



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), noviembre-diciembre 2024,
Volumen 8, Número 6.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6

LOS PROGRAMAS CONCURSO Y SU INCIDENCIA EN LA REPRESENTATIVIDAD DE LA AUDIENCIA ECUATORIANA

**QUIZ PROGRAMS AND THEIR IMPACT ON THE
REPRESENTATIVENESS OF THE ECUADORIAN
AUDIENCE**

Mgtr. Pablo Antonio Velázquez Velázquez
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador

Lcdo. Bravo Parra, Carlos Eduardo
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15326

Los programas concurso y su incidencia en la representatividad de la audiencia ecuatoriana

Mgtr. Pablo Antonio Velázquez Velázquez¹pablo.velazquez@cu.ucsg.edu.ec<https://orcid.org/0009-0003-8908-2590>Universidad Católica de Santiago de
Guayaquil
Ecuador**Lcdo. Carlos Eduardo Bravo Parra**carlos.bravo@cu.ucsg.edu.ec<https://orcid.org/0009-0002-8692-998X>Universidad Católica de Santiago de
Guayaquil
Ecuador

RESUMEN

La presente investigación propuso analizar cómo los programas concurso impactan en la representatividad de la audiencia en Ecuador. La investigación buscó determinar si estos programas están perpetuando estereotipos o por el contrario promoviendo una visión equilibrada de la diversidad en el país. Para ello, se empleó un enfoque cualitativo, se enmarcó en un diseño exploratorio y descriptivo se pudo realizar un análisis de contenido con el objetivo de comprender cómo estos programas influyen en la percepción que la audiencia tiene de sí misma y de su comunidad. Los hallazgos preliminares indicaron que estos programas han avanzado en aspectos como la equidad de género, la diversidad étnica y la representación de diferentes edades y ocupaciones. Los resultados de la investigación sugirieron que un compromiso más profundo con la diversidad no solo enriquecería el contenido de estos programas, sino que también tendría un impacto positivo en la construcción de una identidad nacional ecuatoriana más inclusiva, diversa y equitativa. Esto no sólo fortalecería la relevancia de estos programas, sino que también contribuiría a la cohesión social y a la promoción de valores inclusivos en el país.

Palabras claves: representación, audiencia, diversidad, identidad, concurso

¹ Autor principal

Correspondencia: pablo.velazquez@cu.ucsg.edu.ec

Quiz programs and their impact on the representativeness of the Ecuadorian audience

ABSTRACT

The present research proposed to analyze how game shows impact the representativeness of the audience in Ecuador. The investigation sought to determine whether these programs are perpetuating stereotypes or, on the contrary, promoting a balanced vision of diversity in the country. To do this, a qualitative approach was used, framed in an exploratory and descriptive design, a content analysis was conducted with the aim of understanding how these programs influence the perception that the audience has of themselves and their community. Preliminary findings indicated that these programs have made progress in aspects such as gender equity, ethnic diversity, and representation of different ages and occupations. The research results suggested that a deeper commitment to diversity would not only enrich the content of these programs but would also have a positive impact on the construction of a more inclusive, diverse, and equitable Ecuadorian national identity. This would not only strengthen the relevance of these programs but would also contribute to social cohesion and the promotion of inclusive values in the country.

Keywords: representation, audience, diversity, identity, contest

*Artículo recibido 12 octubre 2024
Aceptado para publicación: 15 noviembre 2024*



INTRODUCCIÓN

La televisión, como medio de comunicación masivo, juega un papel fundamental en la configuración de la identidad nacional. Su alcance a una gran parte de la población le permite influir en la percepción colectiva de la cultura y la sociedad, moldeando así la forma en que nos vemos a nosotros mismos como país (Hall, 1997). En el contexto ecuatoriano, los programas concurso han cobrado relevancia en la discusión sobre la representación de la diversidad y la identidad nacional. Este estudio se centra en la percepción de la identidad nacional ecuatoriana, examinando si refuerzan estereotipos o si promueven una visión inclusiva de la diversidad cultural del país.

