refuerzan o no las concepciones de la sociedad patriarcal
- Medir la frecuencia de temas sobre género en los comics publicado en los periódicos de mayor circulación del país.
- Realizar un análisis textual y gráfico de 20 comics con temática de género publicado en dos periódicos de mayor circulación del país.

MARCO METODOLÓGICO

El presente, es un estudio descriptivo y de análisis, en el cual se utilizarán técnicas cuantitativas y cualitativas: análisis de contenidos y caracterización de actores. Siguiendo el modelo “building case”, que permite investigar, analizar y mejorar paulatinamente los instrumentos de estudio.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para el proceso de clasificación de los cómics, y el análisis de género de los 20 comics escogidos se aplicaron 3 formularios:

1.1.-*Ficha de publicación.*- para registrar datos de identificación del periódico. Se incluyó: nombre del medio impreso, periodicidad, fecha de publicación, pertenencia (público o privado), sección en donde se ubican los comics, número de página, el nombre de todos los comics publicados, página en la que aparecen y autor/es de los mismos, titulares de la primera plana (descripción del contexto social coyuntural). (Ver anexo #3)

1.2.-*Ficha individual de análisis del comic.*- para el análisis general de todos los comics y su clasificación. Se incluyó: nombre del medio impreso, la periodicidad, pertenencia (público o privado), fecha de publicación, sección en donde aparece el

comic, nombre del comic, origen (nacional o extranjero), autor/es. En una segunda parte se identificó por temáticas en los siguientes grupos: política, economía, género, otros, y se agregó observaciones. Clasificación de los actores según: el sexo, la edad aproximada, grupo étnico aparente, grupo social. (Ver anexo #4)

El análisis de los comics con temática de género se realizó a nivel textual y gráfico, para esto se utilizó una tercera ficha:

1.3.- *Ficha de análisis de comics con contenido de género.*- Cuando se identificó comics con contenido de género, se realizó un análisis a profundidad utilizando un tercer formulario, que incluyó: análisis de discurso (resumen de la trama, idea principal, frases perla,); análisis de imagen (análisis icónico y análisis retórico del nivel icónico, análisis iconográfico, análisis iconológico), personajes, direccionalidad del comic (afirma, cuestiona, etc.), observaciones y comentarios pertinentes. (Ver anexo #5)

Cuadro de Variables (Fichas de análisis)	
Variables	Indicador
<i>Periodicidad</i>	Espacio de tiempo que transcurre entre la publicación de una edición y otra consecutiva.
<i>Pertenencia</i>	Perteneciente al sector público o privado
<i>Temática de Política</i>	Relativo a el gobierno o dirigencia de la acción del estado
<i>Temática de Economía</i>	Relativo a procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios.
<i>Temática de Género</i>	Relativo a atributos socioculturales asignados a las personas a partir del sexo
<i>Temática Otros</i>	No corresponde a ninguno de las temáticas propuestas
<i>Grupo Social</i>	Relativo a la estratificación social, que se manifiesta en la clase social; estas son la propiedad, el prestigio y el poder. Las situaciones económicas, culturales, entono social son indicadores.
<i>Grupo étnico aparente</i>	Relativo a las prácticas culturales, de comportamiento, lingüística, o religiosas.

CRITERIO DE SELECCIÓN

Para evitar confusiones al momento de seleccionar los objetos de estudios se ha fijado un criterio de selección de los comics a analizar.

En la presente tesis se considera:

-Comic o tiras cómicas aptas de ser analizados a aquellos que: estén “compuestos por una secuencia de cuadros en los cuales se narran pequeñas historias”³, en donde se mezcle el texto (usualmente en globo o bocadillos) e imagen, se denominan “cómic” porque son esencialmente cómicas, “el lector debe comprender la situación

³ BUFFETT, Warren, *Los cartones y las tiras cómicas*, 2007 <http://www.scribd.com/doc/100623/Los-Cartones-y-Las-Tiras-Comicas>, consultado en marzo del 2010.

con un golpe de vista”⁴, cada tira cómica es independiente de la anterior o la posterior. Ejemplo: *Mafalda*

POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo de estudio representan las tiras cómicas publicadas en los periódicos de mayor circulación en el país que son: *El Comercio* de Quito y *El Universo* de Guayaquil.

Descripción de los sujetos de estudio:

Los periódicos se escogieron tomando en cuenta su amplio tiraje, cobertura nacional y la presencia de comics. Se excluyeron los periódicos de crónica roja.

-El Comercio de Quito

El Comercio, es un diario matutino de lineamiento conservador, se ha publicado ininterrumpidamente desde 1906. Su matriz principal se encuentra en la ciudad de Quito; fue fundado el 1 de enero de 1906, por los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome. Ha mantenido una organización de carácter familiar desde entonces.

En la Actualidad, es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Wide Area Network o Red de área amplia (WAN)

Cuenta con las secciones de: Información General, Política, Economía, Quito, Sucesos, Cultura, Sociedad, Ecuador, Deportes, Construir, Agromar, Mundo, Lunes Deportivo, Ciencia y Tecnología y Entretenimiento.

Entre sus productos adjuntos, cuenta con el vespertino popular *Últimas Noticias*, *El Comercio en España* (circula en ese país), revistas *Familia*, *Siete Días*, *Líderes*, *Educación*, *Carburando*, *Súper Pandilla* y *Xona*.

El objeto de estudio (los comics) se ubica en la sección denominada *El Pasatiempo* y consiste en 3 o 9 comics independientes.

- El Universo de Guayaquil.

El Universo es un diario matutino fundado en 1921 y publicado en la ciudad de Guayaquil. Este diario es propiedad de la *Compañía Anónima El Universo* y a su vez, es editado por *Grupo El Universo*. El actual director de la compañía es Carlos Pérez Barriga, su familia ha controlado el periódico desde su fundación.

El habitual del periódico es: "El Mayor Diario Nacional". Como su lema lo dice es de gran importancia a nivel nacional, siendo igualado por *El Comercio*. En la ciudad de Guayaquil, es considerado el de mayor importancia, seguido del diario *Expreso*.

⁴ SANTIS Pablo, *La historieta en la edad e la razón*, Editorial Paidós, Buenos Aires-Argentina, 1998. p.25.

Es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (conocido mejor por su acrónimo, AEDEP), de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Wide Area Network o Red de área amplia (WAN)

Las secciones con las que cuenta son: Política, Economía, País, Internacionales, Migración, Opinión, Gran Guayaquil, Sucesos, Deportes, Vida, Entretenimiento.

El Universo incluye varios suplementos: *Sambo* revista mensual originalmente para Samborondón, revista infantil *Mi Mundo*, *La Revista*, *Clasificados*, suplemento de anuncios de servicios y *DXT* suplemento deportivo.

El objeto de estudio (los comics) se ubica en la sección denominada *Humor y Juegos* y consiste en 11 comics independientes.

Muestra

De un total de 365 números (de periódicos) publicados al año, con una proporción esperada del 50%, un nivel de confianza del 95% y una precisión del 10%, se calculó un tamaño de 70 ediciones para usarlos como muestra en la investigación. Se utilizó para el cálculo el programa EPIDAT 3.1. Se obtuvo una tabla de números aleatoria (ver Anexo #1) que permitirá identificar los números a analizar.

La selección muestral se realizó por correspondencia numérica: siendo 1 = a Jueves 1er de Enero del 2008, 11= a Domingo 11 de Enero del 2008, 111= a Martes 21 de Abril del 2009, etc.

De este cálculo se obtuvo la tabla de fechas correspondientes a los números a analizar. (Ver anexos #2)

Los comics de los 70 periódicos se clasificaron individualmente de acuerdo con su temática, obteniéndose así una cantidad de 58 cómics con temática principal de género. Sin embargo, como se explicará más adelante, se ha evidenciado contenido de género en comics con otras temáticas diferentes a género. De los cómics con contenido de género (con temática y con sub-temas de género) se escogieron los 20 más representativos que fueron el sujeto de análisis textual y gráfico.

VARIABLES E INDICADORES

Puesto que el presente trabajo se construye bajo el modelo “building case”; que admite investigar, analizar corregir y perfeccionar paulatinamente los instrumentos de estudio, las variables e indicadores se aumentarán o descartarán según las necesidades de análisis.

Variables	Indicadores Textuales	Indicadores Gráficos
<i>Invisibilización de la mujer</i>	-Discurso textual que niega o minimiza a la mujer. -Insinuación de la superioridad de un género (el masculino) sobre el otro (femenino) -Poca importancia o inexistencia de diálogo de el personaje femenino	-Ausencia de personajes femeninos -Prevalencia de imágenes masculinas -Insinuación de la superioridad de un género (el masculino) sobre el otro (femenino) de forma gráfica -El papel protagónico es casi siempre del hombre
<i>Fijación de estereotipos físicos en la mujer</i>	-Relaciones dialógicas entre hombre y mujer con principal y mayor alusión al sexo o relaciones exclusivamente amorosas. -Crítica o sátira a la mujer que no cumple con las condiciones físicas impuestas por la sociedad.	-Presentación de la mujer guapa-tonta: con senos prominentes, nalgas grandes, piernas largas, cuerpos voluptuosos, pero que siempre toma decisiones erróneas. -Burla o Sátira de la mujer con características opuestas a las anteriores (mujeres con rasgos fuertes, con cuerpos que no obedecen a las concepciones sociales establecidas).
<i>Fijación de estereotipos de conducta en ellas</i>	-En los diálogos de la mujer aparece muy a menudo el tema sentimental (especialmente del amor). -Alusión a sentimentalismo excesivo por parte de la mujer -Diálogos (por parte de la mujer) relacionados con la moda, la ropa, el maquillaje, la importancia de la buena presentación física, el cuidado del aspecto, etc. -Diálogos en donde existan generalizaciones a cerca de la conducta de la mujer o el hombre -Aseverar que la mujer concentra todas sus facultades, principalmente, en conquistar y retener a un	-La proxémica y la Kinésica sugiriendo sensualidad y delicadeza y fragilidad por parte de la mujer -Signos que presenta la mujer como sentimental excesivamente -Signos gráficos que denoten que la mujer desempeña casi siempre funciones sociales -Presencia de signos (ropa, accesorios del hogar. etc.) que la relacionen con el cuidado del hogar y corporal y representación de papeles domésticos

	hombre -Se presenta a la mujer como histérica en incapaz controlar sus sentimientos -Diálogos que muestren a la mujer como torpe a la hora de tomar decisiones propias y necesitada de un ayudante -Diálogos en donde se presenta a la mujer menos orientadas profesionalmente que los hombres	
<i>Generación de situaciones agresivas por parte del hombre</i>	-Violencia psicológica en el discurso hacia la mujer, por medio de burlas y sátiras (minimización, subordinación, desvalorización)	-Violencia física explícita -Violencia física implícita Kinésica y Proxémica que denoten humillación de la mujer por su situación de subordinada
<i>Papel atribuido a la mujer / función de la mujer frente a las del varón</i>	-Poca importancia del diálogo femenino -Desvalorización en el texto de las funciones femeninas en la sociedad -Discurso de diferenciación estricta de las funciones de cada género en la sociedad -Calificar a la mujer de improductiva en el diálogo	-Acción específicas que cumple el personaje femenino en el gráfico (barre, se maquilla, lava,) - Trabajo común que realiza la mujer: empleada, trabajo sexual, secretaria, ama de casa, etc., y obligaciones sociales que tienen: cuida a los niños, a la familia etc. -La presentación del hombre como proveedor de todo lo necesario (en el aspecto material) para vivir
<i>El hombre como administrador de los recursos económicos</i>	-Interacciones dialógicas que muestren que el hombre administra todo los recursos económicos -Muestran a el hombre como productor de recursos de carácter material -Diálogos que muestran el poder de decisión del hombre como absoluto	-Signos que muestren que solo el hombre es quien provee de recursos materiales. -Manifestaciones gráficas de un poder de decisión mayor del hombre sobre la mujer subordinada
<i>Administración de castigos y gratificaciones /Capacidad de negociación</i>	-Demostraciones de inequidad de condiciones con respecto a la fuerza de las relaciones sociales y el poder entre hombre y mujer	-Manifestación de la incapacidad de negociación en la Kinésica y la Proxémica del personaje femenino -Muestra del control de las situaciones por parte del hombre

PRUEBA PILOTO

Se realizó una prueba en la cual se aplicaron los formularios anteriormente descritos. Los periódicos analizados fueron: *El Comercio* de Quito y *El Universo* de Guayaquil con fecha 5 de noviembre del 2009. (Ver anexo #6)

Esta prueba permitió hacer correcciones y observaciones que se tomaron en cuenta para la construcción de los formularios definitivos a aplicarse en la tesis.

PRIMERA PARTE

ÁMBITO TEÓRICO

CAPÍTULO I:

GÉNERO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ANÁLISIS DEL DISCURSO

1.1-DISCUSIONES TEÓRICAS SOBRE LA SOCIEDAD PATRIARCAL

Los debates sobre el patriarcado tuvieron lugar en distintas épocas históricas, y fueron retomados en el siglo XX por el movimiento feminista de los años sesenta en la búsqueda de una explicación que diera cuenta de la situación de opresión y dominación de las mujeres y posibilitaran su liberación.

El término género comenzó a ser utilizado en los años 60s y 70s por las feministas. En los países anglosajones comenzó a ser utilizado para denotar la construcción social y cultural de las diferencias sexuales. Con este término se buscaba una explicación distinta de las que brindaban las explicaciones biológicas; se buscaba entender las diferencias sexuales como históricamente construidas y susceptibles de cambio.

Para Simone de Beauvoir la identidad femenina había sido reducida al estado de “otredad”, en donde la mujer representa lo opuesto a la identidad dominante: el hombre.

La teoría feminista de los años 70s retoma esta idea de “alteridad” de Simone de Beauvoir como referente para sus investigaciones, a pesar de que su teoría fue criticada por presentar una “visión machista del cuerpo femenino” denigrando sus funciones reproductivas.

Surge el primer dilema de las feministas que consistía en relacionar la diversidad histórica de roles sexuales registrada por la antropología con la subordinación de las mujeres aparentemente universal. Bajo esta idea se dan distintos aportes y dos enfoques diferentes: por una parte la visión estructural, que considera que la razón de la desigualdad entre hombre y mujer es la división sexual del trabajo con su foco de análisis en la reproducción, siendo sus principales exponentes Michelle Rosaldo, Ortner, Chodorow, Gilligan; y por otra parte la visión marxista que articula lo productivo con lo reproductivo y reconoce el papel productivo de la mujer con sus teóricos Engels, Leacock y Sacks.

A pesar de las diferencias en cada uno de estos dos enfoques, autoras como Nicolson y Scott manifestaban que estas teorías compartían algo en común, y es que a pesar de que las feministas de los 70s buscaban levantar sus teorías en contra de explicaciones

biologistas en dichas teorías se pueden ver análisis basados en las diferencias biológicas.

A finales de los años 80s movimientos de mujeres entre ellos agrupaciones lesbianas levantan una crítica al modelo binario de separación entre lo público-doméstico categoría utilizada en las teorías de los años 70s. Para estas agrupaciones la dependencia universal de las mujeres a la esfera doméstica era una realidad de un número reducido de mujeres occidentales-blancas-heterosexuales de clase media. Exponentes de esta concepción teórica son Butler, Scott y Donna Haraway quienes consideran que el sentido de lo masculino y lo femenino no está fijado en el tiempo sino que se redefine permanentemente de acuerdo a las necesidades del poder. Haraway explica “No existen identidades de género o matices naturales, sino afinidades construidas”⁵ Lo que significa que la categoría hombre o mujer no son solo construcciones históricas sino posiciones permanentemente cuestionables y cuestionadas.

Haraway propone que la pregunta no debería ser ¿Cómo se han construido las relaciones de género a partir de las diferencias sexuales? sino ¿Cómo y cuándo se origina la idea de diferencias sexuales? y ¿Cómo esas diferencias sexuales se plasman en oposición binaria hombre- mujer?

Estas preguntas se tomarán en cuenta en la presente tesis. Se plantea la importancia de los medios de comunicación en la formación de posiciones binarias. Y los comics como reproductores de ellas.

1.2.-CUESTIONAMIENTO A LA UNIVERSALIDAD DE LA SOCIEDAD PATRIARCAL

Gioconda Herrera afirma en su texto, que a finales de los 80s agrupaciones de mujeres comenzaron a cuestionar la universalización del patriarcado. Como otras teóricas Carol Vance, afirma que las diferencias sexuales deben ser entendidas a partir de diversos contextos y circunstancias (factores extra-género) como: la clase, la etnicidad, la religión etc. Por lo que no existiría una sola forma de dominación u opresión a la mujer, sino que es necesario tomar en cuenta que puede haber matices por influencia del contexto social en el que se producen. Lo que sugiere que no todas las mujeres están subordinadas de la misma forma.

Otras autoras que cuestionan la universalización del patriarcado son: bell hooks (quien escribe su nombre con minúsculas para mostrara la invisibilización que ha sufrido la mujer de color en la universalización del patriarcado) y Chandra Mohanty. Estas concepciones que proponen tomar en cuenta la multiplicidad de agentes extra-género y las particularidades en la determinación de las asimetrías sexuales, no cuestionan la existencia de una sociedad patriarcal sino que sugieren que las formas de opresión varían de acuerdo a categorías de etnia, raza y clase y pueden ser reproducidas en diferentes esferas: la pública, la privada.

⁵ HERRERA Gioconda, *Los estudios de género: Entre la guetoización y la ruptura epistemológica*, Ecuador Debate 40 , 1998 .p.198.

1.3.-LA SOCIEDAD PATRIARCAL EN EL MUNDO

“...en la mayoría de los países de este áspero mundo aún hay un largo camino por recorrer, porque el paisaje de la injusticia y la desigualdad es aún desolador”⁶ afirma Carlos Lomas en su libro *¿El Otoño del Patriarcado?* En efecto, la mayoría de países mantienen una sociedad patriarcal con diferencias en cada nación.

No es igual ser mujer en Noruega que en Pakistán, ni es igual ser ejecutiva de ventas en una empresa multinacional en Francia que trabajar en una industria textil en India o ser una madre con siete hijos en una comunicada empobrecida de Paraguay. No todas las mujeres son desiguales de la misma manera. La gran diversidad cultural del mundo hace que los fenómenos patriarcales no sean exactamente los mismos en todas partes. Aquí hay divorcio y allá está prohibido; aquí las mujeres están obligadas a vestir de una manera y allí, de otra; hay zonas de liberación de la mujer más avanzadas que las demás, y otras en las que las mujeres son oprimidas hasta cometerse “feminicidios”.

La opresión en algunos países es tan grande que se han buscado formas de alivianarla. La edición dominical publicada el 30 de abril del 2006 en el diario “El País” de España, dice que en Rio de Janeiro existen “carros exclusivos para mulhere”, buses de transporte usados sólo por mujeres con el fin de evitar el acoso y el abuso sexual. Algo muy parecido sucede en la Ciudad de México, en donde existen autobuses exclusivos para el uso femenino y solo en ocasiones extremas femenino y masculino. Esto demuestra que la opresión está llegando a niveles en los que las mujeres deben buscar formas de evitar cualquier tipo de violencia excluyéndose para más seguridad.

Otra muestra muy lamentable (y que ya se ha mencionado) son los homicidios y asesinatos de mujeres, denominados “feminicidios”. Los más lamentables han sido en Ciudad Juarez y Chihuahua (México) y en la ciudad de Guatemala (Guatemala). Algunos informes refieren 1060 casos en 14 años en Ciudad Juarez y 3,226 mujeres asesinadas en 17 años en Guatemala⁷.

Por otra parte en España, a lo largo del año 2003, casi un centenar de mujeres fueron asesinadas por sus esposos o amantes. Finlandia y Noruega o Dinamarca triplican las cifras de las mujeres asesinadas en España o en Italia, pese a tratarse de países en los que la igualdad entre mujeres y hombre ha avanzado muy por delante del resto del mundo.

⁶ LOMAS Carlos, *¿El Otoño del Patriarcado?: Luces y sobras de la igualdad entre hombres y mujeres*, Editorial Península, España, 2008. p. 12.

⁷ MENDOZA A. Carlos *Feminicidios en Guatemala México y los Estados Unidos*, 2006, Cfr. <http://ca-bi.com/blackbox/?p=44>, consultado en marzo del 2010.

De esta forma cada continente y cada nación tienen sus formas particulares de opresión.

En algunos países de África y Asia, por ejemplo se practica la ablación del clítoris a niñas y adolescentes, con el objetivo de reducir la probabilidad de infidelidad por parte de la mujer o el inicio de una vida sexual temprana.

El infanticidio de las niñas y el aborto selectivo de fetos femeninos constituye una práctica habitual en países como China, India, Bangladesh, Pakistán o Corea del Sur, por lo que el equilibrio natural entre sexos se altera. Nacer varón constituye en esas sociedades una ventaja económica no sólo por la mayor aceptación y el mayor salario de los hombres en el mercado laboral, sino por su valor de cambio en el mercado de las dotes, las bodas y herencias.

No muy lejos, en Nepal, el 40% de las adolescentes están casadas antes de los 15 años. En otras culturas asiáticas, árabes o africanas las niñas se casan a menudo antes de los 13 años. En estas y otras culturas la virginidad de la novia es obligada como condición previa del enlace nupcial. La virginidad suele ser a menudo evaluada por la madre del novio. En contraparte en el hombre se valora, incluso se fomenta la experiencia sexual anterior al matrimonio con ritos de iniciación en burdeles. En América latina también se conserva esta manera de pensar, de una forma menos arraigada.

En la mayoría de las sociedades aún persiste la idea de que la hija o la esposa son objetos en manos del padre o del esposo. En muchos países las mujeres no pueden vender sus tierras y propiedades ni viajar, ni trabajar, ni abortar, sin el consentimiento del padre o el esposo.

En algunos países como Liberia y Nigeria las mujeres son propiedad legal del marido, es decir, forman parte de la herencia del esposo junto a sus bienes materiales.

El divorcio sigue siendo ilegal en algunos países casi siempre de influencia católica. En la mayoría de los países islámicos a las mujeres no les está permitido solicitar el divorcio. Es un derecho exclusivo de los hombres.

Con respecto a lo laboral, Michelle Mattelart, comenta

La explotación de las mujeres se basa en cualidades convencionales del patrón de conducta femenino: tranquilas, pacientes, sumisas, minuciosas, resignadas, respetuosas con la autoridad, con habilidad manual, pero poco diestras para organizarse. Su bajo salario queda justificado por su falta de cualificación profesional, pero se basa realmente en los códigos de represión sexual que todavía siguen dominando plenamente en las sociedades archipatriarcales que

*castigan muy duramente, en los planos económico, político y social, el trabajo de las mujeres en tanto que trasgresor de tabúes (MATTELART, 1982)*⁸

Cuando las mujeres desempeñan el trabajo doméstico de forma exclusiva, acceden a los recursos por medio de otra persona, son dependientes. Quienes optan por realizar además de las labores domésticas una actividad en la esfera mercantil tienen que soportar la presión que supone el desempeño de la doble o a veces triple función, pues el empleo femenino fuera del hogar no exime a las mujeres del desempeño en las aéreas domésticas del cuidado y atención familiar.

Esta dependencia las hace incapaces de tomar decisiones al respecto de su tiempo, de lo cual se desliza un problema mundial: el analfabetismo. Casi mil millones de personas, la cuarta parte de la población adulta del mundo no sabe leer ni escribir. De esta cifra dos de cada tres personas analfabetas son mujeres.⁹

Existen diferentes formas de subyugación y opresión, unas psicológicas y otras violentas que terminan en tragedia como en México y Guatemala. “...este mundo siempre ha pertenecido a los varones” dice Simone de Beauvoir, vivimos en un mundo patriarcal con distintas expresiones de ello en cada región del planeta.

1.4.-EN AMÉRICA LATINA

La pobreza que sufre la mayoría de la población en las extensas zonas de Latinoamérica, África y Asia afecta en mayor medida a las mujeres que a los hombres; la maternidad y los cuidados del hogar se constituyen en una barrera para la incorporación de la mujer al mercado laboral o se vuelven una doble carga, por lo que la mujer suele ser dependiente de otra persona en el aspecto económico. Las mujeres también se encuentran en peor posición respecto a la propiedad del capital y la actividad empresarial; ya que si es que cuentan con un trabajo ganan menos en promedio a pesar de que estén más calificadas para el trabajo.

La mayoría de mujeres en América Latina sufren el “triple yugo”: pertenecen a una etnia poco apreciada, a una clase social desfavorecida y a un sexo oprimido, se convierten en protagonistas de la “feminización de la pobreza”.

Esta feminización de la pobreza genera consecuencias: en las sociedades con mayor desigualdad económica y con mayores índices de miseria el número de embarazos en cada mujer es mayor. A la ausencia de métodos anticonceptivos y la influencia de las ideas religiosas y los prejuicios culturales se añade la opinión indiscutible y la voluntad procreadora del esposo. Se da la maternidad forzada. “El 40% de los embarazos registrados en América latina no son planificados”¹⁰.

⁸ MATTELART Michelle, *Mujeres e industrias culturales*, Editorial Anagrama, Barcelona-España, 1982. P. 47

⁹ Cfr. LOMAS Carlos, Op.Cit. p.18.

¹⁰ GARABETYAN Enrique, *El 40% de los embarazos en América latina no son planificados*, 2010, <http://www.lajornadanet.com/diario/archivo/2010/abril/9/5.html>, consultado en febrero del 2010.

Si bien el índice de fecundidad en la mayoría de las naciones latinoamericanas se encuentra por debajo de tres hijos por mujer, en aquellos países donde hay más población indígena ese índice es más alto: en Bolivia y Paraguay alcanza hasta cuatro hijos, y en Guatemala supera esa cifra.

El jurista italiano Luigi Ferrajoli dice que "la prohibición del aborto equivale a una obligación: la de convertirse en madre, soportar un embarazo, parir, criar un hijo"¹¹. Para tener la oportunidad de cruzar el umbral de la pobreza y la exclusión es preciso que las mujeres no sólo reduzcan el número de hijos, sino que pospongan la edad de su primer embarazo.

En América Latina la tasa de embarazo adolescente es una de las más altas en todo el mundo, sólo por debajo de la de África subsahariana. La interrupción voluntaria del embarazo sólo está plenamente garantizada en tres países (Cuba, Puerto Rico y Guyana), en el resto de la región tanto las jóvenes como las mujeres mayores enfrentan los graves riesgos de la clandestinidad del aborto.

Anualmente en la región de América Latina se practican 3.800.000 abortos en condiciones de riesgo según la International Planned Parenthood Federation, en una investigación realizada en el año 2006. "Por eso, más de 5.000 mujeres mueren cada año debido a complicaciones relacionadas con abortos inseguros, cifra que corresponde al 21% de las muertes maternas a nivel mundial. La Organización Mundial de la Salud indica que el aborto es la causa primordial de mortalidad materna"¹² en Argentina, Chile, Guatemala, Panamá, Paraguay y Perú; la segunda causa de muerte en Costa Rica y la tercera en Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Honduras, México y Nicaragua.

Con respecto a la educación, las naciones con mayor diversidad cultural presentan el cuadro más preocupante en materia de rezagos educativos y acceso al empleo. En países con una importante presencia indígena hay más mujeres analfabetas que hombres, mientras donde es menor esta población la proporción es similar.

La educación que se imparte a la niñez rural e indígena reproduce y perpetúa la exclusión social y las escuelas rurales concentran los índices más altos de repetición, y deserción.

La subordinación de género se construye desde la infancia y empieza por la importancia determinante que se otorga a la maternidad y al cuidado del hogar como el destino esencial de la mujer.

¹¹ FERRAJOLI Luigi, *Derechos y garantías, La ley del mas débil*, Editorial Trotta , Madrid- España, 1999. P.35.

¹² Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), México D.F., *Genero desarrollo y Feminismo en América Latina*, 2007, <http://www.pensamientoiberoamericano.org/b/sumarios/>

"...las niñas indígenas concentran todas las desventajas de la pobreza: la subordinación generacional, la desigualdad de género y la discriminación étnica"¹³ su carga es mucho más pesada que el "triple yugo" al que se someten las mujeres adultas.

Pese a la diversidad cultural y a las diferencias de clase social, en América Latina el trabajo no remunerado de cuidado humano se asume como el destino "natural" de la mujer.

Entre 1990 y 2002 la tasa de participación laboral femenina en las zonas urbanas de América Latina aumentó del 39% al 50% (CEPAL, 2004). Sin embargo, el ingreso global de las mujeres es, en todos los casos, menor al de los hombres, producto de la discriminación y una inserción laboral más precaria.

"Las mujeres latinoamericanas y del Sudeste asiático trabajan en unas condiciones inhumanas a cambio de miserables salarios" asegura Carlos Loma en su libro *¿El otoño del Patriarcado?*

En América latina el patriarcado combinado con la pobreza construye un panorama poco alentador. A más de esto las costumbres, tradiciones, normas familiares y hábitos sociales e incluso la complicidad (muchas veces sin saberlo) de algunas mujeres mantienen la opresión vigente.

En Paraguay por ejemplo la sociedad machista se evidencia incluso en el lenguaje: "Cuimbae", en guaraní (el idioma histórico del país) quiere decir "hombre o dueño del lenguaje", mujer, en cambio, se dice "Kuña", palabra que también significa "lengua del diablo".

"Las prácticas machistas en Paraguay se realizan desde el lenguaje mismo"¹⁴, dice Clara Rosa Gagliardone, miembro de la organización Kuñaaty, vocablo que significa "reunión de mujeres".

El machismo y la sociedad patriarcal en ese país es tan poderosa, que el presidente Fernando Lugo comentó al ser cuestionado con respecto a las acusaciones de tener hijos no reconocidos: "es una demostración de poder el tener hijos desperdigados por todos lados"¹⁵. Así desde los poderes más altos se reproduce el sistema patriarcal en América latina. Las concepciones ideológicas combinadas con la pobreza que sufre la mayoría de la población permiten que la sociedad patriarcal sea cada vez más fuerte. Las cifras que la agencia de noticias EFE expone lo demuestran:

¹³ SICHRA Inge, *Género Etnicidad y educación en América Latina*, Editorial Morata, Madrid- España 2004. P. 20.

¹⁴ BULLENTINI, Ailín, *La sociedad del patriarcado*, 2009
<http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/subnotas/4-39588-2009-04-25.html>, consultado en febrero del 2010.

¹⁵ *Idem*, <http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/subnotas/4-39588-2009-04-25.html>. consultado en febrero del 2010.

Cuatro de cada 10 mujeres sufren violencia machista en Latinoamérica y casi el 60% es víctima de maltrato psicológico, según reveló un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe sobre la violencia contra la mujer. Los datos demuestran que la violencia física sufrida por las mujeres va desde golpes, hasta agresiones severas y que 45% de ellas declara haber recibido amenazas de muerte por parte de sus parejas. Las agresiones físicas pueden acompañarse de violencia psicológica. (EFE, 2009)¹⁶

1.5.-EN ECUADOR

En Ecuador, los niveles de violencia doméstica son altos y van en aumento. Del conjunto de denuncias hechas por mujeres en los juzgados de instrucción, entre 1989 y 1992, el 79,6 % es por violencia doméstica, “Según los datos de la Dirección Nacional de Género en el 2008 se registraron 68 mil denuncias de violencia intrafamiliar. A menos de dos meses para que concluya el 2009, se receptaron 54 mil; de esta cifra, sólo el 8% corresponde a hombres maltratados”.¹⁷

La otra forma de violencia existente es menos denunciada, pero igualmente grave, la discriminación que viven las mujeres en los campos de salud, educación y empleo, es prueba de ello.

Las mujeres han participado en el desarrollo socioeconómico del Ecuador de algunas maneras, siendo las dos principales: el trabajo doméstico y las actividades dedicadas al mercado económico, (esta contribución ha estado, siempre determinada por su propia condición de género). A pesar de ello se tiende a considerar a la mujer como económicamente inactiva. Esta inclinación, procede (como ya se ha dicho) de antiguas razones culturales, que consolidaron una división sexual del trabajo según la cual se les atribuye a ellas la responsabilidad del trabajo doméstico y a los hombres las actividades consideradas públicas y propiamente económicas.

En Ecuador como en la mayoría de países de América Latina, se supone socialmente que las mujeres deben realizar las tareas domésticas, más allá de que participen o no en el mercado laboral, cargando con una doble responsabilidad y mucho más tiempo de trabajo (no remunerado) que el hombre. Las mujeres sufren condiciones de trabajo peores que los hombres y reciben menores ingresos a causa de que se identifica a la función de la mujer como secundaria y complementaria de la masculina. Por esta misma razón las mujeres son minoritarias en cargos de dirección y poder empresarial.

¹⁶ EFE, *Machismo En América Latina, 2009*, <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/4736.html>

¹⁷ VISTAZO, *Denuncias de violencia familiar superan las 50 mil, 2009*
<http://www.vistazo.com/webpages/pais/index.php?id=8085>, consultado en febrero del 2010.

“El 95% de la PEA del Ecuador (Población Económicamente Activa) se relaciona con trabajos en el sector doméstico, sector informal y moderno, y aproximadamente 41% de este total son mujeres, éstas ganan un 14% menos que los hombres por cada hora trabajo”¹⁸.

En el caso de las mujeres indígenas la situación empeora, pues como ya se ha dicho, sufren una doble discriminación: de género y étnica. Lo mismo sucede en el caso de las mujeres discapacitadas.

Con respecto a la educación, Zonia Palán, integrante del grupo Mujeres por la Democracia, dice que el porcentaje de mujeres que asiste a establecimientos educativos es superior al de los hombres hasta los 14 años, sin embargo a los 15 años las mujeres comienzan a desertar de la instrucción formal.

En 1990, el 63 % de las mujeres de hasta 20 años asistía a algún establecimiento educativo. Pero en el grupo de entre 20 y 29 años la asistencia era solo del 32 por ciento. “Esta situación corresponde a la edad en la que la mujer contrae matrimonio o es madre”¹⁹.

La población con niveles de instrucción superior sigue siendo un reducido grupo. “En 1990, solo el 3.4 por ciento de las mujeres tuvo algún nivel de educación superior”²⁰.

“...todavía siguen llegando muy pocas mujeres a los estudios universitarios. Los obstáculos guardan relación con la orientación que tienen en el momento de elegir especialidad en secundaria, en la capacitación profesional y entre las carreras universitarias”²¹. Según el texto “Mujeres Latinoamericanas en cifras”, esto se debe a las inclinaciones culturales y la concepción de que los hombres son responsables de la vida pública y las mujeres del cuidado del hogar. Esta idea no es ajena al sistema educativo, sino que se reproducen en los niveles básicos del sistema, tanto en los educadores como en los propios textos escolares y para complementar en los medios de comunicación. Estudios realizados alrededor de América latina muestran que las mujeres son poco visibles en dichos textos escolares lo mismo que en los medios y cuando aparecen sólo es en el ámbito entendido como “tradicionalmente femenino”.

¹⁸ ECUADORVOLUNTEER, *Estadísticas pobreza extrema y hambre, 2009*, http://www.ecuadorvolunteer.org/es/informacion_ecuador/estadisticas.html, consultado en marzo del 2010.

¹⁹ VISTAZO, Op. Cit, <http://www.vistazo.com/webpages/pais/index.php?id=8085>

²⁰ Idem, <http://www.vistazo.com/webpages/pais/index.php?id=8085>

²¹ Op. Cit. ECUADORVOLUNTEER, http://www.ecuadorvolunteer.org/es/informacion_ecuador/estadisticas.html

La mujer representa todavía tasas más altas que los hombres con respecto al analfabetismo: en el área urbana 6,0% para mujeres y 4,5% para hombre; en el área rural 18,1% para mujeres frente a 12,8% para hombres²².

La problemática de la salud (como casi todos los inconvenientes que sufre) en la mujer está ligada al rol sociocultural asignado.

Estudios de la Organización Panamericana de la Salud, aseguran que el riesgo de que una mujer ecuatoriana muera durante su vida reproductiva es de 225 mujeres por cada 100 mil nacidos vivos. Esta tasa es una de las más altas de América Latina.²³

Las principales causas de mortalidad materna son complicaciones en el embarazo, parto y puerperio, todas ellas vinculadas a las condiciones de vida y la inequidad social y de género.

A pesar de que las condiciones de salud de las mujeres ecuatorianas han mejorado lentamente en las últimas décadas, todavía existen problemas de distinto orden.

Aún que las mujeres ecuatorianas han participado en la historia social, económica y política del país desde la independencia, lo que ha caracterizado su situación ha sido la invisibilidad. Los textos escolares, los medios de comunicación y las tendencias sociales lo reflejan.

Según el texto “Mujeres Latinoamericanas en cifras”, editada por el Programa de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), la incorporación de las ecuatorianas a posiciones de poder es particularmente lenta en comparación con el resto de Latinoamérica.

A esto se suma la falta de políticas gubernamentales que ayuden a mejorar la situación.

1.6.-LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD EL PATRIARCADO

Méndez (1988) asegura que, son los medios de comunicación uno de los recursos mas usados para mantener el modelo patriarcal,²⁴ por su parte Lucía Lagunes, directora de la organización Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC) comenta que “los medios de comunicación aún miran a través de los ojos del poder masculino”.²⁵ Los medios han colaborado para reforzar roles/estereotipos de género, construyendo una realidad social, donde las mujeres son abordadas desde una mirada patriarcal.

²² Cfr, VITERI, Díaz G, *Situación de la educación en el Ecuador* en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Número 70, 2006, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>

²³ Cfr, EL COMERCIO, *¿Como está la mujer ecuatoriana?*, 1994, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/como-esta-la-mujer-ecuatoriana-25793-25793.html>

²⁴ Cfr. MENDEZ, B, Zinnia, *Socialización y estereotipos sexuales en Costa Rica*. Revista de ciencias sociales, 1988, p.75-92.

