



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**UN ANÁLISIS DE LOS IMAGINARIOS FEMENINOS EN “CALLE 7” DE TC
TELEVISIÓN (2012-2017)**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA: NODMAN YADIRA PASTÁS TERÁN

TUTORA: JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES

Quito – Ecuador

2024

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Nodman Yadira Pastás Terán con documento de identificación N°
1719790600 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro
la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de
manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 09 de octubre del año 2024

Atentamente,



Nodman Yadira Pastás Terán

1719790600

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Nodman Yadira Pastás Terán con documento de identificación No.

1719790600, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación intitulado: Un análisis de los imaginarios femeninos en “Calle 7” TC Televisión (2012-2017), el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 09 de octubre del año 2024

Atentamente,



Nodman Yadira Pastás Terán

1719790600

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Johanna Francisca Escobar Torres con documento de identificación N° 1714010301, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: UN ANÁLISIS DE LOS IMAGINARIOS FEMENINOS EN “CALLE 7” TC TELEVISIÓN (2012-2017), realizado por Nodman Yadira Pastás Terán con documento de identificación N° 1719790600, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 09 de octubre del año 2024

Atentamente,



Lic. Johanna Francisca Escobar Torres, PhD.

1714010301

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, cuyo apoyo incondicional fue esencial durante mi formación como profesional. Su amor, sacrificio y constante motivación han sido fundamentales para alcanzar este logro.

A mis queridas hermanas, quienes han sido un sólido pilar de apoyo. En especial, a mi hermana Estefanía, que siempre me ha ayudado en todo. A mi demás familia y amigos quienes han estado a mi lado en todo momento.

También, me dedico este trabajo a mí misma, por la perseverancia y el esfuerzo que he puesto en cada etapa de esta investigación. Me he demostrado a mí misma que soy capaz de lograr grandes cosas cuando me lo propongo, y este logro es el fruto de mi dedicación.

Agradecimiento

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana y a todos los profesores que generosamente compartieron sus conocimientos a lo largo de mi carrera académica. Su dedicación y guía han sido esenciales en mi crecimiento como profesional.

Un agradecimiento especial a mi tutora, Johanna Escobar, cuya sabiduría, guía y apoyo incondicional fueron clave para la culminación exitosa de este trabajo de titulación.

Índice De Contenido

Introducción	1
El Espectáculo en la Televisión	4
Los Imaginarios del Cuerpo Televisado.....	5
El Rol de la Mujer en los Reality Shows.....	6
Metodología	8
Resultados	11
Conclusiones	25
Bibliografía	30

Resumen

El presente artículo analiza los imaginarios femeninos del programa Calle 7 de TC Televisión, un reality show muy conocido que se transmitió entre 2012 y 2017. Este estudio busca entender cómo la audiencia percibe el concepto de la mujer a través de las reacciones y comentarios expuestos en la plataforma TikTok. Para ello, se seleccionaron tres videos compartidos en TikTok desde diferentes perfiles que difunden contenido televisivo para el análisis. La investigación se basó en la teoría de Judith Butler y la teoría crítica de Adorno y Horkheimer. Además, se empleó un enfoque mixto, comenzando con un análisis detallado del contenido para obtener datos cuantitativos sobre la interacción del público. Posteriormente, llevamos a cabo un análisis crítico del discurso para evaluar aspectos como la corporalidad, la microviolencia, los estereotipos y los prejuicios considerando comentarios tanto positivos como negativos.

A partir de eso, los resultados muestran que la mayoría de los comentarios son negativos, centrándose en la apariencia física de las participantes y reflejando actitudes de menosprecio y discriminación, lo que revela una percepción social y cultural negativa desfavorable hacia las mujeres del programa.

Palabras clave: imaginarios, reality show, TikTok, corporalidad, estereotipos, discriminación.

Abstract

This article analyzes the female imaginaries of the TC Televisión program Calle 7, a well-known reality show that was broadcast between 2012 and 2017. This study seeks to understand how the audience perceives the concept of women through the reactions and comments presented in the TikTok platform. To do this, three videos shared on TikTok from different profiles that broadcast television content were selected for analysis. The research was based on the theory of Judith Butler and the critical theory of Adorno and Horkheimer. Additionally, a mixed approach was employed, starting with a detailed content analysis to obtain quantitative data on audience interaction. Subsequently, we carried out a critical analysis of the discourse to evaluate aspects such as corporality, microviolence, stereotypes and prejudices considering both positive and negative comments.

From that, the results show that the majority of the comments are negative, focusing on the physical appearance of the participants and reflecting attitudes of contempt and discrimination, which reveals an unfavorable negative social and cultural perception towards the women in the program.

Keywords: imaginaries, reality show, TikTok, corporality, stereotypes, discrimination.

Introducción

La televisión tiene impacto desde que se creó y ahora que es parte de la convergencia de medios, puede llegar a ser un espacio influyente en la sociedad y, por ende, está inmersa en espacios públicos y de opinión. Por otro lado, es un espacio en donde se divulgan cánones de belleza y también valores y modelos de comportamiento que se centran en estereotipos sobre la imagen corporal, lo que se vincula con la admiración y expectativa de cuerpos femeninos. De esta manera, se producen programas que se enfocan en la comercialización mediática del espectáculo.

De acuerdo con Condo (2011), los medios de comunicación moldean la percepción social y el desarrollo de segmentos cognitivos, conduciendo a la interacción de toma de decisiones de la población que son parte de la mente pública, procurando imponer su contenido e influyendo en la interrelación humana. Por lo tanto, a lo largo del tiempo, los medios de comunicación han llegado a ser una fuente fundamental para conocer los gustos de audiencias, persuadir en la misma y optimizar nuevas estrategias para potenciar el avance y evolución de marcas.

La televisión genera expectativa y en ocasiones sensacionalismo sobre las realidades, por lo que contribuye a las acciones del espectador e impone imaginarios sobre la corporalidad femenina. Estamos en una generación de la inmediatez y consumista, lo que se ha presentado por las inseguridades del individuo sobre sí mismo, lo que permitiría que tengan imaginarios sobre programas televisados, lo que compromete su estilo de vida a partir de un imaginario social (Torres, 2005).

Sin embargo, es importante mencionar que “la televisión no determina nada, sino que contribuye como agente cultural en muchos sentidos; y lo hace incluso manteniendo constantes otros factores relevantes (que es lo que demuestra el análisis del cultivo)” (Igartua & Gerbner, 2022, pág. 58); esto demuestra que la influencia de la televisión es de manera indirecta a través de acumulación de exposición a sus contenidos por largo tiempo, más que por un efecto inmediato y directo.

