

ESTUDIO SOBRE ESTEREOTIPOS, ROLES Y RELACIONES DE GÉNERO EN SERIES DE
TELEVISION DE PRODUCCION NACIONAL: UN ANÁLISIS SOCIOLÓGICO

INSTITUTO DE LA MUJER Y
PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS Y COOPERACIÓN



AUTORÍA:

CIMA- Asociación de mujeres cineastas y del audiovisual

Investigadora Principal: Fátima Arranz Lozano

Dpto. Sociología: Metodología y Sociología

Facultad Ciencias Políticas y Sociología

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

faarranz@ucm.es

Madrid, 8 de septiembre de 2020

ÍNDICE

PRÓLOGO	4
INTRODUCCIÓN	6
I. ASPECTOS METODOLÓGICOS	11
1 LA SEGREGACIÓN OCUPACIONAL POR GÉNERO	13
1.1 LAS CATEGORÍAS PROFESIONALES POR SEXO	13
1.1.1 <i>Tipología y criterios aplicados para la medición de la estructura ocupacional.</i>	13
1.1.2 <i>Distribución y comparación por grupos profesionales</i>	15
1.1.3 <i>La segregación ocupacional vertical: resultados por grupos profesionales</i>	17
2. APROXIMACIÓN A LAS SERIES TV DESDE LA ESTEREOTIPIA DE GRUPOS Y PERSONAJES	27
2.1 ESTEREOTIPOS Y REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN EL AUDIOVISUAL	29
2.2 MÉTODO DE APROXIMACIÓN A LA ESTEREOTIPIA Y ROLES DE LOS PERSONAJES	30
2.3 LA ESTEREOTIPIA Y LOS ROLES DE LOS PERSONAJES PRINCIPALES DE LAS SERIES TV	31
3. ANÁLISIS DE CONTENIDO SOBRE LA REPRESENTACIÓN DE MUJERES Y VARONES EN LAS SERIES TV DE PRODUCCIÓN ESPAÑOLA (2018-2019)	35
3.1 ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO	35
3.1.1 <i>Las categorías del análisis utilizadas</i>	36
3.2. PRINCIPALES RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	39
3.2.1 <i>Las diferencias de género en el protagonismo</i>	39
3.2.2 <i>Algunas características de los personajes femeninos y masculinos</i>	43
3.2.3 <i>¿Cómo son representadas las relaciones entre mujeres?</i>	47
3.2.4 <i>¿Cómo son representadas las relaciones entre varones?</i>	48
3.2.5 <i>Relaciones familiares</i>	49
3.2.6 <i>Parejas</i>	54
3.2.7 <i>Relaciones sexuales</i>	56
3.2.8 <i>La cosificación sexual de las mujeres</i>	57
3.2.9 <i>Machismo</i>	58
3.2.10 <i>Violencia masculina: Violencia de varones a otros varones</i>	60
3.2.11 <i>Violencia femenina: representación de la violencia de las mujeres</i>	64
3.2.12 <i>Violencia contra las mujeres</i>	67
3.2.13 <i>La representación de la violencia masculina y la violencia femenina</i>	71
CONCLUSIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	80

PRÓLOGO

El presente estudio que tienes entre manos y que tengo el gusto de introducir, es el motor y resultado del trabajo que el Instituto de la Mujer lleva a cabo en materia de investigación y generación de conocimiento, en una apuesta constante por hacer visibles las brechas de género que existen cuando se produce información. Obtener datos y analizar la realidad en base a ellos, desde el enfoque de género, continúa siendo una de las tareas prioritarias a la hora de establecer políticas públicas futuras con que atajar la desigualdad y la discriminación.

Ha pasado más de una década desde que el Instituto de la Mujer promoviera la elaboración de un primer estudio dedicado al tratamiento y representación de las mujeres en las teleseries emitidas por las cadenas de tv nacional. Durante todo este espacio de tiempo, se ha incrementado de manera exponencial la producción y el consumo de series televisivas, especialmente con la aparición de nuevos canales y plataformas televisivas de pago.

