



CONSULTORÍA SOBRE ESTEREOTIPOS Y DISCRIMINACIÓN EN LA TELEVISIÓN PERUANA

(Resumen Ejecutivo)

Por Dr. Wilfredo Ardito Vega

Ámbito de investigación: Programas y comerciales emitidos durante el mes de marzo de 2014 en señal abierta en cuatro canales de televisión privada (Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión y ATV), durante el horario familiar (6:00 a.m. a 10:00 p.m.)

Predominancia de personajes blancos

- La mayoría de conductores de TV presentan **rasgos europeos** y son asociados a **objetividad, conocimiento, situaciones de éxito**, principalmente en la categoría de informativos. Mientras que en los realities juveniles, esta figura se convierte en un “modelo de belleza”.
- En cuanto a los programas de ficción, series como “Al Fondo Hay Sitio” muestran el estereotipo del personaje blanco egoísta, ambicioso y clasista, siendo además los personajes más atractivos para los otros personajes.



Personajes andinos y amazónicos

- Pese a que el grupo étnico andino y mestizo constituyen la mayor parte de la población peruana, éstos no se ven desempeñando roles como la conducción u animación de programas de TV. Su aparición más frecuente **está relacionada a situaciones marginales**. En los noticieros aparecen como **pobres extremos, víctimas o delincuentes**.
- También existe la tendencia a mostrarlos como un atractivo turístico, apareciendo en reportajes sobre carnavales u otras festividades, donde siempre se les muestra danzando con su vestimenta tradicional, mediante una **exotización**.

Mujeres andinas

- El personaje supuestamente andino de mayor visibilidad es “La Paisana Jacinta” (Frecuencia Latina), representada por un hombre mestizo disfrazado que muestra una permanente carga de estereotipos negativos sobre este sector, mostrándola como sucia, ignorante, vulgar, violenta y grosera. En sus nuevos episodios “Jacinta” adquiere un carácter moralista al dar consejos al público infantil, sin embargo se continúan reproduciendo actos racistas y comentarios en doble sentido durante todo el programa.
- Otro caso de personaje andino femenino en la TV es la “Chola Chabuca” (América TV), la cual no presenta estereotipos negativos.



Afroperuanos

- Esta población está sumamente **invisibilizada**, no aparece conduciendo programas o personajes de series de ficción. Sin embargo figuran -en bajo porcentaje- entre los participantes de realidades juveniles, aunque para ello deben cumplir con determinados cánones de belleza, siendo llamados siempre por sobrenombres como “Negrita” (Angie Arizaga en “Esto Es Guerra”).
- Ellos también son presentados en el ámbito deportivo, pero principalmente, más que sus éxitos, se rescatan sus escándalos de carácter policial y sentimental.



Personajes orientales

- Tienen poca presencia en la televisión peruana. No son mostrados como modelos de belleza, por la predilección por lo caucásico, pero tampoco en situaciones extremas o con carga negativa. En sus pocas apariciones son presentados como **extranjeros**, como el caso del personaje “Hiro” (Al Fondo Hay Sitio), quien no habla bien el castellano.

La mujer-madre y la mujer-sensual

- La figura de la **mujer-madre** es casi **inexistente**. El **rol predominante femenino** es la **mujer-sensual**, con escasa vestimenta y una actitud intencionalmente seductora, la cual aparece a toda hora, aún en programas denominados como familiares. Esto se ve principalmente en las presentadoras de programas concurso o de espectáculos, siendo particular el contraste con la vestimenta del conductor varón, quien siempre viste informal. Este contraste también se ve en algunos noticieros y programas informativos con pareja de conductores, donde la mujer viste provocativamente, y el conductor en traje.
- La **mujer-sensual** es el **personaje central** de realidades juveniles como “Combate” (ATV), “Esto Es Guerra” (América TV), y “Bienvenida la Tarde” (Frecuencia Latina), donde la figura de las participantes es enfatizada a través de una vestimenta provocativa y los encuadres y planos de la cámara.
- La mujer-sensual también es un personaje permanente en los programas de humor.
- En contraste, la única mujer-madre en la televisión es el personaje de “Charo” de “Al Fondo Hay Sitio”.
- La mujer profesional o la mujer trabajadora casi no aparecen; el atractivo físico es uno de los valores principales que se mantiene para presentar a las mujeres en televisión.