En este aspecto, la narrativa televisiva es un elemento fundamental en nuestro día a día, pese a las diferencias entre las personas, todos comparten la televisión en común. Cuando las personas miran el mismo canal, todos ven el mismo contenido, es decir que

la audiencia queda expuesta a recibir los mismos mensajes (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1996), aunque ahora con el *streaming* este proceso cambió.

De acuerdo con estas ideas, los investigadores se han centrado en descubrir cómo los mensajes transmitidos por la televisión repercuten a las personas que los ven, especialmente buscando comprender la influencia en la construcción de principios y comportamientos de los espectadores que consumen los diferentes programas (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1986). En este sentido, algunos programas de competencia suelen enfatizar los estereotipos de género, presentando a las mujeres como objetos de deseo o dependientes de su apariencia física para destacarse, por lo cual estos mensajes podrían influir a la audiencia reflejando ciertos valores y actitudes.

Para Max Horkheimer, la teoría crítica nos dice que los medios de comunicación ejercen una notable influencia en nuestras vidas y en cómo vemos el mundo, es decir, no solo informan, sino que también moldean nuestra visión y se pueden reflejar desigualdades en las estructuras de poder de la sociedad. Además, argumenta que, en lugar de participar activamente en la transformación de nuestra realidad, nos hemos convertido en personas pasivas que simplemente consumen sin cuestionar los contenidos y la perspectiva que nos brindan estos medios de comunicación (Leyva, 1999).

Desde el punto de vista de Adorno y Horkheimer (1944), su teoría sugiere que los medios masivos logran ser herramientas para perpetuar ideologías dominantes, manteniendo estructuras de poder y reproduciendo desigualdades. Según esta visión, los medios no son simples guías neutrales de información, sino que ejercen una poderosa influencia en la percepción pública al construir narrativas que refuerzan ciertos valores y creencias, es decir, tienen el potencial de manipular al receptor empleando este tipo de representaciones.

En *El género en disputa* (1990), Judith Butler presenta el concepto de performatividad del género, donde expone que "el género es una serie de actos repetidos que crean la ilusión de una identidad esencial" (pág. 34). En otras palabras, aquellas conductas y expresiones en relación al género están fuertemente reguladas por normas sociales y culturales que establecen las expectativas para hombres y mujeres.

Según la crítica de Adorno y Horkheimer, junto con la noción Butler sobre la performatividad de género, subraya cómo las influencias culturales impactan en la creación de la identidad y la reproducción de las normas sociales mediante

representaciones mediáticas que no son simplemente productos, sino herramientas que moldean a través de diferentes medios y plataformas, difundiendo imágenes, narrativas y discursos.

De esta manera, Pérez-Henao (2011) explica que la sociedad actual ha convertido el cuerpo como mercancía, esto ha contribuido a que la cirugía estética sea cada vez más constante, ya que el estereotipo de belleza que se presenta no se acopla a la mujer cotidiana sino a una figura estética que se ha vuelto tendencia y que exige que las personas se ajusten a él por lo que la exigente época en la que vivimos, no es aceptada la imperfección física.

Como señala Rodríguez, Pando-Canteli & Berasategi (2016), los medios de comunicación tienen una función esencial en cuanto a la creación y propagación de estos roles de género, es decir, influyen en nuestra imagen mental, especialmente se da a través de los programas televisivos que consumimos. Estas representaciones que se presentan en las plataformas mediáticas van más allá de los estereotipos tradicionales, sino que también afectan a la percepción que se tiene sobre la identidad de género y a las expectativas sociales.

En este caso, en particular, Elena Fajardo (2006), se enfoca en el programa Calle 7 transmitido por TC Televisión, el cual tuvo una gran influencia y popularidad temática entre dos equipos, el rojo y el azul en pruebas físicas, donde el equipo perdedor debe abandonar el programa, este programa se transmitió desde noviembre de 2012, el motivo principal del reality es la producción y publicidad que ha producido.

Parreño (2017), en *Estereotipo de éxito en el reality Calle 7*, plantea que habitualmente el contexto del programa es imaginario y que su éxito se basó en modelos idealizados y seductores, lo que hace que el show sea visualmente atractivo imaginario por parte visual y se manipula a la sociedad logrando que su conducta se sugiera.

Este estudio se centra en analizar la construcción de los imaginarios femeninos en Calle 7 de TC Televisión, es decir, cómo la audiencia percibe el concepto de la mujer a través de las reacciones y comentarios expuestos en la plataforma TikTok para identificar la influencia de estereotipos del género femenino.

La relevancia de este estudio se fundamenta en la necesidad de entender cómo los canales de comunicación influyen significativamente en moldear la opinión pública y los

modelos de comportamiento, el cual influye psicológicamente y crea una reacción negativa, clasificando a las mujeres por mejor aspecto físico (Fraga, 2007).

El estereotipo femenino, de acuerdo con Molero (2014), menciona que las mujeres buscan alcanzar puestos directivos y de alta responsabilidad, esta percepción errónea y limitante hace que la mujer tenga que trabajar más duro para demostrar su capacidad y ser tomada en serio en el campo profesional. En este marco, se propone que la representación de la mujer influye en la imaginación y la perspectiva de los televidentes, por lo que su aspecto físico es la apariencia que se debe llevar en la vida diaria; al influir negativamente en la percepción social de la feminidad y el comportamiento del género femenino.

Aproximación Teórica

El Espectáculo en la Televisión

El espectáculo televisivo hace referencia a la dimensión espectacular de los contenidos televisivos, especialmente los programas se presentan a través de una combinación de elementos visuales, auditivos y narrativos que buscan captar de forma inmediata y emocionalmente la atención de la audiencia. Además, generan historias, conflictos, dramas que aportan identificación y proyección en el espectador, brindando así entretenimiento y transmisión efectiva de ideologías y valores (Ferrés Prats, 1995). Las narrativas presentadas como espectáculo permiten que el público se identifique con los protagonistas, creando un vínculo emocional que facilita la inmersión en el contenido, sin embargo, esta identificación también puede influir y perpetuar ciertos estereotipos.

Por ende, la televisión es una herramienta poderosa en nuestra comunidad, con una gran influencia en la vida diaria. Se ha vuelto un componente imprescindible en la mayoría de los hogares, y su programación es seguida con entusiasmo por una gran cantidad de personas, quienes al día siguiente la comentan (Díez, 2015).

