

## INFORMES COMUNITARIOS

# VISIBLES EN LA PANTALLA: INCLUSIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA DIVERSIDAD EN LA TV

Consulta el informe completo aquí:

[Being Seen on Screen Diverse Representation and Inclusion on TV](#)

**Source:** Nielsen, Being Seen on Screen: Diverse Representation and Inclusion on TV, 2 December 2020

## CONTEXTO

Ante la diversificación de la población estadounidense, se presenta una oportunidad única para responder a las nuevas opciones de entretenimiento del país. La industria de los medios ha logrado algunos avances a la hora de crear un ecosistema más inclusivo. De hecho, entre los 300 programas de televisión más vistos en 2019 (incluyendo televisión abierta, cable y plataformas digitales), el 92 % de todos los programas medidos cuentan con cierta presencia de minorías (mujeres, personas de color o LGBTQ) en sus elencos habituales. Que las minorías cuenten con mayor presencia en la pantalla es motivo de celebración, pero, tal y como revelan estas estadísticas, presencia no equivale a representación.

## EL PRIMER PASO

El objetivo de este ejercicio es ayudarte a que te familiarices con los datos reales, mientras analizas la representación de la diversidad y la inclusión en la televisión. Comenzar a analizar los datos suele ser lo más complicado. Utiliza los consejos útiles y las preguntas para reflexionar que aparecen a continuación como ayuda para desmenuzar los datos y pensar en los posibles pasos a seguir.

## CONSEJOS ÚTILES

### **Deja que fluyan las ideas.**

La inteligencia de datos consiste en recopilar una *gran cantidad* de información variada, por lo que no hay que tener miedo de explorar, recopilar y compartir.

### **Comienza con preguntas abiertas.**

No te preocupes demasiado por la estructura, deja que poco a poco se revele el “panorama general” mediante conocimientos concretos del mundo real.

### **Deja que hablen los datos.**

Analiza los datos a fondo y deja que la información obtenida te ayude a construir y comunicar tus ideas.

### **Analizar los datos.**

Comienza revisando los datos que se presentan a continuación, y luego dedica un tiempo a analizar las preguntas para reflexionar.

## IMPRESIÓN INFORMATIVA

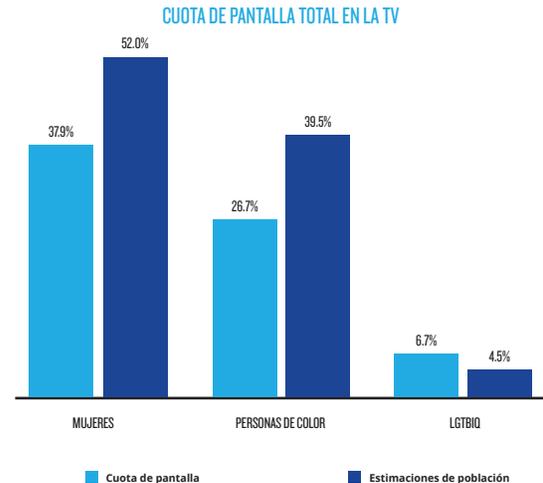
### LA REPRESENTACIÓN EN LA TV ACTUAL

#### Cuota de pantalla total en la TV

En el panorama televisivo, la cuota de pantalla varía según el grupo identitario y la plataforma. Sin embargo, hay grupos que tienen una buena representación en todas las plataformas. En términos generales, la gente de color no cuenta con una representación suficiente en la televisión. Las personas blancas no hispanas, hombres y mujeres, tienen la mayor cuota de pantalla, y las personas de color la más baja.

Si bien hay más papeles femeninos en la TV que escapan a los estereotipos tradicionales, en general las mujeres aún tienen poca representación. En general, la representación de las personas LGTBQ+ está por encima de la paridad.

**LAS MUJERES CONSTITUYEN EL 52 % DE LA POBLACIÓN, SIN EMBARGO, SU CUOTA DE PANTALLA NO SUPERA EL 38 %.**



#### Cuota de pantalla por plataforma

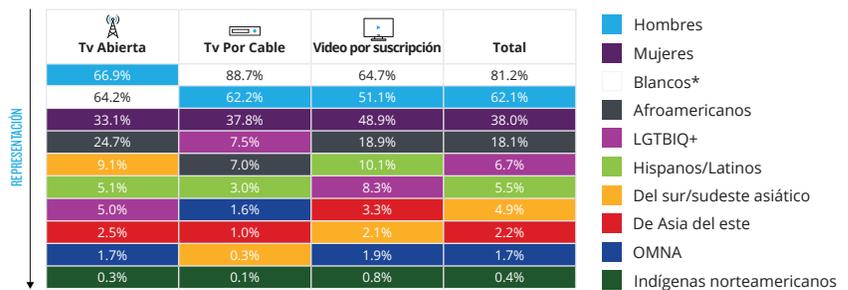
Los contenidos televisivos actuales dan una sensación de mayor diversidad, pero aún hay espacio para que los medios de comunicación reflejen mejor la sociedad en la que vivimos. El siguiente gráfico representa la cuota de pantalla por grupo identitario. En todas las plataformas, los grupos con mayor visibilidad son los blancos no hispanos, seguidos de los hombres. Al recorrer el gráfico, la representación y la frecuencia de visibilidad son bajas para muchos grupos.