Los medios de comunicación, sobre todo la televisión, se han destacado por intentar ser un reflejo de la realidad, pero no solo eso, sino que además sirven para construir o intentar mostrar a la sociedad como tal, tratando de dar visibilidad a todos los grupos que la conforman, incluidos los minoritarios. En este sentido, los programas concurso son una muestra importante de lo expuesta ya que presentan a diferentes participantes y sus historias como parte de su contenido. Esto puede ayudar a reforzar o derrumbar estereotipos que ayudan a formar lo que se conoce como identidad nacional y reconocer su capacidad y rol en la formación de esta idea de lo que es ser ecuatoriano.

La diversidad social y cultural de Ecuador es otro aspecto importante del problema, estos programas tienen una audiencia amplia, por lo que su contenido y cómo son representados los espectadores y la sociedad en general. La construcción de una visión estereotipada es uno de los grandes desafíos que afrontan los medios de comunicación que pudieran estar contribuyendo y perpetuando conflictos internos. Esto subraya la necesidad de investigar si los programas concurso están ayudando a crear una visión inclusiva de la identidad nacional o si están perpetuando divisiones y exclusiones.

No obstante, la responsabilidad social de los medios de comunicación representa un desafío para los productores y canales de televisión, quienes deben evaluar si están cumpliendo con su rol de promover una representación justa y equilibrada de todos los sectores de la población.

La investigación sobre los efectos de estos programas es fundamental para determinar si están fortaleciendo una visión desde la diversidad o si, por el contrario, están consolidando una visión limitada y excluyente de la identidad nacional.



En el contexto ecuatoriano, existen algunos estudios que han abordado la temática de la representación en los programas. Por ejemplo, un estudio de Aguirre y Freire (2022) analizó las representaciones de género y sexualidad en estos programas, identificando patrones de discriminación y estereotipos. Otro estudio, realizado por Merchán y Cordero (2021), exploró la representación de la interculturalidad en los reality shows, evidenciando la falta de visibilidad de la diversidad cultural del país. También se ha señalado que existen estereotipos y desequilibrios en la representación de la diversidad étnica y cultural a pesar de los avances en la representación de algunos grupos, como las mujeres y las comunidades indígenas (Gómez et al., 2021). Estos estudios destacan la necesidad de una investigación continua y más profunda para comprender el impacto de los programas concurso en la identidad nacional y para desarrollar estrategias que promuevan una representación mediática inclusiva y equitativa.

Imposible resulta referir al quehacer de los medios de comunicación pasando por alto a la audiencia que son quienes los consumen y qué reacciones genera en estos a los que la teoría no logra englobar en una única etiqueta. Es así como a lo largo del tiempo es fácil encontrar una gama de definiciones para eso que se resume como el público, pero que también se presenta como los públicos o el gran público. (Dayan, D. 1997)

Mateos-Pérez et al (2022) menciona el cambio de paradigma en la televisión transformado a la audiencia de espectadores en usuarios activos. De ser un público cautivo de la programación unidireccional, se han convertido en receptores selectivos. Se trata de un nuevo paradigma en el que las audiencias se fragmentan a partir de intereses particulares que, como punto relevante, tiene a la Web 3.0 caracterizada por los espacios de participación de los usuarios que comparten gustos y aficiones que, en el caso de las series televisivas de ficción por ejemplo “han facilitado la interacción con otros seguidores e incluso los han conectado con los creadores y distribuidores de las series.” Mateos-Pérez, J., Lacalle, C., & Rocha, S. M. (2022)

La ruptura de la brecha público-creador ha hecho, a decir de los autores, que se profundice en la necesidad de elaborar contenidos que apunten a una representación más integral de la sociedad.

Las producciones de ficción del siglo XXI han combinado y actualizado los géneros, han empleado temáticas sociales y contingentes, han dotado de mayor complejidad sus narraciones y estéticas y han revalorizado a sus creadores, guionistas y productores. Las narrativas de ficción



televisiva han apostado por componerse a partir de un surtido plural y heterogéneo de representaciones sociales, extraídas de diferentes comunidades con el fin de satisfacer los gustos de un público cada vez más experimentado y exigente. (Mateos et al. 2022)

Se trata entonces de un desafío nada sencillo puesto que las audiencias, hoy más conectadas con el proceso de construcción de productos televisivos, no están dispuestas a conformarse con la simple inclusión de personajes antes relegados si no que, sobre todo, colocan su atención sobre qué tipo de rol se les otorga, qué valores pregonan, cómo se relacionan con otros personajes, entre otros aspectos complejos relacionados con la representación de la sociedad y quienes la integran.