Así mismo, Núñez (2005) menciona que “la televisión es uno de los más poderosos medios de información y de movilización de la opinión pública, actúa desde lo más íntimo, desde la privacidad del hogar” (pág. 5). La televisión ha demostrado tener un enorme alcance y una de sus principales características es el espectáculo que genera para los espectadores, contribuyendo a la creación de opiniones y conductas en quienes observan y repiten constantemente dichos programas.

De acuerdo con García Canclini (2000), la televisión es una herramienta mediática muy importante que juega en la creación y negociación de identidades sociales, lo cual la televisión es quien representa y difunde una amplia variedad de modelos culturales y estilos de vida, lo que influye en la manera en que las personas interactúan entre sí. La influencia se manifiesta de distintas formas a lo largo de su día a día, desde la manera en que se visten y se comportan hasta las opiniones que tienen sobre temáticas culturales, sociales o políticas.

Los Imaginarios del Cuerpo Televisado

La imagen corporal en la televisión son estructuras simbólicas del cuerpo humano presentadas en los medios televisivos; estas creencias pueden influir en la percepción social de belleza, el género, la sexualidad y otros aspectos del cuerpo, lo que a su vez puede reflejar y crear ideales estéticos al establecer estándares de apariencia.

Por lo tanto, el término imaginario tiene múltiples interpretaciones, no sólo lo mítico, crítico o simbólico; sino también aspectos relacionados con la conciencia o inconsciencia. Asimismo, este concepto se asocia con otros conceptos teóricos complejos, como son la sociedad, la cultura, la representación visual y la imaginación, respectivamente (Agudelo, 2012). Por ejemplo, los imaginarios femeninos suelen estar llenos de estereotipos y directrices sobre cómo se supone que deben ser y comportarse las mujeres, limitando su independencia y perpetuando la desigualdad de género.

La sociedad en sí es quien percibe y concibe a la mujer en distintas formas, dependiendo del entorno social o cultural donde se desenvuelva. Dentro de esta diversidad de opiniones está el modelo del imaginario femenino, no hay un acuerdo; por un lado, se valora al estereotipo de la mujer elegante, bella y exitosa en su carrera profesional; se admiran a figuras de televisión, esencialmente modelos y actrices (Marín, López, & Escobar, 2015). Esos conceptos son una respuesta positiva al patriarcado, que dice que para tener éxito en su carrera no se debe descuidar su apariencia, lo cual vale la pena cuestionar porque esos requisitos sólo se aplican a las mujeres, no a los hombres.

Desde la perspectiva cultural, la televisión es una plataforma de entretenimiento, pero también un espacio donde se crean ideas y valores compartidos por una cultura. Los programas que se transmiten en la televisión reflejan los imaginarios colectivos y las

identidades sociales de una sociedad, creando una imagen de cómo somos y lo que valoramos (Martín-Barbero, 1998).

Los estereotipos y las representaciones simbólicas en la imaginación pueden restringir las oportunidades de expresión y desarrollo personal de las mujeres, al establecer roles y expectativas definidas sobre cómo deben actuar, qué deben apreciar y cómo deben verse. Entonces, el concepto de imaginario femenino se refiere a un conjunto de percepciones colectivas, simbólicas, inconscientes de personajes femeninos compartidos por la humanidad, es decir, construyen estereotipos de lo femenino que, por un lado, se expresan en el saber literario y el arte a través de actores con temáticas tan arquetípicas, y por otro, se manifiestan en los espacios que ocupan dichas personas (García, Recarte, González, & Marins, 2015).

El Rol de la Mujer en los Reality Shows

El papel de la mujer tanto en el pasado como en la actualidad ha sido crucial a pesar de que la supervivencia no ha sido fácil, pues es una lucha constante donde estereotipos te dan a conocer que lo físico aparenta una faceta importante, pero no todas logran ser lo que la sociedad desea. Es entonces donde una mujer se convierte en un estereotipo imaginario que impulsa a desafiar barreras sociales, culturales y políticas (Ramírez, 2023).

Especialmente los reality shows, conocidos como *tele realidad*, un programa de televisión que representa la realidad de las personas, también descrito por la RAE catalogado como “Un género televisivo basado en la representación de incidentes, vivencias basadas en conflictos personales” (RAE, 2022). Estos realities tienden a definir el rol de la mujer, estableciendo normas y expectativas sobre cómo debe comportarse y ser. Frecuentemente, se percibe a la mujer como a varios factores, sin reconocer que su identidad de género es una construcción subjetiva, más allá de las determinaciones físicas (Collazo Valentín, 2005).

Por ejemplo, Castoriadis (1975), argumenta que los reality shows retratan a las mujeres dentro de roles que enfatizan su apariencia física como el principal requisito para participar, demostrando que la sociedad no acepta a las mujeres con cuerpos normales y llenos de imperfecciones, sino que impone expectativas irreales que las obligan a alcanzar ciertos estándares de belleza para no ser discriminadas.

Principalmente, estos roles se basan en los estereotipos de género expuestos por Narotzky (1995), que son construcciones sociales y culturales respaldadas por instituciones normalizando la diferenciación elaborada sobre un constructo, es decir distingue de lo masculino de lo femenino. En este sentido, estas distinciones de género son el producto de dinámicas culturales y sociales que definen y perpetúan la idea de lo que es apropiado para las mujeres.

Por ello, es importante resaltar que el género no es algo inherente a la biología, sino más bien una construcción social, cada cultura y sociedad tiene su propia noción de lo que se considera masculino o femenino. En otras palabras, “el género es una construcción cultural correspondiente a los roles o estereotipos que en cada sociedad se asignan a los sexos” (Elósegui, 2011, pág. 47). Según la perspectiva feminista, tanto hombres como mujeres no se definen únicamente por factores biológicos, sino más bien por una construcción social, es decir, la identidad de género y el rol que desempeña la mujer en la sociedad no son solo biológicos, al contrario, son socialmente moldeados.

Metodología

En este estudio se analizó la construcción de imaginarios femeninos en Calle 7 de TC Televisión en la plataforma de TikTok. Para obtener una comprensión completa y detallada, se empleó un enfoque de estudio mixto o multimodal, como lo mencionan Sampieri, Fernández-Collado y Lucio (2014), que implica combinar aspectos cualitativos y cuantitativos en un solo estudio para obtener un entendimiento más amplio y completo del fenómeno investigado. Este enfoque ayudó a comprender profundamente la representación de las mujeres en el reality show y la influencia de estos prototipos de género en la audiencia.