²⁵ REA T Christian, *Los medios de comunicación aún miran realidad social a través del patriarcado: especialistas*, 2009, http://www.notiese.org/notiese.php?ctn_id=2368, consultado en abril del 2010

1.6.1.-Publicidad

La publicidad tiene particular influencia en la determinación de las imágenes de las mujeres mostradas por los medios de comunicación, pues estos últimos dependen económicamente de ella.

Una gran parte de los mensajes publicitarios considera a la mujer como su auditorio primordial, porque se percibe a las mujeres como principales consumidoras. La representación de las mujeres en la publicidad se concentra en las sociedades industrializadas de consumo, particularmente Estados Unidos de América. América latina copia o emula el sistema publicitario estadounidense y suele reproducir los mismos mensajes.

Un reporte realizado en 1975 en Norteamérica, por la NARB (National Advertising Review Board), afirma que “los sexistas pertinaces reiteran tres aspectos de la imagen de la mujer en la publicidad: como empleada, como ama de casa, como objeto sexual”²⁶.

Los estudios realizados revelaron que el 72% de las mujeres que figuraron en los medios de comunicación representaban papeles domésticos. Solo el 29% de esas mujeres tenían empleo pero casi siempre eran ocupaciones tradicionalmente femeninas.

Culley y Benntt demostró que las emisiones comerciales de la televisión en 1974 al igual que en 1971, las categorías más frecuente de papeles de las mujeres era la de ama de casa o madre. Sin embargo el porcentaje de amas de casa disminuyó de 56% en 1971 al 45% en 1974. Se observó una tendencia a su disminución. En términos cuantitativos la representación de las mujeres como amas de casa parece ir mejorando, sin embargo “con frecuencia se presenta a las amas de casa como estúpidas, incapaces de realizar tareas sencillas y dependientes del consejo del hombre.”²⁷

En un estudio comparativo de Courtney y Whipple las mujeres parecen ejecutando tareas domésticas relacionadas con el producto de venta. Los representantes masculinos aparecían la mayor parte de veces haciendo una demostración del producto o dando consejos de uso, pero nunca utilizándolos. Los hombres aparecían como beneficiarios en el 50% de los anuncios de alimentos y el 81% de los anuncios de productos detergentes.²⁸

En 1971 el ama de casa aparece en la publicidad como una persona obsesionada con la limpieza y avergonzada o culpable por la suciedad, hoy también. Con frecuencia

²⁶ CEULEMANS Miek, FAUCONNIER Guido, *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social*, Compilación y análisis de los documentos de investigación, 1980, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>, consultado en abril del 2010

²⁷ Idem. P.10.

²⁸ Cfr. Idem. P.10.

está representada como envidiosa de los éxitos de otras mujeres u orgullosa de sus propias hazañas en la cocina o en la limpieza.

Aun que el número de mujeres representadas en papeles domésticos ha disminuido con el tiempo, los anuncios siguen presentado a las mujeres principalmente como amas de casa y como dependientes de la ayuda y el consejo del hombre en la compra y utilización de productos. Es por eso que las investigaciones realizadas al respecto siguen estando vigentes.

Dispenza (1975) considera que los anunciantes utilizan primordialmente a las mujeres para vender productos tanto para ellas como a los hombres utilizando el atractivo sexual de éstas. En los anuncios publicitarios dirigidos a las mujeres, se invita a éstas a identificarse con el representante femenino del producto. Por otra parte en los anuncios dirigidos a los hombres, se les promete la mujer representada como el premio que acompaña al producto.²⁹

La representación sexual de la mujer era y es más pronunciada en las revistas para hombres. En investigaciones realizadas se encontró un 53% de las mujeres presentadas con insinuaciones sexuales.³⁰

Desde 1971 a situación no ha cambiado mucho, aunque la explotación de las mujeres como objetos sexuales en la publicidad parece disminuir con el tiempo (no tanto en las revistas como en la televisión), la utilización de cuerpo femenino es aún una práctica muy arraigada en los medios de comunicación, sobre todo en los medios destinado a los hombres.

El estereotipo resultante de la publicidad define a la mujer con respecto a la esfera bipolar del hogar y de su relación con el hombre.

Según estudios comparativos la publicidad caracteriza a la mujer de diferentes maneras:

a.- El objetivo primordial de la mujer es conquistar y retener a un hombre.- Los anuncios dirigidos a la mujer recurren al temor de ésta a ser rechazada por el hombre debido al olor corporal, al mal aliento, a un exceso de vello corporal, a una piel seca etc. A cambio de la belleza y la juventud, y las atenciones, las mujeres son recompensadas con la seguridad y la posición social, el amor y el idilio.

b.- Las mujeres son amas de casa, esposas y madres.- Según Scott, que la mujer es esencialmente una persona doméstica se expresa de varias maneras.

²⁹ Cfr. VENKATESAN, M., Losco, J, *Women in magazine advertisements*:, Journal of Advertising Research, Vol. nº5 , 1975. P.49.

³⁰ Cfr. Idem. P.49.

-Las mujeres no trabajan fuera del hogar

-Las mujeres no tienen éxito en el trabajo. La posición de autoridad del hombre en el mundo laboral es evidente. Las mujeres rara vez están empleadas u cuando lo están se encuentran en las posiciones de servicio y subordinación “tradicionalmente” reservadas para ellas.

-Los hombres y las mujeres tienen papeles sexuales y tareas domésticas rigurosamente delineadas. La publicidad divide el mundo en una esfera masculina y otra femenina: el lugar de la mujer está en la casa mientras el lugar del hombre está en el trabajo. En lo que se refiere al empleo, el matrimonio, y la maternidad, las mujeres parecen tener papeles claramente delineados. La belleza, la suavidad, la dependencia, la ternura y el esmero son rasgos femeninos, mientras que la experiencia, la fuerza, la ambición y el dominio van asociados a la masculinidad.

-A las mujeres les gusta el trabajo doméstico y lo encuentran satisfactorio. Según Scott los anuncios resuelven la contradicción entre subrayar el papel doméstico de las mujeres y el hecho evidente de que el trabajo del hogar es aburrido, desagradable y servil sugiriendo lo contrario. El mensaje dice: lo que hace la vida agradable es la ropa suave, los suelos brillantes y los platos relucientes.

-Las niñas crecen para ser amas de casa, esposas y madres. Según Scott, la representación de las interacciones de los niños con sus padres, sus amigos y sus juguetes demuestran que la publicidad orienta a los niños hacia papeles sexualmente estereotipados.

El concepto del papel de la mujer en la sociedad que la publicidad refleja ha tenido mejoras muy pequeñas (con respecto a la cuantificación), pero con respecto a la calidad ha permanecido casi invariable durante las últimas décadas. El efecto de la publicidad en el proceso del cambio social y género, ha sido represivo más que progresivo hasta hoy.

1.6.2.-*La mujer en la televisión*

1.6.3.- *Los programas familiares*

Los programas dramáticos y familiares constituyen una forma importante de recreación en la televisión. Estos programas cuentan con emisiones diurnas y nocturnas por su gran público.

Los estudios realizados al respecto y publicados en el texto de Ceulemans Miek y Fauconnier Guido, *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social*, demuestran que:

-La televisión representa a las mujeres con menos frecuencia y menos veces en papeles centrales que a los hombres. Weibel encontró que los hombres superan a las mujeres en la comedia, 2 a 1 en el drama familiar y 8 a 1 en el drama de acción y aventuras.

-Se considera que el matrimonio y la maternidad tienen más importancia en la vida de la mujer que en la del hombre. El estudio publicado por la U.S. Commission on Civil Rights examinó los personajes masculinos y femeninos en los programas teatrales de las horas de más auditorio durante el periodo de 1969-1972. Se encontró que menos de un tercio de todos los hombres estaban representados como maridos, mientras que casi la mitad de los personajes femeninos estaban representados como esposas. Las mujeres aparecían más frecuentemente como madres que los hombres como padres. Las mujeres desempeñaban papeles de amas de casa en 16% contra un 3 % de los hombres en papeles de esposos.

-La televisión presenta la división tradicional del trabajo en el matrimonio. En el estudio realizado por Mc Neil, de la población total masculina representada en la televisión, casi las tres cuartas partes desempeñaban empleos retribuidos, mientras que menos de la mitad de las mujeres estaban empleadas.

-Se representa a las mujeres empleadas en ocupaciones tradicionales femeninas, como subordinadas al hombre y con poca categoría y autoridad. Las investigaciones disponibles reflejan que existe una subordinación de personajes femeninos en papeles profesionales en comparación con los personajes masculinos y en relación con la participación real de las mujeres en la fuerza laboral.

-Las mujeres están más orientadas personalmente y menos orientadas profesionalmente que los hombres. Mc Neil descubrió que las mujeres participaban mucho más en conflictos familiares y románticos, mientras que los hombres se enfrentaban más frecuentemente con problemas relacionados con el mundo exterior y el trabajo. Las relaciones personales constituían en 74% de las interacciones femeninas frente al 18 % de las interacciones masculinas.

-Las mujeres representadas en la televisión son mucho más pasivas que los hombres. Tedesco interpreta la ausencia de las mujeres en la aventura y la acción, su propensión de víctimas en las escenas de violencia, su dependencia del hombre y su ineficiencia como el reflejo de una imagen de la feminidad caracterizada por la pasividad. En los programas revisados por Tedesco, los hombres estaban representados como los que tomaban las decisiones y ejecutaban las acciones. La ausencia de las mujeres era evidente en los programas de acción y aventura. Cuando aparecían en ellos,

se caracterizaban por ser pasivas y víctimas necesitadas de auxilio y protección por parte del hombre.

-Los programas dramáticos de la televisión no reconocen la existencia del movimiento feminista. Seggar coincide con Mc Neil en que el movimiento feminista es en gran parte ignorado por el drama televisado.

Estos estudios que a juzgar por sus conclusiones parecen haberse realizado recientemente datan de 1969. Hoy el escenario no ha cambiado mucho; basta revisar los programas familiares que se emiten para notar el estancamiento al respecto.

1.6.4.- *Las telenovelas*

El auditorio de las telenovelas está compuesto principalmente por mujeres adultas, en su mayoría amas de casa. Se ha demostrado que las telenovelas tienen gran efecto potencial en las actitudes y la conducta de los telespectadores.

De algunas investigaciones hechas al respecto de las telenovelas, se desprende que en ellas:

-La ocupación predominante de las mujeres es la de ama de casa, mientras que la mayoría de los personajes masculinos son profesionales.

-Con respecto al aspecto físico y a la posición social. La gran mayoría de los personajes son atractivos y pertenecen a la clase media. Según las observaciones de Downing (1974), las mujeres suelen ser más jóvenes que los hombres.

-La acción principal de las telenovelas consiste en conversaciones, casi siempre entre hombres y mujeres, siendo los temas de conversación: el amor, las relaciones interpersonales, y los problemas personales. (Katzman, 1972). Como lo personal se considera típicamente la esfera femenina, no es sorprendente la gran visibilidad de las mujeres en las telenovelas.

-Existe una persistencia en la división de los papeles por sexos: las mujeres se preocupan de su aspecto físico y están orientadas hacia el hogar, mientras que los hombres habitan en el mundo del trabajo.

-Un análisis de las interacciones mujer-hombre en términos de consejo y orden indicó que en las telenovelas los hombres controlan la acción.

1.6.5.- *La mujer en el cine*

La producción cinematográfica ha estado dominada desde sus inicios, por lo códigos establecidos por la empresa Hollywood, por ello las interpretaciones de del papel de las mujeres en el cine se ha centrado principalmente en la producción

norteamericana. Sin embargo a partir de los años 60 se ha observado un interés creciente de los analistas cinematográficos por el cine europeo.

Casi todos los estudios realizados al respecto se refieren a la industria cinematográfica de Europa Occidental y Norteamérica.

De las investigaciones realizadas reflejan las siguientes tendencias:

- Los papeles femeninos en el cine norteamericano son cada vez más triviales y la mujer va siendo gradualmente relegada a la categoría de objeto sexual.

- La degeneración de las imágenes cinematográficas de la mujer se manifiestan en la celebración del poder masculino y del machismo unidos a la violencia contra de las mujeres, la explotación sexual de estas y el enfoque cinematográfico masculino.

- Según Mellen el cine no ofrece por lo general imágenes de mujeres fuertes independientes. Aunque las mujeres aparece hoy día con más fuerza y menos timidez, están representadas como seres emocionalmente vacíos, desintegrado, alienados e insatisfechos. El mensaje transmitido por el cine contemporáneo es que la libertad sexual separada del matrimonio deja vacías a las mujeres.³¹

- En el cine contemporáneo predominan dos imágenes de las mujeres: como seres domésticos, protegidos y asexuales o como personas sexualmente liberadas.

- Tanto las películas norteamericanas como las películas europeas siguen presentado imágenes estereotipadas de la mujer como víctima pasiva y angustiada, atrapada en una cultura ajena a su entendimiento. Lo cual apoya a la creencia de que las mujeres son inferiores.

- Las imágenes de mujeres libres satisfechas están ausentes en las películas europeas como de las norteamericanas. Se perciben dos tipos de mujer: las insatisfechas y trágicas en el cine europeo y la estúpida y feliz en el cine norteamericano.

- La poca participación de las mujeres en la producción cinematográfica comercial es un factor que posiblemente contribuye a la representación deformada de las mujeres en el cine. Las directoras que existen se riegan por las formas predominantes en la industria cinematográfica.

Hay que reconocer que el cine alternativo, que no sigue las tendencias tradicionales del cine comercial, propone una concepción diferente de la mujer. Sin embargo este

³¹ Cfr. Op. Cit CEULEMANS, Miek, FAUCONNIER Guido, p. 35.

no se fabrica en masa, por lo que no se emite a un público grande y no logra romper paradigmas a gran escala.

1.6.6.- *La mujer en las noticias*

La mayor parte de las investigaciones sobre la representación de las mujeres en los programas de televisión proceden de los Estados Unidos de América.

Un análisis de noticias emitido por la NBC, la CBS y la ABC en 1974-1975, reveló que los hombres blancos predominaban en las funciones de protagonistas de noticias con una participación del 78% del total. Las mujeres blancas, desempeñaban el 9% y las mujeres no blancas rara vez protagonizaban la noticia con un 3%, mientras que el 7% de los protagonistas de noticias eran hombres no blancos³².

Las mujeres consideradas de interés periodístico por la “Womens Advisory Council” eran principalmente delincuentes, víctimas, artistas de variedades o parientes de hombres célebres, con una predominancia de mujeres blancas protagonistas de noticias que aparecen como esposas y madres³³.

En informe de la “Womens Advisory Council” llega a la conclusión de que las mujeres son invisibles o tienen una presencia silenciosa en los programas de noticias.

Los resultados de la investigación reflejaron que las mujeres estaban considerablemente sub-representadas en los papeles de protagonistas y presentadores de noticias y que los problemas femeninos rara vez se trataban. Se dedicaba menos del 1% del tiempo de emisión de noticias a los problemas de las mujeres.

Investigaciones realizadas en España a partir de una selección aleatoria de tres diarios nacionales de gran difusión: El País, ABC y El Mundo, publicados entre 1991 a 1999, demostraron que “de las noticias, los hombres (73%) fueron más «visibles» que las mujeres (40%). La mayor presencia de las mujeres fue como pacientes (14%) y la de los hombres como políticos (29%) y médicos (24%)”³⁴. Lo cual demuestra que si bien ha habido un cambio significativo en las cantidades, la situación de inequidad no ha cambiado del todo.

Otros estudios indican “que en torno a un 87% de las fotografías, de las noticias y de los textos de opinión de los diarios están protagonizadas por hombres. Los escasos ejemplos de ilustraciones de mujeres y de cierto protagonismo femenino (en torno a un 13%) suelen aparecer en secciones concretas del periódico (“Sociedad”, “Espectáculos”, “Ocio”...) siendo casi absoluta su ausencia en otras (“Economía”, “Política”, “Opinión”, “Deportes”...), (Suens, 1992; Gallego, 1999)”³⁵.

³² Cfr, Idem. p 21.

³³ Cfr. Idem p.21.

³⁴ RUIZ María Teresa, MARTÍN Mart, PARRA Daniel, VIVES Carmen, ALBALADEJO Manuel, *El enfoque de Género en la noticias de salud*, 2003 <http://scielo.isciii.es/pdf/gsv18s2/revision7.pdf>, consultado en abril del 2010

³⁵ Op.Cit, LOMAS Carlos, p. 227.

Otra investigación internacional (WACC, 2006) “señala que los hombres protagonizan el 79% de las noticias mientras que las mujeres ocupan el 21% del espacio de la información.”³⁶

Un estudio sobre las representaciones y roles sociales que transmite la prensa española acerca de la mujer y de su papel en todos los ámbitos realizada en el año 2009 concluyó que “la tercera parte de las noticias que publican los diarios en sus primeras páginas tienen como protagonista a la mujer”³⁷.

De esto se concluye que el hombre es el principal protagonista de la noticias. La mujer no tiene espacio en los noticieros, siendo esta relegada a temas relacionados con el espectáculo y la violencia.

1.6.7.-La mujer en la prensa

La existencia de una sección separada en los diarios, exclusivamente para el lector femenino es sexista; este hecho da a entender que todas las secciones de noticias a excepción de la “sección femenina” son de interés principalmente masculino. En esta separación se basa el manejo de información sobre la mujer en la prensa, como lo demuestran las investigaciones realizadas.

Miller (1975) encontró que el número de fotos de hombres era superior al de fotos de mujeres en todas las secciones, con excepción de las páginas relativas al estilo de vida. La información fotográfica de las mujeres como deportistas, profesionales, activistas, y políticos era insignificante en comparación con la representación en papeles de esposas, madres, personas de alta sociedad y artistas de variedades.³⁸

Otro informe realizado en 1976 y basado en los periódicos publicados en Europa Occidental demostró que “las mujeres están a menudo representadas como víctimas de desastres naturales o fabricados”³⁹, “su papel como madres y esposas se les antepone a sus actividades laborales o profesionales”⁴⁰ y “con frecuencia se destaca el aspecto físico de las mujeres, aunque no tenga ninguna importancia para el tema de la noticia periodística”.⁴¹

Se observó también en un análisis de seis diarios británicos publicados en 1972 que “se considera que la política, las profesiones y los deportes son dominios

³⁶ Idem, p.228.

³⁷ DAVARA Torrego, Francisco Javier; MARTÍNEZ-Fresneda Osorio, Humberto; PEDREIRA Souto, Elena; SÁNCHEZ Rodríguez, Gabriel, *Presencia e imagen de la mujer en las primeras páginas de los periódicos españoles*, 2009, <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1294/129412636010.pdf>, consultado en abril del 2010

³⁸ Cfr. Op Cit, CEULEMANS Miek, FAUCONNIER Guido. p. 39

³⁹ Idem, p.39.

⁴⁰ Idem, p. 40.

⁴¹ Idem. P. 42.

masculinos”⁴² y que los asuntos domésticos se perciben como obligaciones de la mujer.

Aún hoy, los temas que predominan en las “secciones femeninas” son sobre, cuidado corporal, moda, noticias de la sociedad y actividades recreativas. Se continúa dando importancia a la vida marital o familiar de la mujer sobre su vida profesional. Carlos Lomas comenta en su texto “¿El otoño del patriarcado?” Refiriéndose a la forma de visibilidad a la que acceden las mujeres en la prensa de información general. “las mujeres suelen ser designadas en las noticias con alusiones injustificadas a su aspecto físico y a sus circunstancias familiares (forma de vestir, estado civil, número de hijos/as etc.)”⁴³

A más de eso, existe una escasez y trivialización con respecto a la información sobre el movimiento feminista y los problemas que plantea.

Juana Gallegos Ayala (2007) explica que en la prensa, las mujeres aparecen entendidas como “objetos observados”, mientras que los hombres figuran como “el sujeto que actúa”.⁴⁴

Se concluye que la perspectiva que tienen los diarios sobre las mujeres ha sido y aún es fundamentalmente masculina.

1.7.-GÉNERO CONO CATEGORÍA DE ANÁLISIS

El termino “género” parece haber aparecido primeramente entre las feministas norteamericanas que deseaban insistir en las características construidas de las distinciones basadas en el sexo. La palabra “género” denota rechazo al determinismo biológico implícito en términos como “sexo”, “diferencia sexual”.

Quienes estaban preocupados por que la categoría “estudios de mujeres” representaba un enfoque estrecho que se limitaba a abordar solamente a la mujer, utilizaron el termino “género” para denotar la noción de que tanto hombre como mujeres son definidos uno en relación al otro.

Lamentablemente el termino “género ha sido erróneamente empleado como sinónimo de mujeres. Como consecuencia, muchos libros han sustituido en sus títulos la palabra mujeres por “género”. Esta aplicación reduccionista ha limitado el desarrollo del género como una categoría válida de análisis.

El interés en el género como categoría analítica ha surgido solo a finales del siglo XX. El término aparece para insistir en la insuficiencia de teorías que traten el problema de la desigualdad entre hombre y mujer.

Joan W Scott propone una definición de género que consta de dos proposiciones:

⁴² Idem. p. 43.

⁴³ Op Cit, LOMAS Carlos, p. 228.

⁴⁴ Idem. P.228.

- *El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distingue los sexos*

- *El género es el campo primario dentro del cual se articula el poder*⁴⁵

Clark Kim explica que género es entendido como una categoría relacional que incluye pero no se limita a la mujer: y que en contraste, se refieren al entendimiento de la construcción histórica de la organización social de la diferencia sexual.⁴⁶

El género como componente de las relaciones sociales, que estudia la construcción histórica de las dicotomías entre los sexos. Es la definición que se considerará en el presente estudio.

1.8.-ANÁLISIS DEL DISCURSO

El lingüista Teun van Dijk uno de los fundadores del análisis crítico del discurso (ACD), explica: “El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político”⁴⁷. También explica que el ACD aspira a producir conocimiento y opiniones que apoyen a la resistencia contra el dominio social y la desigualdad. “El análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social.”

Ciertos principios del análisis crítico del discurso pueden rastrearse ya en la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt desde antes de la segunda guerra mundial (Rasmussen, 1996).

El ACD es así una investigación que intenta contribuir a dotar de poder a quienes carecen de él, con el fin de ampliar el marco de la justicia y de la igualdad social.

El mundo real de los problemas sociales y de la desigualdad la investigación adecuada no puede ser sino multidisciplinar. El ACD estimula muy especialmente dicha multidisciplinariedad que comprende: entre los estudios del discurso, la sociología, la ciencia política, psicología cognitiva y social, la comunicación, los estudios de género etc.

A parte de proveer bases para aplicaciones en varias direcciones de investigación, tiende a contribuir al entendimiento de las relaciones entre el discurso y la sociedad, y de la reproducción del poder social y la desigualdad. El ACD busca responder a la

⁴⁵ SCOTT, Joan, *El género una categoría útil para el análisis histórico*. En *Género Conceptos básicos*. Programa de Estudios de Género, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú, 1997. p. 64.

⁴⁶ KIM, Clark, *Género, raza y nación: la protección a la infancia en Ecuador*, En *Estudios de Género*, Gioconda Herrera, Edición FLACSO, Ecuador, 2001. p. 221.

⁴⁷ VAN DIJK Teun A, *El análisis crítico del discurso*, En *Anthropos* Traducción: Manuel González de Ávila. Barcelona-España 1999. p. 23-36. <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>, consultado en noviembre del 2010

pregunta: “¿Cómo son capaces los grupos dominantes de establecer, mantener y legitimar su poder, y qué recursos discursivos se despliegan en dicho dominio?”

Van Dijk menciona a Fairclough y Wodak (1994: 241-270) para resumir los principios básicos del ACD:

1. El ACD trata de problemas sociales.
2. Las relaciones de poder son discursivas.
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura.
4. El discurso hace un trabajo ideológico.
5. El discurso es histórico.
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
8. El discurso es una forma de acción social.

Según Van Dijk existen dos categorías: “micro-nivel y macro-nivel”. En donde el discurso, y otras interacciones socialmente situadas cumplidas por actores sociales, pertenecen al «micro-nivel» del orden social, mientras que las instituciones, los grupos y las relaciones de grupos, y por tanto el poder social, se ubican en el «macro-nivel». En la realidad social de la interacción, los fenómenos de los niveles micro y macro forman un todo unificado. Para un mejor entendimiento, Van Dijk explica: “Un discurso racista de un miembro del Parlamento es un acto perteneciente al micro nivel, ejecutado por un político individual o por el miembro de un partido, pero al mismo tiempo es parte constitutiva de un acto legislativo de la institución parlamentaria en el macro nivel, o de la política de inmigración de una nación estado.”⁴⁸ En este sentido las categorías micro y macro proporcionan el marco que permite explicar cómo los actores sociales y los usuarios del lenguaje consiguen ejercer, reproducir o desafiar el poder social de los grupos y de las instituciones.

En este sistema, el sexismo, el androcentrismo y la discriminación de género se reproducen en la sociedad igualmente de forma dialéctica desde el nivel micro, las interacciones cotidianas, al macro, el sistema de patriarcado.

Una noción central en el trabajo crítico sobre el discurso es la del poder, y más concretamente el poder social de grupos o instituciones. Van Dijk define el poder social en términos de control. “(...) los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos), en su propio interés, los actos y las mentes de los (miembros de) otros grupos”⁴⁹.

El control discursivo de la mente es una forma de poder y de dominio si tal control se realiza en interés de los poderosos, y si los receptores no tienen «alternativas», otras

⁴⁸ Idem, <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

⁴⁹ Idem, <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

fuentes (habladas o escritas), otros discursos, ni otra opción que escuchar o leer, ni otras creencias para evaluar tales discursos.

En el análisis de las relaciones entre el discurso y el poder, el acceso a formas específicas de discurso: la política, los media o la ciencia, es en sí mismas son un recurso de poder.

Van Dijk maneja dos presupuestos: El primero: “nuestras mentes controlan nuestra acción; luego si somos capaces de influenciar la mentalidad de la gente, sus conocimientos o sus opiniones, podemos controlar indirectamente (algunas de) sus acciones.”⁵⁰ Y, el segundo: “puesto que las mentes de la gente son influidas sobre todo por los textos y por el habla, descubrimos que el discurso puede controlar, al menos indirectamente, las acciones de la gente, tal y como sabemos por la persuasión y la manipulación.”⁵¹ Por lo que la mayor parte de nuestras creencias sobre el mundo las adquirimos a través del discurso.

El ACD se centra en la explotación de tal poder, y en particular en el dominio, esto es, en los modos en que se abusa del control sobre el discurso para controlar las creencias y acciones de la gente en interés de los grupos dominantes.

El ACD se pregunta dos cuestiones básicas:

- a) ¿Cómo los grupos (más poderosos) controlan el discurso?
- b) ¿Cómo tal discurso controla la mente y la acción de los grupos (menos poderosos), y cuáles son las consecuencias sociales de este control?⁵²

Van Dijk afirma que ciertos significados y formas del discurso ejercen más influencia sobre las mentes de la gente que otros, tal como la noción misma de «persuasión» y una tradición de dos mil años de retórica pueden mostrarnos.

Como consecuencia el discurso puede ser sexista, discriminatorio; no obstante, puede intentar, como de hecho lo hace, pasar como una práctica normal, regida por el sentido común, para legitimar su permanencia.

El Análisis Crítico del Discurso (ADC) se articula con el análisis crítico de género como instrumento para examinar cómo se lleva a cabo el proceso de construcción de las identidades de género en el discurso.

⁵⁰ Idem, <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

⁵¹ Idem, <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

⁵² Idem, <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

CAPÍTULO II:

EL COMIC

2.1.-DEFINICIÓN Y ESTRUCTURA

Roman Gubern afirma que la definición de comic más satisfactoria que ha sido elaborada es: “estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética”⁵³. De esto puede entenderse que el comic es un medio nacido de la integración del lenguaje icónico y el lenguaje fónico.

Por el carácter icónico literario aparece relacionado con el teatro, la novela, la pintura, la ilustración publicitaria, la fotografía, el cine, la televisión.

La estructura narrativa de los comics son los “pictogramas”, estos últimos son definidos en el texto de Gubern como “conjunto de signos icónicos que representan gráficamente el objeto u objetos que se tratan de designar”⁵⁴. A los pictogramas utilizados en el comic se los denomina viñetas, “cada viñeta delimita una porción de espacio en el que se representa mediante el dibujo un espacio físico, en cuyo interior acontece una acción de duración variable”⁵⁵, dentro de la viñeta coexisten los signos icónicos y el lenguaje literario.

En los comics actuales encontramos que el lenguaje literario está contenido en globos o bocadillos, que son recipientes simbólicos que muestran las locuciones de los personajes parlantes. Esto no fue siempre así, pues en el primer comic que se registra en la historia se plasmó la locución del personaje en su camisa. Hoy las formas de los globos “han llegado a ser muy variadas y caprichosas, aunque algunas se ha formalizado y han servido para designar un estado de ánimo o para connotar una locución”⁵⁶

De la misma forma que el cine, el comic hace uso de los diferentes planos: plano general (abarca toda la figura), plano tres cuartos (hasta las rodillas), plano medio (hasta la altura de la cintura), primer plano (abarca una parte precisa del cuerpo).

“Los encuadres también pueden caracterizarse por su variable profundidad de campo (o nitidez del espacio longitudinal representado) y por la incidencia angular del punto de vista, que da lugar a encuadres vistos en picado (desde arriba), o en contra picado (desde abajo), elección óptica que puede adjetivar profundamente la representación”⁵⁷.

El comic es una forma de expresión que ha mutado con el tiempo: el tebeo (nombre que prefiere usar José Luis Rodríguez), pasó por el lápiz de varios artistas y

⁵³ GUBERN Román, *El Lenguaje de los Comics*, Ediciones Cátedra ,Barcelona-España, 1972, p.35.

⁵⁴ Idem, p. 108.

⁵⁵ Idem, p 108.

⁵⁶ Idem, p 21.

⁵⁷ Idem. p. 124.

dibujantes para adoptar la forma que hoy tiene, forma que obedece a cánones establecidos en consenso. Así, las tiras diarias, que según Gubern en los años 40 medían de 7,5 a 9 cm de altura por 26 a 32cm de longitud, más tarde se reducen a 5,4 o 3,4 cm de alto y 18,5 de longitud; esto se debió a la escasez de papel durante la segunda guerra mundial. Adicional se estableció un tope de 37 palabras por globo de diálogo.

Los gestos, actitudes y mímica tienen un papel fundamental en el comic. Los brazos, las piernas y el rostro serán los principales variantes al momento de mostrar expresiones. Los dibujantes de comics han llegado a adoptar espontáneamente un código de signos esquemáticos simplificado de la gestualidad facial humana.

Ya que la imagen de una persona o un objeto suelen ser más elocuentes y comunicativos cuando están dibujados y que el pensamiento reflexivo o un sentimiento puede ser más preciso por medio del lenguaje verbal, se puede concluir que los comics son una afortunada síntesis de dos medios de expresión distintos aplicado a un campo óptimo.

Esto anterior con respecto a la estructura formal del comic en términos generales. Por otra parte, referente al desarrollo que ha conseguido como expresión artística, el profesor José Luis Rodríguez comenta en una entrevista: “pienso que los medios visuales y el comic aún no ha alcanzado su nivel máximo. Lo que algunos de mis compañeros han dado en llamar “la edad de oro del tebeo (comic)” no se ha producido todavía; la edad de oro del tebeo está por venir”. Efectivamente, el comic es un medio de expresión que está en constante cambio, una muestra de ello es la aparición de variantes temáticas que están edificándose, como el tema al que responde esta investigación: el Comic Feminista.

2.2.-HISTORIA

La relación de los comics con “pinturas rupestres, jeroglíficos egipcios, cerámica griega, columna trajana de Roma, Biblia Pauperum de la Edad Media, tapices de Bayeux, imágenes populares francesas del siglo XVIII, “aucas valencianas, etc., etc.”⁵⁸, es errónea: pues los comics son uno de los medios de expresión más característicos de la cultura contemporánea. Aparece muy próximo al de otros mas-media, nace gracias al periodismo, durante el capitalismo industrial, y adopta su forma actual en 1895, un poco antes que la radio (1896) y después que la televisión (1884). No puede desligarse del florecimiento de los periódicos ilustrados y de las caricaturas periodísticas.

Un recorrido por la historia de la creación del comic nos remite a 1883, cuando Joseph Pulitzer era propietario del periódico New York World, diario en el que figuraban algunos dibujantes, uno de ellos Richar Felton Outcaulta que había

⁵⁸Idemn. p 35.

estudiado Bellas Artes en París. Creó una viñeta que descubrió gráficamente las incidencias picarescas del popular barrio de Hogans Alley y que tenía como personaje central un niño calvo y orejudo de aspecto simiesco, vestido con un camisón de dormir. Así se creó “Yellow Kid”, registrado como el primer comic realizado en la historia. Debe su nombre a que ensayaron sobre la camisa del niño el color amarillo.

La necesidad de incluir textos para expresar los pensamientos o sentimientos del personaje condujo a Outcalt a la técnica de inscribir letreros sobre la camisa del personaje “yellow kid”, esto se ha de considerar como un antecedente del globo o bocadillo que apresará más tarde las expresiones fonéticas de los personajes. El más importante rival del New York World era William Randolph Hearts, quien al igual que sus competidores comenzó a publicar dibujos cómicos. Hearts arrebató a su rival al autor de “Yellow kid” que a partir de 1896 publicó las andanzas de “yellow kid” en el diario The New Journal.

Outcalt abandonó a Hearts en 1897 para proseguir con su carrera en el New York Herald donde creó al negrito Lil Mose al que le sucedería el niño Buster Brown y su bulldog Tige.

Hearts convencido de la importancia de aquel nuevo género periodístico estaba incorporando ya nuevos dibujantes en su plantilla. De este modo nacieron los comics en norte América.

En 1935 se lanza el primer comic-book original, llamado “New Fun” estos consisten en fascículos mensuales que miden 26 por 17,5 cm y suelen contener tres episódicos completos en color. Su difusión en EEUU ha sido vastísima, estimulada como lectura de los soldados durante la segunda guerra mundial llegando a venderse aproximadamente 700.000.000 ejemplares anuales.

La historia de los comics ofrece una abundante lista de dibujantes que han realizado su producción rigurosamente y que han continuado la obra de otros dibujantes, “Tarzán”, por ejemplo fue iniciado por Harold Foster en 1929, cuando Foster lo abandonó fue continuado por Burne Horgan desde 1937 y luego por Rex Maxon , Dan Barry, Joe Celardo, y algunos otros. Esta colectivización consiguió impersonalizar algunas obras, pues en muchos casos alguien comenzó y sus discípulos continuaron.

En aéreas de difusión las agencias fueron fundamentales. Las agencias vendían a los periódicos materiales literarios y artísticos, tal como cuentos, chistes, recetas, crónicas, y entre estos comics. La primera agencia norteamericana fue el International New Service creado por Hearts en 1909 como agencia nacional para uso exclusivo de los diarios de su cadena. Algunos años después surgieron otras organizaciones similares: el New York Daily News y el Chicago Tribune, entre otros.

Estas agencias dieron enorme difusión internacional a los comics norteamericanos.

Esta estandarización condujo a posiciones conservadoras. A partir de 1945 se desarrollaron los “family strips” que fueron episodios hogareños jocosos pero siempre respetuosos con la institución familiar.

2.3.-EL COMIC COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN. COMIC, INFLUIDO E INFLUYENTE

Según José Luis Robriguez los comics tienen la capacidad de educar, y que se puede aprender con ellos, incluso, más que con otros medios de comunicación. Esta afirmación es válida en el caso de un lector frecuente, que este expuesto habitualmente ante su estructura narrativa (la del comic): por ejemplo en el caso de la utilización didáctica de los comics o la lectura asidua de los comics publicados en los diarios.

Sin embargo, los comics, si no instruyen al menos nos sugieren. Sugieren modos de vida, concepciones, ideologías, filosofías, estereotipos masculinos y femeninos y demás. Son una fuente de significación.

Entonces, ya que tienen la capacidad de sugerirnos el respeto al otro; también pueden sugerirnos, racismo, intolerancia, machismo etc. Como todo medio de comunicación depende de cómo y para que se lo utilice.

“A través de los relatos gráficos del tipo de los tebeos se puede hacer todo: enseñar, educar, hacer publicidad, llevar a la gente a la iglesia, obligarlas a votar... y prueba de ello es como lo tebeos ha servido para aumentar la recluta de soldados en los ejércitos, para mimar a los que están en la vanguardia, para demostrar que había espías en un momento y que no los había en otros, para contar la vida de los grandes hombres⁵⁹” explica José Luis Rodríguez.

Si bien Rodríguez, afirma que los comics transmiten concepciones, Roman Gubern va más allá y expone: “Por su calidad de medio de comunicación de masas, los comics han influido sobre las colectividades en que incidían, a la vez que son influidos por las relaciones y acontecimientos de estas colectividades.”⁶⁰ Es decir que: al tiempo que los comics son un reflejo de las relaciones sociales, de colectividad y por ende, una forma de registro de las relaciones de poder que existen necesariamente en donde quiera que existan interacciones humanas, también intervienen en la sociedad y sus convenciones.

⁵⁹ Idem. P.12.

⁶⁰ Op. Cit, GUBERN Roman. p.83.

Por esto anterior el comic representa “una gimnasia intelectual de primer orden”⁶¹, que utilizado adecuadamente debería, aparte de tener la función de entretener, estar destinado a hacer una crítica social: “El desarrollar una actitud permanente crítica ante los medios, las personas, y los mensajes puede ser un interesante objetivo. Se trataría de procurar que se tuvieran siempre las defensas manifiestamente enhiestas ante el intento manipulador.”⁶² Por lo que el objetivo ideal de los comics, lejos de ser reproductores de comportamientos negativos como el machismo deberían tener la función de cuestionar ese tipo de valores (valores como el machismo) con vistas a una sociedad mas equitativa.

2.4.-LA MUJER EN EL COMIC

Desde sus inicios y por un largo tiempo, los comics han estado dominados por los hombres; al principio, tanto los lectores como los autores eran fundamentalmente hombres. Estos comics recreaban aventuras protagonizadas esencialmente por personajes masculinos, en donde las mujeres aparecían como objetos de deseo. Los papeles asignados a ellas eran el de novias eternas o acompañantes de viaje del protagonista, víctimas, objetos sexuales, etc.