A pesar de que existe una amplísima oferta de contenidos que hoy nos permite escoger casi a la carta la serie que queremos ver, el repertorio de personajes, roles y estereotipos que nos muestra la ficción narrativa continúa apostando por unos patrones de masculinidad y feminidad bastante limitados. Por tanto, ésta repentina explosión de contenidos no parece haber ido asociada a nuevos y más variados modelos y referentes en cuanto a personajes femeninos y masculinos se refiere.

Parece que, desde aquella primera aproximación hasta ahora -han pasado más de diez años- persisten abundantes clichés y arquetipos. La utilización de dichos estereotipos resulta un recurso narrativo nocivo porque ofrece una visión muy limitada en base a la cual se construyen significados y cultura popular. Creemos que la educación no formal que transmite la televisión continúa retroalimentando la cultura sexista y que es el momento de hacer este hecho más visible aportando nuevos datos.

Por otro lado, desde el Instituto de la Mujer tenemos el firme convencimiento de que la mayor diversidad irá asociada y dependerá, de una mayor representatividad de mujeres en la estructura ocupacional del sector audiovisual. Estructura en la que encontramos, a simple y primera vista, una discriminación en sentido horizontal y vertical, a pesar de que, paradójicamente, las estadísticas nos dicen que existen más mujeres que hombres formándose en la actualidad.

Por tanto, si con aquel primer estudio, centrado en el análisis del discurso televisivo a través de series recurrimos a realizar algunas entrevistas, individuales y grupales, a guionistas y responsables de productoras, ahora presentamos un recuento más exhaustivo a partir del análisis pormenorizado de los perfiles profesionales que se han analizado por cada una de las series que han sido objeto de estudio. Paralelamente se ha escogido un número significativo de secuencias y se ha hecho el análisis de sus contenidos. Os invitamos a bucear en los resultados y valorar cual es el estado de la cuestión a raíz de los mismos.

A veces nuevas representaciones con una estética más moderna o aparentemente novedosa, esconden igualmente situaciones discriminatorias. Para que los valores y referentes masculinos y femeninos no sean un factor limitador a la hora de configurar la identidad personal, es imprescindible que muchos de los comportamientos, funciones y roles que desempeñan las mujeres sean reconocidos como valiosas formas de ser y de estar en el mundo, como formas de interpretar con libertad la diferencia sexual y no como algo que sirve para justificar las desigualdades entre mujeres y hombres.

Beatriz Gimeno Reinoso
Directora del Instituto de la Mujer

Introducción

Presentamos en las páginas que siguen la investigación sociológica que, desde finales de 2019 y durante 2020, ha llevado a cabo CIMA (*Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales*) para el *Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades* (IMIO). El equipo de investigación ha estado dirigido por Fátima Arranz e integrado por Virginia Fernández y Juan Carlos Ballesteros que han realizado el trabajo de campo.

La investigación tenía de partida un doble objetivo, por un lado, recabar información sobre los personajes femeninos y masculinos existentes en las series tv de producción nacional y analizar, a través de la técnica de investigación social conocida como Análisis de Contenido, los componentes básicos que conforman los roles y estereotipos de género, poniendo particular atención en las situaciones que devienen en violencia de género; por el otro lado, dar cuenta de la estructura ocupacional de este sector del audiovisual español para observar si los elementos del contenido de las series, claves de las relaciones de género, guardan relación con el género de sus equipos de creación. Si, como punto de partida, quisimos atender a las diferencias que aparecían en la representación de los roles de género más objetivables, según la dirección-creación de la serie tv fuera obra de una mujer o varón. Dada la prácticamente nula representación femenina en estas labores (solo 1 serie de las 18), no hemos podido hacer ninguna valoración comparativa. Por ello, solo se han podido analizar cómo son las representaciones que hacen los creadores (varones) de las pautas comportamentales de las mujeres y de los hombres y de sus relaciones.