En cuanto al paradigma, fue interpretativo, permitiendo abarcar las acciones humanas desde los significados que se presentan en el programa, en el cual se analizaron las opiniones del público a través de los “me gusta” en la plataforma de TikTok. De acuerdo con Pérez Serrano (1994), es una construcción que combina la realidad observable con la interpretación y el significado que el sujeto le da a esta realidad; esto se logra mediante la interacción del individuo con su entorno dentro de un contexto más amplio.

Para iniciar este estudio, se utilizaron los trabajos previos de Aguaguña Moreno (2023) y Torres Parada (2018), donde se analizaron tres videos de los episodios de Calle 7 publicados en TikTok emitidos entre 2012 y 2017, con el fin de comprender la percepción del público sobre los imaginarios femeninos presentados en dichos episodios, basándose en la opinión pública y la cantidad de interacciones generadas.

Este tipo de estudio perteneció al análisis numérico de los datos obtenidos, utilizando un método de análisis de contenido, tal como lo señalan Moraima y Auxiliadora (2008) este enfoque permitió examinar la realidad a través de las categorías del contenido textual analizado. Específicamente, se centró en evaluar la cantidad de mensajes positivos y negativos, así como las reacciones en forma de "me gusta" que expresa la audiencia sobre los imaginarios femeninos presentados en el reality show. Se analizó a partir de una matriz presentada en forma de tablas que facilitaron la estructuración y presentación de los datos recolectados.

Tabla 1

Ejemplo de tabla de Análisis de contenido:

<i>Perfil</i>	<i>N° Me gusta</i>	<i>N° Comentarios</i>	<i>Importancia del análisis</i>
@calle7internacional.com @adri19981 @starrealitys			Permite obtener una comprensión amplia y objetiva sobre la manera en que se representa a las mujeres en el reality show. Se mide la interacción y la cantidad de mensajes positivos y negativos expresados por la opinión pública en TikTok a través de los perfiles específicos.

Asimismo, se enfocó en el análisis del discurso crítico planteado por Urra, Muñoz & Pena (2013), ayuda a percibir cómo las personas utilizan el lenguaje en sus actividades y relaciones sociales, además de examinar los textos que adquieren significado y cómo esto contribuye a la creación de realidades sociales.

En este contexto, se examinó cómo la opinión pública percibe y representa al género femenino, prestando atención a aspectos como la corporalidad, la microviolencia, los estereotipos y los prejuicios que conforman las ideas y creencias sobre las mujeres. Para el estudio del discurso, se desarrolló una matriz de análisis con una estructura específica que permitió recopilar los aspectos más destacados.

Tabla 2

<i>Categoría</i>	<i>Enlace del video</i>	<i>Comentarios Positivos</i>	<i>Comentarios Negativos</i>
Corporalidad Facilita evaluar los patrones de belleza y la percepción de la imagen corporal promovidos que prevalecen en la sociedad.			
Microviolencia Visibiliza estas formas de violencia que frecuentemente son normalizadas en la sociedad.			
Estereotipos Permite identificar y analizar los imaginarios y expectativas que la audiencia tiene sobre las mujeres.			
Prejuicios Determina los sesgos y la discriminación presentes en la sociedad hacia el género femenino.			

Ejemplo de tabla Análisis del discurso crítico por cada categoría:

Resultados

En función a los resultados, se muestra el número de mensajes negativos y positivos y las reacciones de los usuarios en los videos de Calle 7 publicados en TikTok durante 2022. Una de las características distintivas de esta plataforma es que permite a los usuarios compartir su propio contenido, como se puede ver en la tabla N°1, los videos analizados buscaban revivir un programa que se había emitido entre 2012 y 2017, generando una participación activa del público.

Tabla N° 1 Análisis del contenido

<i>Perfil</i>	<i>Enlace del video</i>	<i>N° Me gusta</i>	<i>N° Comentarios</i>	<i>N° Comentarios Positivos</i>	<i>N° Comentarios Negativos</i>	<i>N° Comentarios (otros)</i>
@calle7internacional.com	https://vm.tiktok.com/ZMrFo6mDP/	13,8 mil	70	11	26	33
@adri19981	https://vm.tiktok.com/ZMrjLEFR2/	17,8 k	52	7	16	29
@starrealitys	https://vm.tiktok.com/ZMrjLomgJ/	22,1 k	164	11	21	132

Según los datos, los videos de los episodios de Calle 7 en TikTok han generado muchas interacciones, reflejando el interés y la relevancia del programa en la plataforma. A pesar de la gran cantidad de me gustas, los comentarios están más sesgados hacia lo negativo, lo que indica, que, aunque el contenido es popular, también genera opiniones muy diversas hacia las mujeres.

Se puede observar en la tabla N°1 el video publicado en el perfil starrealitys recibió el mayor número de me gustas, ya que dentro de su contexto se abordan temas de

apariciencia física y competencia. En cambio, los videos calle7internacional.com y adri19981 tienen menos interacción, aunque los espectadores también disfrutaban de estos videos, lo hacen en una cantidad menor. Sin embargo, tanto calle7internacional.com como starrealitys tienen más comentarios positivos que negativos. Por lo tanto, el perfil calle7internacional.com tiene la mayor cantidad de comentarios negativos, seguido por starrealitys y, por último, adri19981.

Alrededor del 80% de los comentarios en TikTok son negativos, enfocándose en aspectos como la apariciencia, el comportamiento y las habilidades, perpetuando una cultura de desigualdad de género. Si bien hay elogios hacia los rasgos físicos de las mujeres, los comentarios negativos critican el uso excesivo de maquillaje y la ropa ajustada, imponiendo estrictos estándares estéticos y de belleza. Además, la discriminación está presente debido a la polémica que se genera por los presentadores, quienes ridiculizan a quienes son diferentes.

En todos los perfiles analizados, la opinión pública se centra más en aspectos críticos que en expresar mensajes de aprecio o apoyo hacia las competidoras femeninas. Los comentarios negativos, que dañan la imagen de la mujer, muestran claramente que los espectadores tienen opiniones realmente diferentes sobre este espectáculo específico. Mientras algunos espectadores valoran aspectos positivos como el compañerismo y la competencia justa, otros critican a las concursantes por su mal comportamiento y los estándares de belleza que promueven.