Discriminación por lugar de origen

- La televisión nacional es en realidad televisión limeña. Debe producirse un acontecimiento extraordinario o vistoso para que los noticieros y otras categorías de programas decidan abordar otros escenarios fuera de la capital. A esta exotización del “interior del país” se suma la perspectiva trágica, asociándolo a la pobreza, conflictos sociales, etc.
- Los ciudadanos que no son de Lima son presentados en los programas de ficción de manera estereotipada, que cae en el ridículo.

Discriminación por edad

- Los **niños** no tienen una presencia importante en los programas de ficción. Su principal participación está en los programas tipo concurso como “La Hora de los Peques” (América TV) y “Yo Soy Kids” (Frecuencia Latina), que, sin embargo, son programas que responden más a un público adulto.
- La presencia de adolescentes es menor, figuran como participantes del reality “Versus de Colegios” o a través de un rol secundario como público de realities juveniles.
- Uno de los casos más graves del uso de la imagen de los niños en la TV, es en programas “familiares” de ayuda social, donde se expone a niños en situaciones de extrema pobreza, principalmente de rasgos andinos y zonas rurales.
- Las **personas adultas mayores**, también son un público poco favorecido en los medios. En los noticieros, su aparición suele estar reservada a líderes políticos tradicionales, mientras que los demás aparecen relacionados a problemas de salud, violencia, o abandono. No se les presenta de manera digna o como personas autónomas. Aunque existen algunos conductores de TV pertenecientes a este grupo, la tendencia es presentar a gente joven desarrollando este rol.



Discriminación por orientación sexual

- Su presencia está relacionada con muchos estereotipos. Debe aclararse que esta presencia se refiere a los varones ya que las lesbianas no aparecen, a excepción de aquellas involucradas en casos judiciales.
- Los homosexuales son presentados como **personajes pintorescos**, principalmente en la ficción. En los programas de humor se busca mostrar al homosexual muy amanerado, donde predomina la figura del travesti, exacerbando su carácter ridículo. En los noticieros, una persona envuelta en casos como infidelidad, accidentes, o peleas, es protagonista de la noticia solo por ser travesti.
- Otra figura constante es la del homosexual conductor o co-conductor de programas de espectáculos que lanza afirmaciones ofensivas hacia diversos personajes de la farándula, naturalizando y manteniendo así estereotipos negativos relacionados a este grupo.

Personas con discapacidad

- En los programas de ficción, la única persona con discapacidad es el personaje de “Bruno” en “Al Fondo Hay Sitio”, que en realidad finge su discapacidad. No se aborda la vida cotidiana de una persona con discapacidad, sus necesidades o problemas.
- En los programas familiares de ayuda social, suelen aparecer como objeto de caridad, donde la discapacidad es vista como una tragedia y utilizada como un gancho mediático.

Estereotipos y discriminación en la publicidad

- La mayoría de spots publicitarios peruanos presentan a personas de rasgos caucásicos, asumiéndolos de manera explícita como modelos de belleza, éxito y capacidad económica, y desempeñando roles protagónicos.

- Los personajes de rasgos andinos aparecen en pocas ocasiones y nunca están asociadas a productos modernos, de alto valor adquisitivo, de belleza, o moda. Este grupo aparece vinculado a paisajes andinos o al imperio Inca.
- La mayor parte de estereotipos negativos se reproduce a través de spots institucionales de los propios canales de televisión, donde se enfatiza el atractivo físico y cánones de belleza.
- La población afroperuana y oriental tienen poca presencia en la publicidad. El primer grupo aparece vinculado a prácticas deportivas como el vóley.
- Existe un contraste en cuanto a la marcada presencia de la mujer-madre en la publicidad y su casi ausencia total de la programación. Esta aparece en un entorno familiar, armonioso y feliz. Pese a los diversos roles en los que se las muestra, la mujer-madre no deja de verse arreglada.
- En los comerciales de productos de belleza, la protagonista es la mujer-sensual, siempre blanca, delgada, de cabello castaño o rubio y lacio.
- Es cotidiano encontrar la figura de la mujer híper-sensual, la cual se muestra en bikini o en ropa de baño.
- La presencia de la mujer, en su mayoría, no está relacionada al ámbito laboral y profesional. La mujer aparece vestida formalmente en la publicidad de productos de belleza, sin embargo no se la muestra trabajando sino exhibiendo su belleza, resaltando más su papel de mujer-sensual.
- Los niños son otro público constante dentro de la publicidad, quienes también presentan, en su mayoría, perfiles caucásicos. Esto también ocurre con los spots donde aparecen bebés.