En efecto, el primer resultado y más sorprendente de este estudio ha sido comprobar que en la creación de contenido, así como en la dirección de las series tv, la participación de las mujeres es prácticamente inexistente por no decir nula: de la muestra de 18 series más vistas en España durante el periodo 2018-2019 solo una es de autoría femenina. Este sesgo es el primer indicador del desequilibrio social derivado de la estructura de dominación masculina. Los datos confirman que no se ha fomentado la igualdad en este sector del audiovisual, comenzando por la participación de las mujeres en los puestos de toma de decisión más importantes como es la creación-producción. Por tanto, tampoco en este sector se termina de romper el *techo de cristal*. Ello muestra la fortaleza de esta estructura de dominación social. El éxito de ésta está en lo que “esconde”, esto es, promueve su propia reproducción de manera “natural”. De modo que en su ejercicio de creación y producción permea los contenidos de las series. En ellos se sigue primando un determinado orden de masculinidad y feminidad, que a su vez promueve todas las barreras para impedir el paso a contenidos igualitarios y no patriarcales. Estamos ante un círculo vicioso, de modo que la baja participación de las mujeres, en los puestos de toma de decisiones clave (creación, producción y dirección) y la falta de medidas de desarrollo de las políticas públicas derivadas de las normativas igualitarias, como: la *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género* (Viogen), la *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres* (LOIEMH) y el *Pacto de Estado contra la Violencia de Género* en el sector de los medios audiovisuales, y no sólo impiden cualquier cambio, sino que alientan

la reproducción de las relaciones patriarcales. Ello está provocando que la igualdad de género, en concreto, la violencia contra las mujeres, no tenga la importancia ni la atención que un conflicto de esta magnitud requiere.

Esta investigación también parte de la preocupación ante la realidad de un sector del audiovisual representado por CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales, creada en 2006) y afirmaciones que sostienen, por ejemplo, que la presencia numérica de las mujeres en relación con los varones, en las series televisivas, es más igualitaria que en décadas anteriores (Fernández Viguera et al. 2012; Galán, 2007). Este conflicto de posiciones fue otro de los motivos que influyó en el IMIO para promover esta investigación. Investigación que ante todo aporta evidencias empíricas (indicadores objetivos -numéricos-) que muestran cómo es la situación ocupacional según el sexo de los profesionales que realizan las series tv y cómo son en la ficción los contenidos representacionales que dan cuenta de las relaciones entre mujeres y varones en España.

No es la primera vez que, por parte del IMIO o de la investigación científica en España, se preguntan desde la perspectiva de género por la producción de series tv. Así, se pueden encontrar un buen número de publicaciones científicas sobre series televisivas y género. Algunas analizan, por ejemplo, la representación de las mujeres (Menéndez, 2008; Instituto de la Mujer, 2007); otras dan cuenta del afianzamiento de los estereotipos de género en televisión (Belmonte y Guillamón, 2008) o en otros casos también se tiene en cuenta la presencia cualitativa de las guionistas en las series televisivas españolas (Cascajosa y Martínez, 2016), etc... Si bien, lo que nos llamó más la atención, fue el no hallar datos cuantitativos que valorasen el impacto de las series en el terreno de la igualdad de género. Es cierto que el Instituto de la Mujer (2007) había realizado cierta medición, sin embargo, los resultados proporcionados respondían del lado de la subjetividad, esto es, de la *percepción* que tenía la ciudadanía sobre las series y sus contenidos, por lo que estábamos ante una medición de las opiniones de las audiencias sobre las series. Por tanto, no se contaba en el panorama con mediciones cuantitativas de los contenidos de las representaciones de mujeres y varones. Sin cuestionar que la investigación cualitativa es imprescindible para conocer los discursos de género de las narraciones televisivas sin embargo, también se hacía indispensable aproximarse al fenómeno, a través de la aportación de los datos numéricos, para valorar el peso real de los mensajes emitidos. En resumen, esta investigación ha medido el peso numérico de la composición de los principales rasgos que conforman los roles y estereotipos de género, de aquí que afirmemos de manera general que estamos ante mensajes caracterizados por su inequidad y en dónde la manifestación de los distintos tipos de violencia (de género, sexista, violencia simbólica) ocupa un lugar primordial.