En el diccionario de la *Real Academia de la Lengua Española* existen catorce definiciones para el término “**representación**”, entre la que consta: Imagen o idea que sustituye a la realidad, cuyos sinónimos son: Símbolo, encarnación, personificación, imagen, emblema, figura, efigie e idea. Desde su definición el término plantea la existencia de una figura real y otra construida con el objetivo de aludir a esta primera figura. Premisa de la que se desprenden investigaciones de variada complejidad respecto de la construcción de representaciones sociales sobre todo en los medios de comunicación. Según Cuevas (2011) no son pocas las conceptualizaciones acerca de las representaciones sociales. Estas han ido variando y haciéndose más complejas con el pasar de los años. El autor cita estudios como los de Moscovici (1979) que se refieren a la representación social como un corpus organizado a través del que los hombres hacen inteligible, es decir comprensible o entendible, la realidad. Parafraseando al autor, un conjunto de conocimientos que permiten al ser humano interpretar y comprender el mundo.

Los medios de comunicación juegan un papel relevante en la divulgación de las representaciones sociales. Esto, a propósito de su alcance y por la posibilidad que tienen de generar conversaciones a partir de los temas que ahí se muestran. Premisa ampliamente tratada en los estudios relacionados con la configuración de la agenda mediática que además profundiza en las valoraciones que ahí se plantean, en la categorización de los temas, el rol de los actores y otros aspectos más.

Rouquette (1986) asegura que las representaciones sociales circulan en los medios de comunicación a través de un proceso que consta de tres fases:

En la primera, el individuo forma parte de un público expuesto durante un lapso importante a una fuente de información (radio, televisión o periódico). En la segunda, el individuo, mediante

esa fuente de información, recibe un mensaje que es de su interés dado su contexto, historia y formación; es decir, que le es significativo. Posteriormente, el sujeto interpreta, clasifica e integra el mensaje. Este proceso de interpretación está influenciado por la historia del sujeto, su contexto y aptitudes.

El tercer paso es uno de los más relevantes para entender que las representaciones no se transmiten de forma lineal, es decir que no llegan a todos de una misma forma, si no que el sujeto las adapta. En esta adaptación influye la historia personal de cada individuo, sus experiencias previas, sus formas de interpretarlas y, en una suerte de doble función, la generación de nuevas representaciones. Dándole sentido a un término contemporáneo el de *Prosumidor* una especie de juego de palabras que mezcla en una sola los términos productor y consumidor que denotan el rol activo de los receptores y la complejidad de proporcionar un solo rol a estos que, junto con el mensaje, son elementos básicos de la comunicación: Emisor y receptor.

Se trata de un proceso complejo en el que no se puede pasar por alto, además, que en el procedimiento de construcción de estas piezas informativas también existe un proceso, profesional, de selección de fuentes y enfoques, esto último se conoce como *framing*; *este* no es un camino exclusivo del contenido informativo.

Entre la información que circula en los medios de comunicación aparece los estereotipos que deben ser entendidos como la forma simplificada, generalmente relacionada con imágenes, a través de las que un grupo de personas construye su representación del otro. Una de las características de los estereotipos es que al ser un constructo social puede adaptar ciertos rasgos reales, pero son siempre limitados e incompletos. (Arévalo et al., 2024).

METODOLOGÍA

El análisis de contenido se encargará de examinar episodios seleccionados de dos programas de televisión representativos en el Ecuador. Este método se centrará en identificar y categorizar las representaciones de la diversidad cultural, social y económica de Ecuador presentes en los programas. El análisis de contenido es una técnica sistemática que permite descomponer el material mediático en categorías manejables, facilitando la identificación de patrones y tendencias. El proceso de análisis de contenido seguirá estos pasos:



Selección de Episodios: Se seleccionarán al azar 5 episodios emitidos durante el último año, asegurando una muestra representativa que capture la diversidad temática de los programas.

Desarrollo del Marco de Codificación: Se desarrollará un marco de codificación basado en categorías de interés (género, raza, edad, profesión.).

Análisis e Interpretación: Se analizarán los datos codificados para identificar patrones, tendencias y posibles significados culturales.