En 1917 aparecen en EEUU las denominadas “girls strips”. Estas eran tiras cómicas con protagonistas femeninas, un ejemplo es: “Winne Winkle (1920), de Martín Branner, que introdujo por vez primera el tema de la moda para atraer lectoras”⁶³.

Estas tiras cómicas para mujeres aparecieron como consecuencia de que dibujantes femeninas se incorporaron a las agencias de comics a causa de la primera guerra mundial; las mujeres tenían que cubrir los puestos de los hombres que estaban en el frente.

“Las ‘girls strips’ iniciaron un enérgico asalto a la vasta clientela y consumidora femenina y aseguran un nivel de conformismo que las hace idóneas para el heterogéneo mercado internacional”⁶⁴. Las tiras cómicas para mujeres no representaron, sin embargo, el reflejo de la revolución ideológica en el ámbito de género, pues estas conservaban los estereotipos clásicos dispuesto a las mujeres como: el interés por la moda, el cuidado del cuerpo, la dedicación al cuidado de la familia, el cuidado de los hijos, la necesidad de un hombre, el amor y el idilio como factor indispensable en sus vidas, etc.

Después de la primera guerra mundial, en los años 20 cuando las mujeres en el norte de América comenzaron a reclamar por el derecho de vivir una vida propia, en las “girls strips” los personajes femeninos que realizaron el papel de secretarias fueron cumpliendo profesiones cada vez más alentadoras.

⁶¹Op. Cit, RODRIGUEZ José Luis. P.13.

⁶² Idem. p13.

⁶³ Op. Cit, GUBERN Roman. P.73.

⁶⁴Idem. P.73.

La presencia femenina en éste (el comic o historieta) ha estado relegada desde el principio a meras apariciones como elemento de comparsa para el protagonista masculino, aquella frase de "¡Oh, mi héroe!" en boca de Olivia cuando era rescatada por Popeye de los brazos de Brutus sería el ejemplo más simple y directo de su rol en las historias: El de ser un objeto de chantaje por parte del malvado de la aventura y que ha de ser salvada . (ASENCIO Francisco José, 2008: <http://www.diariodecadiz.es/article/ocio/148711/la/mujer/comic.html>)⁶⁵

Los comics reflejaron desde sus inicios estereotipos muy claros con respecto al tema de género: relacionando la debilidad, la dependencia, la necesidad de la presencia del otro, la irracionalidad, la sensibilidad, la incapacidad para mantenerse fuera de líos, la sensualidad, etc. con lo femenino, mientras que a lo masculino se le otorgó: la fuerza, la entereza, la decisión, la característica de ser el elemento necesario para un final feliz, la inteligencia, la audacia, la capacidad de solucionar problemas, etc.

Ya entrados los 60 y con la liberación sexual, se crean heroínas femeninas. “Barbarrella fue la primera heroína del comic adulto”⁶⁶, fue creada por Jean Calade y tuvo tanto éxito que en 1968 (cuatro años después de su creación) fue llevada al cine. Durante este tiempo el comic erótico se desarrolla. Hasta los años 90, en el que aparece el manga, de origen japonés. Aquí las mujeres aparecen como personajes netamente eróticos, con cuerpos protuberantes. Este género de comic con frecuencia presenta violencia explícita.

En el libro “La historieta en la edad de la razón” de Pablo de Santis, que recopila por temas las principales historietas narrativas creadas en la historia, consta como que las mujeres figuran casi siempre como protagonistas en el cómic erótico, mientras que en los comics de otras temáticas como: western, historietas de terror, historietas futuristas, de aventura etc., se presentan como personajes secundarios o víctimas necesitadas de la ayuda que un hombre, pues no son capaces de solucionar problemas por si mismas.

Algunas historietas eróticas que fueron importantes en el desarrollo de este género son: *Valentina* de Guido Crepax; *El click!* de Milo Manara que se centra en la historia de un pequeño aparato que controla el deseo de una mujer a la distancia: “El invento ha caído en manos de un científico perverso, que para vengarse de la mujer activa el dispositivo en las circunstancias menos oportunas”⁶⁷; *Druuna*: “una morocha de curvas contundentes que pierde continuamente la ropa en un apocalíptico mundo del futuro”, Druuna recorre una ciudad en busca de una droga que salve la vida de su novio. En cada episodio es violada, prostituida y atacada por seres mutantes, entre otras.

⁶⁵ASENCIO Francisco José, *La Mujer en el comic* 2008, <http://www.diariodecadiz.es/article/ocio/148711/la/mujer/comic.html>, consultado en abril del 2010

⁶⁶Op. Cit, SANTIS Pablo. p.25.

⁶⁷ *Idem*, SANTIS Pablo, p. 40.

Como se ha revisado, el comic, como otros medios de comunicación se ha limitado a reducir a la mujer a determinadas funciones y por ende a transmitir estereotipos que reproducen el discurso falocéntrico y muestran estereotipos y valoraciones de género que apoyan la desigualdad de género y legitiman su existencia. Según algunos autores, esto se debe a que las relaciones entre comics y las mujeres no son muy buenas; “cuatro de cada cinco lectores son hombres menores de 30 años; las pocas mujeres que leen tebeos se aferran al manga, mientras esperan que algún día termine la dictadura de los superhéroes repletos de testosterona” dice Andrés Padilla (2002)”⁶⁸

En contraparte a esta idea María Colino, premiada como autor revelación en 1998 niega que exista una mala relación entre las mujeres y el comic y afirma que aún con las dificultades que tienen para ganarse la vida en España los que viven como dibujantes “existen buenas autoras como: Laura Ana Miralles, Ana Juan, Fanny , Sandra V y otras”⁶⁹

Existen hoy, un número considerable de autoras de comics, y desde hace 40 años un género desconocido: “el comic feminista”. Ana Merino afirma “las mujeres han creado conscientemente un nuevo género desde mediados de los años 70, reclamando un espacio de representación propia ofreciendo nuevos temas sobre todo, creando su propia imagen y voz”⁷⁰.

El denominado “comic feminista” representa una crítica a la situación de la mujer, con una intención de provocar sonrisas, pero no por eso menos severa y cuestionadora, por el contrario; las autoras hablan con voz propia, una voz que comenzó a ser posible gracias al movimiento feminista que empezó a tomar fuerza en los años 70.

Lamentablemente este género no se ha popularizado y no tiene un soporte fijo como los diarios o revistas, por lo que no es asequible a la gran masa consumidora.

Los comics que sí se publican en los diarios o revistas, y por lo tanto tienen un soporte que les permite estar presentes en el mercado, son aquellos que lograron ser famosos. Los diarios los ubican en las páginas de entretenimiento y son leídos por una gran cantidad de personas que compran dichos periódicos. Los comics que se publican en los periódicos y revistas tienen una gran carga ideológica capaz de mantener o reivindicar el tema de género. Esta carga ideológica es consumida por millones de personas que inconscientemente las asumen como verdades sean estas,

⁶⁸DÍEZ B Mª Antonia, *La imagen de la mujer en el cómic: Cómic feminista, cómic futurista y de ciencia-ficción*, 2006, <http://www.ciudadmujeres.com/articulos/La-imagen-de-la-mujer-en-el-comic>, consultado en abril del 2010

⁶⁹BLAZQUEZ G Norma, FLORES Javier, *Ciencia Tecnología y género en Iberoamérica* 2005, <http://books.google.com.ec/books?id=7U2AnYyKXTQC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>, consultado en abril del 2010

⁷⁰Op, Art. DÍEZ B Mª Antonia, <http://www.ciudadmujeres.com/articulos/La-imagen-de-la-mujer-en-el-comic>

machista, violentas, reproductoras de las sociedad patriarcal o críticas y cuestionadoras.

2.5.-COMIC EN LOS DIARIOS

El Cómic o Tira Cómica (del inglés *comic strip*) se llamó también Tira de Prensa por haber nacido en los periódicos.

William Randolph Hearst y su rival Joseph Pulitzer, decidieron usar la historieta como una manera de vender sus periódicos a una población emigrante que no entendía muy bien el inglés pero sí podía «ver» a las historietas. Es así como en 1892 surgen series con personajes fijos.

Su aparición en los periódicos era tan importante que en 1914, se fundó también la primera agencia *syndicate*: el Kings Features Syndicate, al que pronto copiarían sus rivales con el United Features Syndicate y otros. Estas agencias servían para la distribución de las tiras entre los periódicos de un mismo editor y para su publicación en periódicos extranjeros. Representaban las editoriales exclusivas de los cómics de prensa.

Ya en 1935 los comics se trasladan a otro soporte: se lanza el primer comic-book original, llamado “New Fun” estos consisten en fascículos mensuales que miden 26 por 17,5 cm y suelen contener tres episodios completos en color.

Hoy los comics se presentan en diferentes medios, recientemente el internet. La lucha del comic y las historietas, en términos comerciales, ha sido siempre la conquista y el mantenimiento de su propio soporte, la conservación de su autonomía. Sin embargo las periódicas crisis del cómic amenazan su capacidad de mantener sus soportes. Nunca está en peligro, sin embargo, el espacio de los comics en los diarios y revistas: su lugar de nacimiento, pues estos han dedicado durante años una sección especial para ellos.

Hoy la mayor parte de periódicos del mundo cuentan con una sección de comics. Estos comics son leídos por un público general, mientras los *comics books* son leídos por un público específico (usualmente un público joven) que tienen un interés especial por los mismos: los “comic fans”.

Los lectores de los comics publicados en los diarios son un grupo de diferente edad, género y clase social: un grupo heterogéneo.

En la mayoría de los diarios del Ecuador, la presencia del comic es una generalidad. Muchos periódicos como: El Comercio, El Universo, Diario Hoy, entre otros cuentan con al menos 10 comics por publicación en la sección destinada para ello.

SEGUNDA PARTE

RESULTADOS

CAPÍTULO III:

3.1.-RESULTADOS DE LAS FICHAS DE PUBLICACIÓN Y FICHAS INDIVIDUAL DE ANÁLISIS DEL COMIC

(Ver fichas Anexo#3 y 4)

Se estudiaron las primeras planas y las secciones en donde se ubicaban los comics de dos periódicos: *Diario El Comercio de Quito* y *Diario El Universo de Guayaquil*, que son periódicos privados y de mayor circulación en el Ecuador.

3.1.1-ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Se seleccionaron al azar 70 ediciones de todo el año 2009, la muestra seleccionada dio un resultado de 35 periódicos del *Diario El Comercio* y 35 publicaciones del *Diario El Universo* (Tabla 1). De la muestra obtenida, los días de la semana con mayor número de ediciones fueron martes, jueves y lunes (de mayor a menor) (Tabla 1).

Con respecto a los aspectos formales: El espacio que ocupan los comics de los periódicos estudiados supera la mitad de la página.

La presentación: *El Universo* imprime sus comics a blanco y negro de lunes a domingo. *El Comercio* también publica sus comics a blanco y negro a excepción del domingo en donde estos son impresos a colores. Las viñetas, componentes de cada comic, son máximo 4.

Presencia de comics: En 62 periódicos se encontró la presencia de comics, mientras que en 7 no se encontraron. (Tabla 1). Se presume que la ausencia de comics obedece a una decisión del departamento de edición de los periódicos: de los 7 periódicos sin comics 1 corresponde a *El Comercio* de la fecha: 01/01/09. Los 6 restantes pertenecen a *El Universo* de las fechas: 03/01/2009; 30/05/2009; 13/06/2009; 04/07/2009; 05/09/2009; 17/10/2009, estas fechas pertenecen a los días sábado, en donde el *Diario El Universo* no publica comics.

Ubicación: Las secciones en donde se ubican los comics son mayormente fijas en cada diario: sección “3” y “2” para *El Comercio*, y sección “Vida y Estilo” para *El Universo*. (Tabla 1). *El Comercio* ubica los comics en la última página los días domingos, *El Universo* en la antepenúltima o penúltima página en todas sus publicaciones. Los números de página en donde se publican los comics varían. El

Universo incluye sus comics en las páginas 6 hasta la 11. El Comercio ubica sus comics en las páginas 24 hasta la 38.

Tabla 1. **Presencia y ubicación de los comics de el *Diario El Comercio de Quito* y *Diario el Universo de Guayaquil***

Variable	No	%
Nombre periódico (n=70)		
El Comercio	35	50,0%
El Universo	35	50,0%
Día de la semana (n=70)		
Lunes	11	15,7%
Martes	14	20,0%
Miércoles	9	12,9%
Jueves	13	18,6%
Viernes	8	11,4%
Sábado	8	11,4%
Domingo	7	10,0%
Presencia de Comics (n=70)		
Si	62	88,6%
No	7	10,0%
Sección		
El Comercio (n=34)		
Sección “2”	2	5,9%
Sección “3”	32	94,1%
El Universo (n=31)		
“Vida y estilo”	31	100,0%

Número: *El Comercio* publica 9 comics de lunes a sábado y 3 los domingos. *El Universo* publica 11 comics de lunes a domingo a excepción de los sábados en donde no publica comics. De la muestra revisada, se encontraron 3 comics en 3 periódicos (4%), 9 comics en 31 periódicos (50%) y 11 comics en 28 periódicos (45%).

Se revisaron los titulares de primera plana con el objetivo de evidenciar si las temáticas de los comics tienen relación con las noticias más importantes de las publicaciones o los comics son escogidos al azar.

Los titulares de primera plana más frecuentes son los referentes a *política interna*, *economía* y *política internacional*. Los subtemas predominantes son *finanzas*, *conflictos* y *gobierno*. El subtema de *género* solo aparece dos veces en las primeras planas bajo la temática de *medios de comunicación* y *social*. (Tabla 3.)

Tabla 3. **Titulares de primera plana**

Temática		Subtema	No	%
Cambio Climático y catástrofes	12	Accidente	2	0,93
		Inundación	5	2,31
		Catástrofes naturales	5	2,31

Deportes y farándula	16	Famosos	3	1,39
		Futbol	11	5,09
		Fiestas	2	0,93
Economía	29	Desempleo	5	2,31
		Finanzas	20	9,26
		Fiscal	3	1,39
		Gobierno	1	0,46
Educación	13	Leyes	1	0,46
		Educación Básica	7	3,24
		Protestas	5	2,31
Judicial	15	Anticorrupción	9	4,17
		Conflictos	2	0,93
		Finanzas	1	0,46
		Inseguridad	3	1,39
Medios de Comunicación	11	Fiestas	1	0,46
		Género	1	0,46
		Leyes	6	2,78
		Protestas	3	1,39
Obra Pública	19	Construcción	7	3,24
		Plantas eléctricas	5	2,31
		Transporte	7	3,24
Política Interna	48	Anticorrupción	1	0,46
		Asamblea	9	4,17
		Conflictos	1	0,46
		Elecciones	7	3,24
		Fabricio Correa	7	3,24
		Finanzas	1	0,46
		Fiscal	1	0,46
		Gobierno	17	7,87
		Leyes	2	0,93
		Plantas eléctricas	1	0,46
		Protestas	1	0,46
Política Internacional	23	Atentado	1	0,46
		Conflictos	17	7,87
		Elecciones	2	0,93
		Finanzas	1	0,46
		Gobierno	2	0,93
Salud	15	AH1N1	9	4,17
		Hospitales	6	2,78
Social	15	Conflictos	1	0,46
		Famosos	1	0,46
		Fiestas	9	4,17
		Género	1	0,46
		Leyes	3	1,39
TOTAL	216		216	100,00

La cuantificación del sexo involucrado en las noticias publicada en primera plana, demuestra que la presencia de la mujer en la noticia es menor al porcentaje de participación del hombre. Lo que sugiere que las noticias tienen mayor protagonismo

masculino. La categoría “Neutral” se refiere a las noticias en donde no hay participación explícita de ninguno de los dos sexos. (Tabla 4).

Tabla 4. **Sexo involucrado en la noticia**

Sexo (n=216)	No	%
Femenino	3	1,4%
Masculino	50	23,1%
M y F	76	35,2%
Neutral	87	40,3%

3.1.2.-ANÁLISIS DE COMICS DE LOS DIARIOS EL COMERCIO Y EL UNIVERSO

Los comics publicados en cada periódico están protagonizados por personajes fijos. *El Comercio* imprime: *Animalitos Locos*, *Justo y Franco*, *Matías*, *Baby Blues*, *Diógenes y el Vagabundo*, *Jeremías*, *Calvin*, *Pc-pixel*, *Ana y Milena* de lunes a sábado y los domingos *Quino* y *Charly Huesos*. Por otra parte, *El Universo* publica: *Condorito*, *Garfield*, *Olafo*, *Ratón Miguelito*, *Popeye*, *Mafalda*, *Calvin y Hobbes*, *Rabanitos*, *Beto el Recluta*, *Pepita*, *Los Melaza* a excepción de los sábados en donde no se publican comics. De los 590 comics revisados se evidenció que estos tienen un promedio de apariciones entre 30 a 28, a excepción de *Charly Huesos* y *Quino* que solo tienen 8 y 4 publicaciones respectivamente. Esto se debe a que estos dos comics presentados por *El Diario El Comercio* se publican únicamente los domingos. (Tabla 5).

Tabla 5. **Nombres de Comics presentes en los dos diarios (n= 590)**

Variables	Nº	%
Ana y Milena	30	5,1%
Animalitos Locos	30	5,1%
Baby Blues	30	5,1%
Beto el Recluta	28	4,7%
Calvin	30	5,1%
Calvin y Hobbes	28	4,7%
Charly Huesos	8	1,4%
Condorito	28	4,7%
Diógenes y El Vagabundo	30	5,1%
Garfield	28	4,7%
Jeremías	30	5,1%
Justo y Franco	30	5,1%
Los Melaza	28	4,7%
Mafalda	28	4,7%
Matías	30	5,1%
Olafo	28	4,7%
Pc- Pixel	30	5,1%
Pepita	28	4,7%
Popeye	28	4,7%

Quino	4	0,7%
Rabanitos	28	4,7%
Ratón Miguelito	28	4,7%

La mayor parte de los comics revisados son de origen extranjero, siendo un 5% de origen nacional; En el *Diario El Comercio* 6 comics son hechos en EE.UU y 5 en América Latina (uno en Uruguay, tres en Argentina y uno en Ecuador). De igual forma en *El Universo*, la mayoría son hechos en EE.UU, a excepción de 2 (uno en Chile y otro en Argentina). (Tabla 6).

Tabla 6. **Origen de los comics publicados en el *Diario El Comercio* y *Diario el Universo***

Variables	Nº	%
Origen (n=590)		
Extranjero	560	94,8%
Nacional	30	5,1%
País(n=590)		
Argentina	67	11,4%
Chile	28	4,7%
Ecuador	30	5,1%
EEUU	407	69,0%
Francia/EEUU	28	4,7%
Uruguay	30	5,1%

Las temáticas que abordan los comics son variadas en los dos diarios. Las temáticas principales más recurrentes de los comics estudiados fueron **“Otros”** (La categoría “Otros”, representan los comics con temática diferente a Economía, Género, Política.) y **“Género”** (La categoría “Género” representan aquellos comics que resaltan aspectos sobre las relaciones de poder entre hombre y mujer, mujer y mujer, hombre y hombre, GLBT de manera explícita o en los diálogos). La temática “Otros” con 83% supera largamente a la categoría “Género” que representa solo el 9,8%% (Tabla 7).

La cuantificación de las temáticas secundarias de los comics muestra que **“Humor”** (la categoría de “humor” representan los comics inclasificables que implicaban juegos de palabras, refranes, confusiones, etc. sin valoraciones claras de género), y **“Los niños”** son las temáticas secundarias más usuales. “La mujer” y “El hombre” están en el tercer y cuarto puesto de las temáticas secundarias más frecuentes y son aquellos que más contienen estereotipos de género y diferenciación sexual con respecto a actitudes, roles, gustos, proxémica etc. Sin embargo las otras temáticas secundarias (dinero, madres, pareja, social y trabajo) también tienen valoraciones de género importantes (Tabla 7.)

Tabla 7. **Temáticas principales y secundarias de los comics de los periódicos *El Comercio* y *El Universo*.**

Temáticas	Nº	%
T. principales (n= 590)		
Otros	493	83,7%
Género	58	9,8%
Economía	31	5,3%
Política	7	1,2%
T. secundarias (n=493)		
Aventura	15	3,2%
Dinero	18	3,9%
El hombre	31	5,2%
Humor	206	42,8%
La mujer	38	6,7%
Los niños/as	126	25,6%
Madres	13	2,8%
Pareja	17	3,7%
Social	16	3,4%
Trabajo	13	2,8%

El número de personajes participantes en los comics suele ser de 1 a 3 (incluyendo todas las viñetas del comic), pero a veces pueden llegar hasta 50 personajes (sin la participación de todos) (Tabla 8).

Tabla 8. **Número de personajes en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario El Universo* (n= 590)**

Número de personajes	Nº	%
1-3	549	93,3%
4-6	30	5%
7-10	10	1,5%
50en adelante	1	0,2%

El número de personajes presentes de sexo femenino y masculino varía de acuerdo al comic; por ejemplo en el comic de “*Beto el Recluta*” publicado en el *Diario El Universo*, casi siempre hay ausencia de la figura femenina.

La cuantificación total evidencia un mayor número de personajes masculinos en los comics de los dos periódicos: la ausencia de personajes femeninos es de 53,8% mientras que la ausencia de personajes masculinos representa sólo el 6,5 % (Tabla 9) Lo que indica que el hombre tiene mayor protagonismo en los comics revisados.

Tabla 9. **Número de personajes femeninos y masculinos en los comics revisados en el *Diario El Comercio* y *Diario el Universo***

Nº de personajes femeninos (n= 370)	Número de comics		Nº de personajes masculinos (n= 1016)	Número de comics	
0	317	53,8%	0	38	6,5%
1	201	34,1%	1	199	33,8%
2	54	9,2%	2	290	49,2%
3	12	2,0%	3	40	6,8%
5	5	0,8%	4	5	0,8%
			5 en adelante	17	2,9%

La edad de los personajes varía mucho dependiendo de los protagonistas de cada comic. Las edades más frecuentes en los comics son de 15 a 40 años, siendo la edad media 30 años. Cabe recalcar que las edades no superan los 65 años (Tabla 10).

Tabla 10. **Edades de los personajes en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario El Universo* (n= 1152)**

Edades	Nº	%
0-5 años	25	2,2%
6-12 años	256	22,2%
12-18 años	28	2,4%
18-25 años	119	10,3%
25-60 años	693	60,2%
60 en adelante	10	1%
Variadas	30	2,6%
Media (DE)	30,6	(18,4)
Mediana (RIQ)	30,0	(15-40)

El grupo económico se clasificó según los signos socio-económicos de los personajes que sugerían los comics revisados (como: la ropa, el modo de vida, la ocupación, etc.). También se revisó información sobre la situación económica de los personajes de los comics.

El grupo étnico predominante en los comics analizados es “blanco”, probablemente esto se debe a que la mayoría de los comics son de origen estadounidense. Sin embargo se encuentra un grupo pequeño de “mestizos” en los comics Latinoamericanos y un solo afro-descendiente (Tabla 11). A causa de que los personajes de los comics no siempre son humanos, se anotó en la fichas de análisis la categoría “otros”, que se refiere a otra especie. Entre ellas se ubicó a los animales, plantas y objetos que se personifican en el comic (Tabla 11).

Tabla 11. **Grupo étnico y otros en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario el Universo***

Variables	Nº	%
Grupo Étnico (n=696)		
Blanco	369	53,0%
Mestizo	147	21,1%
Negro	1	0,1%
Otros	179	25,7%
Otros Personajes (n=214)		
Animales	206	96,3%
Mutante	3	1,4%
Objeto	4	1,9%
Plantas	1	0,5%

El grupo socio-económico de los personajes en los comics estudiados, son en su mayoría “medio” (92,9%). La cifra que representa al grupo socio-económico “bajo” (6,1%) pertenece al comic “*Diógenes y el Vagabundo*”, en donde el personaje es un hombre pobre. El grupo alto corresponde al (1,0%).

La relación entre los personajes varía siendo la más usual la de: amigos/as, amo/a-mascota, pareja, familia (Tabla 12). Sin que esto impida encontrar valoraciones de género. Lo que refuerza la idea anteriormente expuesta de que no sólo en las relaciones hombre-mujer se reproducen las diferencias de género, sino que existen mensajes de género en todas las relaciones sociales sin importar si los participantes son del mismo sexo o no.

Se identificaron 38 comics en los que se presenta un solo personaje.

Tabla 12. **Relación entre personajes en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario el Universo* (N=593)**

Relación entre los personajes	Nº	%
Alumno/a-profesora	9	1,5%
Amigos/as	182	30,7%
Amo/a-mascota	76	12,8%
Convivientes	4	0,7%
Enemigos/as	6	1,0%
Extraños	22	3,7%
Familia	44	7,4%
Jefe/a-empleado/a	11	1,9%
Madre- hijo/a/s	40	6,7%
Padre-hijo/a/s	34	5,7%
Pareja	64	10,8%
Pareja-amigo/a	6	1,0%
Personal ejército	25	4,2%
Trabajador/ra-cliente	32	5,4%
No tienen relación con otro personaje	38	6,4%

La relación de poder entre los personajes se ha clasificado en tres categorías: dominación, subordinación e igualdad. Sin embargo se toma en cuenta lo señalado por Michel *Foucault*: que todas las personas manejan un porcentaje de poder en una relación de fuerzas, lo que hace que las categorías de dominación subordinación e igualdad no sean fijas y únicas. Las categorías que se atribuyeron a cada caso son las más predominantes en la relación de poder.

De los comics analizados la mujer ejerce una relación de poder de dominación sobre el hombre de 19,3%, mientras que el hombre participa en una relación de dominación sobre la mujer de 33,6%. La relación de poder entre personajes del mismo sexo es predominantemente de igualdad; los porcentajes de subordinación en la relación mujer-mujer, hombre-hombre es 0 % (Tabla 14).

Tabla 14. Relación de poder entre hombre-mujer, mujer- mujer, hombre-hombre en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario El Universo*.

Relación de poder Mujer sobre Hombre			Relación de poder Hombre sobre Mujer		
	Nº	%		Nº	%
Dominación	40	19,3%	Dominación	71	33,6%
Igualdad	94	45,4%	Igualdad	100	47,4%
Subordinación	73	35,3%	Subordinación	40	19,0%
Total	207	100,0%	Total	211	100,0%

Relación de poder Mujer -Mujer			Relación de poder Hombre- Hombre		
	Nº	%		Nº	%
Dominación	2	1,1%	Dominación	30	8,1%
Igualdad	185	98,9%	Igualdad	339	91,9%
Subordinación	0	0%	Subordinación	0	0%
Total	187	100,0%	Total	369	100,0%

La categoría comentarios se agregó a las hojas de análisis con el objetivo de identificar los mensajes de los comics con estereotipos claros de género. Del análisis se ubicaron comics que muestran mensajes repetitivos de género. El mensaje que más se repite en los comics revisados es: “La madre cuida a los hijos y es ama de casa” y “Ausencia de la mujer en batalla o en ejército”. Otros mensajes importantes son: “El hombre tiene más movilidad que la mujer, es inteligente”, “Las mujeres que trabajan son secretarias, niñeras o profesoras”, “La mujer es poco inteligente tienen

particularidades que son comunes a su género”, “La mujer es sentimental se preocupa por casarse y por su aspecto físico” (Tabla 15). Los mensajes evidenciados representan claras enunciaciones de estereotipos de género; lo que evidencia que en los comics revisados si se reproducen estereotipos de género.

Ejemplo de comic que contenga el mensaje “La madre cuida a los hijos y es ama de casa” es *Baby Blues* en donde Wanda, la madre de tres hijos/as, es ama de casa a tiempo completo y es quien se encarga del cuidado y educación de sus hijos que no le permiten un momento de descanso. Por otra parte el comic *Beto el Recluta* y *Olafo* son ejemplos de comics en donde aparece la “Ausencia de la mujer en batalla o en ejército”; en estos dos comics la mujer no acompaña a los hombres en las batallas, sino que tienen papeles tradicionalmente asignados a su sexo, el de secretaria en *Beto el Recluta* y el de ama de casa, en *Olafo*.

Se encontraron 18 comics con mensajes que rompen con estereotipos de género y por lo tanto excepciones a la regla. (Tabla 15)

Tabla 15. **Mensajes más frecuentes en los comics revisados en *El Diario El Comercio* y *Diario El Universo*.**

Comentarios	Nº	%
Sin comentarios	223	50,0%
Ausencia de la mujer en batalla o en ejército	24	5,4%
El hombre no es sentimental	7	1,6%
El hombre tiene más movilidad que la mujer, es inteligente	19	4,3%
El hombre toma alcohol, tiene vicios, tiene muchas mujeres	15	3,4%
El hombre trabaja y administra el dinero	13	2,9%
El matrimonio es una pelea constante	6	1,3%
Excepciones varias a la regla	18	4,0%
La inexistencia de la amistad entre hombre y mujer	6	1,3%
La madre cuida a los hijos y es ama de casa	50	11,2%
La mujer compra cosas muy a menudo	6	1,3%
La mujer es poco inteligente tienen particularidades que son comunes a su género	18	4,0%
La mujer es sentimental se preocupa por casarse y por su aspecto físico	17	3,8%
Las mujeres que trabajan son secretarias, niñeras o profesoras	19	4,3%
Los niños adoptan el comportamiento que diferencia sus Géneros	5	1,1%

Los comics que presentan los mensajes más evidentes de género y por lo tanto los más apropiados para el análisis en la tesis son 130 (22,01%). Se insiste en que esto no quiere decir que los otros comics no contengan mensajes de género, pues de la revisión se puede afirmar que casi todos presentan valoraciones sobre los sexos. (Tabla 16.) De estos 130 comics se escogieron 20 para hacer el análisis textual y gráfico.

3.2.-**RESULTADOS DE LAS FICHAS DE DE ANÁLISIS DE COMICS CON CONTENIDO DE GÉNERO**

(Ver fichas Anexo#5)

3.2.1.-*ANÁLISIS TEXTUAL Y GRÁFICO DE 20 COMICS*

La aplicación de las fichas de análisis individual produjo diversos resultados cualitativos.

Resultados compartidos en los 20 comics analizados.

Aspectos formales:

El formato de la imagen es 14.5 x 4.5cm en los comics del *Diario El Comercio*, y 14.5 x 4cm en la mayoría de los comics del *Diario El Universo* a excepción del comic *Los Melaza* que tienen un formato de 9.5x7cm.

La proporción de las imágenes en los comics es armónica, obedece a las características reales de la figura humana. La organización de las formas sugiere movimiento: secuencia y desplazamiento. El color que se utiliza es blanco y negro. El ritmo es de alternancia, por que en la mayor parte de comic hay conversación. Las texturas visuales que se presentan son diversas: rugosas, suaves, etc.

Con respecto a los elementos compositivos, se encontró que en los 20 comics la angulación de las imágenes es normal, está a la altura de los ojos; lo que sugiere igualdad entre el personaje y el espectador. La composición es de claridad porque las formas se divisan claramente, y dinámica por que da la impresión de movimiento de las figuras. Los elementos estructurales de la composición son dirección vertical y simetría. La Iluminación suele ser mayormente frontal suave, sin sombras de los cuerpos.

Las figuras retóricas presentes en la imagen son: función de revelo, pues muestra intercalación entre el texto y la imagen.

Con respecto al público objetivo, las imágenes van dirigidas a personas jóvenes, adultas y de tercera edad de clase media y alta (los consumidores de los diarios).

La situación del espectador del comic es: pasivo en los 20 comics analizados, pues, se limita a ver lo que sucede.

3.2.2.-ANÁLISIS INDIVIDUAL



“Ana y Milena”, comic publicado el 4-12-09 en el *Diario El Comercio de Quito* (La tira es publicada de lunes a sábado en el *Diario El Comercio*)

1.-Discurso:

Idea Principal: El dinero es poder, la libertad de elección no es tan importante como el dinero.

Frases Perla: “*Ajá, pero el sigue decidiendo que vestido debo usar y en que día*”.

2.-Análisis gráfico atendiendo a la escena:

El fondo que se utiliza es blanco, no hay figuras que compongan el fondo. Las figuras que representan personajes son dos: Milena y su amiga Sisa.

Encuadre: en las dos viñetas se presenta un plano medio de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: La figura corporal de los dos personajes femeninos es delgada y esbelta. Un personaje usa vestido y accesorios (aretes, una cinta en el pelo), el otro viste una camiseta. La primera tienen un apariencia bastante arreglada y de moda, la otra también está arreglada pero menos que la primera.

Masculina: No hay personajes masculinos en escena.

3.-Análisis de texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Milena intercambia dinero por poder de decisión.

Mensaje connotado: A Milena le gusta comprarse ropa, pero no tiene plata para comprarse ropa de su propio bolsillo, por eso “consigue” que su novio le preste la tarjeta de crédito. A cambio del dinero, su novio obtiene poder de decisión sobre la elección de la ropa que ella debe usar. Milena cree (parece que parcialmente) que bajo estas circunstancias ella tienen poder.

3.2.-Simbología sexual

-Estereotipos masculinos: Facilidad económica. Poder de decisión sobre su novia.

-Estereotipos Femeninos: No tiene facilidad económica. A ella le gusta comprarse ropa y estar a la moda, eso le da felicidad. Los dos personajes femeninos creen que el dinero es poder.

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: El poder en la relación de pareja.

4.2.-Referencias teóricas:

En este comic Milena depende económicamente de su novio, quien le da una falsa y momentánea libertad a cambio de poder de decisión sobre ella. La dependencia económica representa un problema, sin embargo la liberación económica no significa libertad total. Según Nancy Fraser las “injusticias” de género tienen dos dimensiones: la dimensión económica, pues es un principio básico de la división fundamental del trabajo la distinción entre remunerado-productivo y doméstico-reproductivo-no remunerado⁷¹; lo que pone a la mujer en una situación de dependencia económica frente al hombre y la dimensión cultural que esta relacionada con el androcentrismo (la devaluación de lo femenino); por lo que al conseguir la mujer liberarse económicamente, puede permanecer la subordinación cultural. Simone de Beauvoir explica que la libertad económica no significa libertad total pues: “La mujer que se libera económicamente del hombre no se encuentra por ello en una situación moral, social y psicológica idéntica a la del hombre”⁷². La dimensión cultural de la que habla Fraser no tiene vínculo directo con lo económico por lo que las relaciones de poder en donde el hombre tiene grados más altos de poder, existen más allá del ámbito económico.

El comic muestra una falsa libertad económica que implica la renuncia a la soberanía. Esta supuesta libertad económica no representa una libertad completa puesto que convive con la subordinación en la capacidad de elección.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Milena es una joven ecuatoriana de 25 años. Es diseñadora gráfica y co-propietaria de una empresa de diseño llamada "Asuntos gráficos". Según explica el autor del comic refiriéndose a los dos personajes protagonistas Ana y Milena: “En su vida personal son muy independientes, les gusta verse atractivas, frecuentan el cine y los cafetines de moda.”⁷³ Lo que contrasta con el comic aquí analizado, pues se presenta a Milena como económicamente dependiente. Sin embargo el autor explica que “Milena es más cándida, pero siempre muestra un inesperado e ingenioso encanto”.⁷⁴ En este caso demuestra ser ingenua al pensar que el poder es el dinero.

⁷¹ Cfr. FRASER, Nancy, *¿De la redistribución al reconocimiento? En Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Universidad de los Andes, Bogotá-Colombia, 1997 p. 46-50.

⁷² Op. Cit, DE BEAUVOIR, Simone, p.712.

⁷³ PATINHO, Fabián, Blog *Ana y Milena*, <http://fabian-patinho.blogspot.com/>, consultado en septiembre del 2010

⁷⁴ Idem. <http://fabian-patinho.blogspot.com/>

Sisa es amiga y compañera de trabajo de Milena, por no ser un personaje principal no hay información a cerca de ella.

6.- Direccionalidad, que sugiere

El comic en cuestión emplea el estereotipo que muestra que a la mujer le gusta ir de compras. Para los personajes femeninos en el comic, el poder reside en la posibilidad de comprar. El comic evidencia el cambio de dinero por soberanía y poder de decisión en las relaciones de pareja.

*



“Baby Blues”, comic publicado el 6-07-09 en el Diario el Comercio de Quito (La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso:

Idea Principal: En el oficio materno el descanso es difícil.

Frases Perla: No se identifica. El texto no es independiente de la imagen. Las categorías de “Fantasía” y “Realidad” se completan con el aspecto gráfico.

2.-Análisis gráfico atendiendo a la escena:

Se utilizan fondos distintos en cada viñeta: en la primera recrea el cielo, en la segunda y cuarta se grafica el sofá donde descansa Wanda, y en la tercera viñeta el fondo es blanco. Las figuras son varias, algunas representan personajes (Wanda y sus hijos) otras formas (nubes, letras).

Encuadre: se presentan planos medios y generales de los personajes.

Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal. Usa una camiseta y un pantalón deportivo (ropa cómoda o de casa), no tiene accesorios (como collares o pulseras). Con respecto a la kinésica, mantiene las manos cerca del cuerpo incluso cuando duerme. La niña es delgada esta vestida con un pantalón corto y una camiseta y su kinésica no es rígida.

Masculina: El niño esta vestido con una camiseta y un pantalón, su kinésica tampoco es rígida.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Wanda no encuentra descanso.

Mensaje connotado: Wanda es ama de casa. Es responsable del cuidado de sus hijos. En la fantasía ella quisiera silencio y descanso, pero su realidad esta lejos de sus aspiraciones. Se tensa con los gritos de sus hijos. No trabaja fuera de casa, la ausencia de su esposo en lo doméstico sugiere que el si trabaja fuera. Su sueño sugiere que la ausencia de hijos significa descanso, mientras la presencia es tensión.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: Ausente en el espacio doméstico.