Este estudio se propuso como meta ayudar a combatir una realidad que alerta del grave conflicto social que supone la violencia contra las mujeres. Violencia que no puede ser entendida solo como violencia física, sino como un continuum que comenzaría en la violencia simbólica (Bourdieu, 2000) pasando por los otros tipos como la violencia psicológica, física, etc. Si la sociedad española quiere enfrentarse al permanente goteo de asesinatos de mujeres por violencia de género, al maltrato entre adolescentes, a las violaciones grupales, al acoso sexual o a las violencias sexistas, no puede dejar de considerar los ingredientes de los que se compone la socialización humana. Ingredientes

en los productos analizadas que promueven, e incluso alientan la violencia contra las mujeres inclusive las prácticas violentas de la masculinidad entre los propios hombres. Entendemos que la violencia es un aprendizaje social. Ello nos ha llevado a observar la incidencia del fenómeno en uno de los medios que a su vez tiene mayor proyección y alcance en la socialización humana. Obviamente no se mantiene que haya una relación directa causa-efecto entre el maltrato o la discriminación de las mujeres (violencia simbólica) y, en nuestro caso, los productos televisivos, como son las series. Sin embargo, sí sostenemos que el gran peso que este medio tiene en los procesos de socialización (en todas las edades) es un determinante más del estado de las relaciones entre mujeres y varones.

Así, los experimentos de laboratorio que cita Huesmann (2005) han demostrado que la exposición a la violencia en los medios¹ incrementa el riesgo del observador (niños) de tener un comportamiento agresivo o violento. Se ha comprobado que el efecto, en las conductas agresivas, son tanto a corto como a largo plazo: el niño más agresivo acaba siendo el adulto más violento. Por supuesto, y como también subraya este autor, los comportamientos violentos responden a múltiples factores, pero, sin duda la influencia de los *media* son uno de los principales factores potenciales. La violencia en los medios está enseñando a los niños a ser más agresivos y naturalizando (desensibilización emocional) en la violencia y sus efectos al conjunto de la población.

Pese a los infundios que sostienen la falta de acuerdo dentro de la comunidad científica sobre la incidencia de los medios en su relación con la violencia, quedan pocas dudas de que, por el contrario, el mundo científico ha sido unánime al señalar esta peligrosa relación. Desde los años setenta en Estados Unidos se ha venido denunciando este hecho y demandando actuaciones de los poderes públicos. Así en 1976 la *American Medical Association* calificó la violencia televisiva de peligro ambiental; en 1982 el *National Institute Mental Health* señaló una clara relación entre violencia de televisión y agresión; en 1984 la *American Psychological Association* señaló la relación existente entre la violencia en televisión y la violencia real; en 2004, otra agencia norteamericana de protección nacional de la salud como *Centers for Disease Control and Prevention* advirtió que la violencia en los medios potencia los comportamientos violentos; en 2007 la *Federal Communications Commission*, agencia estatal independiente de Estados Unidos de América, bajo responsabilidad directa del Congreso de ese país, recomendó a éste la regulación de la violencia en televisión. En 2009 esta agencia probó que los videojuegos y videos musicales sexualmente explícitos estaban relacionados con la violación y el acoso sexual. Nuestra investigación no pretende volver a mostrar esta relación, como ver la frecuencia de aparición y grado de violencia en relación con los contenidos que muestran las series, así como observar también la intencionalidad (aquiescente o crítica) en la que se enmarcan estas propuestas por parte de quiénes construyen los relatos. El poder mediático es fundamental en la transmisión de pautas de comportamiento y, por tanto, debe ser considerado con especial atención para el logro de una sociedad más igualitaria.