Estas perspectivas se centran en aspectos superficiales y estereotipados, lo que lleva a una visión discriminatoria. Tal como señalan Adorno y Horkheimer, los medios de comunicación poseen la habilidad de consolidar y perpetuar arquetipos e ideologías de género dominantes. Este hecho expresa claramente la opinión pública, como se puede ver en la sección de los comentarios de los videos de Calle 7 publicados en TikTok. La opinión pública, al reflejar y reforzar estos imaginarios, contribuye a legitimar estas ideas en la población. En este contexto, los medios de comunicación actúan como un medio para reforzar y perpetuar estas percepciones discriminatorias, manteniendo un ciclo continuo de discriminación y estereotipos que van más allá del entretenimiento televisivo.

En particular, los reality shows pueden evocar respuestas emocionales, es decir, los espectadores pueden sentir empatía, admiración, rechazo u odio hacia ciertos participantes, lo que puede impulsarlos a continuar viendo el programa y a participar

activamente en las discusiones, ya sea para defender a sus favoritos o criticar a aquellos que no les gustan, asegurando que la audiencia se mantenga interesada y ansiosa por regresar al programa para ver más episodios.

Para mejorar la comprensión de la información, se llevó a cabo un análisis del discurso crítico, como se evidencia en las siguientes tablas, que demuestra cómo los comentarios positivos y negativos contribuyeron a diferentes críticas y actitudes negativas hacia las mujeres, poniendo de relieve las desigualdades de género.

Tabla N°2 Análisis del Discurso Crítico

<i>Categoría</i>	<i>Subcategorías</i>	<i>Enlace del video</i>	<i>Comentarios Positivos</i>	<i>Comentarios Negativos</i>	<i>Otros comentarios</i>
Corporalidad	Vestimenta Maquillaje Cuerpo	https://vm.tiktok.com/ZMrFo6mDP/	Se nota que tiene un cuerpo fuerte por eso gano otras competencias. Se ve increíble las chicas del equipo rojo.	Es que tienen más tiempo para el maquillaje que para la competencia. Demasiado maquillaje solo para competir. Es en serio la ropa que trae puesta no le queda para nada bien. Se ve un poco más gorda Karin.	Hay comentarios con emojis de risa que simplemente expresan diversión o alegría y de afecto hacia el programa, sin relacionarse con categorías específicas como corporalidad, estereotipo, microviolencia o prejuicios.

Microviolencia	Comportamientos agresivos Insultos o Burlas Actitudes de menosprecio	https://vm.tiktok.com/ZMrFo6mDP/	Ame a la morenita ella si ha sido criada por alguien que le enseñó el respeto.	Pero la hicieron llorar en corto a la animadora. Lo que dice esa chica Karin es humillar se cree la superior porque ganó una copa. Ahora entiendo Mayra Jaime copio la frase de Karin ella dijo me dio la gana de ganar y ella después me dio la gana la gana la gana. Karina Barreiro humilla a la gente = No le gusta tomarse foto con nadie. ¿Dice que no humilla? ¿Eso no es humillar? Son muy groseras. Jenny la única que dejaba callada a Mayra. No es por nada me a mí nunca me cayo María Jaime en cambio Karin	En el video hay etiquetas hacia las personas que están en los comentarios, pero estas no encajan en ninguna de las categorías específicas
----------------	--	---	--	--	---

				<p>es única y lo ha demostrado.</p> <p>Mayra Jaime es una peleona y chincheritas.</p> <p>Karin es una pedante la mejor es y será Mayra Jaime duela a quien le duela.</p>	
Estereotipos	Género Fuerza Competencia	https://vm.tiktok.com/ZMrFo6mDP/	<p>Karin la mejor competidora.</p> <p>Karin mi amor platónico la mejor de todas.</p> <p>Jenny la mejor por ella vi calle 7.</p> <p>Viendo esto, no tengo duda de que Doménica quedaba grande a lado de cualquier otra persona, la Dome si era una digna profesional.</p> <p>Qué bueno ver</p>	<p>Es una pena que subestimen la fuerza y la capacidad de Mayra.</p> <p>Es decepcionante ver cómo siempre resaltan a las participantes más atractivas.</p> <p>Pongan la parte que Karin compite con las demás.</p> <p>Y no llego ni campeona ni vicecampeona.</p> <p>A veces parece que la</p>	<p>Hay comentarios que apoyan al contenido del programa como que se vuelva emitir el reality show o donde lo pueden verlo completo.</p>

			a los chicos apoyando a las chicas en las pruebas.	competencia no es justa. Muchas palabras de Mayra Jaime que retar a las campeonas. Jenny me caes tan mal.	
Prejuicios	Discriminación Desigualdad Sexista	https://vm.tiktok.com/ZMrFo6mDP/	Qué bien que Calle 7 muestra a mujeres y hombres compitiendo. Las chicas demuestran que pueden competir al mismo nivel que los chicos. Amé el comentario de la morenita.	Karin antes eras competidora ahora date tu lugar como animadora tu etapa de competidora ya paso no humilles a las competidoras yo pienso que ya tienes tu edad eres madre y si no estrenas las pruebas es lógico que vas a perder. igual Mayra la saco. Falta mucho para Animadora, falta inteligencia emocional, ¡peleando con las chicas! Mayra la saco.	

				Puede tener la razón, pero no es asertiva, ¡sino que eres conflictiva desubicada KARINA Barreiro! La chica morenita sabe cosas.	
--	--	--	--	--	--

Específicamente, la tabla N°2 muestra comentarios positivos elogiosos que resaltan los cuerpos fuertes y atléticos de las mujeres como atractivos. Sin embargo, también hay críticas significativas sobre el exceso de maquillaje, la elección de ropa poco favorecedora y la presión por cumplir con ciertos estándares de belleza como tener un cuerpo tonificado, delgado, alto y en perfecta forma. Además, hay comentarios ofensivos que resaltan la microviolencia y la falta de comentarios positivos, donde los participantes son juzgados por su apariencia más que por sus logros y habilidades, lo que los hace ser objeto de humillaciones y desprecio mediante insultos directos como groseras, chincheritas o pedantes.

Contrariamente a los estereotipos expresados, se reconoció que Karin fue considerada una excelente concursante, despertando admiración de algunos espectadores. Sin embargo, existen críticas hacia la falta de reconocimiento de habilidades a Mayra Jaime, sugiriendo que su capacidad no se valora tanto como la de otras participantes cuya apariencia física acapara más atención. Algunos comentarios positivos enfatizaron la igualdad de género, destacando que tanto hombres como mujeres, tienen la misma capacidad en una competencia. No obstante, también se expresan comentarios sexistas sobre el peso y el ser madre, sugiriendo que esto las hace menos competitivas dentro del reality show.