Estereotipos Femeninos: Ama de casa, cuida a sus hijos.

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: La maternidad.

4.2.-Referencias literarias, históricas, culturales, sociales:

En *Baby Blues* se evidencia la responsabilidad en la esfera del cuidado que existe sobre la mujer. En esta tira cómica, que casi usualmente se desarrolla en el hogar, Wanda (la madre) está siempre presente, realizando alguna actividad doméstica o buscando un espacio para descansar, espacio que casi nunca logra conseguir.

El reclutamiento del trabajo femenino en la esfera doméstica puede relacionarse con la idea de que las mujeres tienen relaciones de producción menos públicas en sí, (a pesar de que terminan siendo públicas por el aporte a la economía de las naciones que ellas dan). La maternidad es una parte del trabajo que se espera que la mujer realice.

Según Chodorow la maternidad es asumida por las teorías tradicionales como destino natural y obligatorio de la mujer. Estas teorías son llamadas por Chodorow “Bioevolutionary arguments” por que se basan en argumentos biológicos. Chodorow explica que hay que cuestionar toda teoría basada en lo biológico y especifica que no hay evidencia de que las hormonas despierten un instinto maternal, pero si hay evidencia de que los padres no biológicos de un niño lo puedan cuidar muy bien.

Chodorow concluye que la idea de que la mujer es exclusivamente madre es producto de una “interpretación cultural de la capacidad de dar a luz y dar de lactar”⁷⁵. Considera que puede haber otros participantes en el cuidado de los niños. “Mothering es un producto de un comportamiento conformista e individualista por parte de los hombres que no quieren hacerse cargo de los niños”⁷⁶

Según Hoschild, la migración femenina en aumento, tiene que ver con la demanda en la esfera del cuidado en el denominado “primer mundo”. Las mujeres del “tercer

⁷⁵ CHODOROW, Nancy, *The reproductivity of Mothering* University of California, London-Inglaterra 1978. P.32

⁷⁶ Idem, p. 32.

mundo” migran para cubrir estos roles aparentemente históricos de la mujer.⁷⁷ Lo que demuestra que la responsabilidad de cuidar a los hijos es asumida como femenina.

5.- Personajes

Encontramos cuatro personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Según la página oficial del comic, Wanda Wizowski-MacPherson, nunca consideró ser madre hasta que su reloj biológico “comenzó a sonar como una campana”. “Después de que ella se embarazó de Zoe, cambió el trabajo a tiempo completo que tenían como relacionadora pública ejecutiva por otro trabajo a tiempo completo como madre de un recién nacido”⁷⁸. Ahora es madre de tres hijos y trabaja en su casa, lo que se evidencia muy claramente en el comic.

Zoe, es la primera hija de Wanda. Es irritable y fuerte, “dominó el hogar MacPherson los tres primeros años de su vida”⁷⁹. Hamish Mac Pherson, es el segundo hijo. No hay información sobre el tercer hijo.

6.- Direccionalidad, que sugiere

El comic en cuestión sugiere: que el trabajo de ser mamá puede ser agotador, que el cuidado de los niños suele ser asumido por la mujer y que encontrar un espacio de descanso en esas condiciones puede ser difícil.

*



“Baby Blues”, comic publicado el 8-09-09 en el Diario el Comercio de Quito (La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso:

Idea Principal: El espacio de tranquilidad a veces esta lejos de los hijos. Ser mamá es complicado.

⁷⁷Cfr. HOSCHILD Arlie, *La mercantilización de la vida íntima: apuntes de la casa y el trabajo*, Buenos Aires-Argentina 2008, p.11-48.

⁷⁸KINGFEATURES Syndicate, *Baby Blues*, 2009 <http://www.babyblues.com/>, consultado en septiembre del 2010

⁷⁹ Idem, <http://www.babyblues.com/>

Frases Perla: El texto esta compuesto por onomatopeyas y palabras. El texto se complementa con la imagen. No se identifica una frase perla.

2.-Análisis gráfico atendiendo a la escena:

El fondo que se utiliza recrea la alfombra de una casa o un espacio libre de la casa. Las figuras son dos (Wanda y su hija). Encuadre: se presentan planos generales de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal. Viste un pantalón y una camiseta flojos (ropa cómoda o de casa).

Masculina: No hay personajes masculinos en escena.

3.- Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Wanda busca descansar de las demandas de atención de su hija.

Mensaje connotado: Wanda esta al cuidado de su hija bebé. Es ama de casa. Hacer su trabajo le es difícil por que su hija demanda atención. Ella busca un espacio de tranquilidad en los posible lejos de la insistencia de su bebé, y ve en el corral una manera de mantenerse alejada de la bebé aun que sea por un rato. Ser mamá es difícil.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: No esta en casa. Se puede asumir que está trabajando.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. Tienen a cargo el cuidado de sus hijos.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: La maternidad.

4.2.-Referencias teóricas:

El comic muestra que el trabajo de ser mamá es complicado y los espacios de descanso pocos.

La teoría feminista se ha encargado de analizar el confinamiento a la esfera doméstica de manera muy amplia. La crítica feminista sostiene que la oposición entre lo privado y lo domésticos se rige por categorías naturales de los sexos.⁸⁰ Por ende, la mayor parte de los trabajo femeninos esta restringidos a la familia y el hogar.

La maternidad, actividad restringida al hogar, es estudiada por algunas autoras como Chodorow que explica que la maternidad es entendida como destino natural y

⁸⁰ Cfr. PATERMAN, Carol, *Crítica feminista a la dicotomía público/privado*, Editorial Paidós, Barcelona-España, 1996, p. 31-52.

obligatorio para que la mujer realice su feminidad. Chodorow comenta que como la mujer es reproductora se asume que es ella quien debe encargarse la crianza de los hijos.

En concordancia, Marilyn Strather comenta en su texto que “...a las mujeres se le concibe exclusivamente como hermanas, esposas y madres”⁸¹

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Wanda Wizowski-MacPherson y su tercera hija. Anteriormente se ha explicado sus particularidades.

6.- Direccionalidad, que sugiere

El comic en cuestión afirma que a la mujer suele estar encargada del cuidado de la casa y los hijos. También muestra que ser mamá es una tarea difícil.

*



“Ana y Milena”, comic publicado el 12-12-09 en el Diario el Comercio de Quito (La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso

Idea Principal: El cuidado de los hijos a veces pospone el alcance de los sueños.

Frases Perla: “¿Crees que pueda ser eximida por estar cruelmente sometida a la dictadura del parvulario?”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena:

El fondo que se utiliza es blanco. Las figuras que aparecen representan personajes, son tres (Ana, el hijo de Ana y Milena). Encuadre: se presenta un plano medio de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

⁸¹ STRATHERN Marilyn, *Género: una perspectiva antropológica*, Editorial Anagrama, Barcelona-España, 1979, p. 145.

Femenina: La figura corporal de los dos personajes femeninos es delgada y esbelta. Una de ellas viste una camiseta y su pelo está pintado; la otra usa top, accesorios (aretes, un pañuelo en el pelo). La apariencia de las dos es: arregladas y de moda. Su kinésica es delicada y no apartan mucho los brazos de su cuerpo.

Masculina: La figura corporal del personaje infantil es normal. Está despeinado, viste con una camiseta a rayas.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Ana pospone sus intereses por estar al cargo obligatorias de un niño.

Mensaje connotado: Ana tiene menos tiempo para sí misma al asumir el papel de mamá. Le preocupa el no poder cumplir con sus aspiraciones. Ser mamá significa dejar de pensar solo en uno mismo y su futuro para pensar en el presente de su/s hijos. La madre es quien se encarga mayormente de criar a los hijos.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculino: Ausencia (según el autor del comic Ana es madre soltera).

Estereotipos Femeninos: Se encarga de su hijo a tiempo completo. Trabaja y es ama de casa al mismo tiempo. Tiene una doble función.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: La maternidad y los sueños.

4.2.-Referencias teóricas:

El comic evidencia que la maternidad implica suspender ciertas actividades y priorizar otras. El comentario “la dictadura del parvulario” sugiere la maternidad acompañada de la obligación de hacer ciertas cosas.

Marilyn Strather explica que: a causa de su rol de madres las mujeres jóvenes, suelen tener menos autoridad, por que tienen responsabilidades, pero pueden obtener autoridad cuando ya es vieja y no tienen hijos que criar. Como Strather, muchas teóricas feministas consideran que la maternidad crea condiciones para la mujer, que en la sociedad patriarcal pueden ser perjudiciales. Simone de Beauvoir, dice que para que la mujer realice su feminidad, ella tiene que renunciar a sus reivindicaciones de sujeto soberano.⁸²

Desde la infancia se bombardea a la niña con la idea de que a través de la maternidad logrará el cumplimiento de “su destino fisiológico” y “su vocación natural”. La madre es quien debe responsabilizarse del cuidado de sus hijos a tiempo completo. Al respecto Chodorow dice: “Mothering es un producto de un comportamiento

⁸² Cfr. Op. Cit, BEAUVOIR Simone. P. 723.

conformista e individualista por parte de los hombre que no quieren hacerse cargo de los niños”⁸³.

El caso de Ana, es sin duda el producto de un comportamiento conformista, pues es madre soltera, ama de casa y trabaja en una empresa. Estas tres labores no le dan tiempo para hacer otras actividades que ella quisiera.

5.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Ana y Milena son dos jóvenes ecuatorianas de 27 y 25 años respectivamente. Ambas son diseñadoras gráficas y propietarias de una empresa de diseño. Se encargan de proyectos vinculados a la publicidad y al diseño editorial. “Ana asume la gerencia y parece ser la más seria de las dos, con los pies en la tierra y una personalidad mordaz”⁸⁴. “Es madre soltera de un pequeño de siete años llamado Ariel”⁸⁵.

No hay información sobre el hijo de Ana.

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que la maternidad implica dejar de hacer ciertas cosas.

*



“Jeremías”, comic publicado el 1-10-09 en el Diario El Comercio de Quito.
(La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso:

Idea Principal: La madre suele estar cerca del hijo a través de su crecimiento.

Frases Perla: No se identifica frase perla de acuerdo a los que interesa analiza, el mensaje es gráfico: Jeremías crece junto a su madre.

2.-Análisis gráfico, atendiendo a la escena

⁸³ Op.Cit, CHODOROW, Nancy. P. 31

⁸⁴ Op. Cit, PATINHO, Fabián, <http://fabian-patinho.blogspot.com/>

⁸⁵ Idem, <http://fabian-patinho.blogspot.com/>

El fondo que se utiliza es blanco. Las figuras representan personajes, son dos (Jeremías y su madre). Encuadre: se presenta un plano general y plano americano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal es delgada no muy esbelta. Usa una camiseta apretada y un pantalón (ropa de casa).

Masculina: Figura corporal es delgado no muy esbelto, usa una camisa y un pantalón flojos.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Jeremías creció junto a su madre.

Mensaje connotado: La madre de Jeremías siempre estuvo cerca de él durante sus diferentes etapas de crecimiento. La madre de Jeremías ha sido ama de casa desde que Jeremías nació hasta ahora que el tiene 15 años (según el autor). La madre de Jeremías se encarga de la administración del hogar.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: No le gusta hacer favores domésticos. Es impulsivo.

Estereotipos Femeninos: Es mama de casa. Crió a su hijo. Se encarga de administrar la casa.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: La maternidad.

4.2.-Referencias teóricas:

El comic analizado es una muestra gráfica de la cercanía que suele tener la madre con los hijos a través de su crecimiento. También evidencia que la madre combina el trabajo doméstico con la crianza de los hijos.

Un artículo sobre políticas y estrategias de salud pública que retoma el tema de la masculinidad y el género explica que existe un: “discurso que afirma que las mujeres nacen con cualidades “femeninas” que determinan que tengan que desempeñar tareas domésticas y cuidar de los hijos”⁸⁶ la explicación anteriormente descrita de Chodorow es muy aclaratoria en este aspecto.

⁸⁶HARDY Ellen JIMÉNEZ Ana Luisa, *Políticas y estrategias de salud pública, 2001*
<http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v27n2/spu01201.pdf>, consultado en septiembre del 2010

Por su lado Rubin manifiesta, que la maternidad como destino natural de la mujer o como obligación implica también la explotación del trabajo de la mujer y es parte de los aportes que hace la mujer al sistema capitalista. Desde la infancia se bombardea a la niña con la idea de que a través de la “maternidad” logrará el cumplimiento de “su destino fisiológico” y “su vocación natural”, de manera que al ser adulta aporte con mano de obra o capital humano a la sociedad y sea la encargada de la educación de ese capital humano sin recibir ninguna remuneración o ayuda para hacerlo.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Jeremías es un adolescente de quince años, que cursa su primer año de educación secundaria y que aspira a ser un dios del rock. Pasa la mayor parte del tiempo con su mejor amigo, Hector García. Jeremías es el líder y cantante de su propia banda de música, usando su garaje para los ensayos.

Connie es la madre de Jeremías. Tiene 43 años y trabaja como psicóloga infantil, “aunque desde el nacimiento de Jeremías sólo trabaja a tiempo parcial, y su profesión raramente se menciona excepto en las primeras tiras”. Es también aspirante a escritora, y trabaja en su libro, que se titularía “Comprenda a su adolescente”. “Desgraciadamente las constantes interrupciones de Jeremías provocan que aún no haya acabado el primer capítulo”. ” A menudo se la ve despertando a Jeremías para que vaya al colegio, reprendiéndole por no obedecerle y llevándole en coche a cualquier sitio”. “A pesar de que Jeremías apenas comparte algo con sus padres, Connie siempre está dispuesta a escuchar sus inquietudes o problemas”⁸⁷. La descripción que se hace de la madre de Jeremías concuerda con la idea aquí analizada de la cercanía de la madre con los hijos y la responsabilidad que tienen con respecto a su educación.

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que a la mujer suele ser quien cría a los hijos y es ama de casa.

*

⁸⁷ WIKIPEDIA, Zitz, 2010, <http://en.wikipedia.org/wiki/Zits>, consultado en septiembre del 2010



“Ana y Milena”, comic publicado el 29-10-09 en el Diario El Comercio de Quito. (La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso:

Idea Principal: Los hombres de edad madura coquetean con las chicas jóvenes.

Frases Perla: *“Hola veshinita linda. Viste que estoy hecho un galán ahora puedo ser todo tuyo. ¡Bajé bastante de peso! ¡lo notaste!”*

2.-Análisis gráfico, atendiendo a la escena:

El fondo que se utiliza es blanco. Las figuras que representan personajes son dos (Sisa y su vecino). Encuadre: se presenta un plano medio de los personajes.

Simbología sexual:

Femenina: Su figura corporal es delgada, esbelta, y con un cuerpo curvilíneo. Usa una camiseta corta que muestra el ombligo y un pantalón jean apretado, accesorios (una correa, aretes, gafas). Tiene una apariencia arreglada y a la moda. Su kinésica es sensual y delicada.

Masculina: Su figura corporal es gordo. Calvo, de edad madura. Usa una chaqueta, su kinésica es de seguridad y sugiere presencia en el espacio.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: El vecino de Sisa coquetea con ella.

Mensaje connotado: El hombre de edad madura es moroso con las chicas jóvenes. Sisa ha aprendido a vivir con los piropos que él le hace, y no le molestan mucho, pero no pierda la oportunidad de responder con un chiste. Ella lo toma como si fuera algo cotidiano.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: A los hombres de edad madura les gusta decir piropos a las chicas jóvenes. Son coquetos.

Estereotipos Femeninos: Soporta los piropos, a veces responde.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Los hombres maduros

4.2.-Referencias teóricas:

El comic evidencia que las chicas jóvenes suelen ser molestadas por hombres maduros, muestra también que esto se ha naturalizado y que las mujeres han aprendido a sobrellevarlo.

Para tratar de explicar la razón del afán masculino por controlar la sexualidad, algunos autores como Karen Horney Wolfgang Leder y Dorothy Dinnerstein consideran que la necesidad masculina de control nace de un temor “primario a las mujeres”: a que ellas les impongan sus apetitos sexuales. Ante esto Andreine Rich considera que “es más probable” que los hombres pretendan controlar la sexualidad por el temor a ser dejados en la “periferia de la matriz”, es decir no ser incluidos como posibles parejas sexuales⁸⁸.

Esta “esclavitud” se refuerza y justifica, sin duda, con la relación histórica que se hace de la mujer con el cuerpo y la naturaleza. Sherry Ortner, dice que la mayor implicación corporal (funciones corporales femeninas) identifica a la mujer con la naturaleza y con el cuerpo⁸⁹. Esta relación de mujer-cuerpo invade todas las esferas de la vida: lo doméstico, lo público y dentro de este: el trabajo. En su texto *Sexual Harrassments of Working Women* Catharine A. MacKinnon afirma que “... la sexualización de la mujer forma parte del trabajo”. En decir, en desventaja económica las mujeres soportan el acoso sexual para mantenerse en sus trabajos y aprenden a comportarse de una manera heterosexual “congraciadora” por que se dan cuenta de que este es un requisito para conservar el puesto de trabajo, sin importar si son heterosexuales o tienen otras preferencias sexuales.⁹⁰

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

Los dos personajes son secundarios en el comics por lo que no se registra información sobre ellos.

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión, evidencia que el hombre de edad avanzada suele faltar y decir piropos a mujeres jóvenes. Afirmar que las mujeres pueden estar acostumbradas a ello y aprender a sobrellevarlo.

*

⁸⁸Cfr. RICH, Andreine *La heterosexualidad obligatoria y la existencia lesbiana*, Editorial FCE, México, 1999. P.180.

⁸⁹ ORTNER, Sherry, WHITEHEAD Harrier ¿Es la mujer con respecto a el hombre lo que la naturaleza con respecto a la cultura Sherry Ortner?, Editorial Anagrama, Barcelona-España, 1979, p. 123.

⁹⁰Op. Cit, RICH, Andreine. p.174.



“Baby Blyes ”, comic publicado el 29-12-09 en el Diario El Comercio de Quito.
(La tira es publicada de lunes a sábado en El Diario El Comercio)

1.-Discurso:

Idea Principal: El hombre asume que no debe ayudar en casa.

Frases Perla: “*Quise decir “personas pequeñas”*”

2.-Análisis gráfico atendiendo a la escena:

El fondo que se utiliza recrea un sofá. Las figuras que aparecen representan personajes: son cuatro: Wanda, Darryl y sus dos hijos.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal. Usa una blusa, no tiene accesorios (ni aretes, ni pulseras). Su apariencia no es arreglada ni des arreglada. Su kinésica es delicada.

Masculina: Figura corporal delgado. Usa una camiseta con manga larga y un pantalón, y lentes. Su kinésica es de presencia en el espacio. Su pierna esta cruzada sobre su otra pierna de manera socialmente entendida como “masculina”.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: El esposos de Wanda asume que no debe ayudar en la casa.

Mensaje connotado: Wanda es ama de casa, ella hace los quehaceres domésticos mientras los otros miembros de la familia ven televisión durante las vacaciones. El esposos de Wanda asume que el no debe ayudar por ser hombre, pero que los hijos si deberían ayudar.

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: Descansa mientras su esposa trabaja en la casa. El asume que ayudar en la casa no es su trabajo a pesar de reconocer que su esposa trabaja mucho. Descansa en las vacaciones.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. Arreglar la ropa de toda su familia es su trabajo. No descansa en las vacaciones.

4.- Análisis conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: División sexual del trabajo en el hogar.

4.2.-Referencias teóricas:

Baby Blues muestra la idea enraizada en el subconsciente sobre la división sexual del trabajo en el hogar, en donde ciertas actividades son consideradas de responsabilidad femenina.

La teoría feminista ha centrado su trabajo tomando como hecho dado la diferenciación sexual del trabajo entre hombre y mujer. Algunas autoras así como Strather afirman que para preguntar cuando empezaron las relaciones de poder que existen entre los sexos es necesario investigar la separación entre naturaleza y cultura en el tiempo. Sherry Ortner sostiene que la mujer ha sido identificada con algo que todas las culturas desvalorizan y considera que puede ser la naturaleza. La identificación de la mujer con la naturaleza sería por que el cuerpo femenino y sus funciones le determinan roles sociales que dan lugar a una estructura psíquica que se considera más próxima a la naturaleza. Por el contrario el hombre estaría relacionado con la cultura y con lo público. Aún que este pensamiento se considera basado en lo biológico, sirve para mostrar que la mujer y el hombre están separados con respecto a sus funciones. Siendo el hombre responsable de lo externo a la casa y la mujer encargada de lo doméstico.

Otra explicación de la división sexual del trabajo es la que nos presenta la tradición marxista que explica que el patriarcado y el capitalismo interactúan recíprocamente. Las familias, los hogares y la sexualidad son productos de modos de producción cambiantes. En donde el trabajo doméstico realizado por las mujeres sería necesario para que el obrero restaure las energías perdidas en el trabajo y puede continuar trabajando y generando plusvalía.

Otra explicación importante es la que se basa en las escuelas de psicoanálisis para explicar la producción y reproducción de la identidad de género. Aquí el niño se identifica con el padre y se aleja de lo doméstico para habitar en lo público, en cambio la niña representa una continuación con la madre y aprende a hacer lo mismo, se relaciona con lo doméstico y la naturaleza y así se reproduce el modelo.

Existen bastante explicaciones de las razones por las que la mujer sea relacionada con lo doméstico y el hombre se aleje de este. La sociedad asume estas diferencias sexuales del trabajo como algo natural; ya que las ideas tienen que ser aceptadas por los miembros de una sociedad para ser practicadas son reconocidas por la mayoría de personas de todos los géneros como verdades. (Y esto es solo que se ve en el cómic que cada uno de los padres asumen su trabajo como pertenecientes a género)

Margaret Mead explica que si aquellas actividades que tradicionalmente puede ajustarse a una sociedad patriarcal y también ser compartidas en hombres y mujeres en otras sociedades entonces se puede probar que dichos comportamientos no están ligados al sexo. Po lo que tanto hombres como mujeres pueden tener cualquier actitud.⁹¹ De igual forma piensa Chodorow, que explica que las diferencias de hombre y mujer no son innatas sino se aprenden.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes importantes involucrados en el comic que estamos analizando:

Wanda Wizowski-MacPherson de quien ya se dio información.

Darryl MacPherson, tiene 30 años, cursa una carrera universitaria y trabaja en gerencia. “A Darryl le gusta la paternidad pero piensa que es trabajo más duro que ha hecho”. “Darryl es allí siempre que sea posible prestar una mano, limpiar una nariz, ahuyentar un monstruo”⁹². Sin embargo según el comic no siempre ofrece su ayuda.

Zoe y Hamish son los dos hijos mayores de Wanda Y Darry de quienes ya se dio información

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que la mujer se le ser quien hace los quehaceres de la casa, y que el hombre asume que las tereas del hogar no son su trabajo.

*



“Beto el recluta”, comic publicado el 1-12-09 en el Diario El Universo de Guayaquil. (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.-Discurso:

Idea Principal: Sugiere que la relación de hombre y mujer solo puede ser de pareja (no de amistad) y que el hombre suele tener muchas mujeres.

⁹¹ Cfr. Op. Cit, STRATHERN Marilyn. P. 151

⁹²Op. Cit, KINGFEATURES Syndicate <http://www.babyblues.com/>

Frases Perla: No hay frase perla de acuerdo a los que interesa analizar; el mensaje es gráfico (“déjame ver” se complementa con lo que se ve).

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza recrea la ciudad. Las figuras que representan personajes, son dos: Beto y una chica. Encuadre: se presenta un plano americano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal delgada y esbelta. Estructura facial es occidental. Usa una blusa, una chaqueta, una falda y accesorios (una cartera un gorro). Su kinésica: es muy femenina y delicada.

Masculina: Figura corporal gordo. Usa uniforme del ejército. Su kinésica representa presencia en el espacio (extiende su brazo, se inclina).

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Beto busca el nombre de su amiga en su brazo tatuado con nombres de otras chicas.

Mensaje connotado: Beto asume que una mujer no pudo haber sido su amiga sino que debió haber sido su pareja. Beto ha conocido muchas mujeres (tantas que no se acuerda el nombre de ellas). El hecho de que Beto sea un enamorado, y que no se acuerde de ella, a Ingrid le parece indignante (por su expresión).

3.2.-Simbología sexual

Estereotipos masculinos: El hombre tienen muchas mujeres. Piensa que la mujer solo puede formar con él una pareja sexual o sentimental. Le parece natural su actitud (no la disimula).

Estereotipos Femeninos: Desaprueba la actitud de los hombres como Beto.

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: La relación entre hombre y mujer.

4.2.-Referencias teóricas:

El comic apoya la idea de que la relación entre hombre y mujer solo puede ser de pareja sentimental, y no de amigos. Afirma que el hombre suele tener muchas mujeres.

La idea de que la relación de hombre y mujer solo puede ser de pareja romántica está fuertemente arraigada en la sociedad. Esta concepción puede ser consecuencia de la idea de que hombre y mujer son complemento y no iguales. También tienen mucho que ver con la heterosexualidad obligatoria y universal.

En la sociedad heterosexual el género califica a las personas, les da una identidad, esta identidad se reafirma por la existencia de otro par binario.⁹³ De acuerdo con esta afirmación la heterosexualidad obligatoria no afecta simplemente a la mujer sino a ambos sexos, pues como manifiesta Lacan: “cada niño[a] contiene todas las posibilidades sexuales, (...) solo algunas de estas posibilidades se expresan mientras que otras son reprimidas”⁹⁴

Apoyando esta idea, Judith Butler dice que “no hay sujetos que escogen”, refiriéndose a las identidades sexuales. Butler asegura que existen mandatos normalizadores que fijan los límites del sexo e imponen la heterosexualidad a través de la performatividad o las prácticas discursivas.⁹⁵ Lo que denota que tanto a hombres como a mujeres nos imponen la sexualidad. Es decir que no solo la mujer es víctima de esta exigencia.

Los sistemas de parentesco que se basan en el matrimonio alientan la heterosexualidad y entienden a la mujer y al hombre como mitades incompletas que se vuelven complementarias cuando se unen.⁹⁶ Bajo esta concepción el hombre y la mujer, ya que están destinados a ser pareja romántica no pueden ser amigos. Esto es lo que se ve en el comic, es lo que piensa Beto.

El comic también presenta al hombre como mujeriego. Sobre este tema, Andreinne Rich explica la idea del supuesto deseo sexual incontenible del hombre: “El impulso sexual masculino del adolescente que como se le ha enseñado al jovencito y a la jovencita, una vez desencadenado no puede responsabilizarse por sí mismo o aceptar una negativa, se vuelve según Barry, la norma y lo racional para la conducta sexual adulta masculina”⁹⁷, “Las mujeres aprendemos a aceptar como natural la inevitabilidad de este *impulso*, pues lo recibimos como un dogma”⁹⁸ Por lo que se ha generalizado la idea de que el hombre suele tener muchas mujeres para desfogarse sexualmente. De esta forma se justifica que los hombres sean infieles y mujeriegos. Y se entiende esta característica como explícitamente masculina.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando: Beto, el protagonista del comic, siempre preparando pero jamás en combate. Siempre bajo la vigilancia de su sargento, pero a menudo tomando una siesta. Beto el Recluta se enlistó en 1951, durante la Guerra de Corea, y sigue en servicio desde entonces.⁹⁹

⁹³ Cfr. BUTLER, Judith, *Sujetos de sexo/genero/deseo*. Editorial Feminaria, Buenos Aires-Argentina, 1997, p. 19.

⁹⁴ RUBIN, Gayle, *El Tráfico de mujeres: notas sobre la Economía Política del sexo*, Edición Pontificia Universidad Católica del Perú, 1997, p. 53.

⁹⁵ Cfr. BUTTLER, Judith, *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo*, Editorial Paidós, Buenos Aires- Argentina, 2002. P. 17-25.

⁹⁶ Op. Cit. RUBIN, Gayle .p. 46.

⁹⁷ Op.Cit RICH, Andriene p.184.

⁹⁸ Idem .p.184.

⁹⁹ Cfr. Sin Autor, *Beto el Recluta* 2007, http://www.comics.com.ve/cartoon/beto_recluta.asp, consultado en septiembre del 2010

Ingrid, es un personaje casual, no es parte del reparto, por lo que no existe información sobre ella.

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que la relación entre hombre y mujer solo puede ser de romance y que el hombre es mujeriego.

*



“Calvin y Hobbes”, comic publicado el 16-04-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso:

Idea Principal: Leer un cuento a la hora de dormir es el único trabajo doméstico de papá.

Frases Perla: *“¡y parece ser el único trabajo de papá por aquí!”*

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza recrea el cuarto del Calvin. Las figuras que representan personajes, son dos: Calvin y su padre. Hay otro personaje presente (la madre de Calvin) pero no sale en cuadro. Encuadre: se presenta un plano general, plano medio, primer plano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: No hay personajes femeninos presentes en la escena

Masculina: Figura corporal delgado. Usa una camisa, un pantalón y lentes.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: El padre de Calvin afirma que leer cuentos es trabajo del y no de la madre.

Mensaje connotado: Se designa funciones al los género: leer cuentos es” trajo de papá”, lavar platos es trabajo de mamá (aún que no se los diga textualmente). Condiciona la relación de padres entre ellos. El hijo observa como funciona la división sexual del trabajo. El padre de Calvin piensa que la soltería implica menos trabajo doméstico.

Estereotipos masculinos: Amenaza. No hace el trabajo doméstico. Su trabajo doméstico es leer cuentos a los hijos.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. Hace el trabajo que el hombre no hace. No le corresponde leer cuentos a los hijos.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: División sexual del trabajo en el hogar.

4.2.-Referencias teóricas:

Calvin y Hobbes, muestra la repartición de tareas entre los padres según el sexo, evidencia que los niños perciben esas diferencias.

Chodorow explica que los niños y niñas aprenden las diferencias de los sexos según la estructura familiar. Emulan o copian de sus padres las formas de comportamientos según el género al que pertenecen. Explica por ejemplo que son (en parte) las mismas madres quienes enseñan a sus hijas el que oficio de la maternidad es expresamente de las mujeres.¹⁰⁰

En el comic se ve como el padre explica a su hijo que hay funciones para cada persona según su sexo: el padre lee cuentos a los hijos, la madre lava los platos. Chodorow diría que el niño tendrá (por los signos de diferenciación que percibe en la relación de sus padres) procesos de diferenciación y ruptura con la madre y se separará del ámbito doméstico para adquirir su identidad masculina, tal cual la ven en su padre. De esta forma se reproducirá el modelo¹⁰¹.

5.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando (uno no se presenta corporalmente pero se evidencia su presencia en los diálogos):

Calvin es un niño de seis años, entusiasta, creativo, imaginativo, curioso y egoísta. Goza de un extenso vocabulario, y una sorprendente capacidad para la filosofía.

“Calvin es autobiográfico en el sentido de que piensa sobre los mismos temas que yo, pero en esto, Calvin refleja más mi madurez que mi infancia. Muchos de los conflictos de Calvin son metáforas de mí mismo. Sospecho que muchos de nosotros envejecemos sin crecer, y

¹⁰⁰ Cfr. CHODOROW, Nancy .p. 40-55.

¹⁰¹ Cfr Idem. P 40-55.

que dentro de cada adulto (a veces muy adentro) hay un crío que quiere que todo se haga a su manera. Utilizo a Calvin como salida a mi inmadurez, como una forma de mantener mi curiosidad por la naturaleza, como una forma de ridiculizar mis propias obsesiones, y como una forma de comentar la naturaleza humana. No querría tener a Calvin en mi casa, pero en el papel, me ayuda a sortear y entender mejor mi vida.”¹⁰²

El padre y la madre de Calvin son un matrimonio de clase media estadounidense. El padre de Calvin es abogado; su madre es ama de casa.¹⁰³

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que en la familia existe diferenciación de responsabilidades de acuerdo al género. Muestra que los niños perciben estas diferencias. Sugiere que los padres asumen la responsabilidad de leer cuentos a los hijos y adjudican que la esposa debe encargarse de lavar los platos y demás quehaceres de la casa. También indica que si los hombres deciden quedarse solteros es por que el matrimonio implica trabajo.

*



“Matías”, comic publicado el 16-07-09 en el Diario El Comercio de Quito (La tira es publicada de lunes a sábado en *El Diario El Comercio*)

1.- Discurso

Idea Principal: Los niños adoptan el comportamiento machista de los hombres adultos.

Frases Perla: “*es cierto... yo prefiero decir que mi pito es “obtusos” a decir que es cortito*”.

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza es blanco no tienen figuras. Las figuras que representan personajes, es una :Matías , la madre de Matías no esta presente corporalmente pero se evidencia en la conversación. Encuadre: se presenta un plano general, primer plano del personaje.

¹⁰² BILL, Watterson, *El último libro de Calvin y Hobbes*. Ediciones B, EEUU, 2004, p.15.

¹⁰³ Cfr. WIKIPEDIA, 2007, http://es.wikipedia.org/wiki/Calvin_y_Hobbes, consultado en septiembre del 2010

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: No hay personajes femeninos gráficamente presentes en el comic.

Masculina: Figura corporal normal. Usa una camiseta y un pantalón corto es de apariencia occidental (cabello claro, apariencia étnica blanco).

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Matías concluye que el graduador sirve para disfrazar la verdad con respecto al tamaño de las cosas, en este caso el pene.

Mensaje connotado: A Matías le preocupa el tamaño de su pene. El niño asume los comportamientos de los adultos de su mismo género. El comic sugiere que Matías aprendió este comportamiento de algún adulto.

Estereotipos masculinos: Se preocupa por calzar en lo que el discurso dice que es viril. Estereotipos Femeninos: Es ama de casa (nunca sale en la viñeta lo que sugiere que esta ocupada), está al cuidado de su hijo.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Los niños

4.2.-Referencias teóricas:

Julio César González Pagés, profesor de la Universidad de la Habana explica en su texto “Feminismo y masculinidad: ¿mujeres contra hombres?” que “La cultura de la masculinidad latina le rinde un desmedido culto al órgano sexual masculino, el cual es nombrado de disímiles formas, pero en casi todos los casos tiene que ver con objetos potentes y seguros.”¹⁰⁴

Ese culto al pene parece esta presente también en la literatura del siglo XVIII. En la obra de Sade “*La filosofía en el tocador*” desde la frase introductoria se manifiesta: “A vosotros, voluptuosos de todas las edades y de todos los sexos , sólo a vosotros ofrezco este libro :nutríos de sus principios , que favorecen vuestras pasiones ; pasiones con las que fríos y ramplones moralistas os espantas y que sólo los medios que utiliza la naturaleza para lograr que el hombre llegue a comprenderse como ella misma lo comprende ; escucha únicamente a esas deliciosas pasiones ; su órgano es el único que ha de conducirlos a la felicidad”¹⁰⁵. Este criterio falocéntrico parte de la diferencia biológica que coloca al pene como centro del mundo.

¹⁰⁴ GONZÁLEZ P Julio César, *Feminismo y masculinidad: ¿mujeres contra hombres*, sin fecha, http://www.elportaldeconciliacion.com/files/legislation/pr_00105_feminismo-mujeres-contra-hombres.pdf, consultado en septiembre del 2010

¹⁰⁵ Idem, http://www.elportaldeconciliacion.com/files/legislation/pr_00105_feminismo-mujeres-contra-hombres.pdf

Un artículo médico contemporáneo, explica que:” La preocupación del tamaño del pene en los hombres adolescentes puede tener tres razones importantes. Una, creer que un pene "pequeño" afectará la capacidad de brindar placer a la pareja en un futuro, otra, que no será efectivo para la reproducción y finalmente, que su masculinidad es menor, en proporción a su pene.”¹⁰⁶ En general se trata de una preocupación generada en idea de virilidad, como sinónimo desempeño sexual y capacidad reproductora.

González Pagés anota que “En una investigación titulada “Sexo Tropical: El Tamaño del pene en la imaginaria de estudiantes universitarios de la Habana”, de la periodista cubana Aloyma Ravelo, se expresa: “El hombre cubano es desde niño, socializado para demostrar su hombría y poder sexual, a partir de sus dimensiones benianas.””¹⁰⁷

Para explicar este fenómeno, Chodorow, anota que los niños y niñas aprenden las diferencias de los sexos según la estructura familiar. Que emulan o copian de sus padres las formas de comportamientos, según el género al que pertenecen.¹⁰⁸ En este caso del comic que se está analizando, Matías, emula un comportamiento relacionado con su sexo: la preocupación por ocultar signos antagónicos a la virilidad.

Otra concepción acerca de la sobre valoración del pene, que caracteriza en muchos casos a la sociedad patriarcal, puede ser aquella fundamentada en la teoría psicoanalítica que dicta que la sobre estimación del pene representa un modo de rebelarse contra el hecho de que nacemos de mujer, y de alejarse de lo femenino y lo doméstico para pasar a identificarse con lo viril.

“La teoría del complejo de castración equivale a hacer desempeñar al órgano masculino un papel dominante- en la medida en que su ausencia o presencia transforma una diferencia anatómica en una clasificación esencial de los seres humanos”¹⁰⁹. El falo es un rasgo distintivo que diferencia al “castrado” del “no castrado”. La presencia o ausencia del falo conlleva las diferencias entre dos situaciones sociales: “hombre” y “mujer”¹¹⁰ El falo conlleva también un significado de dominación de los hombres sobre las mujeres, y se puede inferir que la envidia del pene es un reconocimiento de eso.¹¹¹

¹⁰⁶ PESI, Programa de Educación Sexual Integral, 20010, <http://www.pesi-amssac.com/adolescentecrecimientodelpene.html>, consultado en septiembre del 2010

¹⁰⁷ Op.Cit GONZÁLEZ P Julio César
http://www.elportaldeconciliacion.com/files/legislation/pr_00105_feminismo-mujeres-contrahombres.pdf, consultado en septiembre del 2010

¹⁰⁸ Cfr. Op. Cit, CHODOROW, Nancy. p. 35 .