En este orden de preocupación por los contenidos mediáticos que inciden en la apología de la violencia contra las mujeres, somos conscientes de la importancia que tiene lo que

¹ “Se entiende por violencia en los medios como la representación visual de actos o agresiones físicas de un humano contra otro” (no se incluye los envenenamientos fuera de la pantalla) Huesmann (2005: 97)

ha venido a denominarse la porno-sociedad. Ésta se ha hecho realidad gracias a la conjunción del desarrollo de la industria tecnológica y de los cambios en la representación y visibilidad cultural de la sexualidad. El fácil acceso a Internet por prácticamente todos los públicos (sin distinción de clase social, edad, localización geográfica...) ha incrementado notablemente la producción, la distribución y el consumo de pornografía, a esto se le unen las transformaciones sociales y políticas como la desregulación (legalización) casi completa de los límites de la pornografía en las sociedades occidentales. Por esta razón, se recomienda a los poderes públicos que tomen en consideración el vertiginoso incremento en el acceso a los contenidos pornográficos, dado que esta vía de transmisión exalta sin medida alguna la violencia sexual contra las mujeres. Si bien este fenómeno ha quedado fuera de nuestra medición, no deja de compartir las mismas características tecnológicas del medio comunicacional (vía Internet) además de tener una repercusión clave en la socialización de varones y mujeres.

La LOIEMH en cierta manera asumió en su momento, 2007, el valor social de la influencia mediática y dedicó el Título III íntegramente a la *"Igualdad y medios de comunicación"*, diferenciando entre los medios de titularidad pública y los de titularidad privada. Sobre los primeros, esta norma legal apunta que no sólo tienen el compromiso de velar por la transmisión de valores igualitarios sino también promover y difundir el principio de igualdad entre mujeres y hombres, para el caso de los segundos, se les demanda respetar el principio igualitario evitando cualquier forma discriminatoria. De ahí los motivos que llevaron a CIMA a demandar esta investigación. Sin lugar a duda, es incontestable el espacio primordial que ocupan las series televisivas dentro de las programaciones de los canales nacionales y en las nuevas formas de ver televisión a través de las llamadas plataformas (plataformas de video OTT (Over-The-Top) y televisión de pago IPTV (Televisión por Protocolo de Internet), cada día con un mayor aumento².

El presente informe se divide en tres partes claramente diferenciadas. Tras un breve capítulo metodológico, en el cual se describen los elementos fundamentales de las técnicas de investigación empleadas, se sigue la primera parte del estudio donde se exponen los resultados cuantitativos derivados de la observación de la estructura ocupacional segregada por sexo. Análisis que se realiza a partir de la construcción de las categorías profesionales y la toma de medidas a los equipos profesionales de las series tv seleccionadas en la muestra. Los datos resultantes han sido imprescindibles para conocer la disposición de mujeres y hombres en la pirámide de prestigio ocupacional, y asimismo ello ha facilitado la verificación de la discriminación horizontal y vertical de las mujeres que se mantiene en el sector.

² El diario La Vanguardia, informaba el 5 de diciembre de 2018 sobre este asunto. La información es muy relevante en la línea de nuestra insistencia en la importancia que tienen las series tv en el consumo de los medios de nuestro país en la actualidad. Así, según este medio: "El 62% de los internautas en España (que son el 86 por ciento de la población) ha pagado en 2018 por algún tipo de suscripción tanto en plataformas de vídeo en streaming OTT (Netflix, HBO) como de televisión de pago IPTV (Movistar+, Vodafone tv) frente al 51% de 2017, según ha señalado este martes 4 de diciembre la consultora de investigación The Cocktail Analysis en la presentación de su Informe Anual Televidente Now! 2018 patrocinado por Telefónica e Ymedia".