Tabla N°3 Análisis del Discurso Crítico

<i>Categoría</i>	<i>Subcategorías</i>	<i>Enlace del video</i>	<i>Comentarios Positivos</i>	<i>Comentarios Negativos</i>	<i>Otros comentarios</i>
Corporalidad	Vestimenta Maquillaje Cuerpo	https://vm.tiktok.com/ZMrjLEFR2/	Todos tienen un buen cuerpo. Se ven más lindas sin tanto maquillaje.	Exageran mucho al maquillarse. Poco naturales Todas las de amarillo son feas Deberían estar más delgadas para que jueguen bien.	Hay comentarios con emojis de risa, cariño, corazones, vergüenza.
Microviolencia	Comportamientos agresivos Insultos o Burlas Actitudes de menosprecio	https://vm.tiktok.com/ZMrjLEFR2/	El capitán es respetuoso con los demás compañeros.	Siempre pasa lesionada por eso deberían sacarle de la competencia. Esa Melany es una grosera y así se dice llamar Doctora. Si es un paquete inservible. Tiene una actitud poca culta.	En el video hay etiquetas hacia las personas que están en los comentarios, pero estas no encajan en ninguna de las categorías específicas
Estereotipos	Género Fuerza Competencia	https://vm.tiktok.com/ZMrjLEFR2/	Los rojos van a ganar por sus fortalezas no por lesiones. Melany si era buena competidora en	Ya cansan que los hombres subestimen a las mujeres. Desde cuando la fuerza física define la capacidad de	

			<p>BLN si le fue bien.</p> <p>Solo los verdaderos fans de Mayra sabemos la personalidad de ella no es mala, solo que se apasiona mucho y se enciende, pero se le pasa al instante.</p>	<p>competir.</p> <p>En serio juzgamos por la apariencia y no por habilidades.</p> <p>El nivel de las competidoras de Calle 7 Ecuador es muy bajo, a comparación de el de otros países.</p>	
Prejuicios	Discriminación Desigualdad Sexista	https://vm.tiktok.com/ZMrjLEFR2/	Todos deberían ser tratados con equidad.	<p>Mayra se creía la mejor pero nunca ganó.</p> <p>Siempre me cayo mal esa Mayra.</p> <p>Es una vergüenza que sigan discriminando a una competidora solo porque esta lesionada.</p> <p>Es ridículo insinuar que una mujer no puede competir.</p> <p>Se evidencia que esas nominaciones son injustas.</p> <p>Calle 7 era lo</p>	

				<p>mejor pero la película se la llevaba María Jaime.</p>	
--	--	--	--	--	--

La tabla N°3 analiza las mismas categorías, resaltando tanto aspectos positivos como negativos de figuras femeninas cuyos cuerpos se consideran ideales, lo cual podría intensificar la presión por tener un cuerpo perfecto y causar insatisfacción en quienes no cumplan con ese estándar. Por un lado, las personas prefieren una apariencia más natural y con poco maquillaje, con comentarios como “se ven más lindas sin tanto maquillaje”.

Por otro lado, siguen persistiendo críticas por el uso excesivo o exagerado de maquillaje, retratando cómo los medios informativos y la industria de la moda, propagan ideales de belleza asociados a la perfección facial y cuerpos delgados, perpetuando imaginarios de éxito y capacidad. Asimismo, muchos programas televisivos como Calle 7 y contenidos en redes sociales están diseñados para entretener y mantener a la audiencia cautiva, lo que puede llevar a una dramatización exagerada en conflictos y a la amplificación de comportamientos agresivos o de menosprecio como parte del espectáculo.

Los reality shows reflejan problemas sociales más amplios que afectan a grupos vulnerables, especialmente a las mujeres, mostrando prejuicios y trato indebido hacia las competidoras debido a su género o condición física, reforzando una mentalidad sexista que infravalora las capacidades de las mujeres y las excluye injustamente de oportunidades.

Tabla N°4 Análisis del Discurso Crítico

<i>Categoría</i>	<i>Subcategorías</i>	<i>Enlace del video</i>	<i>Comentarios Positivos</i>	<i>Comentarios Negativos</i>	<i>Otros comentarios</i>
Corporalidad	Vestimenta Maquillaje Cuerpo	https://vm.tiktok.com/ZMrjLomgJ/	Se nota que se arreglan para tener una buena presencia.	Mas parece que van a un show de belleza que a competir. Algunas no se ven tan bonitas con maquillaje. En la parte de arriba indican mucho.	Hay comentarios que apoyan al contenido del programa como que se vuelva emitir el reality show o donde lo pueden verlo completo.
Microviolencia	Comportamientos agresivos Insultos o Burlas Actitudes de menosprecio	https://vm.tiktok.com/ZMrjLomgJ/	Se nota el compañerismo entre ellos.	Esas dos ni un campeonato tuvieron. Se ve una actitud muy planeada y mala. Esas expresiones tan falasas. Tranquila Karin, a mí tampoco me quieren en mi curso. Sin hacer estupideces como ahora lo son. Programas basuras que jamás debieron salir al aire.	En el video hay etiquetas hacia las personas que están en los comentarios, pero estas no encajan en ninguna de las categorías específicas

				Es como Claudia de calle 7 Panamá, nadie la quiere.	
Estereotipos	Género Fuerza Competencia	https://vm.tiktok.com/ZMrjLomgJ/	<p>Yulia mi competidora favorita después de ella Isabel.</p> <p>Fueron bicampeonas y no es por el campeonato que son mis favoritas.</p> <p>Karin era la más linda.</p> <p>En Calle 7 las competencias eran más fuertes.</p> <p>Esto fue épico Karin en calle7 no la querían, pero fue la ganadora.</p> <p>Esto si era competencia.</p> <p>Y sin embargo los superó a todos.</p> <p>Ella prosperó y no se quedó en una simple competidora como muchas que</p>	<p>Así es, pura peli teñida envidiosa.</p> <p>Cuando daban oportunidades a las personas ahorita todos los realitys sigo viendo a los mismos.</p> <p>No la querían le tenían miedo a mi querida Karin porque ella era la mejor.</p> <p>Nadie la quería porque no soportaban que Karin era el centro de atención y las opacaba a comparación de ellas.</p> <p>Que falsa es la televisión como fingen esas caras.</p> <p>Y pensar que todos salieron de</p>	

			ahora duermen en el anonimato.	estos programas chimichurris y ahora se creen estrellas. Y la flaca que vacilaba con culebra que se hizo.	
Prejuicios	Discriminación Desigualdad Sexista	https://vm.tiktok.com/ZMrjLomgJ/	No la aceptaban, pero resultó ser la bicampeona y desde entonces una de las más queridas del público.	Ronald ya no podrá está enjuiciado por lavado de activo con Alex un integrante de calle 7. Cuando daban oportunidades a las personas ahorita todos los realitys sigo viendo a los mismos. Y fue la mejor y hasta campeona quedo algo que no pudieron las otras. Esto era una vergüenza en el ecuador.	