¹⁰⁹ Op.Cit GONZÁLEZ P Julio César
http://www.elportaldeconciliacion.com/files/legislation/pr_00105_feminismo-mujeres-contrahombres.pdf, consultado en noviembre del 2010

¹¹⁰ Cfr. Op. Cit. RUBIN, Gayle .p. 46.

¹¹¹ Cfr. Idem. P.46

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando (uno no se presenta corporalmente pero se evidencia su presencia en los diálogos):

Matías, es un chico travieso, e ingenuo. Su mundo son su escuela, su casa, y su barrio. Su fantasía, su imaginación, sus temores, sus deseos, construyen el eje de la historia. Con la simpleza del pensamiento infantil intenta entender el mundo adulto, ayudado por su mamá (que nunca se ve en las tiras).

La madre de Matías, es una mujer que adora a su hijo, pero que también busca conservar su identidad de mujer y su individualidad sin “inmolarse en el único rol de madre”. Nunca aparece en cuadro, pero bien hace notar su presencia.¹¹²

6.- Direccionalidad del comic

El comic muestra que los niños reproducen la forma de comportamiento de los adultos y reproducen estereotipos de género con respecto a su sexo.

*



“Olafo”, comic publicado el 6-05-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en *El Diario El Universo*)

1.-Discurso

Idea Principal: La niña sueña con casarse, la fiesta matrimonial le es importante.

Frases Perla: “*Me casaré el 25 de junio dentro de nueve años*”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza es blanco, tienen una figura que representa un tronco de árbol. Las figuras que representan personajes, son dos :Hamlet y su amiga.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal de una niña. Usa un vestido y tienen una espada de madrea en su cintura y un gorro.

¹¹² Cfr. WIKIPEDIA, *Yo, Matías*, 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Yo,_Mat%C3%ADas

Masculina: Figura corporal normal de un niño. Usa una camiseta y un pantalón, un gorro de vikingo y sostienen un libro.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: La amiga de Hamlet ha decidido que se casará dentro de 9 años.

Mensaje connotado: La amiga de Hamlet piensa en su matrimonio siendo solo una niña. Mientras Hamlet lee un libro (se instruye), ella piensa en su matrimonio dentro de 9 años. A ella le importa mucho su fiesta de matrimonio y administra tiempo en pensar en ella.

Estereotipos masculinos: Estudia, lee.

Estereotipos Femeninos: Juega a ser guerrera (se intuye por la espada de madera que cuelga de su cintura), pero sueña con casarse.

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Las niñas.

4.2.-Referencias teóricas:

El comic recurre al estereotipo de la niña que sueña con casarse. El matrimonio y la maternidad suele ser visto como el acto supremo donde una mujer se realiza como tal. La niña suele ser educada desde su primera infancia para despertar en ella el afán del matrimonio. Desde niña, juega con muñecas que aparentan ser imitaciones de bebés, juega a la “casita” reproduciendo la idea del hogar con la división sexual del trabajo claramente establecida. Responde con facilidad cuántos hijos quieren tener cuando sean grandes, incluso comienza a elegir los nombres de los futuros hijos. Según Andriene Rich la ideología del amor heterosexual es “transmitido a ella (la mujer) desde la infancia por los cuentos de hadas, la televisión, las películas, la propaganda, las canciones populares, las ceremonias nupciales”¹¹³

La teoría feminista marxista manifiesta que se bombardea a la niña con la idea de que a través de la “maternidad” logrará el cumplimiento de “su destino fisiológico” y que mediante, el cuidado del hogar realizará “su vocación natural”; de manera que al ser adulta aporte con mano de obra o capital humano a la sociedad y sea la encargada de la educación de ese capital humano sin recibir ninguna remuneración o ayuda para hacerlo.

Sherry Ortner expone la idea de Chodorow sobre la formación de estereotipos de género en los niños/as, afirma que “...dado que la madre es el primer agente socializador tanto del niño como de la niña, ambos desarrolla una “identificación

¹¹³ Op.Cit RICH, Andriene p.183

personal” con ella”, pero en adelante el hijo pasa a identificarse con el rol masculino, en cambio en el caso de la niña “la identificación personal con la madre... puede permanecer mientras penetra en el proceso de aprendizaje de la identidad del rol femenino”, “... supone la continuidad y el desarrollo de las relaciones entre la chica y la madre, y mantiene la identificación con esta en cuanto individuo”¹¹⁴ Por lo que aspira a hacer lo mismo que su madre (casarse, tener hijos, etc.). La madre representaría un modelo a seguir y en relación a ella se construyen los anhelos de la niña.

Es importante anotar que la imagen de la mujer ha sido relacionada con los compromisos sociales, los sentimientos, de aquí que se represente a la mujer como enamoradiza, apasionada y espiritual en contraposición del hombre racional realista y calculador. “desde Durkheim hasta Parson han afirmado que las mujeres son mas “afectivas” o “expresivas” y menos “intelectuales” o instrumentales” que los hombres”¹¹⁵ Esto se sostiene en el comic cuando se presenta a la mujer hablando de su futuro casamiento mientras el hombre lee.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

Hamlet, es el hijo menor de Olafo, tiene 10 años. “Hamlet es un ratón de biblioteca que de alguna forma ha conseguido una (indeseada) admiradora”: Hernia, la chica “ahombrada” (según la fuente http://es.wikipedia.org/wiki/Olafo_el_vikingo) del pueblo, que quiere casarse con él.

Se supone que Hernia es una chica “viril”, sin embargo el único signo de eso es la espada de madera que lleva en su cintura, por que reproducen los estereotipos de la mujer enamoradiza.

6.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que la niña piensa siempre en su futuro matrimonio. Reproducen el estereotipo que sostienen que la mujer aspira a realizar su feminidad con el matrimonio.

*



¹¹⁴ Op. Cit, ORTNER, Sherry. p. 121.

¹¹⁵ Op. Cit. STRATHERM Marilyn . p. 126.

“Olafo”, comic publicado el 17-07 en el Diario El Universo de Guayaquil.
(La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.-Discurso

Idea Principal: El hombre trabaja, decide sobre su tiempo y toma cerveza.

Frases Perla: *“! Por ejemplo me voy a la taberna ahora mismo para trabajar en varias cervezas!”*.

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza es blanco, tienen una figura que representa una silla. Las figuras que representan personajes, son tres: Helga su madre y Olafo. Encuadre: se presenta un plano general, plano medio de los personaje.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal de señora adulta: gorda. Usa un vestido negro y un delantal. La señora anciana tienen una figura corporal delgada pero con signos de ancianidad. Usa un bastón. Las dos usan gorro de vikingos.

Masculina: Figura corporal gordo. Usa una camisa larga, una capa, un gorro de vikingo. Tiene una barba larga.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Ante los reclamos, Olafo va a la taberna a “trabajar en varias cervezas”.

Mensaje connotado: Olafo es quien trabaja fuera de casa. Helga es ama de casa. La presión que pone Helga sobre Olafo a él no le incomoda, por que no la toma en cuenta. Olafo toma cerveza y descansa mientras su esposa trabaja en su casa. Olafo decide sobre su tiempo, Helga no decide sobre su propio tiempo ni el de Olafo.

Esteretipos masculinos: Toma cerveza, trabaja, decide sobre su tiempo.

Esteretipos Femeninos: Es ama de casa. No descansa. Reclama pero no es escuchada.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: El poder en la relación de pareja

4.2.-Referencias teórica:

En el comic se ven claramente las diferencias de género en la división del trabajo. La mujer es quien se encarga de la casa y el hombre es quien trabaja fuera de ella (o al menos tienen esa responsabilidad).

Se entiende que el rol de ama de casa carece de estructura, no requiere de especialización técnica y tiene poco prestigio social.¹¹⁶ La escasa valoración social del rol que implica en cuidado del hogar genera sentimientos de baja autoestima en la mujer. Bajo estas condiciones, el desempeño del mismo resulta frustrante, rutinario, aislante y poco gratificante. Esta frustración del ama de casa no encuentra relevo en otra esfera, como sí la tiene el hombre, quien, frecuentemente, desempeña dos roles: cabeza de familia y trabajador; es decir, tiene dos fuentes de gratificación.

Otra cosa que se percibe en el comic es el control en la toma de decisiones. En este caso Olafo parece ser quien tiene el control en la administración de su tiempo y Helga no. Según un artículo de la UNICEF:

La legitimidad de la autoridad familiar, aún hoy, en muchas familias es masculina y paterna. Socialmente se ha construido como una autoridad moral, social y económica, por la capacidad que tiene esa persona de proveer económicamente al grupo y de proteger a sus integrantes moral y físicamente de los posibles peligros del mundo externo. Aunque sólo los hombres de algunos sectores sociales puedan estar representados en esta descripción, los discursos sociales extienden estas atribuciones a todos los hombres. (DI

MARCO Graciela 2005)¹¹⁷

Esto se complementa con que uno de los hallazgos de la presente tesis, es la predominante relación de dominación ejercida por los hombres sobre las mujeres en la relaciones de poder percibidas en los comics revisados.

La Unicef explica que “Las madres y las mujeres adultas ejercen un poder derivado de la protección afectiva, de cuidar a niños y niñas, a personas mayores y enfermos, pero este poder femenino de los afectos carece de legitimidad social para ser considerado como autoridad”¹¹⁸.

El comic en sus diferentes publicaciones apunta el hecho de tomar cerveza como signo de masculinidad, pues son siempre hombres los que toman cerveza y lo hacen como una forma de escape de la vida doméstica.

5.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

¹¹⁶ ANDREANI Flor, *Mujer Cultura y Malestar Psíquico*, 1998, <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:KFVml9jJ3X8J:www.sicht.ucv.ve:8080/bvirtual/doc/analisis%2520de%2520coyuntura/contenido/volumenes/1998/2/10-Andreani.pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹¹⁷ DI MARCO Graciela , *Relaciones de género y relaciones de autoridad*, 2005, <http://www.unicef.org/argentina/spanish/Modulo4.pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹¹⁸ Idem, DI MARCO Graciela, <http://www.unicef.org/argentina/spanish/Modulo4.pdf>

Olafo, tiene dos ocupaciones principales que son: atacar los castillos de Inglaterra y hacer festines, recibiendo ocasionalmente la visita del recaudador de impuestos. El humor de esta tira cómica reside en la interacción de este aventurero con estresantes elementos modernos, y en la observación de su vida familiar.

Helga, “Aunque ella siempre impone su voluntad sobre Olafo, nunca consigue que la ayude con los quehaceres domésticos, en especial que bote la basura”¹¹⁹.

No existe información sobre la madre de Helga a excepción de que va a visitar a su hija muy a menudo.

6.- Direccionalidad que sugiere

Muestra que el hombre decide sobre su tiempo, trabaja fuera de casa y toma cerveza. La mujer tiene menos poder de decisión sobre su tiempo que el hombre, es ama de casa.

*



“Olafo”, comic publicado 23-08-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso

Idea Principal: Helga es quien cocina, es ama de casa

Frases Perla: “*! El desayuno esta listo! ¡Levántate en este momento!*”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza es blanco la figura de la cama denota el interior de una casa. Las figuras que representan personajes, son dos (Olafo y Helga). Encuadre: se presenta un plano general de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal gorda. Usa un vestido largo y un gorro de vikingo. Su kinésica es delicada (no despega mucho sus brazos de su cuerpo).

¹¹⁹ WIKIPEDIA, *Olafo*, 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Olafo_el_vikingo, consultado en noviembre del 2010

Masculina: Figura corporal gordo. Usa un gorro de vikingo.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Olafo ordena a Helga guardar la comida del desayuno para comérsela con el almuerzo.

Mensaje connotado: Helga es ama de casa, se encarga de cocinar. Olafo no es amable con su esposa, le ordena. Olafo descansa mientras su esposa trabaja. Olafo asume que su esposa cocinará el almuerzo.

Estereotipos masculinos: Come mucho. No es amable. Puede descansar.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. No descansa.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: El poder en las relaciones de pareja

4.2.-Referencias teóricas:

En el comic que se está analizando, se ve la diferenciación sexual en la división del trabajo en donde la mujer ocupa el espacio doméstico. El cuidado del espacio doméstico demanda trabajo a tiempo completo, por lo que Helga a diferencia de su esposo Olafo no va a descansar sino que continuará trabajando, de hecho Olafo asume esto al pedirle que le incluya la comida del desayuno en el almuerzo. La oposición entre lo privado y lo domésticos se rige por categorías naturales de los sexos.¹²⁰ Cuando las mujeres desempeñan el trabajo doméstico de forma exclusiva, acceden a los recursos por medio de otra persona, es dependiente. Este es el caso de Helga que depende del trabajo de su esposo (atacar los castillos de Inglaterra). Esta dependencia las hace incapaces de tomar decisiones al respecto de su tiempo.

El trabajo de la mujer es súper-explotado en la sociedad capitalista. Galey Rubin expone que para producir la plusvalía y mantener el capitalismo es necesario restaurar la energía que el obrero consume; por medio de alimento, ropa, vivienda, etc., materiales que necesitan de un trabajo adicional para ser consumidos: un trabajo doméstico. Ya que el trabajo doméstico es casi siempre realizado por mujeres, por ende, las mujeres contribuyen a la obtención de la plusvalía y a la existencia del sistema capitalista.¹²¹ Sin embargo este sistema capitalista que se beneficia del trabajo femenino no se preocupa por remunerar ni valorar de alguna manera el trabajo de la mujer en la esfera doméstica. Esto se evidencia en el comic cuando Olafo le ordena a su esposa que guarde las cosas, no le pide: “Guarda todo me lo comeré en el almuerzo”. La idea de que la mujer ama de casa vive gracias a los esposos que la “mantienen”, implica que el (el esposo) asuma que puede disponer y administrar su trabajo (el de la mujer).

¹²⁰ Cfr. Op. Cit. PATEMAN Carole. p. 41 .

¹²¹ Cfr. Op. Cit. RUBIN Gayle, p.42-43.

Según Pateman el contrato conyugal es la relación a largo plazo y jerárquica en donde los roles están asignados de acuerdo al sexo.¹²² Lo que se evidencia claramente en el comic.

5.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

Olafo y Helga de quienes ya se han dado información.

6.- Direccionalidad del comic

El hombre decide sobre su tiempo. La mujer tiene menos poder de decisión sobre su tiempo que el hombre, por lo quehaceres domésticos que debe realizar. Se muestra que el hombre no es amable con su esposa: le ordena que hacer, administra su tiempo.

*



“Olafo”, comic publicado el 24-09-09 en el Diario el Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso

Idea Principal: La autoridad es signo de hombría. Helga pone resistencia a ser dominada

Frases Perla: “*¡Yo soy el jefe en mi matrimonio y aquí se hace lo que yo digo!*”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza recrea el exterior de la casa de Olafo. Las figuras que representan personajes, son seis: Olafo, cuatro de sus amigos y Helga. Encuadre: se presenta un plano general de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal gorda. Usa un vestido largo y un gorro de vikingo.

Kinésica: no despega mucho sus brazos de su cuerpo

Masculina: Figura corporal gordos. Usan cascos y escudos.

¹²² Op. Cit. FRASER Nancy. .p.311-313.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Olafo alardea con sus amigos de ser *¡(...)el jefe !* en su matrimonio mientras Helga los espera a la entrada de su casa con una lanza para impedir su entrada.

Mensaje connotado: Olafo cree que es él quién domina en su relación con Helga. Alardea de ser el jefe de su familia y de su autoridad patriarcal como signo de hombría. Helga se resiste a ser sumisa.

Estereotipos masculinos: Alardea de ser dominante en su matrimonio. Cree que ser quién domina en su matrimonio es algo positivo frente a sus amigos.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. Se resiste a ser dominada.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Relaciones de poder en la pareja

4.2.-Referencias teóricas:

Nancy Fraser explica en su texto “Más allá del modelo del amo y el súbdito”, que para Carol Pateman “la subordinación de la mujer se entiende primero y ante todo, como la condición de estar sujeta a las órdenes directas de un hombre en particular”, “... una relación amo súbdito”¹²³. Ante esto Fraser dice: “Pateman están en lo cierto y su explicación es iluminadora cuando se refiere a las anomalías del “contrato conyugal”, que se distingue de la mayoría de los contratos por cuanto establece una relación de largo plazo y jerárquica, cuyos términos están predeterminados... en el cual los roles están asignados de acuerdo con el sexo”¹²⁴. Sin embargo critica la descripción de la relación conyugal como una correspondencia amo-súbdito: “Sin duda la interpretación amo súbdito de la diferencia sexual media la experiencia conyugal de algunas personas en las sociedades del capitalismo tardío, pero es dudosos que este sea el caso de todos, ni que lo sea para todos en el mismo grado.”¹²⁵ Lo que sugiere que la relación entre hombre y mujer no es siempre dominante y dominada como categorías fijas y puras, sino que existen grados de poder y juegos de resistencia. El comic que estamos analizando muestra la existencia de una forma de resistencia por parte de Helga ante la dominación de su esposo Olafo.

Michael Foucault puede ser de mucha ayuda en este caso, pues desarrolla una teoría con respecto a las relaciones de poder que nos indican que el poder no es esencialmente represivo (incita, suscita, produce); se ejerce más que se posee; pasa por los dominadores tanto como por los dominados. Lo cual hace que su lectura no sea tan sencilla.

¹²³ Op. Cit. FRASER Nancy. .p.311

¹²⁴ Idem. p. 301

¹²⁵ Idem. p. 301

El poder es una relación de imposición de voluntad de dominante sobre el dominado y es también de influencia mutua. Maldonado explica que a mismo tiempo que el dominado no está absolutamente determinado; no carece de libertad ni de espontaneidad, por que él hace parte de la totalidad de la relación en influye en el dominador, así sea en forma parcial.¹²⁶

Las relaciones que se dan en una familia son de dependencia, el hombre depende del aporte de la mujer en los oficios domésticos, como la mujer depende de los recursos que el hombre aporta para la manutención económica de la familia.

Lagarde explica que quien domina lo hace con la carga de poder y de su acceso exclusivo a los bienes vitales para quién esta bajo su dominio. Esto define las necesidades y dependencia características de esta relación (conyugal). La necesidad de obtener estos bienes genera dependencia en quien esta bajo sujeción, implica la necesidad de la presencia de quien domina, de los bienes que provee y por ende de la relación.¹²⁷

Susan Okin explica que “inicialmente las mujeres están en desventaja por la expectativa del matrimonio, pues la idea de tener que asumir las responsabilidades primordiales... incide en sus decisiones a cerca de la educación”. “La vulnerabilidad de las mujeres se asume luego dentro del matrimonio, pues entran a el con menos oportunidades laborales, y por tanto con menos poder adquisitivo que sus maridos”. “Por último, las mujeres vuelven vulnerables al separar se o divorciarse, situaciones que habitualmente implican un caída precipitada de su nivel de vida, cuando no la pobreza”.¹²⁸

Esta relación de dependencia no eliminará la diferencia entre el dominante y el dominado por lo que ya se ha explicado, pero si involucrará una relación de fuerzas mutua. En donde el dominado puede ejercer formas de resistencia.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

Olafo y Helga de quienes ya se ha dado información.

6.- Direccionalidad del comic

El comic sugiere que existe resistencia y juegos de poder en las relaciones de pareja en donde el hombre trata de imponer su voluntad.

*

¹²⁶ Cfr. MALDONADO Gomez Ma Cristina, *Relaciones de dominación en la familia* Editorial Facultad de humanidades Universidad el Valle, Cali-Colombia, 1994, p.149-151

¹²⁷ LAGARDE Marcela *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas* Editorial UNAM, Ciudad de México-México, 1997, p. 70.

¹²⁸ Op. Cit, FRASER Nancy p.299-300.



“Popeye”, comic publicado el 9-07-09 en el Diario el Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.-Discurso

Idea Principal: Olivia se mete en problemas por desobedecer a Popeye

Frases Perla: “*¡Las flores son un símbolo de amor, son inofensivas!*”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza recrea el mar, Las figuras que representan personajes, son tres: Oliva, Popeye y un buitre. Encuadre: se presenta un plano medio y tres cuartos de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal muy delgada, débil, alta. Usa una blusa. Esta con el pelo recogido. Su kinésica es delicada.

Masculina: Figura corporal: brazos que sugieren fortaleza. Viste un traje de marinero, fuma pipa. Su kinésica es enérgica.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Olivia se mete en problemas.

Mensaje connotado: Olivia se mete en problemas por no haber hecho caso a Popeye. Ella se deja llevar por su sentimentalismo y se deja engañar con objetos que le son agradables y tienen relación con el amor. Es necia.

Estereotipos masculinos: Razonable, inteligente, prevenido.

Estereotipos Femeninos: Débil. Ingenua.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Las mujeres

4.2.-Referencias teóricas:

El comic en cuestión se relaciona con que según Stratern algunos autores como Durkheim y Parson dicen que las mujeres son más afectivas y menos intelectuales que los hombres.¹²⁹ Ortner explica que esto se debe a que la mujer se ve obligada a trabajar en un sistema social que esconde sus metas de autorrealización y desarrollan sensibilidad respecto a la gente.¹³⁰ Por esto se relacionan a la mujer con el amor, la sensibilidad etc., mientras que como explica Stratern Marilyn, usualmente se relaciona al varón con agresividad, lógica, resolución de problemas.

En el comic, la mujer se presenta como sentimental e ingenua. Por ser “esencialmente afectiva” se deja engañar por algo que le es agradable (las flores). Quién por su supuesta lógica e inteligencia se da cuenta del peligro es el hombre (Popeye) que aconseja a la mujer (Olivia) para que no se haga daño. Según Sherru Ortner, la causa para que el hombre este entendido como racional y lógico es que la mujer es usualmente relacionada con la naturaleza y el hombre con la cultura, y ya que se supone que la cultura es superior a la naturaleza por que puede transformarla.¹³¹ Entonces el hombre es superior a la mujer en ese sentido. Estas concepciones de la mujer afectiva y corporal a diferencia del hombre inteligente y cultural profundizan el problema de marginación de la mujer de las áreas de conocimiento y lo legitima hasta hacerlo parecer natural.

5.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

En la mayoría de sus apariciones, Popeye es caracterizado como un marinero independiente con una peculiar forma de hablar, músculos de los antebrazos súper desarrollados y una pipa en su boca. Tiene el cabello rojo y una prominente quijada. Una de las características más conocidas de este personaje es el consumo de espinacas, las cuales aumentan su fuerza a límites sobrehumanos.¹³²

Olivia es la novia eterna de Popeye, quién suele meterse en líos, pero siempre es rescatada por Popeye. La frase “! Oh, mi héroe!”, es muy famosa en este personaje.

6.- Direccionalidad del comic

Afirma que la mujer es ingenua y suele meterse en problemas por lo que necesita la guía de un hombre. El hombre por el contrario es racional, y prevenido.

*

¹²⁹ Cfr. STRATERN Marilyn. p. 126 .

¹³⁰ Cfr. ORTNER, Sherry. p.122.

¹³¹ Cfr. ORTNER, Sherry. p.122.

¹³² Cfr. Op. Cit. WIKIPEDIA, <http://es.wikipedia.org/wiki/Popeye>, consultado en noviembre del 2010



“Ratón Miguelito”, comic publicado el 2-11-09 en el Diario el Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso:

Idea Principal: Minnie se preocupa por su figura corporal.

Frases Perla: “¡ OH cielos! ¡Tengo que hacer algo con respecto a mi peso!”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza grafica el interior de una casa. Las figuras que representan personajes, son dos: Ratón Miguelito y Minnie. Encuadre: se presenta un plano general y medio de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal. Usa una blusa y una falda, un lazo en la cabeza y zapatos de taco. Su kinésica es muy delicada.

Masculina: Figura corporal normal. Usa una camiseta y un pantalón. Tienen un periódico en sus manos.

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Minnie piensa que necesita cuidar su peso.

Mensaje connotado: A Minnie le preocupa su figura corporal. Ella piensa en su figura mientras Miguelito lee el periódico (se informa).

Estereotipos masculinos: Interesado en informarse. Seguro.

Estereotipos Femeninos: Se preocupa por su aspecto físico.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Las mujeres

4.2.-Referencias teóricas:

Estudios realizados sobre la mujer en los medio de comunicación mostró que entre los estereotipos mas comunes de la mujer que reproducen las telenovelas está la idea

de que la preocupación por el aspecto físico es exclusivo de la mujer.¹³³ En la presente tesis se encontró también que uno de los mensajes que mas se repiten en los comics revisados es que **la mujer es sentimental, se preocupa por casarse y por su aspecto físico**. La construcción de un cuerpo femenino idealizado perjudica directamente a la mujer. Se ha creado la figura de la mujer sexualmente atractiva con parámetros específicos, por lo general: joven, blanca, esbelta, de busto grande, abdomen plano, caderas anchas etc.; a pesar de que muy pocas mujeres (a excepción de las modelos y reinas de belleza usualmente sometidas a cirugías) pueden llegar a obtener esa figura idealizada.

Expone Young: “Aún que es cierto que existe un espacio cultural reservado a reverenciar a la mujer hermosa y deseable, la otra de esa especie de camafeo hace de la mayoría de mujeres en cuerpo feo, gris, repulsivo e incluso horroroso”¹³⁴

Los medio de comunicación y la publicidad diferencia a la mujer deseable de la mujer no deseada. Establece las características de lo que se vuelve el “objeto de deseo” para hombres y mujeres. La preocupación de la mujer por su cuerpo puede venir de esta exigencia. Obtener la figura perfecta es el sueño de muchas mujeres. “Las niñas desearán imitar a las presentadoras supuestamente bellas, creando graves frustraciones, problemas de anorexia y conductas imitativas superficiales.”¹³⁵

Según Linda Mc Dowell “El confinamiento se completa con la idea de un cuerpo femenino idealizado.”¹³⁶ Este cuerpo femenino suele ser el occidental curvilíneo, modelo a seguir de muchas mujeres.

Sin embargo esta presentación de la mujer como obsesionada con su cuerpo, puede tener que ver con la idea de la mujer como esencialmente superficial alejada de la intelectualidad y racionalidad característica del hombre.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

Ratón Miguelito, definido como un antropomórfico ratón con redondas y grandes orejas negras. Se pone de los pantalones rojos con dos botones amarillos, de los

¹³³ Revisar en el marco teórico

¹³⁴ McDOWELL Linda, *Dentro y fuera de lugar: cuerpo y corporeidad* En Genero identidad y Lugar Ediciones Cátedra , Madrid España, 1999, 76

¹³⁵ VASQUEZ Valentina, TOBAR Matías, *La mujer como objeto sexual en la publicidad* , 2003 <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/mujer-objeto-sexual/mujer-objeto-sexual.pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹³⁶ Op. Cit. McDOWELL Linda . p 73.

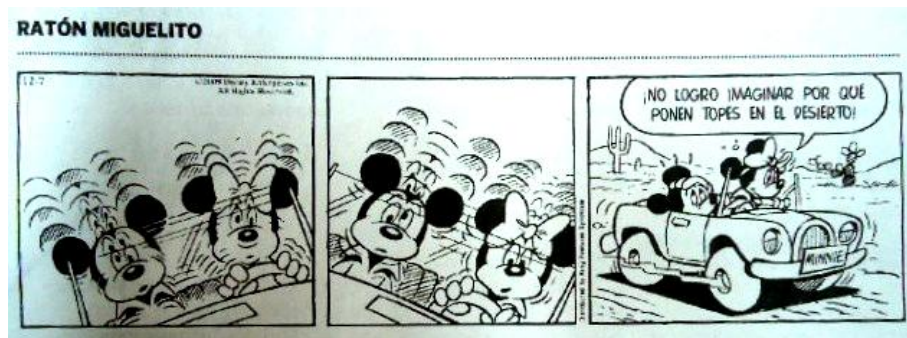
zapatos y de los guantes amarillos. “Fue caracterizado como un personaje inteligente, optimista y valiente”¹³⁷.

Minnie, eterna compañera sentimental de Mickey Mouse, es una ratona negra que viste falda, enaguas y tacones. “Es de temperamento dulce y asustadizo, aunque de mucho carácter cuando se enfada”¹³⁸.

6.- Direccionalidad del comic

Afirma que la mujer se interesa por su aspecto físico.

*



“Ratón Miguelito”, comic publicado en 14-12-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso

Idea Principal: Minnie es poco inteligente.

Frases Perla: “*! No logro imaginar por que ponen topes en el desierto!*”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

El fondo que se utiliza grafica el desierto. Las figuras que representan personajes, son dos: Ratón Miguelito y Minnie. Encuadre: se presenta un plano general y primer plano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal normal. Usa una blusa, un lazo en la cabeza. Su kinésica es muy delicada.

Masculina: Figura corporal normal. Usa una camiseta.

¹³⁷ CARTONIONLINE, *El Raton Mikey Mouse*, 2001

http://www.cartiononline.com/dibujosanimados/personajes/rat%F3n_mickey.htm, consultado en noviembre del 2010

¹³⁸ WIKIPEDIA, 2010, *Minnie Mouse*, http://es.wikipedia.org/wiki/Minnie_Mouse, consultado en noviembre del 2010

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Miguelito se avergüenza del comentario de Minnie.

Mensaje connotado: Minnie es poco inteligente, hace comentarios tontos. Miguelito se da cuenta de que los comentarios de Minnie son poco inteligentes.

Estereotipos masculinos: Inteligente a comparación con su compañera.

Estereotipos Femeninos: Tonta.

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Las mujeres

4.2.-Referencias teóricas:

El presente comic muestra a la mujer como poco inteligente. Sherry Ortner dice que la desvalorización universal de las mujeres se explica al considerarla más próxima a la naturaleza que el hombre.¹³⁹ La histórica relación de la mujer con la naturaleza y del hombre con la cultura, sugiere que el hombre y sus actividades son superiores a la mujer puesto que la cultura transforma y controla a la naturaleza. Entonces la mujer es oposición a la creatividad, es lo que está antes de la creatividad: la materia prima, lo que se moldea para transformar en algo creado. La idea del hombre como representante de la cultura implica relacionarlo con la mente.

Autores como Durkheim y Parson dicen que las mujeres son más afectivas y menos intelectuales que los hombres.¹⁴⁰ Esto se ve reflejado en el comic analizado.

La idea principal del comic es uno de los mensajes más usuales en los comics analizados: **La mujer es poco inteligente; tienen particularidades que son comunes a su género.**

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

Ratón Miguelito y Minnie, de quienes ya se ha dado información.

6.- Direccionalidad del comic

Afirma que Minnie es poco inteligente y que en comparación, el Ratón Miguelito es inteligente y comprende que Minnie es tonta.

*

¹³⁹Cfr. ORTNER Sherry, p- 110-121

¹⁴⁰ Cfr. Idem, p- 110-121



“Beto el recluta”, comic publicado el 28-10-09 en el Diario el Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en El Diario El Universo)

1.- Discurso

Idea Principal: Ella es secretaria e incompetente. (lo único bueno de su trabajo es el tipo de letra que ha usado).

Frases Perla: “ *¡Usted siempre critica mi trabajo! ¿No puede decir algo bueno?*” / “*Bonitos tipos*”.

2.- Análisis gráfico atendiendo a al escena

El fondo que se utiliza recrea el interior de una oficina. Las figuras que representan personajes, son dos: el sargento del ejército y su secretaria). Encuadre: se presenta un plano americano y primer plano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal curvilínea. Usa un vestido negro ceñido y un collar de perlas Apariencia: arreglada. Kinésica: mantienen sus brazos pegados a su cuerpo. Aspecto: joven (21-30 años)

Masculina: Figura corporal gordo. Usa un uniforme de sargento. Aspecto: viejo (50-60 años).

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: El sargento del ejército revisa las cartas que ha escrito su secretaria y comenta que a parte del tipo de letra no hay nada bueno en ellas.

Mensaje connotado: La secretaria es incompetente. Es bonita, es tonta. El sargento es hombre (puesto alto), la secretaria es mujer (puesto subordinado).

Estereotipos masculinos: Ocupa puestos laborales altos.

Estereotipos Femeninos: Ella es subordinada en lo laboral, bonita y tonta.

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: División sexual del trabajo

4.2.-Referencias teóricas:

En este comic se representa a la mujer como empleada en un espacio tradicionalmente femenino (el secretariado), e incapaz de hacer bien su trabajo. Las investigaciones publicadas distinguen dos formas de segregación ocupacional por sexo: una horizontal y otra vertical.

Segregación horizontal es la que se produce en el reparto de hombres y mujeres entre distintas ocupaciones, por ejemplo cuando las mujeres trabajan como sirvientas y secretarias y los hombres como camioneros y médicos. Segregación vertical es la que se produce en el reparto de hombres y mujeres dentro de una misma ocupación, cuando uno de los dos sexos tiende a situarse en grados o niveles superiores: por ejemplo, lo más probable es que en la producción los hombres sean supervisores y las mujeres obreras, y que en la gerencia los hombres ocupen puestos directivos y las mujeres puestos subordinados (Revista Internacional del Trabajo, Volumen 116, Numero 3, 1997)¹⁴¹.

En el caso del comic que estamos analizando se pueden encontrar las dos formas de subordinación (horizontal y vertical), pues el secretariado es un oficio denominado “esencialmente femenino” y ocupa un escala subordinada en la jerarquía de oficios.

En el comic se evidencia que la secretaria no hace bien su trabajo. Esta idea de la trabajadora incompetente puede tener su raíz en diferentes concepciones. Por ejemplo se piensa que la mujer es menos apta que el hombre para organizarse. Michelle Mattelard, comenta,

La explotación de las mujeres se basa en cualidades convencionales del patrón de conducta femenino: tranquilas, pacientes, sumisas, minuciosas, resignadas, respetuosas con la autoridad, con habilidad manual, pero poco diestras para organizarse. Su bajo salario queda justificado por su falta de cualificación profesional, pero se basa realmente en los códigos de represión sexual que todavía siguen dominando plenamente en las sociedades archi-patriarcales que castigan muy duramente, en los planos económico, político y social, el trabajo de las mujeres en tanto que trasgresor de tabúes (MATTELART Michelle, 1982)¹⁴²

Otra idea que puede reforzar este estereotipo es que el hombre está más próximo a la cultura y la mujer a la naturaleza. Lo que es un fundamento para creer que la mujer se desempeña mejor en el espacio doméstico y que en el trabajo fuera de la casa sea incompetente.

La fisonomía de la mujer que se muestra en el comic obedece a las pautas entendida como bello desde el punto de vista occidental dominante, lo que nos lleva a pensar que en el comic se reproduce el estereotipo dicotómico adoptado para presentar a la

¹⁴¹ ANKER Richard, *La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías*. Revista Internacional del trabajo Volumen 116, Numero 3, 1997, <http://www.ilo.org/public/spanish/revue/sommaire/116-3.htm>, consultado en noviembre del 2010

¹⁴² MATTELARD Michelle, *Mujeres e industrias culturales*, Editorial Anagrama, Barcelona- España, 1982. p.117.

mujer: bonita-tonta o fea-inteligente. El personaje antagónico de la mujer del comic en cuestión sería Betty la fea, una ejecutiva inteligente pero antiestética para la concepción predominante. La literatura, el cine, la televisión y en general los medio de comunicación (y ahora lo constatamos incluyendo el comic) presentan a la mujer bajo esta oposición. Es usual en películas donde salen Cheer Leader o Porristas casi siempre son bonitas y tontas. O en las películas de terror `bonitas tontas que mueren porque hacen cosas tontas o que deberían evitar.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando.

No hay información sobre estos personajes, por ser secundarios en la tira cómica.

6.- Direccionalidad del comic

El comic afirma que el oficio de secretaria suele ser ocupado por mujeres, muestra a una secretaria bonita y tonta. La mujer ocupa lugares subordinados en lo laboral.

*

BETO EL RECLUTA



“Beto el Recluta”, comic publicado el 21-10-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en “El Diario El Universo”)

1.-Discurso

Idea Principal: En el ejército las mujeres cumplen el rol de secretarias tomando en cuenta que en este comic no hay mujeres en el ejército.

Frases Perla: No se identifica frase perla. El mensaje es gráfico

2.- Análisis gráfico atendiendo a al escena

El fondo que se utiliza recrea el interior de una oficina. Las figuras que representan personajes, son dos (El sargento del ejército y su secretaria). Encuadre: se presenta un plano general y primer plano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal curvilínea. Usa un vestido negro ceñido y un collar de perlas Tienen una apariencia: arreglada. Edad aproximada (21-30 años) Figura corporal normal. Usa una camisa no tienen accesorios. Tienen una apariencia: no tan arreglada como la primera. Edad aproximada (30-40 años).

Masculina: Figura corporal gordos, usa un uniforme de sargento. Edad aproximada (50-60 años).

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: . El sargento del ejército ordena a sus secretarias dejar la oficina como está.

Mensaje connotado: En el ejército la mujer cumple el papel de secretaria. El hombre ocupa un puesto alto, las mujeres un puesto subordinado y entendido como tradicionalmente femenino.