La segunda parte del informe esta dedicada al estudio de las series tv desde la estereotipia de grupos y personajes. La investigación social sobre los productos audiovisuales emplea muy a menudo en su análisis la figura analítica de la estereotipia para descubrir los códigos sociales de las imágenes empleadas en la construcción de los personajes de la ficción. Los análisis de estereotipos, roles y agencia tienen especial relevancia social, pues a través de ellos no sólo se reflexiona sobre como unos grupos observan y construyen sus ideas sobre los otros, y viceversa, sino sobre todo porque esas construcciones llegan a erigirse mayormente como categorías de verdades indiscutibles por los receptores. Hecho que sustenta la reproducción ideológica del patriaracado.

La tercera parte del informe se ocupará, finalmente, de dar cuenta de los resultados obtenidos del Análisis de Contenido aplicado a las series tv de la muestra seleccionada. El instrumento de observación que nos ha facilitado la medición de los contenidos, el cuestionario, es un constructo derivado de la conceptualización y categorización (epígrafe 3.1.1) de los elementos que entendemos clave para contrastar nuestra hipótesis de investigación. Hipótesis que sostenía que las series tv de producción nacional (2018-2019) no solo no estaban contribuyendo a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres, sino que, por el contrario, siguen fomentando las actitudes sexistas y violentas a través de la proliferación de representaciones en buena parte misóginas. El análisis de resultados se ha realizado a partir del diseño de investigación, fijado en el proyecto, que establece la compartimentación en tres rangos (Prime Time, Juvenil y Sobremesa) del conjunto de las series, atendiendo a las características sociodemográficas que se emplean, en la producción televisiva, en función de las audiencias.

Concluiremos esta investigación sobre los estereotipos, los roles y las relaciones de género en las series tv con un resumen de las principales conclusiones de las tres partes del estudio.

I. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Como ya se ha señalado los objetivos principales de la investigación eran, de un lado, conocer la estructura ocupacional segregada por sexo del elenco de realizadores de las series tv de producción nacional (2018-2019) y, de otro lado, observar los estereotipos y roles contenidos en las series, atendiendo a la medición de los componentes esenciales con los que se construyen esos modelos. Desde la perspectiva de género, también era incuestionable detenerse en particular en el análisis de la incidencia de la violencia contra las mujeres que se proyecta desde estos productos. Además, otro elemento clave que se quiso tener en consideración, a partir de estos dos objetivos, era contrastar hasta qué punto se podían seguir las marcas de género de los/as creadores³ en su producto final.

Para la consecución de estos objetivos se recurrió: para el primer objetivo, a la contabilidad de la estructura ocupacional, al empleo de la observación cuantitativa de los registros en las páginas web oficiales de las series analizadas y a la base de datos IMDb Movies (TV and Celebrities) y para el segundo y tercer objetivo, al estudio cualitativo de personajes junto con la técnica del Análisis de Contenido, para la medición de los componentes de los roles. En total se han visionado 300 horas de una muestra compuesta por 18 series tv, en capítulos que han compuesto las temporadas emitidas durante el periodo 2018-2019. El análisis de los datos cuantitativos se ha realizado observando las series tv de acuerdo con la tipología: Prime Time, Juvenil y Sobremesa.

La unidad de estudio han sido las series tv de producción nacional que emiten las cadenas de tv más vistas en España, así como las Plataformas de video OTT y televisión de pago IPTV con más demanda, en el periodo septiembre 2018 - agosto 2019. La selección definitiva de las series que han entrado a formar parte de la muestra ha estado en función de su consideración **como las más visionadas** por el público. Esta información se ha recopilado de diversas fuentes, a falta de un registro o base de datos de algún organismo institucional que las unificara. Además de esta carencia también se añadió el problema de que las Plataformas de video OTT, como Netflix o Movistar, no tienen por costumbre dar datos de audiencia, de ahí que se tuviera que seguir distintas vías para localizar la información⁴.

Las fuentes que se siguieron para conformar la muestra fueron:

1º Informes empresa comunicación Barlovento.

2º Índices de audiencia en Ecoteuve. Portal de el Economista sobre televisión, radio, prensa, internet y otros medios de comunicación (audiencias por tramos horarios).