En estas plataformas, los talentos asiáticos y afroamericanos tienen una buena cuota de pantalla. En la TV por cable, vemos una fuerte representación del talento LGTBQ+; pero si profundizamos y vinculamos raza/etnia con género, la industria del cable podría promover una visibilización mayor de muchas diversidades.

Casi un tercio del contenido de la TV por cable no representa de forma equitativa a las personas de color, las mujeres y el colectivo LGTBQ+. La programación en las plataformas de video por suscripción representa bien a varios grupos identitarios, ayudándonos a entender por qué los grupos más diversos se suscriben más a estos servicios que la población en general.

**LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y LA TV ABIERTA SON LOS MEDIOS MÁS INCLUSIVOS EN CUANTO A LA REPRESENTACIÓN DE LAS PERSONAS DE COLOR.**

#### CUOTA DE PANTALLA POR PLATAFORMA

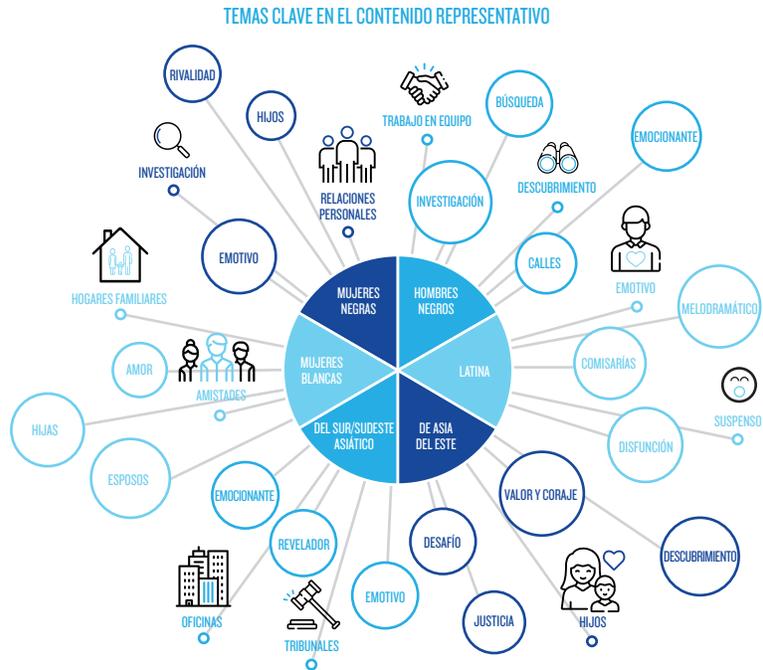


\* Blancos = Blanco no hispano o blanco no multirracial

## IMPRESIÓN INFORMATIVA

### Lo que vemos cuando nos vemos en la TV

¿De qué manera el contexto en el que surge la representación (temas y relatos) determina la forma de percibirnos a nosotros mismos, otras razas, grupos étnicos e identitarios? Cuando un grupo identitario entre la audiencia ve que su grupo tiene una representación igual o superior en la programación, ¿qué ve? Evaluamos las principales palabras clave\* asociadas a la programación en la que tanto la representación como la audiencia del mismo grupo de identidad fueron elevadas. Cuando un grupo identitario entre la audiencia ve que su grupo tiene una representación igual o superior en la programación, esto es lo que ve.



\* Los Video Descriptores de Gracenote aportan una clasificación detallada de los contenidos en base a palabras clave ultraprecisas que capturan la historia y el contexto en función del estado de ánimo, el tema, la situación y más.

## PREGUNTAS PARA REFLEXIONAR

- ¿Qué cosas has notado al observar los datos?
- ¿Observaste alguna tendencia entre los conjuntos de datos?
- ¿Viste algo que te sorprendió?
- ¿Ayudan estos datos a entender mejor la representación y la inclusión en la TV?
- ¿Te gustaría tomar alguna medida en base a lo aprendido con estos datos?

Source: Nielsen, Being Seen on Screen: Diverse Representation and Inclusion on TV, 2 December 2020