Estereotipos masculinos: Ocupa puesto laborales altos

Estereotipos Femeninos: Ocupa puestos laborales subordinados y denominados como “femeninos”

4.-Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: División sexual del trabajo

4.2.- Referencias teóricas:

El comic de *Beto el Recluta* tiene como particularidad que nunca se presenta a la mujer como recluta en el ejército, sino que dentro de la institución de ejército la mujer se limita a cumplir el papel de secretaria. El secretariado ha sido entendido como una actividad “femenina” en la división sexual del trabajo. La división sexual del trabajo hace referencia al reparto social de tareas o actividades según el sexo-género. Este reparto varía según las sociedades y las épocas históricas, pero existe en todas las sociedades que se conocen.¹⁴³

En lo profesional los estereotipos de género son definitorios, pues en los lugares en que las mujeres tienen libre acceso a todas las profesiones, en su gran mayoría optan por ocupaciones que tradicionalmente se han adjudicado a la mujer. Según la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) los oficios en los que más se identifican mujeres son: “enfermera, médico, asistente social, maestra, sirvienta, ama de llaves, limpiadora, cocinera, camarera, lavandera, peluquera, hilandera, tejedora, tejedora de géneros de punto, sastrá/modista, partera, costurera, mecanógrafa, cajera/empleada de contabilidad, vendedora, contadora, recepcionista, vendedora ambulante y empleada de comercio”.¹⁴⁴

Los hombres y las mujeres tienen una tendencia a trabajar en sectores diferentes de la economía y ocupan distintos puestos dentro del mismo grupo profesional. Existe una

¹⁴³ Cfr. GÓMEZ Bueno Carmuca, *Mujeres y trabajo: principales ejes de análisis*, 2001, <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n63-64p123.pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹⁴⁴ Op. Cit, ANKER Richard, <http://www.ilo.org/public/spanish/revue/sommaire/116-3.htm>

tendencia a que las mujeres sean empleadas en una serie más reducida de ocupaciones que los hombres y es más probable que trabajen a tiempo parcial o mediante contratos de corta duración por los trabajos domésticos que deben realizar. Deben también afrontar un mayor número de obstáculos para la promoción y el desarrollo de su carrera. Las desigualdades continúan existiendo en términos de salario, jerarquía y promoción. Existe un rol sexual estereotipado en las ciencias, las tecnologías y otras ocupaciones denominadas “masculinas” a las que muy pocas mujeres acceden. Esto se muestra en el presente comic, en donde la mujer no participa en el ejército actividad entendida como “masculina”, pero si se encarga de actividades “femeninas” como el secretariado.

Según Strathern, los valores de prestigio están siempre ligados a las actividades de los hombres. En todas las sociedades, desde las más igualitarias hasta las más asimétricas los hombres tienen una importancia cultural una autoridad.¹⁴⁵

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando. No hay información sobre estos personajes, por ser secundarios en la tira cómica.

6.- Direccionalidad del comic

El comic afirma que el oficio de secretaria suele ser ocupado por mujeres y que la mujer ocupa lugares subordinados en lo laboral.

*



“Olafo”, comic publicado el 14-12-09 en el Diario El Universo de Guayaquil (La tira es publicada de lunes a domingo a excepción de los sábados en “El Diario El Universo”)

1.-Discurso

Idea Principal: Olafo viaja mientras Helga se queda en su casa.

Frases Perla: “¡A Inglaterra a hacer mis compras navideñas!”

2.- Análisis gráfico atendiendo a la escena

¹⁴⁵ Cfr. Op. Cit, STARTHER Marilyn. p. 147.

El fondo que se utiliza recrea el interior de la casa de Olafo y Helga. Las figuras que representan personajes, son dos: Olafo y Helga. Encuadre: se presenta un plano general y americano de los personajes.

2.1.-Simbología sexual:

Femenina: Figura corporal gorda. Usa un vestido largo y un gorro de vikingo.

Kinésica: no despega mucho sus brazos de su cuerpo

Masculina: Figura corporal gordo. Leva muchas armas (un casco de Vikingo, un escudo, una espada, una lanza, etc.).

3.-Análisis de Texto e imagen en conjunto

3.1.-Mensaje denotado y connotado

Mensaje denotado: Olafo va de comprara con armas, que explica que a veces lo empleados de las tiendas se pones difíciles e insisten en que pague lo que se lleva.

Mensaje connotado: Olafo esta dispuesto a robar. Olafo se va de viaje y Helga se queda en la casa haciendo los quehaceres domésticos. Olafo decide sobre su propio tiempo, Helga no decide sobre su tiempo por que tiene la responsabilidad de hacer las labores domesticas.

Estereotipos masculinos: Tiene la capacidad de moverse libremente. Rompe las reglas sociales (no va a pagar lo que “compre”). Aplica su fuerza física para obtener lo que quiere.

Estereotipos Femeninos: Es ama de casa. No tiene mayor movilidad. Tienen responsabilidades domésticas. No viaja

4.- Análisis Conceptual

4.1.-Asunto o tema de la imagen: Movilidad masculina

4.2.-Referencias teóricas:

Virginia Wolf escribe el libro *A Room of Ones Own*, en el cual se imagina el destino de una supuesta hermanan de Shakespeare; minetas el aprendía muchas cosas en sus viajes, ella permanecía en el hogar en completa ignorancia. El libro denuncia que la mujer no tiene las mismas oportunidades que el hombre por que ha sido encerrada en la esfera doméstica. Esto se evidencia en el comic que aquí se analiza.

Sherry Ortner, asegura que las funciones fisiológicas de la mujer han tendido a limitar su movilidad y confinarla a la esfera doméstica.¹⁴⁶ Sin embargo, la restricción en la movilidad de la mujer no es un asunto netamente biológico, de lo contrario no se lo podría cambiar. Es más bien un asunto cultural.

¹⁴⁶ Cfr. Op. Cit. ORTNER Sherry . p. 120.

Simone de Beauvoir afirma que la opinión pública delimita las libertades de la mujer, ejemplifica que mientras que el hombre que viaja puede vivir fácilmente en un hotel sin miedo a juicios morales, la mujer que viaja tiene que instalarse en una casa propia y cuidarla para no despertar difamaciones. Simone también asegura que a la mujer se le hace difícil el “libre movimiento” fuera de casa, pues si va sola, por un parque por ejemplo, hay inseguridad y puede producirse un incidente desagradable.¹⁴⁷

En adición, la movilidad limitada en la mujer no solamente se da a nivel macro (de un lugar a otro), sino que se da también en su proxémica y kinésica. No solo en la cultura occidental, se educa a las niñas para que ocupen el espacio según las pautas de género: no abrir las piernas, estar esbeltas, no practicar deportes que impliquen fuerza o contacto corporal, etc.¹⁴⁸

Iris Marion Young, describe el comportamiento del cuerpo femenino como consecuencia directa del miedo: miedo a ser dañado. La mujer responsabiliza a su cuerpo de todos los peligros posibles.¹⁴⁹ Este miedo aprendido culturalmente por alertas como “cuidado te golpees” que dicen los padres a las niñas continuamente, las ubica en un estado de defensiva ante cualquier movimiento que pueda representar una “amenaza”.

Según Simone de Beauvoir para convertirse en creador/ra no basta con cultivarse y llenarse de conocimientos, pues la cultural se aprende a través del “libre movimiento”. “En tanto (la mujer) tenga que seguir luchando para convertirse en un ser humano, no podrá ser una creadora (...) cuando viva para ella y por ellas podrá ser creadora”.¹⁵⁰ En este sentido Beauvoir afirma que la mujer necesita el libre movimiento (condición del ser humano) y ser independiente para poder crear.

5.- Personajes

Encontramos dos personajes involucrados en el comic que estamos analizando. Olafo y Helga de quienes ya se ha dado información.

6.- Direccionalidad del comic

El comic afirma que el hombre goza de una capacidad de movilidad mayor que la mujer.

¹⁴⁷ Cfr. Op.Cit. BEAUVOIR, Simone. p.719 .

¹⁴⁸ Cfr. Op. Cit MCDOWELL Linda p. 78.

¹⁴⁹ Cfr. YOUNG Iris Marion, *Lived body vs. Gender: Reflections on Social Structure and Sibjetivity*. En *Female Body Expireince: Thorwing Like A gilr and other essays*. Editorial Oxford University Press, Nueva York-EEUU, 2005. p. 12-26.

¹⁵⁰ Op.Cit. BEAUVOIR, Simone. p. 710.

TERCERA PARTE

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

CAPÍTULO IV:

SÍNTESIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN CON OTROS ESTUDIOS

4.1.-ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS FICHAS DE PUBLICACIÓN Y FICHAS INDIVIDUALES DE ANÁLISIS DEL COMIC

4.1.1.-Los temas principales de los comics no tienen relación con los titulares de primera plana

Los comics que se eligen para ser publicados no tienen ninguna relación temática con las noticias principales de los mismos diarios estudiados. Mientras los titulares de primera plana más habituales son los referentes a: *Política interna, Economía y Política internacional*, las temáticas principales más frecuentes de los comics estudiados fueron: *Otros* (comics con temática diferente a Economía, Género, Política) y *Género*. Los subtemas predominantes de los titulares son *Finanzas, Conflictos y Gobierno*, en contraste la cuantificación de las temáticas secundarias de los comics muestra que *Humor* (juegos de palabras, refranes, confusiones etc.), *Los niños, La mujer y El hombre*, son las temáticas secundarias más usuales. Lo que demuestra que probablemente los comics que se publican en los periódicos estudiados se eligen al azar, sin la intención de relacionarlos con las noticias más importantes del día.

Esto evidencia que las secciones denominadas de entretenimiento, en donde se publican los comics suelen estar descontextualizadas, y solo pretenden entretener sin ningún aporte informativo, de análisis, ni de discusión al respecto de las noticias y los sucesos importantes. Esto es paradójico pues se supone que el comic representa “una gimnasia intelectual de primer orden”¹⁵¹.

Existe una “clara división de las tiras que tienen dos variantes: actualidad y libres”¹⁵² Se precisa: “Llamamos tiras cómicas de actualidad a las que se refieren directamente a algún personaje, hecho o circunstancia que tiene algo que ver con lo que está sucediendo o se relaciona de algún modo con algo importante en esos momentos”.¹⁵³ En cambio con respecto a los comics “libres”, se comenta: “Las tiras cómicas libres no tienen en

¹⁵¹ Op. Cit, RODRIGUEZ José Luís, p. 13.

¹⁵² Sin Autor, *Las tiras cómicas son noticia*, 2007, <http://www.prensaescuela.es/archivos/VE20071121.pdf>

¹⁵³ Idem, <http://www.prensaescuela.es/archivos/VE20071121.pdf>

*cuenta la actualidad y buscan como objetivo el humor, comunicando situaciones divertidas o ingeniosas para los lectores del periódico. Puedes localizar estas tiras hacia el final del diario, donde se proporciona información de agendas, espectáculos, etcétera”.*¹⁵⁴ Bajo este criterio, los comics analizados pertenecerían a la las “tiras cómicas libres”, pues no tienen ningún vínculo con las noticias más importantes de los periódicos que los soportan.

A pesar de que existen comics con contenido crítico como “Mafalda” de Quino o “Calvin y Hobbes” de Watterson, no se la ubica tomando en cuenta el contexto social existente en el momento en el que se publican. Esto refuerza la idea de que probablemente se eligen al azar.

Los comics son un medio de comunicación que a pesar de su apariencia inofensiva influyen sobre la sociedad; utilizados adecuadamente deberían, aparte de tener la función de entretener, estar destinados a hacer una crítica social. José Luis Rodríguez explica que “El desarrollar una actitud permanente crítica ante los medios, las personas, y los mensajes puede ser un interesante objetivo. Se trataría de procurar que se tuvieran siempre las defensas manifiestamente enhiestas ante el intento manipulador.”¹⁵⁵

4.1.2.-La participación de la mujer en la noticia es menor que el porcentaje de participación del hombre

La cuantificación muestra que la mujer está involucrada 1,4% en las noticias de primera plana mientras que el hombre está involucrado un 23,1%. Esto evidencia que el hombre es el principal protagonista y actor de las noticias más importantes en los dos diarios estudiados. Las cifras afirman también que la mujer goza de mayor participación cuando está acompañada por un hombre; pues las noticias en donde participan los dos sexos juntos representan un 35,2%.

En 1975, en una investigación sobre la condición de la mujer en los medios de comunicación se encontró que el número de fotos de hombres era superior al de fotos de mujeres en todas las secciones de los periódicos, con excepción de las páginas referentes al estilo de vida. La imagen de la mujer como deportistas, profesionales, activistas, y política era insignificante en comparación con la representación en papeles de esposas, madres, personas de alta sociedad y artistas de variedades.¹⁵⁶ En 1990, la escritora y profesora estadounidense Camille Paglia afirma que el mundo de la prensa funciona a partir de un paradigma masculino "de ascensión y caída" en el que se realza siempre lo más negativo sobre lo positivo.

¹⁵⁴ Idem. <http://www.prensaescuela.es/archivos/VE20071121.pdf>

¹⁵⁵ Op. Cit, RODRIGUEZ José Luis, p.13.

¹⁵⁶ Cfr. CEULEMANS Miek, FAUCONNIER Guido, *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social*, Compilación y análisis de los documentos de investigación, Editorial, UNESCO/Études et documents d'information, Paris, 1980, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>, consultado en noviembre del 2010

Al parecer esto no ha cambiado mucho, en el 2006, Vicente Verdú, escritor, periodista y miembro de la Fundación Nieman de la Universidad de Harvard comentó que *“La espina dorsal de un diario suele ser dura, incisiva, cortante y cosas así. Todos los periódicos nacieron de manos de los hombres y la masculinidad ha sido su marca desde la misma fundación hasta nuestros días, director arriba, director abajo”*.¹⁵⁷ Lo que evidencia que probablemente esta participación mínima de la mujer en las noticias, obedece a la lógica masculina con la que se construyen la mayor parte de los periódicos. Carlos Lomas reafirma esta idea al citar en su texto a Juana Gallegos Ayala (2007), quien expone que en los diarios, las mujeres aparecen concebidas como “objetos observados”, mientras que los hombres son entendidos como “el sujeto que actúa”.¹⁵⁸

Ya que las mujeres tienen la misma capacidad de acción que los hombres no hay razón para que la participación de la mujer en las noticias sea menor.

4.1.3.-Los comics que publican los periódicos son mayormente de origen extranjero especialmente de EEUU

Según el estudio, el 94,8% de los comics son de origen extranjero, siendo el 69% de procedencia estadounidense y el 5,1% de origen nacional. Lo que sugiere las siguientes preguntas: ¿El Ecuador no produce comics?, ¿Por que los periódicos prefieren publicar los comics extranjeros? y ¿Por qué son mayormente estadounidenses?

Según un artículo publicado por “Edufuturo”, Programa de educación de la prefectura de Pichincha, el comic nacional ha sido considerado un arte menor y no oficial:

La gran dificultad que tiene que afrontar la historieta nacional se debe a la poca visión de los medios que no perciben en las obras de arte secuencial una fuente de nuevas opciones de comunicación a diversos niveles. Teniendo este marco referencial para la producción y supervivencia del comic, se esperaría que la producción sea escasa y vaga, mas estos últimos años se ha incrementado de gran manera, existiendo grupos que han trabajado fuertemente por exhibir sus obras, siempre con poco éxito. (Edufuturo, 2006: <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1318>)¹⁵⁹

Lo que evidencia que sí hay producción de comics nacionales, y que los dos periódicos estudiados optan por publicar comics conocidos y famosos, pues esto implica mayor *raiting* de audiencia.

¹⁵⁷ VERDÚ Vicente, *Periódicos machos*, 2006, <http://www.elboomeran.com/blog-post/11/991/vicente-verdu/periodicos-machos/>, consultado en noviembre del 2010

¹⁵⁸ Op. Cit, LOMAS Carlos. p.228.

¹⁵⁹ EDUFUTURO, *La historia del comics en ecuador*, 2006, <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1318>, consultado en noviembre del 2010

Como explicación del por qué la mayoría de comics publicados son estadounidenses, se encontró que el cómic estadounidense constituye una de las tres grandes tradiciones “historietísticas” a nivel global, junto con la franco-belga y la japonesa. Lideró, además, la producción mundial durante toda la primera mitad del siglo XX, siendo la primera en generar una verdadera industria. “A principios de la década del 2000, la producción estadounidense se ubicaba en primer lugar, con casi 40% del mercado, el cómic europeo con un 13% de las publicaciones totales y el material japonés con un 18%”¹⁶⁰. Esta puede ser la razón de que de los comics revisados (el 69%) sea de procedencia estadounidense.

El hecho de que los comics publicados en los dos periódicos revisados sean de origen extranjero puede implicar que los mensajes de estos también son de origen extranjero es decir: “mensajes importados”. Sin embargo hay que tomar en cuenta que como explica Rodríguez acerca de los comics: “Por su calidad de medio de comunicación de masas, los comics han influido sobre las colectividades en que incidían, a la vez que son influidos por las relaciones y acontecimientos de estas colectividades.”¹⁶¹ Lo que indica que estos comics extranjeros son influenciados por las relaciones sociales de los países donde son creados, pero que también influyen sobre las sociedades de los países donde son publicados. Es decir son extraídos del extranjero pero se reproducen en las relaciones sociales nacionales. Las relaciones sociales nacionales adoptan los valores sociales de relaciones extranjeras y se imitan en el ámbito nacional. Lo que implica que las relaciones, valoraciones y estereotipos de género extranjeros son adoptados y posiblemente puestos en práctica en el país, siendo los comics uno de los conductores de esas relaciones.

La publicación de comics nacionales, implicaría que las interrelaciones sociales que se presenten en estos sean contextualizadas en nuestra realidad económica, étnica, cultural, y de género; permitiría un reflejo de la sociedad ecuatoriana y sus múltiples relaciones de género.

Tomando en cuenta que los comics son conductores de relaciones sociales extranjeras y que se reproducen a nivel nacional, tendría que haber una mayor conciencia de la importancia de la elección de comic con conciencia y crítica social.

4.1.4.-Los estereotipos de género no solo se evidencian en los comics en donde los personajes son hombre y mujer

De los comics analizados la relación más usual entre los personajes fue: *amigos/as, amo/a-mascota, pareja, familia*. En muchos comics en donde la relación de los personajes era de amigos, por ejemplo el comic *Beto el recluta*, los personajes resultaban ser del mismo sexo, sin que esto impida encontrar valoraciones de género. Lo que demuestra que no es un requisito la presencia de hombre y mujer (sexos diferentes) para encontrar estereotipos y diferencias de género.

¹⁶⁰ VERGUEIRO, Waldomiro, *Historieta brasileña actual y sus perspectivas*, en Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta, vol. 2, nº 5. 2002. p, 22.

¹⁶¹Op. Cit, GUBERN Roman, p.83.

Joan Scott manifiesta que “el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen a los sexos”¹⁶². Estas relaciones sociales implican la relación no solo entre hombre y mujeres, sino también entre mujer- mujer y hombre- hombre, Gltb (Gays, lesbianas, bisexuales, travestis). Por su parte, Judith Butler afirma: “... *no hay razón para asumir que los géneros deberían ser dos*”, *explica que la idea de dos géneros (hombre- mujer) hace pensar en que el género refleja el sexo y esta restringido por el*”¹⁶³ En consecuencia los géneros son más que dos y las reproducciones de estereotipos de género se dan indistintamente si los personajes son de diferente sexo o no. Un ejemplo es el comic *Ana y Milena* en donde a pesar de haber una relación entre personajes del mismo sexo las valoraciones de género se hacen presentes a menudo.

Este hallazgo resulta importante porque permitió una mirada diferente de análisis al considerar la correlación entre personajes del mismo sexo con un espacio de reproducción muy común de mensajes patriarcales en los comics estudiados.

4.1.5.-Existe un mayor número de personajes masculinos en los comics revisados

La mayor parte de comics revisados muestran más personajes masculinos; la ausencia de personajes femeninos es de 53,8% mientras que la ausencia de personajes masculinos representa solamente el 6,5 %. Esto obedece a que muchos comics se recrean en espacios como: el ejército, la guerra, el trabajo o los negocios, la calle taberna, país lejano, oficina, el bosque, que se entienden como espacios de dominación exclusivamente masculina pues pertenecen a la esfera pública por lo que la mayor parte de personajes son masculinos.

Es así como en los comics: *Beto el recluta, Olafo, Justo y Franco, Diógenes y el Vagabundo, Pc-Pixel* y otros, la mujer cumple roles específicos impuestos tradicionalmente a su género. En el caso del comic *Beto el Recluta*, la mujer participa en el ejército solo como secretaria; en el comic *Olafo* la mujer no participa en las batallas, actividad preferida de su protagonista, sino que es ama de casa; en *Justo y Franco* la ausencia de la mujer en los negocios, espacio que conquistan los protagonistas es alta; lo mismo ocurre en *Pc-Pixel*.

José Luís Rodríguez manifiesta que en sus inicios, “los cómics comienzan siendo un truco de los periódicos para conseguir mayores ventas. Y como a principios de siglo son los hombres los que compran la prensa, es a ellos a quienes van dirigidos los cómics”.¹⁶⁴ Estos comics recreaban aventuras protagonizadas esencialmente por personajes masculinos. Una razón para que en los comics revisados haya un mayor número de personajes masculinos es que la mayoría de los comics publicados en los periódicos analizados son de los mediados del siglo XX no muy lejos de la primera aparición de los comics a finales del siglo XIX.

¹⁶² Op. Cit. SCOTT, Joan, p.64.

¹⁶³ Op. Cit, BUTTLER, Judith, p.16.

¹⁶⁴ Op. Cit, RODRIGUEZ, José Luís, p.10.

Un argumento más convincente que soporta los resultados obtenidos es el que enuncia Joan Kelly, explica que a lo largo de la historia, las mujeres han estado excluidas de las guerras, la riqueza, las leyes, los gobiernos, el arte, la ciencia; y las pocas mujeres que aparecen en la historia aparecen como excepciones a la regla (las que tenían una inteligencia parecida a la de los hombres). Esta se llama la historia “compensatoria”.¹⁶⁵ La mujer ha estado casi siempre (hasta hoy) excluida de la historia, y ya que los comics son en gran medida el reflejo de las concepciones del orden social la mujer tiene poca participación en ellos.

En los comics revisados, se ve claramente la separación de esferas público-privado, pues en los comics que se desarrollan en la casa no falta la figura femenina como protagonista. En este sentido la mayor participación de personajes masculinos en el comic obedece al patrón de división sexual del trabajo, en donde la mujer está presente en la esfera doméstica, y cuando está presente en la esfera pública lo hace solo en actividades públicas y oficios entendidos como femeninos: como el secretariado, la docencia a niveles primarios, etc. Lo que es sin duda una reproducción de estereotipos de género.

La inclusión de personajes femeninos que participen en actividades entendidas como “masculinas”, aparte de hacer justicia a la realidad, aportaría a la erradicación de la idea de que la mujer no participa en determinadas actividades, y borraría las concepciones sobre la separación de oficios en masculinos y femeninos.

4.1.6.-El grupo étnico predominante en los comics es blanco y el grupo social económico predominante es medio

El grupo étnico “blanco” predomina en los comics analizados con una 53,0%, el grupo “mestizo” representa el 21,1% y el negro el 0,1%.

Probablemente el predominio étnico blanco encontrado en los comics se debe a que la gran mayoría de estos (los comics) son de origen norteamericano.

Sin embargo investigaciones sobre los medios de comunicación de masa, evidencian que estos suelen mostrar más personajes blancos que de otras etnias raciales. Según una investigación sobre los medios visuales, los “actores en más de un 98% eran de tez blanca”. Lo que concuerda con los resultados obtenidos del estudio de los comics.

Es importante pensar en el mensaje que se hace llegar a los lectores; al leer los comics que incluyen valoraciones de género y que incluyen personajes de grupos étnicos blancos, el mensaje puede ser: “este (las formas relaciones sociales y de género, las situaciones económica, culturales, etc. que están presentes en los comics) es el comportamiento de la gente blanca”. Ya que en Latinoamérica, abunda de manera semioculta la idea de que lo blanco es a lo que se debe aspirar, o como lo

¹⁶⁵KELLY Joan, *La relación social entre los sexos: implicancias metodológicas de la historia de las mujeres*. En Navarro Mariza y Catherine Simpson (comps.) Sexualidad, género y roles sexuales Editorial FCE, Argentina, 1999. p35.

menciona Andrew Canessa: “La blancura se presenta para hombre y mujer como un objeto de deseo”; ¹⁶⁶ los mensajes de los comics pueden entrar en esa “economía de deseo”.

Jun Ishibashi explica en su texto que: “El “blanco” suele ser el símbolo de lo bello, lo rico, lo puro y lo sofisticado, mientras que el “negro” suele ser símbolo de lo feo, lo pobre, lo impuro, lo no-sofisticado.”¹⁶⁷ Bajo esta perspectiva los personajes blancos legitiman el mensaje que presenta el comic y puede ser tomado como modelo a seguir.

Por otra parte, el grupo socio-económico de los comics revisados es mayoritariamente medio (92,9%). A esto se agrega, que los consumidores de los periódicos son predominantemente de clase media, como lo demuestra un estudio sobre la demanda de periódicos impresos y online: “En el análisis del perfil de la audiencia de los medios analizados, se puede apreciar en primer lugar que el porcentaje más elevado de lectores pertenece a la clase media, con valores del 43,96% en el caso de los periódicos en papel, y del 40,48% en los online”¹⁶⁸. En consecuencia es probable que los lectores se identifiquen con los personajes del comic y por ende con sus formas de vida.

La presencia de personajes de diversidad étnica y socio-económica permitiría un reflejo más verídico de la realidad y la problematización de aspectos sociales que deben ser cuestionados, convirtiéndose los comics en una forma de discusión y análisis.

4.1.7.-La relación de poder entre los personajes de los comics evidencia que el hombre mantiene una relación de dominación sobre la mujer con más frecuencia que la mujer sobre el hombre

De los comics analizados la mujer ejerce una relación de poder de dominación sobre el hombre de 19,3%, mientras que el hombre participa en una relación de dominación sobre la mujer de 33,6%. Esto se evidencia sobre todo en las relaciones de pareja, las excepciones (en donde la mujer es dominante sobre el hombre) son casi siempre en las relaciones madre hijo. La relación de poder entre personajes de los mismos sexos es usualmente de igualdad: mujer- mujer 98,9%, hombre-hombre 91,9%.

Foucault plantea con su “microfísica del poder” que las relaciones de poder permean a todas las organizaciones. De la misma forma, la teoría de género establece que las

¹⁶⁶ Op. Cit. CANESSA Andrew, p. 73.

¹⁶⁷ ISHIBASHI Jun, “Hacia una apertura del debate sobre el racismo en Venezuela: exclusión e inclusión estereotipada de personas ‘negras’ en los medios de comunicación”. En: Daniel Mato (coord.): *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. Caracas: FACES - UCV, 2003, p. 36.

¹⁶⁸ LARRAÑAGA Julio, *La demanda de los periódicos impresos y online un análisis económico*, 2006, <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos18/02larranaga.pdf>, consultado en noviembre del 2010

relaciones de poder se presentan en todos los ámbitos de la sociedad; las ubica tanto en la vida pública como en la privada.

En términos genéricos, el poder es una relación de imposición de voluntad del dominante sobre el dominado y es también influencia mutua. Entre quienes participan en una relación se pueden dar relaciones de poder de diferentes tipos: de igualdad, de dominación y de subordinación, sin embargo estas categorías no son siempre fijas y todos los participantes tienen poder en mayor o menor grado.

Si se concibe que los que participan nunca carecen totalmente de poder, el trabajar con conceptos totalizadores como dominación/subordinación puede ser reductivista, pues las formas de mediación social son más abstractas. Sin embargo los estudios de género han utilizado estas categorías (tomando en cuenta que la dicotomía dominio-sujeción aplicada a la masculinidad y la feminidad no ofrece un molde para todos los casos¹⁶⁹) con el objetivo de identificar los grados de poder que generalmente maneja cada uno de los géneros.

Los resultados del análisis de los comics, concuerdan con los estudios de género que consideran que la mujer se encuentra en la sociedad en una situación de subordinación frente al hombre debido a diferentes razones. Según Nancy Fraser, estas razones pueden ser la socioeconómica, y la cultural o simbólica simultáneamente.¹⁷⁰

Algunos comics en donde se ve claramente la relación de dominación del hombre sobre la mujer bajo estos parámetros son *Olafo*, *Los Melaza*, *Popeye*, *Garfield*, *Mafalda*, *Ana y Milena* etc.

En *Olafo*, el protagonista tiene la capacidad de decidir sobre su tiempo, a diferencia de su esposa que es ama de casa a tiempo completo, Olafo usualmente ordena a su esposa qué hacer.



Olafo, comic publicado el 23-08-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

El mismo comic brinda otro ejemplo. Aquí Olafo brinda seguridad a la familia y esto es percibido por él mismo (Olafo) como un signo de poder.

¹⁶⁹ Cfr. Op. Cit FRASER, Nancy. p. 308.

¹⁷⁰ Cfr. FRASER, Nancy, *De la redistribución al reconocimiento*, Editorial Universidad de los Andes, Bogotá- Colombia, 1997.



Olafo, comic publicado el 1-02-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En *Los Melaza*, el esposo ejerce dominación en el ámbito económico, pues él es quién maneja el dinero y pide explicaciones a su esposa acerca de la administración del mismo.



Los Melaza, comic publicado el 16-04-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

Popeye muestra dominación por la capacidad de resolver problemas, frente a la imposibilidad hacerlo por parte de Oliva quién se mete en problemas por desobedecer a Popeye.



Popeye, comic publicado el 9-07-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En *Garfield*, la presencia masculina se entiende como sinónimo del bienestar del hogar, este estereotipo es reproducido por el personaje femenino.



Garfield, comic publicado el 10-09-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En *Pepita*, el esposo ejerce control sobre ella, cuando asume que puede saber sobre sus relaciones sociales.



Pepita, comic publicado el 12-03-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En *Mafalda*, el padre es el único proveedor económico.



Mafalda, comic publicado el 15-11-09, en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En *Ana y Milena*, el poder de decisión lo tiene el hombre.



Ana y Milena, comic publicado el 4-12-09, en el *Diario El Comercio de Quito*

En los comics anteriores se ve que el poder masculino puede estar ejercido de diferentes maneras; por medio de la economía, por medio del poder de decisión, por medio del control del tiempo propio y el la otra persona, por medio de la seguridad que supuestamente da la presencia masculina a la mujer y la familia, etc.

El análisis de género, permite visualizar dentro de un sistema que las relaciones entre el género femenino y masculino son relaciones de poder, donde lo masculino domina lo femenino. Sin embargo, el desarrollo de la teoría de género ha despertado una discusión sobre la universalización de la subordinación. Algunas de las teóricas que presentan una crítica al respecto son Bell Hooks y Chandra Mohanty quienes cuestionan sobre la existencia de una subordinación universal y fija, sin embargo la teoría de género no duda ni cuestiona la existencia de la subordinación femenina. Lo que proponen las autoras mencionadas es que: no todas las mujeres están subordinadas de la misma manera.

En este sentido, basándose en los estudios de género, el resultado que arrojan los comics revisados se relacionan con la realidad y sugieren que los comics pueden ser un reflejo o estas "influenciados" por la sociedad.

Si el tema de la subordinación de la mujer en las relaciones de poder es abordado a partir de una crítica social, esto podría aportar para al erradicación de las formas de violencia de género, pero si por el contrario los comics naturalizan este problema (de la mujer como subordinada en las relaciones de poder entre los géneros) y lo conciben como una característica femenina se vuelve extremadamente perjudicial, pues, como ya se ha explicado, los comics también pueden, "des-educar" o crear estereotipos sobre todo a los lectores frecuentes como los consumidores de periódicos.

4.1.8.-Los mensajes los más frecuentes en los comics son:

4.1.8.1.-La madre cuida a los hijos y es ama de casa:

De los 590 comics revisados en los dos periódicos, 50 transmiten este mensaje de forma evidente. El mensaje, se ve reflejado en comics como: *Baby Blues*, "*Calvin y Hobbes*", "*Jeremías*", "*Mafalda*", "*Matías*", "*Olafo*", "*Los Melaza*", entre otros.

En estos, la mujer esta siempre presente en la esfera doméstica la mayor parte del tiempo, y se la grafica realizando las tareas del hogar. El comic que sigue muestra lo anterior.



“Olafo”, comic publicado el 25-01-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*.

Los personajes femeninos que tienen hijos como: Wanda en “*Baby Blues*”, Connie la madre de “*Jeremías*”, Mariana en “*Matías*”, entre otros, se reparten las tareas del hogar y los cuidados que demandan sus hijos/as.

Un ejemplo de comic que contenga el mensaje aquí analizado es el comic “*Mafalda*”



“*Mafalda*”, comic publicado 2-11 del 2009 en el *Diario El Universo de Guayaquil*.

En muchos comics la cercanía de la madre con el hijo/a se hace evidente, un ejemplo es el comic “*Jeremías*” que sugiere que la madre está junto a su hijo durante su crecimiento, y que las escenas se desarrollan en el hogar:



“*Jeremías*” publicado el 1-10-09 en el *Diario El Comercio de Quito*

La presencia de la mujer en la esfera privada del hogar se muestra sobre todo cuando el personaje femenino está casado. Se ha notado que en el caso de personajes

femeninos que no tienen vida conyugal, tampoco tienen movilidad limitada y están presentes también en lugares públicos como el trabajo, la calle etc. Ejemplos de estos son: Sus dos protagonistas en “*Ana y Milena*”, Oliva en “*Popeye*” algunas veces Minnie en “*Ratón Miguelito*”.

La gran cantidad de comics que presentan este mensaje, denota que la idea de que la mujer casada es ama de casa y divide su tiempo entre los trabajos domésticos y el cuidado de los hijos, es natural. La presentación de la mujer en estos roles crean la idea de que estas son sus funciones sociales legítimas.

Sobre el cuidado de los hijos asumido por la mujer, Chodorow expone en su texto que las teorías tradicionales asumen que la maternidad es naturalmente de las mujeres. Esta teorías son llamadas por Chodorow “Bioevolutionary arguments”, puesto que se basan en el aspecto biológico. Estas “Bioevolutionay arguments”, afirman que las diferencias entre hombre y mujer en el trabajo son un resultado de diferencias biológicas y el instinto natural. Sin embargo para Chodorow las “Bioevolutionay arguments” no dan argumentos convincentes a cerca del por que la mujer debe ser quien cuida a los niños. Esta autora concluye que la idea de que la mujer es exclusivamente madre, es producto de un interpretación cultural de la capacidad de dar a luz y dar de lactar, pues esta comprobado que pueden haber otros participantes en el cuidado de los niños.

Sarah Radcliffe y Sallie Westwood relacionan la construcción de la nación con la idea de la maternidad, explican que los discursos sobre las nacionalidad han pretendido unir al hombre y la mujer con la nación a través de discurso de género; por medio de la naturalización de conductas nacionalmente beneficiosas en donde la mujer cumple el papel de “madre de futuros patriotas”¹⁷¹, asociándola con el futuro de la nación pero limitándola al espacio privado. Francesa Denegri por su parte manifiesta que en la construcción de la nación la mujer es entendida como “guardián de la vida privada”, “en quienes el sujeto masculino podía tener la seguridad de encontrar un respiro de los avatares de las luchas políticas”¹⁷². La madre que cuida a los hijos y es ama de casa, se establece como la figura de la “mujer ideal”.

La crítica feminista sostiene que la oposición entre lo privado y lo domésticos se rige por categorías naturales de los sexos.¹⁷³ Por ende, la mayor parte de los trabajo femeninos esta restringidos a la familia y el hogar. De esta forma, el trabajo de la mujer es súper-explotado en la sociedad capitalista. Galey Rubin expone que para producir la plusvalía y mantener el capitalismo es necesario restaurar la energía que el obrero consume; por medio de alimento, ropa, vivienda, etc.; materiales que

¹⁷¹RADCLIFFE, Sarah, WEDTWOOD, Sallie , *Género e identidades nacionales* , En rehaciendo la nación Editorial Abya-Yala Quito-Ecuador, 1999. p. 234.

¹⁷²DENEGRI, Francesca, *La familia vista desde los márgenes. La cominudad imaginada por el discurso modernizador de la élite intelectual*, Editorial Flora Tristán Lima-Perú, 1996 p. 98.

¹⁷³Cfr. Op. Cit. PATERMAN, Carol, p. 42.

necesitan de un trabajo adicional para ser consumidos: un trabajo doméstico, ¹⁷⁴que es realizado por la mujer. La necesidad de este trabajo doméstico, mantendrían, para Rubin, a la mujer en la esfera privada.

4.1.8.2.-La ausencia de la mujer en batalla o en el ejército:

Veinte y cuatro comics contienen el mensaje que afirma la inexistencia de participación femenina en actividades bélicas y de combate como la batalla y el ejército. Los comics que presentan este mensaje con frecuencia son: “*Olafo*”, “*Beto el recluta*” y “*Popeye*”. En estos comics sus protagonistas son activos en los espacios de enfrentamiento y lucha, a diferencia de los personajes femeninos que están usualmente alejadas de esta esfera y presentes en espacios y oficios históricamente asignados a su género. En el caso de “*Olafo*”, quién vive en batalla, su esposa (Helga) se queda en la casa esperando su regreso. Los comics siguientes muestran esta idea:



“Olafo”, comic publicado 17-03-09 en el Diario el Universo de Guayaquil



“Olafo”, comic publicado el 10-09-09 en el Diario el Universo de Guayaquil

La ausencia de la mujer en el ejército se presenta usualmente en “*Beto el recluta*”. Aquí las mujeres participan en el ejército como secretarias y no como personal de combate.

¹⁷⁴ Cfr. Op. Cit RUBIN Galey. p.42-45.



“Beto el recluta” comic publicado el 27-01-09 en el *Diario el Universo de Guayaquil*

Se ha identificado que en los comics en donde la mujer no participa en la batalla o en el ejército, los personajes femeninos cumplen papeles supuestamente “tradicionales” (como amas de casa, secretarias o novias eternas).

La ausencia de la mujer en las actividades de combate apoyan la idea de que las mujeres no participan en batalla, esta afirmación es equivocada, pues a pesar de que el inicio de la participación de la mujer en las fuerzas armadas no es exacto, el Cuerpo de Enfermeras del ejército se formó en 1881 en el Reino Unido, en 1885 en Canadá y en 1901 en Estados Unidos (lugar en donde se crearon la mayor parte de comics aquí analizados). Lo que evidencia que al momento de crearse estos comics las mujeres ya participaban en el ejército. Por lo tanto, este mensaje no concuerda con la realidad contextual del momento en el cual se crearon los comics, ni con la realidad contemporánea.

La ausencia de la mujer en el combate puede obedecer a distintas construcciones conceptuales alrededor del género y sus roles. La separación entre vida doméstica de la mujer y pública del hombre incluye al ejército como una entidad pública; es decir exclusivamente masculina. Aparentemente la idea que defiende este comic es que las actividades que se realizan en el ejército no son compatibles con las características que se han impuesto a la categoría mujer (delicadeza, fragilidad, la necesidad de protección, ingenuidad, sensibilidad, debilidad física, etc.). Puesto que estas categorías están opuestas al trabajo físico que demandan las actividades dentro del ejército, resulta la premisa: la mujer no participa en el ejército ni en batalla.