Al analizar los datos recopilados a través de las entrevistas, se identificarán patrones recurrentes y temas emergentes que permitirán comprender cómo estos programas afectan el imaginario, las relaciones sociales, los valores y la identidad de las personas, así como su percepción del entorno social y cultural en el que viven. De esta manera, la investigación proporcionará información útil sobre el fenómeno complejo de la recepción e impacto.

RESULTADOS y DISCUSIÓN

Programa: Ahora Caigo

El análisis del programa "Ahora Caigo" se centró en los primeros episodios de cada ciclo de la temporada actual. Esta selección se basó en la premisa de que los episodios iniciales de cada ciclo suelen establecer el tono y la estructura del ciclo completo, siendo representativos de la dinámica que se desarrolla a lo largo del mismo lo cual, garantizó que el análisis no esté sesgado por eventos o dinámicas que puedan haber cambiado a lo largo del ciclo. Dado que la temporada consta de cinco ciclos, cada uno con nueve participantes, se buscó analizar cómo se configuraban estos grupos, prestando especial atención a la distribución entre géneros, es decir, entre hombres y mujeres.

Análisis de Resultados

Tabla 1 Género

	Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3	Ciclo 4	Ciclo 5	Porcentaje Promedio
	fr. %					
Masculino	40	60	40	60	40	48
Femenino	60	40	60	40	60	52
Total	100	100	100	100	100	100

Después de analizar los cinco episodios del programa "Ahora Caigo", se pudo observar un esfuerzo deliberado por mantener una representación equitativa en cuanto a género. A lo largo de los episodios, la distribución de participantes muestra una variación que oscila entre un 60% femenino y un 40% masculino, y viceversa en otros casos. Este enfoque no solo demuestra una intención clara de equilibrar la presencia de ambos géneros, sino que también refleja una sensibilidad hacia la inclusión, al menos en términos de representación binaria. No obstante, al obtener el porcentaje promedio de los cinco ciclos se pudo identificar que existe un porcentaje (52%) mayor de participantes de género femenino. Esta situación muestra el interés por buscar una equidad en la representación de géneros. Con estos datos, se presenta un panorama que busca reflejar una paridad entre ambos géneros dándoles igual proporción de exposición en la pantalla, cabe señalar que esta paridad se da solo con una clasificación binaria de los géneros.

Este porcentaje que se presenta sólo participantes de género femenino y masculino lo cual no da lugar a diferentes identidades de género más allá de la clasificación binaria tradicional dejando de lado una representación de la realidad social contemporánea.

Tabla 2 Raza

	Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3	Ciclo 4	Ciclo 5	Porcentaje
	fr. %	Promedio				
Negro	12	25	11	11	0	11,8
Blanco	66	28	33	22	33	36,4
Mestizo	22	36	56	67	67	49,6
Asiático	0	11	0	0	0	2,2
Total	100	100	100	100	100	100

En el análisis de los episodios del programa "Ahora Caigo" se identificó una notable diversidad étnica y racial entre los participantes, lo que refleja el carácter multicultural y multirracial de Ecuador en donde prevalecen los participantes de raza mestiza (49,6%) seguido de un porcentaje más cercano de participantes de raza blanca (36,40%). La presencia de participantes de raza negra (11,80%) en cada episodio es un recordatorio de la rica herencia africana que forma parte del tejido social de Ecuador.

Además, en el ciclo dos se pudo identificar la participación de personas de origen asiático con un porcentaje muy bajo con relación al total del análisis de datos (2,20 %) en algunos episodios, lo que añade otra capa de diversidad al programa. La presencia de participantes de raza asiática, aunque en menor proporción, es importante para mostrar la realidad plural del país, donde la migración y el mestizaje han dado lugar a una sociedad rica en diversidad cultural y étnica.

Por lo tanto, la presencia de participantes de raza blancas, mestizas, negras y asiáticas en el programa es un testimonio del compromiso del equipo de producción con la representación inclusiva. Sin embargo, cabe destacar que no se observa una representación significativa de los grupos indígenas en estos programas, lo que indica un área importante para mejorar. Ampliar esta representación es crucial para asegurar que todos los grupos étnicos y raciales de Ecuador se sientan representados y valorados en un espacio mediático que es visto por miles de personas.