La tabla N°4, muestra comentarios positivos que reconocen el profesionalismo y la dedicación de las participantes a presentarse de manera adecuada y atractiva, pero

lamentablemente todavía hay opiniones negativas sobre su vestimenta, insinuando que muestran demasiado por usar ropa deportiva corta o ajustada, lo cual evidencia una mentalidad cerrada en que las atletas deberían optar por ropa menos llamativa solo porque el público mantiene ideas anticuadas y preconcebidas hacia lo femenino. La presencia de microviolencia en la competencia denigra a las participantes, llegando incluso a insultarlas directamente con frases poco adecuadas.

Se considera que los programas de telerrealidad carecen de contenido educativo o cultural, sin embargo, existe una demanda alta que busca este tipo de entretenimiento. Por ende, hay personas que opinan en contra de estas producciones y también hay otro grupo que espera más realismo en las representaciones televisivas. El mismo hecho de ser un programa público que ahora tiene divulgación en redes hace que la gente tenga más oportunidades de plantear su punto de vista.

En ocasiones los espectadores esperan una representación en la televisión, sin embargo, los reality shows simulan expectativas del público, puesto que estos programas están guionizados o manipulados para maximizar el interés alrededor de este tipo de entretenimiento.

Las producciones pueden fomentar disputas, editan selectivamente las escenas para generar ciertas narrativas o incluso instruyen a los participantes cómo actuar. Aunque se presentan como espontáneas, es común que los productores den instrucciones a los participantes sobre qué decir o cómo comportarse, lo que puede llevar a que las expresiones o reacciones que ven los espectadores sean fingidas, diseñadas para provocar emociones en el público.

Pese a las críticas desfavorables, este programa de televisión se ha mantenido como un favorito entre la audiencia gracias a su emocionante combinación de retos físicos y mentales, la rutina establecida de los espectadores desde su inicio en 2012, la comunidad de fans, su interacción social y las inspiradoras narrativas de superación personal.

Conclusiones

Esta investigación se centró en la complejidad de los imaginarios femeninos presentes en el programa Calle 7 de TC Televisión, según las reacciones y comentarios en TikTok. A partir de los resultados, se revelan importantes aspectos sobre la percepción y representación de la feminidad en los medios. La televisión promueve cánones de belleza y modelos de comportamiento basados en estereotipos de imagen corporal asociados con la admiración y expectativas sobre los cuerpos de las mujeres. Estos programas, como Calle 7, se enfocan en la comercialización mediática del espectáculo.

Por lo tanto, la opinión pública tiene una repercusión significativa en la percepción y representación de los imaginarios femeninos del reality show a través de plataformas como TikTok, donde la audiencia participa activamente expresando sus opiniones sobre el contenido, ya sean positivas o negativas. Además, es importante destacar que, a pesar de los años que han pasado desde la emisión original del programa, Calle 7 sigue manteniendo una base de fans activa que disfruta viendo los episodios y participa en las críticas hacia las participantes.

El programa televisivo mantiene un alto porcentaje de interacciones, lo que muestra su popularidad y el interés que despierta en los espectadores. Los altos niveles de interacción reflejan cómo los imaginarios femeninos son consumidos y reproducidos por la audiencia, confirmando la hipótesis de que los comentarios y reacciones en TikTok perpetúan los estereotipos de género y las actitudes prejuiciosas hacia las participantes.

El espectáculo y la especulación en la televisión son cruciales para atraer y mantener a los espectadores, quienes gozan del drama y el conflicto presentados en los reality shows, moldeando así actitudes y comportamientos. Sin embargo, la calidad del contenido y su percepción social y cultural son cuestionadas, provocando que las mujeres enfrenten varias críticas, que les impiden ser reconocidas por sus propios méritos y logros. Aquella situación también hace que otras mujeres no quieran competir por miedo a ser tratadas o criticadas injustamente. Las mujeres ecuatorianas del reality show, por ejemplo, son a menudo criticadas por su peso y sienten que deben cumplir con ciertos estándares, como ser delgadas, para ser aceptadas y respetadas.

La investigación ha demostrado que la clasificación de comentarios positivos y negativos en TikTok permitió una comprensión clara de cómo se percibe la

representación femenina en el programa, ya que estos comentarios están fuertemente influenciados por estereotipos de género. La mayoría de los comentarios negativos se centraron en la apariencia física de las participantes, subrayando la importancia de los estándares estéticos en la percepción pública, lo cual refleja que los estereotipos de género y las expectativas con respecto a la imagen corporal femenina están profundamente arraigados en la sociedad.

Se idealiza el estereotipo de la mujer denominada bella, elegante y exitosa en el campo laboral, en el que los personajes de televisión, especialmente modelos y actrices, son las más admiradas. Figuras como Karin Barreiro, Mayra Jaime y Adriana Hinostrosa, entre otras, son apreciadas por una gran parte de la audiencia; sin embargo, también enfrentan críticas basadas en estereotipos de género, lo que demuestra una dualidad en la percepción pública.

Por lo tanto, se concluye que efectivamente se refuerzan ideas preconcebidas y estereotipos hacia la mujer, ya que las mismas participantes se atacan verbalmente y se menosprecian frente al público, permitiendo que el público se sume a las críticas.

La televisión, en general, discrimina o espectaculariza a las personas por su físico, perpetuando una cultura de microviolencia contra las mujeres dominada por comentarios contradictorios y un ambiente competitivo y hostil, creando arquetipos relacionados con el género, la fuerza y la competencia, subestimando las capacidades y logros de las mujeres, lo cual sugiere falsamente su inferioridad en comparación con los hombres.

En última instancia, el estudio destaca la necesidad de cambiar la narrativa mediática en la programación de entretenimiento para erradicar los estereotipos de género y promover el concepto de respeto a las mujeres de manera más justa e igualitaria. La crítica pública indica una demanda de contenidos que representen adecuadamente la diversidad y la equidad de género, desafiando los imaginarios tradicionales que han sido reforzados por los medios. El público no sólo busca entretenimiento; también quiere ver imágenes inclusivas y equitativas de mujeres en roles diversos y desafiantes que vayan más allá de los estereotipos limitantes. Por ende, esta demanda se basa en un reconocimiento cada vez mayor de que los medios masivos tienen el poder de afectar de manera significativa en las percepciones sociales y culturales.