4.1.8.3.-El hombre tiene más movilidad que la mujer, es inteligente:

Se identificaron 19 comics con este mensaje. La movilidad se evidencia en la capacidad del personaje de transitar en el ámbito privado y público, la posibilidad de decidir sobre su propia movilidad y estar la mayor parte del tiempo fuera de la casa. Esta mayor movilidad del hombre, se relaciona con la idea, anteriormente analizada, de que la mujer es ama de casa y cuida a sus hijos, pues esto implica que los personajes femeninos transiten a nivel del hogar la mayor parte del tiempo mientras que los personajes masculinos lo hagan a nivel externo. Muchos comic que presentan la idea arriba descrita de que la mujer es ama de casa, apoyan también la idea de que el hombre tiene más movilidad que la mujer. Sin embargo unos comics presentan la idea de forma más evidente que otros.

Una gran cantidad de personajes femeninos son presentadas en el espacio de la casa, mientras sus novios, parejas u otros personajes masculinos están en: el trabajo, en el bar, en otro país, en el ejército, en la calle:

Mientras *Olafo* está visitando un bar se asume que su esposa Helga está en la casa pues en los comics revisados de este personaje Helga nunca ocupa otro lugar que no sea la casa, la entrada de su casa y la costa en donde suele esperar la llegada de su esposo.



“Olafo”, comic publicado el 4-05-09, en el Diario el Universo de Guayaquil

Olafo decide irse a Inglaterra mientras su esposa se queda trabajando en casa.



“Olafo”, comic publicado el 14-12-09, en el Diario el Universo de Guayaquil

Con respecto a la mayor inteligencia como característica de los personajes masculinos, esta se evidencia principalmente en tres formas:

- 1.- En comparación con la inteligencia de la mujer. De lo que se ha revisado muchas veces el personaje femenino es ridiculizado, y en contraposición la inteligencia del personaje masculino es resaltada.
- 2.- Otras ocasiones los comics muestran a un hombre que ocupa su tiempo en educarse o informarse, mientras la mujer habla de cosas que pueden ser entendidas como más banales.
- 3.- En casos en donde el mensaje es más claro se muestra al hombre como naturalmente inteligente. Se recurre a ese tema en conversaciones, se demuestra esta idea asimilada por parte de integrantes de la familia, o se la expresa.

Ejemplo del primer caso son: “Condorito”, y “Ratón Miguelito”. En contraste con la mujer el hombre se muestra como inteligente.



“Condorito” comic publicado el 32-08-09 en el Diario El Universo de Guayaquil



“Ratón Miguelito” comic publicado el 17-07-09 en el Diario El Universo de Guayaquil



“Condorito” comic publicado el 3-03-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En el segundo caso los personajes masculinos aparecen leyendo, lo que sugiere que tienen interés en instruirse o informarse. Ejemplos son: “Olafo” y “Ratón Miguelito”.



“Olafo” comic publicado el 6-05-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



“Ratón Miguelito” publicado el 2-11-09 En el *Diario El Universo de Guayaquil*

Ejemplos del tercer caso son: “*Condorito*”, “*Calvin y Hobbes*”, “*Popeye*” en donde los personajes masculinos son tema de conversación por su inteligencia, se lo escoge cuando se requiere de ayuda, o simplemente muestra su inteligencia.



“Condorito” comic publicado el 30-12-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



“Calvin y Hobbes” comic publicado el 10-11-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



“Popeye” comic publicado el 7-07-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

El mostrar al hombre como inteligente por sí mismo no es muy problemático, pero cuando se lo muestra como inteligente en contraposición con la mujer, el tema se vuelve más que problemático equívoco y extremadamente sexista.

4.1.8.4.-Las mujeres que trabajan son secretarias niñeras o profesoras

La cuantificación muestra que son 19 comics los que asumen este discurso. Aparte de la mujer como ama de casa, se ha notado que en los comics la mujer cumple roles entendidos como “femeninos”, que suelen tener relación con la esfera del cuidado. Es así como en “*Calvin*”, “*Condorito*”, “*Beto el Recluta*” y otros comics; las niñeras, profesoras y secretarias son mujeres.



”Calvin” comic publicado el 3-02-09 en el *Diario El Comercio de Quito*



”Condorito”, comic publicado el 16-04-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



”Beto el Recluta”, comic publicado el 30-12-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

En otros comics, la mujer suele ser cajera o recepcionista pero en menor número. Una de las características comunes de estos comics es que la mujer es siempre empleada subordinada, y suelen ser hombres quienes ocupan los cargos profesionales mas altos.

De lo estudiado, la mujer, si no es ama de casa a tiempo completa y se ocupa de otro trabajo, cumple los papeles mencionados. Sin embargo se encontraron dos excepciones a esta regla, son: “*Pepita*” que a parte de ser ama de casa es una micro empresaria, tienen un negocio de banquetes. Otra excepción es Ana en “*Ana y Milena*” que tienen conjuntamente con su amiga una empresa de diseño llamada “Asunto gráfico”, Ana divide su tiempo entre atender a su hijo de 7 años y cumplir

con su trabajo. Sin embargo estos comics, representan una minoría en comparación con el mensaje predominante.

La discriminación a las mujeres en las profesiones, puede producirse en cada etapa del empleo, desde la selección y contratación hasta la formación y la remuneración. Los hombres y las mujeres tienen una tendencia a trabajar en sectores diferentes de la economía y ocupan distintos puestos dentro del mismo grupo profesional. Existe una tendencia a que las mujeres sean empleadas en una serie más reducida de ocupaciones que los hombres y es más probable que trabajen a tiempo parcial o mediante contratos de corta duración por los trabajos domésticos que deben realizar. Deben también afrontar un mayor número de obstáculos para la promoción y el desarrollo de su carrera. Las desigualdades continúan existiendo en términos de salario, jerarquía y promoción. Existe un rol sexual estereotipado en las ciencias, las tecnologías y otras ocupaciones denominadas “masculinas” a las que muy pocas mujeres acceden.

Se evidencia el oficio que hacen estos personajes femeninos como una prolongación del trabajo doméstico.

4.1.8.5.-La mujer tiene particularidades que son comunes a su género

18 comics apoyan esta idea. Se estableció esta categoría como “particularidades que son comunes a su género”, por que se encontró una gran diversidad de características atribuidas a los personajes femeninos. Estas características son de comportamiento en su mayoría. Algunas de ellas son: miedo al ridículo (en “Garfield”), criticonas (en “Ana y Milena”), aspiran a ser modelos (en “Matías”), asquientas y complicadas, les gusta ser alagadas, no les interesan los deportes (en “Rabanitos”), supersticiosas (en “Ratón Miguelito”), aburridas (en “Baby Blues”), les gusta comprar (en “Pepita”) etc. En estos comics, se afirma directamente que las mujeres son portadoras de estas particularidades, o se las presenta para que el lector lo deduzca.

Esta idea sugiere que la mujer es diferente al hombre en sus actitudes, se refleja una posición de alteridad, se la entiende como un “otra” con características específicas y comunes entre su género.



”Matías”, comic publicado el 29-12-09 en el *Diario El Comercio de Quito*.



”Rabanitos”, comic publicado en 21-10-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



”Baby Blues”, comic publicado el 10-06-09 en el *Diario El Comercio de Quito*



”Pepita”, comic publicado el 30-12-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



”Rabanitos”, comic publicado el 2-11-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



”Rabanitos”, comic publicado el 10-11-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



“Popeye”, comic publicado el 09-07-09 en le *Diario El Universo de Guayaquil*



“Calvin”, comic publicado el 9-11-09 en el *Diario El Comercio de Quito*



“Ratón Miguelito”, comic publicado el 28-10-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

Mostrar a la mujer con formas particulares de comportamiento implica una generalización que niega las singularidades que cada ser humano puede tener asumiendo que las diferencias tienen que caber en una dicotomía de género.

4.1.8.6.-La mujer es sentimental se preocupa por casarse y por su aspecto físico

17 comics que muestran esta idea. La mujer con una personalidad romántica y sensible, la unión con un hombre es un tema alrededor del cual construye esperanzas sobre todo las niñas. La preocupación por el aspecto físico se da por parte de mujeres jóvenes y adultas.

Es sentimental:



“Charly Huesos”, comic publicado el 21-06-09 en el *Diario El Comercio de Quito*



“Popeye”, comic publicado el 7-07-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

Se preocupa por casarse:



“Olafo”, comic publicado el 6-05-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



Popeye”, comic publicado el 5-02-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

Se preocupa por su aspecto físico:



“Charly Huesos”, comic publicado el 21-06-09 en el *Diario El Comercio de Quito*



“Olafo”, comic publicado el 29-01-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*



“Ratón Miguelito”, comic publicado el 2-11-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

4.1.8.7.-Excepciones a varias reglas

Es importante mencionar que se han encontrado 18 de los 590 comics revisados que representan excepciones a los mensajes predominaste anteriormente descritos y a otros estereotipos de género identificados.

La idea predominante de la madre cuida a los hijos y es ama de casa se rompe en Popeye, en donde es el propio Popeye quién cuida de su hijo adoptivo “cocoliso”. El hecho de que Popeye cuide a su propio hijo y no le encargue a Oliva como se pensaría “natural” rompe con uno de los estereotipos más usual en los comics revisados.



“Popeye”, comic publicado el 28-10-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

Dentro de los discursos predominantes se encontró el mensaje: “La inexistencia de la amistad entre hombre y mujer”, sin embargo Ana y Milena desmiente esta idea y presenta a Ana con su amigo Suco, hablando a menudo sobre chicas o chicos. No se percibe en los comics leídos que ellos sientan atracción el uno por el otro, son simplemente amigos y los dos están seguros de eso.



“Ana y Milena”, comic publicado el 28-11-09 en el *Diario El Comercio de Quito*

En *Beto el recluta* se rompe con idea de que el interés por el aspecto físico es “femenino” como lo mostraron 17 comics que sostienen en sus discursos que la mujer se preocupa por su aspecto físico. En el comic que sigue el sargento se preocupa por su figura.



"Beto el Recluta", comic publicado el 9-06-09 en el *Diario El Universo de Quito*

Como ya se mencionó anteriormente "*Pepita*" rompe con la idea de que la mujer no trabaja más que en el cuidado de la casa, pues ella se presenta como un micro empresaria.



"Pepita", comic publicado el 7-07-09 en el *Diario El Universo de Guayaquil*

4.1.9-La mayor parte de los comics presentan discursos de género aunque el "género" no sea la temática principal que dichos cómics muestran

De la cuantificación se encontraron 58 comics con temática principal de "género", estos comics centran su discurso en las relaciones de poder entre los géneros. Sin embargo los comics identificados con esta temática (de género) no son los únicos que contienen valoraciones y estereotipos de género; pues comics que concentran su discurso en otro tema como "Trabajo", "Aventura", "Las madres" etc., también suelen estar cargados de concepciones sobre las diferencias de género.

Según Joan Scott "el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales..." por lo que esta presente en todo espacio en donde se dan interacciones. Lo que concuerda con el resultado aquí expuesto.

Los estereotipos de género están casi siempre presentes en los comics (digo casi siempre por que existen comics en donde no hay valoraciones de género un ejemplo es el comic "Garfield" publicado el 08-06-09 en el *Diario El Universo*, en donde Garfield habla con un reloj), y se hacen evidentes de diferentes formas, tanto en el aspecto gráfico (como la ropa, la postura, la acción, la fisionomía), como en el aspecto dialógico (discurso textual, diálogos), y de forma clara y explícita o sutil y encubierta.

Scott plantea que los conceptos de género estructuran la percepción y la organización real y simbólica de la vida social. Por otra parte un estudio explica que “Los estereotipos de género se reproducen a través de los procesos de la socialización”¹⁷⁵, por lo que siempre están presentes en donde haya interacción humana. En los comics hay interacción entre personajes por lo que “... es un vehículo transmisor de estereotipos masculinos y femeninos”¹⁷⁶ sin importar si su temática principal es el género o no.

4.1.10-Todos los personajes son heterosexuales

No hubo la necesidad de cuantificar la opción sexual de los personajes, pues de la lectura se evidenció que todos los comics muestran a personajes heterosexuales; aún los niños sugieren en sus diálogos que asumen la heterosexualidad. Esto sugiere un ocultamiento de otras opciones sexuales.



“Matías”, comic publicado el 06-07-09 en el *Diario el Comercio de Quito*

Según Judith Butler la heterosexualidad del deseo implica oposiciones entre femenino y masculino, y esta idea involucra que muchas identidades no puedan existir como viables o normales¹⁷⁷. En consecuencia, la heterosexualidad presentada en los comics como la única opción sexual posible, implica necesariamente una forma de discriminación al negar la existencia de otras posibilidades sexuales. La heterosexualidad universal presente en los comics connota la legitimación y auspicio de una opción sexual y la invisibilización de otras.

El ocultamiento obedece a la lógica de la sociedad patriarcal. La heterosexualidad

(...)es un régimen social, político y económico que impone el patriarcado y las prácticas sexuales heterosexuales mediante diversos mecanismos médicos, artísticos, educativos, religiosos, jurídicos, etc. y mediante diversas instituciones que presentan la heterosexualidad como necesaria para el funcionamiento de la sociedad y cómo el único

¹⁷⁵ Sin autor,

<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/440/7/03.%20Cap%C3%ADulo%201.%20La%20educaci%C3%B3n%20y%20los%20estereotipos%20de%20g%C3%A9nero....pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹⁷⁶ Op. Cit. DÍEZ, María Antonia, http://www.amites.org/assets/files/publicaciones/Comic_MAntonina.pdf

¹⁷⁷ Cfr. Op. Cit, BUTLER, Judith, p.4-16.

modelo válido de relación sexo afectiva y de parentesco. (CITLALLI García Orozco, 2010: <http://info!gtbttti.blogspot.com/2010/05/las-mil-caras-de-la-homofobia-y-el.html>)¹⁷⁸

Rich comenta que la ideología del romance heterosexual se comienza a inculcar desde la infancia por medio de cuentos de hadas televisión, juegos, cine, etc.¹⁷⁹, a esto se podría agregar comics

La invisibilización de la homosexualidad y otras formas de opción sexual, se completa al descartar las opciones sexuales como tema centro de los comics, pues en los comics estudiados usualmente no se topan los temas de las opciones sexuales. Se encontró que el tema de la opción sexual se abordó solo dos veces en los 590 comics revisados.

Los comics que se presentan a continuación son la excepción a la invisibilización general; en ellos el tema se presenta como la raíz de una preocupación o una situación para cuestionar.



“Ana y Milena”, comic publicado en *El Diario El Comercio de Quito*



“Matías”, comic publicado en el *Diario El Comercio de Quito*

La inexistencia de personajes que no sean heterosexuales en los comics revisados obedece a que como explica Sara Radcliffe y Sallie Westwood, la heterosexualidad

¹⁷⁸ CITLALLI García Orozco, *Las mil caras de la homofobia y el sexismo*, Editorial UNAM, biblioteca Digital, 2010, <http://info!gtbttti.blogspot.com/2010/05/las-mil-caras-de-la-homofobia-y-el.html>, consultado en noviembre del 2010

¹⁷⁹ Op. Cit. RICH Abdreinne, p180.

es reproducidas por los medios de comunicación como una conducta reproductiva nacionalmente beneficiosa.¹⁸⁰

*

4.2.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS 20 COMICS CON CONTENIDO DE GÉNERO SE IDENTIFICÓ:

4.2.1.-Idea principal

Las ideas principales de los 20 comics analizados muestran diferencias entre: las actividades que desempeñan, las actitudes, el vínculo entre ellos, las responsabilidades, las preocupaciones, la inteligencia, la movilidad, el manejo del poder, etc., entre hombre y mujer. Si se agrupan las ideas principales encontradas en los 20 comics, la mujer sería presentada así: cuando es niña aspiran a casarse, cuando es adulta se encarga del cuidado de la casa y de los hijos, se meten en problemas por desobedecer a su pareja, se preocupan por su figura corporal, es poco inteligente, no participan en el ejercito, participa en actividades denominadas “femeninas” como el secretariado o la docencia, cambia su soberanía por dinero.

Por otra parte, si se agrupan las ideas principales que se refieren al hombre, él sería presentados así: cuando es niño adoptan el comportamiento machista de los hombre adultos, cuando es adulto asume que no debe ayudar en la casa, piensa que la relación entre hombre y mujer solo puede ser de pareja sentimental y no de amigos, considera que leer un cuento a la hora de dormir es su único trabajo doméstico, trabaja y decide sobre su tiempo, para él la autoridad es signo de hombría, tienen libre movilidad, suele ocupar cargos laborales altos, el hombre de edad madura coquetea con las chicas jóvenes.

Estas características agrupadas representan el extracto de las ideas principales de lo 20 comics; sin duda son juicios de valor que hablan de la mujer y del hombre como diferentes les inserta particularidades y valoraciones de género.

4.2.2.-Simbología sexual gráfica

Según la simbología sexual de los personajes femeninos, las mujeres jóvenes que pasan la mayor parte de su tiempo fuera de casa y que usualmente tienen entre 20 a 30 años aproximadamente son: delgadas, altas, esbeltas, con cuerpos curvilíneos, ropa de moda, accesorios (collares, pulseras, arreglos en el cabello) y presentan una apariencia arreglada.

¹⁸⁰Op.Cit. RADCLIFFE Sara , WESTWOOD Sallie. p222.

Por otra parte las mujeres entre 40 a 50 años aprox. siempre son presentadas dentro de la casa (como amas de casa). Su figura corporal suele ser: normal no muy esbeltas o gordas, usan ropa floja o deportiva y no usan accesorios.

La figura de la mujer adulta, ama de casa y de la mujer joven tienen formas fijas de ser presentadas. De los 20 comics revisados se puede concluir que se las muestra como antagónicas; las primeras con un cuerpo menos impactante y no tan arregladas como las segundas, que se dibujan con un cuerpos curvilíneos y esbeltos.

Anne Higonnet, afirma que cuanto más es representada la imagen de la mujer, más problemática se revela esa imagen.¹⁸¹ Puesto que generalmente esta cargada de estereotipos impuestos y generalizaciones, como muestra el análisis de los 20 comics. Según su edad se fijan sus actividades y según estas anteriores su figura corporal, así la mujer joven es entendida como atractiva para el discurso dominante y la mujer adulta no.

4.2.3.-Mensajes Connotados

Los mensajes connotados de los 20 comics analizados muestran ideas muy variadas. El resumen de los mensajes connotados implica una simplificación o reducción de las ideas y por lo tanto una pérdida de la riqueza cualitativa, por lo que se prefiere no resumirlos, pues son particulares de cada comic analizado. Sin embargo se resaltan las ideas más usuales.

La connotación sugiere que:

La mujer. Si es ama de casa, es responsable del cuidado de la casa y del criar a sus hijos, asume las consecuencias que esto (la responsabilidad doméstica) trae, como renuncia a la posibilidad de autorrealización fuera de la familia, escaso descanso, poco control sobre su propio tiempo, dependencia económica por las responsabilidades asumidas etc. Cuando trabaja fuera de su casa, tienen trabajos específicos denominados como “femeninos” en los que generalmente ocupa puestos subordinados. No tiene independencia económica en ninguno de los dos casos.

El hombre. Asume que no debe vincularse con los asuntos domésticos, entiende a la mujer como una pareja sexual o sentimental pero no como su igual o su amiga, decide sobre su propio tiempo, trabajar y tienen la posibilidad de divertirse, tienen poder económico, ocupa puestos altos en los empleos, es prevenido e inteligente.

La repetición de características descritas anteriormente obedece a que estas son iterativas en los comics a nivel de la idea principal (lo evidente), como (más profundamente) en la connotación.

¹⁸¹ Cfr. HIGONNET, Anne, *Mujeres, imagen y representación, Historia de la mujer: El siglo XX*, Editorial Taurus Tomo 5, Madrid-España, 1993. p.368-369.

La división sexual del trabajo, y las valoraciones de género, están todo el tiempo presentes en los comics; en el análisis de los 20 comics la connotación lo evidencia. Según lo connotado en los 20 comics existe una tendencia a reforzar la visión sobre una total diferencia entre los hombres y las mujeres.

4.2.4.-Estereotipos de género

Los estereotipos de género encontrados en los 20 comics reafirman la presencia de ideas reproductoras de la sociedad patriarcal, en donde la mujer y el hombre tienen funciones y obligaciones diferentes, poder inequitativo, intereses y capacidades distintas, e incluso posibilidades de acción distintas.

En seguida se resumen los estereotipos predominantes en los 20 comics:

Los estereotipos masculinos encontrados sostienen que el hombre trabaja fuera de casa, ocupa puestos laborales altos, tienen poder económico. Esta generalmente ausente en el espacio doméstico; no hace trabajo doméstico. Tiene tiempo para divertirse y descansar, tiene la capacidad de moverse libremente. Se interesa en informarse, estudia, lee. Es seguro, razonable, inteligente, prevenido. Aplica su fuerza física para obtener lo que quiere. Se preocupa por calzar en lo que el discurso dice que es viril. Alardea de ser dominante en su relación amorosa.

Los estereotipos que se asignan a los personajes femeninos sugieren que la mujer es ama de casa, no tiene mayor movilidad, tienen responsabilidades domésticas, suele estar al cuidado de sus hijos. No descansa como los otros miembros de la familia. Le gusta comprarse ropa y estar a la moda, se preocupa por su aspecto físico. Reclama abusos de poder pero no es escuchada. Es débil e ingenua. No tiene facilidad económica, creen que el dinero es poder. Si trabaja fuera de casa ocupa puestos laborales subordinados y denominados “femeninos”.

Los estereotipos de género encontrado representan ideas simplificadas, pero están fuertemente asumidas sobre las características de los varones y de las mujeres; estos hablan sobre las características que se consideran apropiadas para hombres y para mujeres y se designan características que componen la feminidad y la masculinidad.

Matteralt explica refiriéndose a los estereotipos que han ido creando los medios de comunicación en torno a la figura de la mujer que “ los medios de comunicación crean definiciones de la femineidad con las que las espectadoras pueden o no identificarse” y que “el género es algo referente a la cultura, es producto de una construcción social” ¹⁸², En este caso, los comics revisados muestran estereotipos que componen una imagen de la mujer y el hombre que no es real pero que se asume como real, de esta forma refuerzan ideas erróneas.

¹⁸² MATTELART, Michelle, Conferencia *Medios y género: memoria de un pensamiento crítico*, 19 de marzo del 2010 en el auditorio de FUNGLODE.

4.2.5.-Direccionalidad

Los comics apoyan en su mayoría las ideas, la simbología sexual, los estereotipos de género anteriormente descritos y presentan una división sexual del trabajo, un mayor poder masculino en las relaciones entre géneros y diferenciación de las personalidades y actitudes entre hombre y mujer.

4.2.6.-Comparación con resultados anteriores

Los resultados del análisis de los 20 comics muestran una similitud con los resultados de las fichas de análisis general aplicadas a los 590 comics.

La relación de dominación mayoritaria del hombre sobre la mujer se evidencia también en los 20 comic analizados. El poder de dominación se muestra en diferentes facetas: poder económico en el comic de *Ana y Milena*, poder de decisión con respecto a su propio tiempo en *Olafo*, poder de resolver problemas en *Popeye*, poder con respecto al puesto laboral en *Beto el Recluta*, poder de movilidad en *Olafo*, entre otros.

Otra similitud con los resultados generales es que los mensajes más frecuentes (ver Tabla 15. p.62.) en los 590 comics aparecen también en los 20 comics.

El mensaje: **La madre cuida a los hijos y es ama de casa** se muestra en 12 de los 20 comics: *Ana y Milena*, *Baby Blues*, *Matías*, *Cavin y Hobbes*, *Ratón Miguelito* y *Olafo* son los mejores ejemplos.

Por otra parte, **La ausencia de la mujer en batalla o ejército** se presenta en *Beto el Recluta* (comics publicados el 28-10-09/21-10-09) y en *Olafo* (comics publicados el 14-12-09/24-09-09).

El hombre tienen más movilidad que la mujer, es inteligente se identificó en *Popeye* (comic publicado el 9-07-09), *Ratón Miguelito* (comic publicado el 14-12-09), y *Olafo* (comic publicado el 14-12-09). **Las mujeres que trabajan son secretarias, niñeras o profesoras** en *Beto el Recluta* (comics publicados el 28-10-09/21-10-09). **La mujer es poco inteligente tiene particularidades que son comunes a su género** en *Popeye* (comic publicado el 9-07-09) *Ratón Miguelito* (comic publicado el 14-12-09) **La mujer es sentimental se preocupa por casarse y por su aspecto físico** en *Olafo* (comic publicado el 6-05-09), *Ratón Miguelito* (comic publicado el 2-11-09).

Los mensajes y estereotipos de género se presentan tanto a nivel gráfico como textual. Lo gráfico (el aspecto físico, la ropa, la kinésica) muchas veces apoya lo dialógico (lo que dicen o piensan los personajes).

Cada una de estas ideas atribuidas a cada sexo tienen explicaciones teóricas que ya se ha sugerido anteriormente en cada comic, por lo que no se volverán a repetir; sin embargo se puede agregar que las valoraciones obedecen, como explica Nancy Fraser a injusticias de instancia económica y cultural simultáneamente, la dimensión

económica sigue un principio básico que es la división sexual del trabajo y la diferenciación cultural se rige por concepciones androcentristas (devaluación de lo femenino).

CONCLUSIONES

Al inicio de esta tesis, se planteó evidenciar: si los comics publicados en los periódicos de mayor circulación del país refuerzan o no las concepciones de la sociedad patriarcal, medir la frecuencia de temas sobre género en los comics publicados y realizar un análisis textual y gráfico de 20 comics. Esto precisó un estudio basado en el modelo “building case” que permitió investigar, analizar y mejorar paulatinamente los instrumentos de estudio.

Con el propósito de responder a los objetivos propuestos se diseñaron tres fichas (ver Anexo #3, 4,5) que se aplicaron a los comics de los dos periódicos de mayor circulación de país (*Diario El Comercio de Quito* y *Diario El Universo de Guayaquil*). La aplicación de las fichas arrojó resultados cuantitativos y cualitativos que se han analizado en el presente trabajo. Enseguida una síntesis de los resultados que obedecen a los objetivos planteados:

La presencia de personajes masculinos en los comics revisados es mayor frente al número de personajes femeninos. Los personajes femeninos frecuentemente cumplen papeles específicos, estereotipados y usualmente relacionados con su género. Generalmente son representadas como: madres (en el caso de *Baby Blues*, *Calvin y Hobbes*, *Jeremías*, *Marfilada*, *Matías*), amas de casa (en *Bey Blues*, *Calvin y hobbies*, *Jeremías*, *Los Melaza*, *Mafalda*, *Matías*, *Olafo*, *Pepita*, *Ratón Miguelito*), secretarias (en *Beto el Recluta*, *Condorito*, *Junto y Franco Los Melaza*, *Pc-Pixel*, *Pepita*, *Ratón Miguelito*), niñeras (en *Calvin y Hobbes*), profesoras (en *Calvin y Hobbes*, *Matías Condorito*, *Marfilada*), novias eternas (como *Olivia en Popeye*, *Minnie en Ratón Miguelito*, *Rayita en Condorito*).

Sin embargo se encontraron algunas excepciones, como *Ana y Milena* y a veces *Pepita*, en estos comics los personajes femeninos son presentados como dueñas de su propia empresa o mini-empresarias. No obstante, según la cuantificación, las formas de representar a la mujer en los comics es mayormente reduccionista; se le limita usualmente a papeles históricamente asignados al sexo femenino y relacionados directa o indirectamente con la esfera doméstica.

La clasificación por mensajes más frecuentes aplicada a los comics. Mostró los 14 mensajes de los cuales los que predominan son: “La madre cuida a los hijos y es ama de casa”, “Ausencia de la mujer en batalla o en ejército”, “El hombre tiene mas movilidad que la mujer, es fuerte e inteligente”, “Las mujeres que trabajan son secretarias, niñeras o profesoras”, “La mujer es poco inteligente tienen particularidades que son comunes a su género”, “La mujer es sentimental se preocupa por casarse y por su aspecto físico”, entre otros. Según el análisis la mayoría de comics transmiten mensajes con estereotipos a cerca de la diferencia sexual. Sin embargo, se encontró que el 3% de comics tienen mensajes que rompen con estereotipos predominantes de género y por lo tanto excepciones a la regla.

Puesto que como sostienen Scott “el género es el campo primario dentro del cual se articula el poder” se ha hecho un estudio de las relaciones de poder entre hombre-mujer, mujer-mujer, hombre-hombre en los personajes de los comics. Los resultados revelan que la mujer ejerce una relación de poder de dominación sobre el hombre mucho menor que la que el hombre ejerce sobre la mujer. Esto se percibe mas usualmente en las relaciones de pareja. La relación de poder entre personajes de los mismos sexos (mujer- mujer, hombre-hombre) es usualmente de igualdad.

El análisis de los 20 comics mostró que los estereotipos de géneros se presentan tanto a nivel gráfico como a nivel textual. A nivel gráfico: la figura corporal, la ropa, es diferente en la mujer joven y la mujer adulta ama de casa. Por otra parte la kinésica es muy diferente entre los personajes femeninos y masculinos. El aspecto dialógico y textual concuerda con los 14 mensajes mas frecuentes evidenciados.

De esto anterior, se concluye que los comics publicados en los periódicos estudiados muestran mensajes cargados con estereotipos de género predominantes. Muchas veces se presenta a la mujer como perteneciente a la esfera doméstica y del cuidado, con campos de acción limitados y con comportamientos específicos, mientras que se muestra al hombre con más movilidad, con una relación de poder dominante sobre la mujer, y perteneciente a la esfera privada y pública. Esto evidencia que los comics publicados en los periódicos de mayor circulación del país si refuerzan algunas de las concepciones básicas de la sociedad patriarcal, lo que da respuesta al primer objetivo planteado.

*

Para cumplir con el segundo objetivo, medir la frecuencia de temas de género en los comics publicados, se cuantificó las temáticas principales y secundarias de los 590 comics. La medición de la temática principal evidenció 58 comics con temática principal de “Género”. Se entiende que la categoría “Género” representan aquellos comics que resaltan aspectos sobre las relaciones de poder entre hombre y mujer, mujer - mujer, hombre- hombre, GLBT de manera explícita o en los diálogos.

Se evidenció que muchos de los comics que no tienen como temática principal “Género”, también presentan sub-temas en donde hay valoraciones de género como: “La mujer” y “El hombre” “El dinero”, “Las madres”, “La pareja” y “El trabajo”. Lo que sugiere que casi todos los comics muestran mensajes sobre las diferencias que distinguen a los sexos aún que la temática principal no sea el género.

El género como tema está presente solo en 58 comic, no es frecuente. Sin embargo, el género como componente de las relaciones sociales esta presente en la mayoría de comics estudiados.

*

El análisis textual y grafico de 20 comics precisó de la aplicación de fichas de análisis (ver Anexo#5) que constan de un razonamiento a nivel de discurso, del texto

e icónico. El estudio evidenció que los estereotipos de género en los comics son apoyados textual y gráficamente.

A nivel gráfico las mujeres son representadas dependiendo de la edad y esfera que ocupen: las mujeres jóvenes (20 a 30 años aproximadamente) son delgadas, altas, esbeltas, con cuerpos curvilíneos, ropa de moda; mientras que las mujeres que son mostradas como amas de casa (de 40 a 50 años aprox.), tienen figuras corporales no muy esbeltas, a veces gordas y no tan arregladas como la primeras. De esto se concluye que la figura de la mujer adulta, ama de casa y la figura de la mujer joven tienen formas contrarias de ser presentadas: las unas atractivas para el discurso predominante y la otras no. La kinésica femenina en los personajes contrasta con la kinésica masculina.

Lo textual y dialógico permitió extraer frases perla que funcionan como bases para el análisis en cada caso.

Los discursos que muestran los comics tienen mucha riqueza cualitativa, la forma de presentar al hombre y la mujer es variada pero predominan los siguientes aspectos: En el caso del hombre, su espacio principal es la calle, tienen poder económico y movilidad. En el caso de la mujer, su espacio es la casa tienen responsabilidades domésticas y es dependiente económicamente y en sus relaciones de poder. Los 20 comics apoyan la idea de que hombre y mujer tienen particularidades que distinguen a su género, o características que les diferencian del otro género. La valoración de cada género es inequitativa.

La variable e indicadores textuales y gráficos que se identificaron en los comics revisados fueron: invisibilización de la mujer, fijación de estereotipos físicos en la mujer, fijación de estereotipos de conducta en la mujer, diferencias en el papel atribuido a la mujer frente a la del varón, el hombre entendido como administrador de los recursos económicos, administración de castigos y gratificaciones mayormente en manos del hombre. Cada uno con sus indicadores.

De esta forma se ha dado respuesta a los objetivos planteados en presente tesis. Cuya síntesis evidencia que: los comics publicados en los periódicos de mayor circulación del país si refuerzan concepciones de la sociedad patriarcal. Aún que la frecuencia de temas sobre género en los comics publicado en los periódicos revisados es baja, la mayor parte de comics muestran mensajes de género.

Según Scolari al hablar de cómics hemos de tener presente que nos referimos a un producto destinado a las masas, lo que contribuirá a la consolidación de una narrativa estereotipada, con personajes fijos y tramas muy predecibles.¹⁸³ Los comics contienen estereotipos porque la masa lectora de comics espera o demanda verse reflejada en ellos. Sin embargo el comic no representa solo un espejo de la sociedad

¹⁸³ SCOLARI, Carlos Alberto, *Historietas para sobrevivientes. comic y cultura de masas en los años 80, España*, 2005, p23.

sino que también influyen sobre ella: como explica Roman Gubern “...los comics han influido sobre las colectividades en que incidían, a la vez que son influidos por las relaciones y acontecimientos de estas colectividades.”¹⁸⁴

Por lo que la presencia de estereotipos en los comics implica un círculo vicioso en donde se refleja los estereotipos de género que están presentes en la sociedad, y ese reflejo rebota de nuevo en la sociedad (influye en ella) permitiendo que se reproduzcan los estereotipos una y otra vez.

Según Chomsky “en las sociedades democráticas, los media adoctrinan; sus objetivos son, divertir al público, separar a unos de otros, inculcar los valores hegemónicos de la sociedad, la codicia, el lujo personal, la diferencia hacia los otros, la separación y distancia entre hombres y mujeres, reforzando sus roles en una sociedad dualista”¹⁸⁵. Según el presente estudio algunos comics suelen obedecer a esta lógica.

Los medios de comunicación juegan un papel de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, porque muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se pueden convertir en modelos de referencia para la sociedad. Inevitablemente acaban creando una “realidad” que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión. Por esto, los medios juegan un papel fundamental a la hora de transmitir una imagen femenina no estereotipada, y de ser motores de cambio hacia una sociedad sin discriminación de género.

“El humor raramente ha sido un tema que los antropólogos hayan considerado seriamente, pero en años recientes académicos como Donna Gldstein (2003) y Diane Nelso (1999) han comenzado a explorar el humor como tema apropiado para el análisis académico”¹⁸⁶. Como se ha visto, en los comics el humor puede ser una forma de reforzar sistemas de organización social por medio de la reproducción de estereotipos.

Los estereotipos son virus culturales muy persistentes que condicionan, inconscientemente, el comportamiento de las personas, pero con el solo hecho de evidenciarlo podríamos desactivar buena parte de los efectos perversos que tienen. Por esto, la presente tesis pretende ser una forma de visibilizar fuentes de estereotipos que estas invisibilizadas y que estancan el desarrollo nacional y global.

¹⁸⁴ Op. Cit. GUBERN Roman. P35.

¹⁸⁵ FRAGA Cristina, *Las mujeres y los medios de comunicación Una relación controvertida*, 2006, <http://www.observatoriodosmedios.org/imxd/noticias/doc/1236340428artigo37.pdf>, consultado en noviembre del 2010

¹⁸⁶ Op.Cit. CANESSA Anrew. P73.

RECOMENDACIONES

A. Próximas investigaciones:

1. Ampliar la muestra, con el estudio de comics presentes en otros periódicos, con miras a construir más bases de datos con las cuales realizar comparaciones.
2. Identificar los efectos de los mensajes de los comics en los consumidores, con el objetivo de responder a la pregunta: ¿Cómo influyen los comics de prensa en los comportamientos sociales o valoraciones de género? ¿En qué grado?
3. Investigar sobre los comics ecuatorianos, ¿Cuáles son?, ¿Por qué no se publican?, ¿Como son sus relaciones entre los géneros? y las diferencias con los comics aquí estudiados.
4. Impulsar el análisis crítico de género en los estudiantes de Comunicación Social con el fin de formar profesionales con mentalidad analítica.