Tabla 3 Edad

	Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3	Ciclo 4	Ciclo 5	Edad Promedio
	fa	fa	fa	fa	fa	
P1	47	27	33	22	35	32,8
P2	28	30	30	27	52	33,4
P3	32	24	52	51	34	38,6
P4	26	40	43	36	28	34,6
P5	27	35	38	40	22	32,4
P6	38	23	43	41	37	36,4
P7	41	39	27	40	37	36,8
P8	49	28	23	28	25	30,6
P9	54	50	23	48	38	42,6
Promedio	38,00	32,89	34,67	37,00	34,22	35,36

La edad promedio de los participantes es de 35,36, un promedio que comprenden edades entre 23 años y 54 años, el rango de edades permitió identificar la presencia de dos generaciones diferentes que da cuenta entre las tendencias actuales, la cultura pop y los avances tecnológicos, lo que les da una perspectiva única en las pruebas y desafíos del programa. Además, su participación puede resonar con la audiencia más joven, haciendo que el programa sea atractivo para un grupo demográfico clave, esta variabilidad en las edades también permite que el programa sea un punto de encuentro intergeneracional, donde se cruzan diferentes perspectivas y conocimientos. Los intercambios entre participantes de

distintas edades pueden dar lugar a momentos interesantes, divertidos e incluso educativos para la audiencia, ya que permiten ver cómo personas de diferentes generaciones abordan los mismos desafíos.

Tabla 4 Profesión/Ocupación

Profesión/Ocupación	fr%	fr% Total
Arquitecto, Diseñadora, Doctor	6,67	20,02
Asesor Comercial, Entrenador, Estudiante, Modelo, Musico, Taxista	4,44	26,68
Abogado, Artista Callejero, Asistente de Marketing, Asistente Inmobiliario, Bailarín, Comunicadora, Contador, Creador de Contenido, DJ, Docente, Enfermera, Fisioterapeuta, Ing. Comercial, Ing. De Sistemas, Ing. Gestión Empresarial, Ing. Informática, Ing. Negocio Internacional, Jubilado, Organizador de Eventos, Periodista. Psicólogo, Publicista. Talento Humano, Vendedora	2,22	53,30
TOTAL		100,00

Para fines de organización se han agrupado los datos por representación porcentual. Se evidenció una notable diversidad en cuanto a las profesiones y actividades a las que se dedican los participantes. Esta variedad no solo añade riqueza al programa, sino que también refleja la pluralidad de la sociedad ecuatoriana en términos de ocupaciones y formas de vida. La presencia de participantes con diferentes trayectorias profesionales, desde arquitectos hasta creadores de contenido, ofrece una visión más completa de las realidades laborales en el país.

En conjunto, la diversidad de profesiones y actividades a las que se dedican los participantes de "Ahora Caigo" asegura que se refleje la amplia gama de ocupaciones que existen en la sociedad. Esta variedad permite que diferentes sectores de la audiencia se sientan representados y subraya el compromiso del programa con la presencia y la representatividad en todas sus formas.

Programa: 100 Ecuatorianos Dicen

Por otro lado, el análisis de contenido de "100 Ecuatorianos Dicen" se centró en una selección estratégica de episodios para capturar una diversidad de datos relevantes. En este caso, se eligieron los primeros cuatro capítulos emitidos los martes, complementados con el análisis del episodio 177 como un quinto programa de referencia con el objetivo de observar consistencias y variaciones.

El episodio 177 fue seleccionado adicionalmente como un punto de comparación específico, permitiendo ver si existen diferencias o similitudes con los episodios más recientes. Esto es importante para analizar la evolución del programa a lo largo del tiempo y si se han producido cambios en la estrategia de selección de participantes o en la estructura del espectáculo.

Tabla 5 Género

	Episodio 2	Episodio 7	Episodio 12	Episodio 17	Episodio 177	Porcentaje Promedio
	fr. %	fr. %	fr. %	fr. %	fr. %	
Masculino	50	75	50	50	75	60
femenino	50	25	50	50	25	40
Total	100	100	100	100	100	100

En el programa "100 Ecuatorianos Dicen", se observó una notable variabilidad en la composición de género de los equipos participantes, lo que refleja un enfoque flexible en la formación de estos grupos. Son dos equipos cada uno conformado por cuatro participantes cada uno.