Bibliografía

- Agudelo, P. A. (22 de 05 de 2012). Des)hilvanar el sentido/los juegos de Penélope Una revisión del concepto imaginario y sus implicaciones sociales. *Uni-Pluriversidad*, 93–110. Obtenido de <https://doi.org/10.17533/udea.unipluri.11840>
- Butler, J. (1990). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós. Obtenido de https://www.lauragonzalez.com/TC/El_genero_en_disputa_Butler.pdf
- Castoriadis, C. (1975). *La institución imaginaria de la sociedad*. 2. Buenos Aires: Tusquets.
- Collazo Valentín, L. M. (diciembre de 2005). De la mujer a una mujer. *Otras Miradas*, 5(2). Mérida, Venezuela. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/183/18350201.pdf>
- Condo, R. A. (25 de 05 de 2011). Medios de Comunicación y Ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*. Obtenido de https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/1263/1/MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20C3%93N.pdf
- Díez, E. R. (Julio de 2015). Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes. *The stereotypes of genders in TV shows that are viewed by the teenagers*. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf;sequence=1>
- Elósegui, M. (2011). Diez temas de género. Hombre y Mujeres ante los derechos productivos y reproductivos. *Ediciones Internacionales Universitarias*. Madrid.
- Fajardo, E. (2006). *Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva*. Madrid : Eco-post .
- Ferrés Prats, J. (marzo de 1995). Televisión, espectáculo y educación. *Comunicar*(4). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15800407.pdf>

- Fraga, C. (2007). Las mujeres y los medios de comunicación. *Una relación controvertida(1)*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2542840.pdf>
- García Canclini, N. (2000). *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*. (Katz ed.). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/459/45924206010.pdf>
- García, C. M., Recarte, C. A., González, D. Y., & Marins, M. R. (2015). Topografías domésticas en el imaginario femenino una vision comparativa, transnacional y hemisférica. Obtenido de <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/9c36400b-8a3b-427d-8801-bdfc1258e205/content>
- Gerbner, Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. En N. L. Hillsdale, *Perspectives on media effects* (J. Bryant y D. Zillmann ed., págs. 17-48).
- Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli. (1996). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En Jennings Bryant, Dolf Zillmann (Comp.). En G. Gerbner, L. Gross, & M. y. Morgan, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (págs. 35-66). Barcelona, España : Paidós. Obtenido de https://eva.fic.udelar.edu.uy/pluginfile.php/31888/mod_folder/content/0/Gerbner-y-otros_1996.pdf
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1944). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta. Obtenido de <https://comunicacionyteorias1.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/horkheimer-m-y-adorno-t-w-dialectica-de-la-ilustracion.pdf>
- Igartua, J. J., & Gerbner, G. (2022). Violencia y televisión: nuestro medio ambiente cultural. Entrevista con George Gerbner. En J. J. Gerbner. Obtenido de <https://diarium.usal.es/jigartua/files/2012/07/Igartua-Gerbner-CE-2002.pdf>
- Leyva, G. (mayo-agosto de 1999). Max Horkheimer y los orígenes de la teoría crítica Sociológica. *Perspectivas contemporáneas en la teoría social*, 14(40), 65-87. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026649011.pdf>

- Marín, E., López, C., & Escobar, J. G. (03 de 03 de 2015). Los jóvenes, el ideal estético y la televisión: "el cuerpo real y el imaginado". *Luciérnaga Comunicación*, 17-22. Obtenido de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/273>
- Martín-Barbero, J. (1998). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Molero, F. (2004). El liderazgo. En C. Huici Casal y J. F. Morales Domínguez (Dir.). En *Psicología de Grupos I. Estructura y procesos* (págs. 141-170). Madrid. Obtenido de <https://psicolebon.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/06/psicologc3ada-de-los-grupos.pdf>
- Moreno, A. D. (2023). El cuerpo como categoría política en el movimiento social "Body Positive". Quito, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24399/1/TTQ1084.pdf>
- Narotzky, S. (1995). *Mujer, Mujeres, Género. Una aproximación crítica al estudio de las mujeres en las Ciencias Sociales*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=evXx6GYJ2zYC&oi=fnd&pg=PA8&dq=mujer+genero+pdf+&ots=pjdEy3S0kN&sig=LVGpErosKDVCD4XEBobz-53Shc4#v=onepage&q&f=false>
- Núñez, P. S. (2005). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. *Comunicar*, 25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825092>
- Parada, A. T. (Junio de 2018). Análisis crítico del discurso sobre el feminismo posmoderno en redes sociales y su relación con el neoliberalismo. El caso de Amarna Miller. Obtenido de https://www.academia.edu/98152002/An%C3%A1lisis_cr%C3%ADtico_del_discurso_sobre_el_feminismo_posmoderno_en_redes_sociales_y_su_relaci%C3%B3n_con_el_neoliberalismo_el_caso_de_Amarna_Miller
- Parreño, J. A. (marzo de 2017). Análisis del porgama "Calle 7". Quito.
- Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación cualitativa: retos e interrogantes. I. Métodos*. Madrid: Muralla.

- Pérez-Henao, H. (2011). Reality show cambio extremo: El cuerpo como mercancía en la sociedad globalizada. (29), 51-58. Santiago de Chile, Chile: Cuadernos de Información. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97122694005>
- RAE. (2022). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. . *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. . Madrid, España.
- Ramírez, M. (2023). El rol de la mujer en la historia y en la actualidad. *Revista de Estudios de Género*.
- Rodríguez, M. P., Pando-Canteli, M. J., & Berasategi, M. (2016). ¿Generan estereotipos de género los medios de comunicación? Reflexión crítica para educadores. *impacto social impact*. (A. C. Cristina Iturrioz Landart, Ed.) España: DEUSTO. Obtenido de <https://www.deusto.es/document/research/es/estereotipos-de-genero.pdf>
- Sampieri, R. H., Fernández-Collado, C., & Lucio, P. B. (2014). Metodología de la Investigación. (736), sexta. (Interamericana, Ed.) México: Mexicana. Obtenido de <http://repositorio.ucsh.cl/bitstream/handle/ucsh/2792/metodologia-de-la-investigacion.pdf?sequence=1>
- Torres, M. J. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*(25). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926025>
- Universal, E. (11 de Octubre de 2011). Estudio revela impacto de reality shows en adolescentes. Farándula.
- Urra, E., Muñoz, A., & Pena, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *10*(2). Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-70632013000200004&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2395-8421.