APÉNDICE Y ANEXOS

ANEXO #1

Tabla de número aleatorios

1	3	5	7	15	29	30
32	34	36	43	62	68	76
104	106	125	126	135	138	139
150	152	160	160	164	172	173
176	185	187	187	189	190	197
198	203	212	217	219	228	235
243	248	251	153	258	267	274
290	291	294	299	301	302	306
313	314	317	319	326	331	334
335	338	342	346	348	363	364

ANEXO #2

Resultados traducidos en fechas

1 Enero	Jueves	1	22 Enero	Jueves	22
2 Enero	Viernes	2	23 Enero	Viernes	23
3 Enero	Sábado	3	24 Enero	Sábado	24
4 Enero	Domingo	4	25 Enero	Domingo	25
5 Enero	Lunes	5	26 Enero	Lunes	26
6 Enero	Martes	6	27 Enero	Martes	27
7 Enero	Miércoles	7	28 Enero	Miércoles	28
8 Enero	Jueves	8	29 Enero	Jueves	29
9 Enero	Viernes	9	30 Enero	Viernes	30
10 Enero	Sábado	10	31 Enero	Sábado	31
11 Enero	Domingo	11	32 Febrero	Domingo	1
12 Enero	Lunes	12	33 Febrero	Lunes	2
13 Enero	Martes	13	34 Febrero	Martes	3
14 Enero	Miércoles	14	35 Febrero	Miércoles	4
15 Enero	Jueves	15	36 Febrero	Jueves	5
16 Enero	Viernes	16	37 Febrero	Viernes	6
17 Enero	Sábado	17	38 Febrero	Sábado	7
18 Enero	Domingo	18	39 Febrero	Domingo	8
19 Enero	Lunes	19	40 Febrero	Lunes	9
20 Enero	Martes	20	41 Febrero	Martes	10
21 Enero	Miércoles	21	42 Febrero	Miércoles	11

43	Febrero	Jueves	12	79	Marzo	Viernes	20
44	Febrero	Viernes	13	80	Marzo	Sábado	21
45	Febrero	Sábado	14	81	Marzo	Domingo	22
46	Febrero	Domingo	15	82	Marzo	Lunes	23
47	Febrero	Lunes	16	83	Marzo	Martes	24
48	Febrero	Martes	17	84	Marzo	Miércoles	25
49	Febrero	Miércoles	18	85	Marzo	Jueves	26
50	Febrero	Jueves	19	86	Marzo	Viernes	27
51	Febrero	Viernes	20	87	Marzo	Sábado	28
52	Febrero	Sábado	21	88	Marzo	Domingo	29
53	Febrero	Domingo	22	89	Marzo	Lunes	30
54	Febrero	Lunes	23	90	Marzo	Martes	31
55	Febrero	Martes	24	91	ABRIL	Miércoles	1
56	Febrero	Miércoles	25	92	ABRIL	Jueves	2
57	Febrero	Jueves	26	93	ABRIL	Viernes	3
58	Febrero	Viernes	27	94	ABRIL	Sábado	4
59	Febrero	Sábado	28	95	ABRIL	Domingo	5
60	Marzo	Domingo	1	96	ABRIL	Lunes	6
61	Marzo	Lunes	2	97	ABRIL	Martes	7
62	Marzo	Martes	3	98	ABRIL	Miércoles	8
63	Marzo	Miércoles	4	99	ABRIL	Jueves	9
64	Marzo	Jueves	5	100	ABRIL	Viernes	10
65	Marzo	Viernes	6	101	ABRIL	Sábado	11
66	Marzo	Sábado	7	102	ABRIL	Domingo	12
67	Marzo	Domingo	8	103	ABRIL	Lunes	13
68	Marzo	Lunes	9	104	ABRIL	Martes	14
69	Marzo	Martes	10	105	ABRIL	Miércoles	15
70	Marzo	Miércoles	11	106	ABRIL	Jueves	16
71	Marzo	Jueves	12	107	ABRIL	Viernes	17
72	Marzo	Viernes	13	108	ABRIL	Sábado	18
73	Marzo	Sábado	14	109	ABRIL	Domingo	19
74	Marzo	Domingo	15	110	ABRIL	Lunes	20
75	Marzo	Lunes	16	111	ABRIL	Martes	21
76	Marzo	Martes	17	112	ABRIL	Miércoles	22
77	Marzo	Miércoles	18	113	ABRIL	Jueves	23
78	Marzo	Jueves	19	114	ABRIL	Viernes	24
				139	MAYO	Martes	19
				140	MAYO	Miércoles	20
				141	MAYO	Jueves	21
				142	MAYO	Viernes	22
				143	MAYO	Sábado	23
				144	MAYO	Domingo	24
				145	MAYO	Lunes	25
				146	MAYO	Martes	26
				147	MAYO	Miércoles	27
				148	MAYO	Jueves	28
				149	MAYO	Viernes	29
				150	MAYO	Sábado	30
				151	MAYO	Domingo	31
				152	JUNIO	Lunes	1
				153	JUNIO	Martes	2
				154	JUNIO	Miércoles	3
				155	JUNIO	Jueves	4
				156	JUNIO	Viernes	5
				157	JUNIO	Sábado	6
				158	JUNIO	Domingo	7
				159	JUNIO	Lunes	8
				160	JUNIO	Martes	9
				161	JUNIO	Miércoles	10
				162	JUNIO	Jueves	11
				163	JUNIO	Viernes	12
				164	JUNIO	Sábado	13
				165	JUNIO	Domingo	14
115	ABRIL	Sábado	25				
116	ABRIL	Domingo	26				
117	ABRIL	Lunes	27				
118	ABRIL	Martes	28				
119	ABRIL	Miércoles	29				
120	ABRIL	Jueves	30				
121	MAYO	Viernes	1				
122	MAYO	Sábado	2				
123	MAYO	Domingo	3				
124	MAYO	Lunes	4				
125	MAYO	Martes	5				
126	MAYO	Miércoles	6				
127	MAYO	Jueves	7				
128	MAYO	Viernes	8				
129	MAYO	Sábado	9				
130	MAYO	Domingo	10				
131	MAYO	Lunes	11				
132	MAYO	Martes	12				
133	MAYO	Miércoles	13				
134	MAYO	Jueves	14				
135	MAYO	Viernes	15				
136	MAYO	Sábado	16				
137	MAYO	Domingo	17				
138	MAYO	Lunes	18				

166	JUNIO	Lunes	15	233	AGOSTO	Viernes	21
167	JUNIO	Martes	16	234	AGOSTO	Sábado	22
168	JUNIO	Miércoles	17	235	AGOSTO	Domingo	23
169	JUNIO	Jueves	18	236	AGOSTO	Lunes	24
170	JUNIO	Viernes	19	237	AGOSTO	Martes	25
171	JUNIO	Sábado	20	238	AGOSTO	Miércoles	26
172	JUNIO	Domingo	21	239	AGOSTO	Jueves	27
173	JUNIO	Lunes	22	240	AGOSTO	Viernes	28
174	JUNIO	Martes	23	241	AGOSTO	Sábado	29
175	JUNIO	Miércoles	24	242	AGOSTO	Domingo	30
176	JUNIO	Jueves	25	243	AGOSTO	Lunes	31
177	JUNIO	Viernes	26	244	SEPTIEMBRE	Martes	1
178	JUNIO	Sábado	27	245	SEPTIEMBRE	Miércoles	2
179	JUNIO	Domingo	28	246	SEPTIEMBRE	Jueves	3
180	JUNIO	Lunes	29	247	SEPTIEMBRE	Viernes	4
181	JUNIO	Martes	30	248	SEPTIEMBRE	Sábado	5
182	JULIO	Miércoles	1	249	SEPTIEMBRE	Domingo	6
183	JULIO	Jueves	2	250	SEPTIEMBRE	Lunes	7
184	JULIO	Viernes	3	251	SEPTIEMBRE	Martes	8
185	JULIO	Sábado	4	252	SEPTIEMBRE	Miércoles	9
186	JULIO	Domingo	5	253	SEPTIEMBRE	Jueves	10
187	JULIO	Lunes	6	254	SEPTIEMBRE	Viernes	11
188	JULIO	Martes	7	255	SEPTIEMBRE	Sábado	12
189	JULIO	Miércoles	8	256	SEPTIEMBRE	Domingo	13
190	JULIO	Jueves	9	257	SEPTIEMBRE	Lunes	14
191	JULIO	Viernes	10	258	SEPTIEMBRE	Martes	15
192	JULIO	Sábado	11	259	SEPTIEMBRE	Miércoles	16
193	JULIO	Domingo	12	260	SEPTIEMBRE	Jueves	17
194	JULIO	Lunes	13	261	SEPTIEMBRE	Viernes	18
195	JULIO	Martes	14	262	SEPTIEMBRE	Sábado	19
196	JULIO	Miércoles	15	263	SEPTIEMBRE	Domingo	20
197	JULIO	Jueves	16	264	SEPTIEMBRE	Lunes	21
198	JULIO	Viernes	17	265	SEPTIEMBRE	Martes	22
199	JULIO	Sábado	18	266	SEPTIEMBRE	Miércoles	23
200	JULIO	Domingo	19	267	SEPTIEMBRE	Jueves	24
201	JULIO	Lunes	20	268	SEPTIEMBRE	Viernes	25
202	JULIO	Martes	21	269	SEPTIEMBRE	Sábado	26
203	JULIO	Miércoles	22	270	SEPTIEMBRE	Domingo	27
204	JULIO	Jueves	23	271	SEPTIEMBRE	Lunes	28
205	JULIO	Viernes	24	272	SEPTIEMBRE	Martes	29
206	JULIO	Sábado	25	273	SEPTIEMBRE	Miércoles	30
207	JULIO	Domingo	26	274	OCTUBRE	Jueves	1
208	JULIO	Lunes	27	275	OCTUBRE	Viernes	2
209	JULIO	Martes	28	276	OCTUBRE	Sábado	3
210	JULIO	Miércoles	29	277	OCTUBRE	Domingo	4
211	JULIO	Jueves	30	278	OCTUBRE	Lunes	5
212	JULIO	Viernes	31	279	OCTUBRE	Martes	6
213	AGOSTO	Sábado	1	280	OCTUBRE	Miércoles	7
214	AGOSTO	Domingo	2	281	OCTUBRE	Jueves	8
215	AGOSTO	Lunes	3	282	OCTUBRE	Viernes	9
216	AGOSTO	Martes	4	283	OCTUBRE	Sábado	10
217	AGOSTO	Miércoles	5	284	OCTUBRE	Domingo	11
218	AGOSTO	Jueves	6	285	OCTUBRE	Lunes	12
219	AGOSTO	Viernes	7	286	OCTUBRE	Martes	13
220	AGOSTO	Sábado	8	287	OCTUBRE	Miércoles	14
221	AGOSTO	Domingo	9	288	OCTUBRE	Jueves	15
222	AGOSTO	Lunes	10	289	OCTUBRE	Viernes	16
223	AGOSTO	Martes	11	290	OCTUBRE	Sábado	17
224	AGOSTO	Miércoles	12	291	OCTUBRE	Domingo	18
225	AGOSTO	Jueves	13	292	OCTUBRE	Lunes	19
226	AGOSTO	Viernes	14	293	OCTUBRE	Martes	20
227	AGOSTO	Sábado	15	294	OCTUBRE	Miércoles	21
228	AGOSTO	Domingo	16	295	OCTUBRE	Jueves	22
229	AGOSTO	Lunes	17	296	OCTUBRE	Viernes	23
230	AGOSTO	Martes	18	297	OCTUBRE	Sábado	24
231	AGOSTO	Miércoles	19	298	OCTUBRE	Domingo	25
232	AGOSTO	Jueves	20	299	OCTUBRE	Lunes	26

300	OCTUBRE	Martes	27
301	OCTUBRE	Miércoles	28
302	OCTUBRE	Jueves	29
303	OCTUBRE	Viernes	30
304	OCTUBRE	Sábado	31
305	NOVIEMBRE	Domingo	1
306	NOVIEMBRE	Lunes	2
307	NOVIEMBRE	Martes	3
308	NOVIEMBRE	Miércoles	4
309	NOVIEMBRE	Jueves	5
310	NOVIEMBRE	Viernes	6
311	NOVIEMBRE	Sábado	7
312	NOVIEMBRE	Domingo	8
313	NOVIEMBRE	Lunes	9
314	NOVIEMBRE	Martes	10
315	NOVIEMBRE	Miércoles	11
316	NOVIEMBRE	Jueves	12
317	NOVIEMBRE	Viernes	13
318	NOVIEMBRE	Sábado	14
319	NOVIEMBRE	Domingo	15
320	NOVIEMBRE	Lunes	16
321	NOVIEMBRE	Martes	17
322	NOVIEMBRE	Miércoles	18
323	NOVIEMBRE	Jueves	19
324	NOVIEMBRE	Viernes	20
325	NOVIEMBRE	Sábado	21
326	NOVIEMBRE	Domingo	22
327	NOVIEMBRE	Lunes	23
328	NOVIEMBRE	Martes	24
329	NOVIEMBRE	Miércoles	25
330	NOVIEMBRE	Jueves	26
331	NOVIEMBRE	Viernes	27
332	NOVIEMBRE	Sábado	28
333	NOVIEMBRE	Domingo	29
334	NOVIEMBRE	Lunes	30
335	DICIEMBRE	Martes	1
336	DICIEMBRE	Miércoles	2
337	DICIEMBRE	Jueves	3
338	DICIEMBRE	Viernes	4
339	DICIEMBRE	Sábado	5
340	DICIEMBRE	Domingo	6
341	DICIEMBRE	Lunes	7
342	DICIEMBRE	Martes	8
343	DICIEMBRE	Miércoles	9
344	DICIEMBRE	Jueves	10
345	DICIEMBRE	Viernes	11
346	DICIEMBRE	Sábado	12
347	DICIEMBRE	Domingo	13
348	DICIEMBRE	Lunes	14
349	DICIEMBRE	Martes	15
350	DICIEMBRE	Miércoles	16
351	DICIEMBRE	Jueves	17
352	DICIEMBRE	Viernes	18
353	DICIEMBRE	Sábado	19
354	DICIEMBRE	Domingo	20
355	DICIEMBRE	Lunes	21
356	DICIEMBRE	Martes	22
357	DICIEMBRE	Miércoles	23
358	DICIEMBRE	Jueves	24
359	DICIEMBRE	Viernes	25
360	DICIEMBRE	Sábado	26
361	DICIEMBRE	Domingo	27
362	DICIEMBRE	Lunes	28
363	DICIEMBRE	Martes	29
364	DICIEMBRE	Miércoles	30
365	DICIEMBRE	Jueves	31

ANEXO #3

Ficha de publicación

FICHA DE PUBLICACIÓN

1.- IDENTIFICACIÓN

1.1.- Nombre del periódico:.....

1.2.- Periodicidad: Diaria... Semanal.... Quincenal...Ocasional...

1.3 -Fecha de Publicación:..... Día de publicación:.....

1.4-Pertenencia: Público.....

Privado.....

1.5.- Sección en donde se ubican los comics.....Número de página-----

2.- NÚMERO AUTORES Y UBICACIÓN

Nombre del Comic	Autor/es/as	Página de publicación
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

3.- TITULARES PESENTES EN LA PRIMERA PLANA

.....

.....

.....

.....

ANEXO #4

Ficha individual de análisis del comic

FICHA INDIVIDUAL DE ANÁLISIS DEL COMIC

1.- IDENTIFICACIÓN

1.1.- Nombre del periódico:.....

1.2.- Fecha de publicación:..... Día de publicación:.....

1.3.- Sección en la que se encuentra el comic:..... Número de página:.....

1.4.- Nombre del comic:.....

1.5.-Origen: Nacional.....

Extranjero..... País.....

1.6.-Autor/es:.....

2.- TEMÁTICA

T.principal T.Secundaria.....

Política.....

Economía.....

Género.....

Erótico.....

Otros.....

3.- PERSONAJES

Número de personajes en total: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Número de personajes de sexo femenino..... Número de personajes de sexo masculino.....

Edad aproximada de los personajes:

Grupo humano (según la apariencia): blanco, mestizo, indio, negro,
otros.....

Grupo socio-económico: bajo, medio, alto

Relación de social de los personajes:

4.COMENTARIO:.....

ANEXO #5

Ficha de análisis de comics con contenido de género

ANÁLISIS DE COMICS CON CONTENIDO DE GÉNERO

1.- Discurso:

1.1.- Resumen:

1.2.-Idea Principal:

1.3.- Frases Perla:

2.- Análisis de imagen:

2.1 Análisis icónico y retórico del nivel icónico

-Elementos morfológicos

-Elementos compositivos

-Grado retórico

2.2 Análisis iconográfico

-Asunto o tema de la imagen

-Referencias literarias

2.3 Análisis iconológico

-Análisis introspectivo

-Análisis extrospectivo

3.- Personajes:

4.- Direccionalidad del comic:

5.- Observaciones:

ANEXO #6

Fragmento de la prueba piloto

FICHA DE PUBLICACIÓN

1.- IDENTIFICACIÓN

- 1.1.- Periódico ☒ Revista... Nombre: El Comercio
- 1.2.- Periodicidad: Diaria ☒ Semanal... Quincenal... Ocasional...
- 1.3.- Fecha de Publicación: 5/nov/09 Día de publicación: Jueves
- 1.4.- Pertenencia Público..... Privado ☒
- 1.5.- Sección en donde se ubican los comics: El pasatiempo Número de página: 28

2.-

Nombre del Comic	Autor/es/as	Página de publicación
Animalitos Locos	Wagner	28
Justo y Franco	Bob Thaves	28
Mafios	Sandra	28
Baby Bles	Firkman y Scott	28
Diogenes y el Vagabundo	Tabore y Guinzburg	28
Jeremias	Scott y Bergman	28
Colvin	Watterson	28
PC - Pixel	Taf Bul	28
Ana y Milena	Potinho	28

FICHA INDIVIDUAL DE ANÁLISIS DE COMIC

1.- IDENTIFICACIÓN

1.1.- Periódico ☒ Revista... Nombre: El Comercio

1.2.- Periodicidad: Diaria ☒
Semanal...
Quincenal...
Ocasional...

1.3.- Pertenencia: Público...
Privado ☒

1.4.- Fecha de Publicación 5 nov / 09 Día de publicación Jueves

1.6.- Sección El pasatiempo Número de página 28

1.6.- Nombre del Comic Ana y Milena

1.7.- Origen: Nacional ☒ Ciudad Quito
Extranjero... País...

1.8.- Autor/es Patinho

2.- TEMÁTICA

Política.....

Economía.....

Género ☒.....

Erótico.....

Otros.....

ANAYMILENA Patinho



ANÁLISIS DE COMICS CON CONTENIDO DE GÉNERO

1.- Discurso:

1.1.-Resumen: En u primer momento (primera viñeta), se da una conversación entre un personaje masculino y uno femenino. En esta el personaje masculino expresa su preocupación, pues cree que hay "una presencia extra sensorial" en su casa, ante esto el personaje femenino le sugiere que consulte al respecto con su amiga Sisa, quién tienen cualidades de "médium" (persona capaz de mantener contacto con los fantasmas).

En un segundo momento (segunda viñeta) el personaje masculino siguiendo las sugerencias de su amiga pregunta a Sisa: "Sisa es verdad que tu eres "medium"?", refiriéndose a una persona capaz de conversar con los fantasmas, pero Sisa piensa que el está hablando de tallas de ropa, por lo que responde un poco irritada que no es "medium" sino "small".

1.2.- Idea Principal: Sisa una mujer joven se preocupa mucho por sus medidas corporales y su inconsciente lo delata.

1.3.- Frases Perla: "¿Medium ?. Estas loco. Yo soy "small""

2.- Análisis de la imagen

2.1.- Análisis icónico y análisis retórico del nivel icónico

Elementos morfológicos

Aspectos formales: El formato de la imagen es de 3.35X11cm. Es una tira cómica impresa en papel. La tira es publicada diariamente en el diario ecuatoriano "El Comercio" desde octubre de 2006. El fondo que se utiliza es blanco y las figuras son dos en cada viñeta (un chico y una chica en cada una). La proporción es armónica, obedece a las características reales de la figura humana. La organización de las formas sugiere movimiento: secuencia, desplazamiento y alternancia.

- a) El color: que se utiliza es blanco y negro.
- b) El ritmo: es de alternancia, representa conversación.
- c) La textura: las texturas visuales que se presentan son diversas: rugosas, suaves, etc

Elementos compositivos

- a) Encuadre: en las dos viñetas se presenta un plano general de la situación.
- b) Angulación: es normal, está a la altura de los ojos; da la idea de igualdad entre el personaje y el espectador.
- c) Tipos de composición: claridad porque las formas se divisan claramente y dinámica por que da la impresión de movimiento de las figuras.
- d) Elementos estructurales de la composición: dirección vertical, simetría.
- e) Iluminación: cenital indirecta. Sombras propias de los cuerpos y no deformadas.

Grado retórico

Figuras retóricas presentes en la imagen.

Función de revelo: intercalación entre el texto y la imagen.

2.2- Análisis Iconográfico

- a) Asunto o tema de la imagen (incluyendo el diálogo): concepción de las mujeres con respecto a las tallas de ropa.
- b) Referencias literarias, históricas, culturales, sociales: históricamente, las mujeres se han preocupado por cumplir con los estándares de medidas corporales dispuestos mundialmente. El tema de las tallas de ropa se ha convertido en una preocupación particularmente femenina, pues ellas aspiran tener medidas pequeñas ("small")

2.3.- Análisis Iconológico

Análisis introspectivo

- a) Atendiendo a la escena

Simbología formal: la proxémica y la quinésica de cada personaje (en la primera viñeta), la ropa que usan. El trabajo de Sisa.

Simbología conceptual: La mujer es sexy, a la moda, delicada. La mujer también trabaja.

Simbología sexual: En la primera viñeta, tanto el personaje masculino como el femenino adoptan posturas corporales asignadas a su género: el personaje masculino sentado con las piernas abiertas y la mano cerca de su miembro, mientras que el personaje femenino tiene sus brazos sobre el respaldo de la silla de una forma muy delicada y muestra su muslo izquierdo.

Los cuerpos de los personajes no son los estereotípicos de cada género: el es medianamente esbelto y ella es atractiva pero no exuberante en sus formas.

La manera de vestir de ella, connota sensualidad, contemporaneidad, preocupación por estas atractiva, mientras que las de él muestran simplicidad y un vestir descomplicado.

- b) Atendiendo a las figuras

Estereotipos masculinos: descomplicado, simple, informal.

Estereotipos femeninos: sexy, a la moda, delicada, arreglada.

Análisis extrospectivo

- a) ¿A qué público va la imagen?

A los lectores/as del diario "El Comercio": personas jóvenes y adultas de clase media y alta.

b) Mensaje denotado y connotado del gráfico

Mensaje denotado: En la primera viñeta, un personaje masculino, joven, con ropa informal está sentado en un sillón manteniendo una conversación con una chica, aparentemente de la misma edad. Ella está sentada en una silla con el torso hacia el espaldar de esta y una ropa muy contemporánea.

En la segunda viñeta el mismo chico presenta en la primera viñeta está parado conversando con una chica de su misma edad sentada, al parecer trabajando, que vuelve un poco su cabeza para mirar al chico con actitud preocupada.

Mensaje connotado: Un chico y una chica mantienen una conversación a cerca de un tema en particular. A continuación después de la plática el chico va a conversar con otra chica aparentemente al respecto del mismo tema. La chica que lo atiende parece preocupada o sorprendida ante lo que el chico comenta.

c) Situación del espectador

El espectador puede ser pasivo por que solo se limita a ver lo que sucede.

d) El creador y su obra

Antropólogo y autor visual. Se ha especializado en semiótica de la imagen, con relieve en fotografía histórica. Ha escrito las obras de teatro: "El Agitado Paseo del Señor Lucas", "Elías, o quién diablos te crees que eres", y "El Estigma y el Ladrón", presentadas en festivales de Ecuador, Colombia, Brasil y USA. En 1998 publicó "Calla Ahora o Habla Para Siempre". Ha realizado cuatro cortometrajes de ficción, siempre como director-escritor y compositor de la banda sonora. También es autor de dos documentales. Ha realizado exposiciones individuales y colectivas de su obra plástica en el Ecuador, República Dominicana, Haití, Estados Unidos y Cuba. De momento, dedica la mayor parte de su tiempo a la realización de historietas en cómic. Ha publicado varias de ellas en revistas y periódicos del país y en la actualidad publica diariamente la tira cómica "Ana y Milena" en el diario El Comercio. Ultima los detalles de la publicación de su novela "Hipocampos en la ciénaga". También escribe y compone para el grupo de indie rock Sor Juana y las Trampas de La Fe y para el proyecto de post rock La Sebastian Melmoth Experience.

3.- Personajes

Encontramos tres personajes involucrados en el comic que estamos analizando:

El chico preocupado.- Personaje secundario del comic. Representa un papel de joven informal, des complicado.

Milena (la chica que le sugiere hablar con Sisa).- Uno de los personajes protagonistas del comic. Tiene 25 años. Es diseñadora gráfica, y propietaria de una empresa de diseño llamada "Asuntos Gráficos", en donde se encargan de proyectos vinculados a la publicidad y al diseño editorial. En su vida personal es muy independiente, le gusta verse atractiva, frecuenta el cine y los cafetines de moda. Es cándida y muy ingeniosa.

Sisa (quien presuntamente es "medium").- Trabaja con Milena en su empresa de diseño. Es mística y tiende a la moda hippie.

4.- Direccionalidad del comic

El comic en cuestión afirma que la mujer se preocupa por sus medidas corporales.

5.-Observaciones

Este comic plantea que las mujeres se aferran a la idea de tener cuerpos perfectos. Y la talla "small", es sinónimo de medida perfecta. En este comic el inconsciente de Sisa la delata, y muestra su preocupación por su talla de ropa, y por ende la preocupación por sus medidas corporales. Después de escuchar la pregunta que le hizo su amigo, Sisa, asume inmediatamente que la conversación gira entorno a la talla de ropa y asegura que ella es "small".

El comic también recrea que las mujeres se ofenden o se alarman si se les aumenta de talla equivocadamente. Esto se percibe claramente en la frase: "¿Medium ? Estas loco. Yo soy "small"".

Sisa concibe que es una locura ser de una talla grande y que no es su caso.

6.- Comentarios

Un comic es de género :

¿Cuando habla directamente sobre las cualidades de hombre o mujer

o cuando a pesar de que no habla al respecto, la parte gráfica asigna a uno de los género un rol específico?

BIBLIOGRAFÍA

- ALTHUSSER, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Editorial Túpac Amaru, Bogotá-Colombia, 2009
- BEAUVOIR Simone, *El segundo sexo*, Edición Sudamericana, Buenos Aires-Argentina, 1999 (1949).
- BILL, Watterson, *El último libro de Calvin y Hobbes*. Ediciones B, EEUU, 2004.
- BUTLER, Judith, *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo*, Editorial Paidós, Buenos Aires- Argentina, 2002.
- CHODOROW, Nancy, *The reproductong of Motrhering* University of California, Londre-Inglaterra 1978.
- FERRAJOLI Luigi, *Derechos y garantías, La ley del mas débil*, Editorial Trotta , Madrid- España, 1999.
- FRAGA Cristina, *Las mujeres y los medios de comunicación Una relación controvertida*, 2006.
- FRASER, Nancy, *De la redistribución al reconocimiento*, Editorial Universidad de los Andes, Bogotá- Colombia, 1997.
- GUBERN Román, *El Lenguaje de los Comics*, Ediciones Cátedra ,Barcelona-España, 1972.
- HERRERA Gioconda, *Los estudios de género: Entre la guetoización y la ruptura epistemológica*, Ecuador Debate N° 40 , 1998 .
- HIGONNET, Anne, *Mujeres, imagen y representación, Historia de la mujer: El siglo XX*, Editorial Taurus Tomo 5, Madrid-España, 1993.
- HOSCHILD Arlie, *La mercantilización de la vida íntima: apuntes de la casa y el trabajo*, Buenos Aires-Argentina 2008.
- ISHIBASHI Jun, *Hacia una apertura del debate sobre el racismo en Venezuela: exclusión e inclusión estereotipada de la persona “negra” en los medios de comunicación*. Caracas-Venezuela, Universidad de Tokio, 2004.

- KELLY Joan, *La relación social entre los sexos: implicancias metodológicas de la historia de las mujeres*. En Navarro Mariza y Catherine Simpson (comps.) Sexualidad, género y roles sexuales Editorial FCE, Argentina, 1999.
- KIM, Clark, *Género, raza y nación: la protección a la infancia en Ecuador*, En *Estudios de Género*, Gioconda Herrera, Edición FLACSO, Ecuador, 2001.
- LAGARDE Marcela *Los cautiverios de las mujeres: madres, esposas, monjas, putas, presas y locas* Editorial UNAM, Ciudad de México-México, 1997.
- LOMAS Carlos, *¿El Otoño del Patriarcado?: Luces y sobras de la igualdad entre hombres y mujeres*, Editorial Península, España, 2008.
- MALDONADO Gómez Ma Cristina, *Relaciones de dominación en la familia* Editorial Facultad de humanidades Universidad e l Valle, Cali-Colombia, 1994, p.149-151
- MATTELART Michelle, *Mujeres e industrias culturales*, Editorial Anagrama, Barcelona-España, 1982.
- MATTERALT, Michèle, Conferencia *Medios y género: memoria de un pensamiento crítico*, 19 de marzo del 2010 en el auditorio de FUNGLODE.
- McDOWELL Linda, *Dentro y fuera de lugar: cuerpo y corporeidad* En *Genero identidad y Lugar* Ediciones Cátedra , Madrid España, 1999.
- MENDEZ, B, Zinnia, *Socialización y estereotipos sexuales en Costa Rica*. Revista de ciencias sociales, 1988.
- ORTNER, Sherry, WHITEHEAD Harrier ¿Es la mujer con respecto a el hombre lo que la naturaleza con respecto a la cultura Sherry Ortner?, Editorial Anagrama, Barcelona-España, 1979.
- PATERMAN, Carol, *Crítica feminista a la dicotomía público/privado*, Editorial Paidós, Barcelona-España, 1996.
- RADCLIFFE, Sarah, WEDTWOOD, Sallie , *Género e identidades nacionales* , En *rehaciendo la nación* Editorial Abya-Yala Quito-Ecuador, 1999. p. 234.DENEGRI, Francesca, *La familia vista desde los márgenes. La comunidad imaginada por el discurso modernizador de la élite intelectual*, Editorial Flora Tristán Lima-Perú, 1996.
- RICH, Andriene *La heterosexualidad obligatoria y la existencia lesbiana*, Editorial FCE, México, 1999.
- RODRIGUEZ José Luis, *El Cómic y su Utilización Didáctica. Los Tebeos en la Enseñanza*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona-España , 1988.

- ROMAN Gubern, *El Lenguaje de los Comics*, Editorial Península, Barcelona-España, 1972.
- RUBIN, Gayle, *El Tráfico de mujeres: notas sobre la Economía Política del sexo*, Edición Pontificia Universidad Católica del Perú, 1997.
- SANTIS Pablo, *La historieta en la edad e la razón*, Editorial Paidós, Buenos Aires-Argentina, 1998.
- SCOLARI, Carlos Alberto, *Historietas para sobrevivientes. comic y cultura de masas en los años 80, España*, 2005.
- SCOTT, Joan, *El género una categoría útil para el análisis histórico*. En *Género Conceptos básicos*. Programa de Estudios de Género, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú, 1997.
- SICHRA Inge, *Género Etnicidad y educación en América Latina*, Editorial Morata, Madrid- España 2004.
- STRATHERN Marilyn, *Género: una perspectiva antropológica*, Editorial Anagrama, Barcelona- España, 1979-.
- VENKATESAN, M., Losco, J, *Women in magazine advertisements:*, Journal of Advertising Research, Vol. nº5 , 1975.
- VERGUEIRO, Waldomiro, *Historieta brasileña actual y sus perspectivas*, en Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta, vol. 2, nº 5. 2002.
- YOUNG Iris Marion, *Lived body vs. Gender: Reflections on Social Structure and Subjectivity*. En *Female Body Experience: Thorwing Like A girl and other essays*. Editorial Oxford University Press, Nueva York-EEUU, 2005.
- ANDREANI Flor, *Mujer Cultura y Malestar Psíquico*, 1998, <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:KFVmi9jJ3X8J:www.sicht.ucv.ve:8080/bvirtual/doc/analisis%2520de%2520coyuntura/contenido/volumenes/1998/2/10-Andreani.pdf>
- ANKER Richard, *La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías*. Revista Internacional del trabajo Volumen 116, Numero 3, 1997, <http://www.ilo.org/public/spanish/revue/sommaire/116-3.htm>
- ASECIO Francisco José, *La Mujer en el comic* 2008, <http://www.diariodecadiz.es/article/ocio/148711/la/mujer/comic.html>
- BLAZQUEZ G Norma, FLORES Javier, *Ciencia Tecnología y género en Iberoamérica* 2005, <http://books.google.com.ec/books?id=7U2AnYyKXTQC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- BUFFETT, Warren, *Los cartones y las tiras cómicas*, 2007
<http://www.scribd.com/doc/100623/Los-Cartones-y-Las-Tiras-Comicas>
- BULLENTINI, Ailín, *La sociedad del patriarcado*, 2009
<http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/subnotas/4-39588-2009-04-25.html>.
- CARTONIONLINE, *El Raton Mikey Mouse*, 2001
http://www.cartonionline.com/dibujosanimados/personajes/rat%F3n_mickey.htm
- CEULEMANS Miek, FAUCONNIER Guido, *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social*, Compilación y análisis de los documentos de investigación, 1980,
<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>
- CITLALLI García Orozco, *Las mil caras de la homofobia y el sexismo*, Editorial UNAM, biblioteca Digital, 2010,
<http://infolgbtiti.blogspot.com/2010/05/las-mil-caras-de-la-homofobia-y-el.html>
- DAVARA Torrego, Francisco Javier; MARTÍNEZ-Fresneda Osorio, Humberto; PEDREIRA Souto, Elena; SÁNCHEZ Rodríguez, Gabriel, *Presencia e imagen de la mujer en las primeras páginas de los periódicos españoles*, 2009, <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1294/129412636010.pdf>
- DI MARCO Graciela , *Relaciones de género y relaciones de autoridad*, 2005,
<http://www.unicef.org/argentina/spanish/Modulo4.pdf>
- DÍEZ B Mª Antonia, *La imagen de la mujer en el cómic: Cómic feminista, cómic futurista y de ciencia-ficción*, 2006,
<http://www.ciudadmujeres.com/articulos/La-imagen-de-la-mujer-en-el-comic>
- ECUADORVOLUNTEER, *Estadísticas pobreza extrema y hambre*, 2009,
http://www.ecuadorvolunteer.org/es/informacion_ecuador/estadisticas.html
- EDUFUTURO, *La historia del comics en ecuador*, 2006,
<http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1318>
- EFE, *Machismo En América Latina*, 2009,
<http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/4736.html>
- EL COMERCIO, *¿Como está la mujer ecuatoriana?*, 1994,
<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/como-esta-la-mujer-ecuatoriana-25793-25793.html>

- GARABETYAN Enrique, *El 40% de los embarazos en América latina no son planificados*, 2010, <http://www.lajornadanet.com/diario/archivo/2010/abril/9/5.html>
- GÓMEZ Bueno Carmuca, *Mujeres y trabajo: principales ejes de análisis*, 2001, <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n63-64p123.pdf>
- GONZÁLEZ P Julio César http://www.elportaldelaconciliacion.com/files/legislation/pr_00105_feminismo-o-mujeres-contra-hombres.pdf
- HARDY Ellen JIMÉNEZ Ana Luisa, *Políticas y estrategias de salud pública*, 2001 <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v27n2/spu01201.pdf>
- (ITAM) Instituto Tecnológico Autónomo de México, México D.F., *Genero desarrollo y Feminismo en América Latina*, 2007, <http://www.pensamientoiberoamericano.org/b/sumarios/>
- KINGFEATURES Syndicate, *Baby Blues*, 2009 <http://www.babyblues.com/>
- LARRAÑAGA Julio, *La demanda de los periódicos impresos y online un análisis económico*, 2006, <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos18/02larranaga.pdf>
- MENDOZA A. Carlos *Feminicidios en Guatemala México y los Estados Unidos*, 2006, Cfr. <http://ca-bi.com/blackbox/?p=44>
- MURILLO, Lobo, Mar del Mar, *Mujeres y medio de comunicación: la necesaria cultura de igualdad*, 2008, <http://www.monografias.com/trabajos65/mujer-cultura-igualdad/mujer-cultura-igualdad2.shtml#xmujermedios>
- PATINHO, Fabián, *Blog Ana y Milena*, <http://fabian-patinho.blogspot.com/>
- PESI, Programa de Educación Sexual Integral, 20010, <http://www.pesi-amssac.com/adolescentecrecimientodelpene.html>
- REA T Christian, *Los medios de comunicación aún miran realidad social a través del patriarcado: especialistas*, 2009, http://www.notiese.org/notiese.php?ctn_id=2368
- RUIZ María Teresa, MARTÍN Mart, PARRA Daniel, VIVES Carmen, ALBALADEJO Manuel, *El enfoque de Género en la noticias de salud*, 2003 <http://scielo.isciii.es/pdf/gs/v18s2/revision7.pdf>
- VAN DIJK Teun A, *El análisis crítico del discurso*, En *Anthropos* Traducción: Manuel González de Ávila. Barcelona-España 1999. p. 23-36. <http://www.discursos.org/download/articles/index.html>

- VASQUEZ Valentina, TOBAR Matías, *La mujer como objeto sexual en la publicidad*, 2003 <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/mujer-objeto-sexual/mujer-objeto-sexual.pdf>
- VELAYOS, Castelo Carmen, *Feminismo ecológico: Estudios multidisciplinares de género*, Universidad de Salamanca, 2007, http://books.google.com.ec/books?id=_kts2M7X11wC&source=gbs_navlinks_s
- VERDÚ Vicente, *Periódicos machos*, 2006, <http://www.elboomeran.com/blog-post/11/991/vicente-verdu/periodicos-machos/>
- VISTAZO, *Denuncias de violencia familiar superan las 50 mil*, 2009 <http://www.vistazo.com/webpages/pais/index.php?id=8085>
- VITERI, Diaz G, *Situación de la educación en el Ecuador* en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Número 70, 2006, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>
- WIKIPEDIA, Yo, Matías, 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Yo,_Mat%C3%ADas
- WIKIPEDIA, *Olafo*, 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Olafo_el_vikingo
- WIKIPEDIA, *Zitz*, 2010, <http://en.wikipedia.org/wiki/Zits>
- s/a, http://www.comics.com.ve/cartoon/beto_recluta.asp, 2007
- s/a, <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/440/7/03.%20Cap%C3%ADtulo%201.%20La%20educaci%C3%B3n%20y%20los%20estereotipos%20de%20g%C3%A9nero....pdf>
- s/a, <http://www.prensaescuela.es/archivos/VE20071121.pdf>, 2007