De acuerdo con los resultados obtenidos existe un porcentaje mayor (60%) de participantes de género masculino y un porcentaje del (40%) de género femenino. A pesar de esta desigualdad en la proporción de género, se observa un intento por equilibrar la competencia en términos de género al conformar los equipos de manera similar. Es decir, ambos equipos contrincantes cuentan con la misma distribución de género: tres hombres y una mujer. Este enfoque sugiere que, aunque la igualdad de género en la composición general de los participantes puede no ser estricta en cada episodio, se busca una equidad en la estructura de los equipos para garantizar una competencia justa.

Tabla 6 Raza

	Episodio 2	Episodio 7	Episodio 12	Episodio 17	Episodio 177	Porcentaje Promedio
	fr. %	fr. %	fr. %	fr. %	fr. %	
Negro	37,5	50	12,5	0	0	20
Blanco	0	0	37,5	37,5	0	15
Mestizo	62,5	50	50	62,5	100	65
Asiático	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100

En "100 Ecuatorianos Dicen" la variabilidad con relación a la diversidad racial entre los participantes se pudo identificar que presenta un mayor porcentaje (65%) de participantes de raza mestiza, en menor porcentaje (20%) participantes de raza negra y con un porcentaje minoritario de participantes con raza blanca (15%). El programa incluye una amplia representación de personas de diferentes orígenes étnicos, como mestizos y afroecuatorianos, lo que subraya la diversidad racial que caracteriza al país. Esta inclusión es especialmente significativa en un contexto donde la visibilidad de las distintas razas es crucial para fomentar una representación más equitativa en los medios de comunicación. La presencia de mestizos y afroecuatorianos, así como de otros grupos, asegura que el programa no solo funcione como un espacio de entretenimiento, sino también como una plataforma para la representación de la diversidad que caracteriza al país. Sin embargo, es importante destacar que, a pesar de estos avances, todavía persiste una notable falta de visualización de los grupos indígenas en el programa. Esta ausencia subraya una oportunidad crítica para que el programa avance hacia una representación más inclusiva y completa.

Tabla 7 Edad

	Episodio 2	Episodio 7	Episodio 12	Episodio 17	Episodio 177	Porcentaje Promedio
	fa	fa	fa	fa	fa	
P1	37	40	33	35	38	36,6
P2	46	43	29	31	34	36,6
P3	45	46	33	33	23	36
P4	42	23	32	33	25	31
P5	34	29	43	22	32	32
P6	39	28	26	33	51	35,4
P7	48	24	43	24	34	34,6
P8	50	19	34	23	20	29,2
Total	42,63	31,50	34,13	29,25	32,13	33,93

De acuerdo con los resultados obtenidos el promedio de edad de los participantes es de 33,93 años, con un rango de edades entre 19 y 51 años denotando dinamismo a la competencia. La presencia de concursantes refleja un enfoque inclusivo que busca abarcar un amplio espectro generacional, lo que no solo diversifica la competencia, sino que también permite una representación más completa de la sociedad ecuatoriana. Este rango de edades asegura que diferentes perspectivas y experiencias de vida se integren en el juego, haciendo que las respuestas y estrategias de los participantes sean variadas, así como el conocimiento.

Tabla 8 Profesión/Ocupación

Profesión/Ocupación	fr%	fr% Total
Comunicador	22,5	22,50
Emprendedor, Comerciante, Abogado, Estudiante	7,5	30,00
Doctor, Vendedor, Paramédico	5	15,00
Empresario, Costurera, Chofer, Nutricionista, Ing. Sistemas, Cosmetóloga, Lic. Turismo, Administrador, Laboratorista, Ing. Químico, Optometrista, Jubilado, Contador	2,5	32,50
TOTAL		100

Para fines de organización se han agrupado los datos por representación porcentual. De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo observar una notable diversidad en cuanto a profesiones y ocupaciones de los participantes, lo que enriquece significativamente la dinámica del programa. Entre los concursantes podemos encontrar una amplia gama de perfiles profesionales, que incluyen desde estudiantes y amas de casa hasta ingenieros, doctores, abogados y emprendedores. Esta variedad no solo aporta una rica gama de perspectivas y habilidades al programa, sino que también refleja la amplitud de la audiencia que el programa logra captar.

La presencia de estudiantes en el programa introduce una perspectiva joven y fresca, representando a la nueva generación de ecuatorianos en formación. Estos participantes aportan una visión contemporánea y actualizada, alineada con las tendencias y conocimientos emergentes que pueden resonar con el público joven y también permite establecer una conexión con los jóvenes espectadores, quienes pueden verse reflejados en sus pares y sentir una mayor afinidad con el contenido, ofreciendo un espacio que caracteriza la pluralidad de experiencias y trayectorias profesionales.

DISCUSIÓN

En el caso de “100 Ecuatorianos Dicen” y de “Ahora Caigo”, específicamente se busca resaltar nuestra cultura, nuestra idiosincrasia, la oportunidad de incrementar conocimiento en la misma cultura general a través del juego y del humor, es decir, con entretenimiento. El análisis detallado de los programas "Ahora Caigo Ecuador" y "100 Ecuatorianos Dicen" revelan un esfuerzo significativo por parte de la producción para garantizar una representación diversa en varios aspectos fundamentales de la sociedad ecuatoriana, programas que intentan incluir elementos de la cultura, costumbres y tradiciones ecuatorianas, lo cual contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo nacional entre los televidentes.

Los programas concurso buscan abrir espacios de escucha a las audiencias y que el auge de las redes sociales hoy lo hace casi inevitable. En la cultura latinoamericana existe una tendencia emocional en los públicos que tienden a involucrarse en las actividades de los demás y sus comentarios sobre programas de televisión son muestra de ello. Es una audiencia que va más allá de los “Me gusta” y la repetición de un *Hashtag* sino que directamente dicen lo que quieren y lo que no. Suing, A., Gallardo, D., & Ortiz, C. (2016); dinámica que se evidencia, en ocasiones con mucha más fuerza, en los programas concurso que suelen incluir otras vías de contacto con la audiencia; a través de ellas, los medios de comunicación apelan a una conversación con el público del que esperan obtener una participación más activa en el que se torna necesario la inclusión de *segundas pantallas*, entendido como el incremento de la presencia de estos productos en redes sociales con el objetivo de generar conversaciones. Lo que plantea una serie de desafíos para la industria en pro de encontrar una justa representación social, alejada de estereotipos y que, más allá de cumplir con una demanda de la audiencia, permita reflexionar sobre la responsabilidad



que los medios de comunicación tienen con la sociedad ecuatoriana, asumiéndola como pluricultural y diversa.

Sin embargo, la representación actual sigue siendo limitada y tiende a enfocarse en una imagen homogénea y estereotipada que no captura la totalidad de la diversidad ecuatoriana. Partiendo de la premisa, de que un país, como Ecuador, puede tener distintas identidades regionales, la televisión debe buscar un equilibrio en sus producciones para que todos se sientan representados.

No son pocas las investigaciones sobre la difusión de estereotipos a través de los medios de comunicación y su impacto en la forma en la que, a partir de sus relaciones de poder, la audiencia se percibe a sí misma y a los demás, el escenario descrito no es ajeno en Ecuador donde, desde la academia, se han abordado los roles que en los medios de comunicación se asignan a ciertos grupos de la sociedad.

CONCLUSIONES

Los programas analizados no solo son una fuente de entretenimiento, sino también una plataforma que incentiva la participación de la audiencia, permitiendo que diferentes sectores de la sociedad se vean reflejados y escuchados. La combinación de entretenimiento, educación y representatividad hace que estos formatos sean esenciales no solo para captar la atención del público, sino también contribuir a la construcción de un Ecuador más inclusivo y unido.

La inclusión de voces diversas en los programas, superando estereotipos y divisiones socioeconómicas y regionales, se presenta como un desafío, pero también como una oportunidad para fortalecer la cohesión social y romper barreras históricas de segregación.

“Ahora Caigo” y “100 Ecuatorianos Dicen” no solo responde a una demanda de entretenimiento sano, sino también a un compromiso con la representación cultural e idiosincrática del Ecuador. Estos programas permiten que la audiencia no solo se divierta, sino que también se eduque y se reconozca en la pantalla, fomentando un sentido de identidad y pertenencia. El tema de lograr darle voz a toda esta diversidad, porque sabemos que Ecuador es un país pluricultural y muy diverso, es uno de los mayores retos ha sido encontrar o buscar un balance, en la representatividad de nuestro país ya que responde a una división por la situación socioeconómica y el regionalismo. De ahí la importancia de trabajar en estos estereotipos y prejuicios tan establecidos ya que todos tenemos una voz y que podemos ser representativos en ese sentido y superar estos sesgos con distintas maneras de manejar el contenido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abric, J. C. (1994). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Arévalo López, M. D. C., Luna Terán, M. J., & Posada Gutierrez, C. (2024). Estereotipos y roles de géneros: una mirada a la publicidad transmitida en los comerciales de la televisión nacional.
- Atlas.ti. (2024) *Guía fundamental de la investigación cualitativa - Parte 1: Conceptos básicos*.
- Cuevas Cajiga, Y. (2011). Representaciones sociales en la prensa: aportaciones teóricas y metodológicas. *Sinéctica*, (36), 1-19.
- Dayan, D. (1997). *En busca del público*. Editorial Gedisa.
- Díaz, L. G. (2022). Violencia simbólica y representación de las mujeres en la ficción televisiva. *Textos y Contextos*, 1(25), e3823-e3823.
- Espín, J. (2002). Universidad de Barcelona. @ XXI. El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información. *Revista de Educación*, 4 (2002): 95-105. Universidad de Huelva.
- GalÃ, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Revista ECO-Pós*, 9(1).
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Question*, 1.
- Gómez, P., López, M., & Ramírez, L. (2021). La representación de la diversidad en los medios de comunicación ecuatorianos: Avances y desafíos. *Revista de Comunicación y Cultura*, 18(2), 45-67.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). 73
- Inzunza-Acedo, B. E. (2017). Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia. *Comunicación y sociedad*, (29), 185-201.
- López-Sinche, K. M., & Cuzco-Calle, B. Representación racial en los medios: estereotipos y realidades. El discurso de odio en los medios de Ecuador.
- Madany de Saa, M. (2000). Los afroecuatorianos: el racismo y el estigma en los medios de comunicación y la publicidad. (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador).

- Mateos-Pérez, J., Lacalle, C., & Rocha, S. M. (2022). Presentación. Audiencias, públicos, consumo, recepción y representaciones sociales en la ficción televisiva. *Comunicación y sociedad*, 1-5.
- Mireles Vargas, O. (2011). Representaciones sociales: debates y atributos para el estudio de la educación. *Sinéctica*, (36), 1-11.
- Muñiz, C., Marañón, F., & Saldierna, A. R. (2014). ¿Retratando la realidad? Análisis de los estereotipos de los indígenas presentes en los programas de ficción de la televisión mexicana. *Palabra clave*, 17(2), 263-293.
- Murolo, L. (2009). Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad. *Question/Cuestión*, 1(22).
- Puente, S. N. (2005). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. *Comunicar: revista científica de comunicación y educación*, (25), 55.
- Rodríguez Salazar, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, (11), 11-36.
- Sánchez, R., Torres, A., & García, S. (2023). La percepción de la audiencia sobre la representación en los programas de televisión ecuatorianos: Un estudio cualitativo. *Revista de Estudios de Comunicación*, 30(1), 123-145. 74
- Silveira, D., Colomé, C., Heck, T., Nunes, M., Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa.
- Soriano, J. J. S. (2022). Representación del colectivo LGBTQ+ en la ficción televisiva española contemporánea (2015-2020). *Comunicación y sociedad*, 1-23.
- Suing, A., Gallardo, D., & Ortiz, C. (2016). La televisión social en Ecuador, análisis de participación en programas de entretenimiento.
- Torres-Toukoumidis, Á., De-Santis, A., Vintimilla, D., Ankuash-Kaekat, L., Cárdenas-Arichabala, B., López-Sinche, K. M., ... & Harris, C. (2023). El discurso de odio en los medios de Ecuador. Percepciones y soluciones.
- Villanueva, J. G., & Ramírez, C. I. H. (2022). Estereotipos de belleza: un análisis desde la perspectiva de género. *Géneros*, 29(32), 65-87