3º Wikipedia (sección audiencias)

³ Entendemos por creadores/as al conjunto formado por las personas responsables de la dirección, del guión y de la producción en el nivel más alto de responsabilidad.

⁴ Es cierto que, un mes después de haber realizado la selección, Netflix lanzó sus datos de visionado y se pudo comprobar que efectivamente la selección que efectuada de sus series -de producción nacional- había sido plenamente acertada.

El corpus de las series analizadas está compuesto por una muestra de 18 series, emitidas en el periodo Septiembre 2018 - Agosto 2019 en las cadenas de ámbito nacional RTVE, Antena3 y Telecinco y las plataformas Netflix y Movistar. Esta es una cifra representativa del universo en estudio ya que que en 2018 el total de series, de producción nacional, estrenadas fue de 31 series, de las cuales solo 3 fueron dirigidas por mujeres, según Onieva (2019). Por tanto, las 18 series componen un tamaño de la muestra más que representativo para un contexto que además muestra escasa variabilidad en los indicadores discriminatorios hacia las mujeres, como este trabajo de investigación demuestra.

El diseño de la muestra atendió a tres segmentos diferenciados de edad en función tanto del público de destino, como del horario de emisión de series que emiten las cadenas de ámbito nacional. De ese modo se partió una tipología con las categorías: *Prime Time* (adultos y series en horario 21-23 horas) Juvenil (destinada al segmento joven de la población) y Sobremesa (adultos en horario habitual de 16-18 horas). El segmento infantil, a pesar de su importancia, no se pudo analizar por no contar series tv de producción nacional a las que acudir.

En conjunto se han recogido los datos de **3.013 profesionales**, de los que el **67% (2017)** son varones y el **33% (996)** mujeres. La muestra definitiva quedó configurada por las siguientes 18 series de tv:

RELACIÓN DE SERIES ESPAÑOLAS MÁS VISTAS EN 2018-2019

PLATAFORMA	RTVE	ANTENA3	TELECINCO	NEXTFILIX	MOVISTAR
PRIME TIME	-Cuéntame (2001-2018) -La caza de Monteperdido (2019)	- Allí abajo (2015-2019) - La Catedral del Mar (2018) - Presunto Culpable (2018)	- La Verdad (2018) - Vivir Sin Permiso (2018) - La que se Avecina (2007-2019)	-La Casa de Papel (2017-2019) -Las Chicas del Cable (2017-2019) - Paquita Salas (2018-2019)	-Gigantes (2018) - Hierro (2019) - Vida Perfecta (2019)
JUVENIL				-Elite (2018-2019)	-Skam España (2018-2019)
SOBREMESA	-Acacias 38 (2015-2019)	-Amar es para Siempre (2013-2019)			

1 LA SEGREGACIÓN OCUPACIONAL POR GÉNERO

1.1 LAS CATEGORÍAS PROFESIONALES POR SEXO

1.1.1 Tipología y criterios aplicados para la medición de la estructura ocupacional.

La observación de la estructura ocupacional segregada por sexo es imprescindible para conocer la disposición de mujeres y hombres en la pirámide del prestigio ocupacional. Para el diseño de la medición de las categorías profesionales se consideró principalmente el esquema ideado, para dar cuenta del mismo interrogante, en nuestra anterior investigación sobre la cinematografía publicada como *Cine y género en España* (Arranz, 2010). Este esquema, en concreto, fue un diseño realizado por la investigadora del equipo, Esperanza Roquero. Asimismo, también se tuvo en cuenta las aportaciones de las autoras Simelio y Forga (2014), en su artículo “Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión”, pues de alguna manera, estas autoras adaptaron nuestras mismas categorías a su estudio sobre las series de televisión en España.

Los datos para realizar la medición se han buscado en las páginas web oficiales de las series analizadas y en algunas ocasiones también se ha recurrido a la base de datos IMDb Movies (TV and Celebrities). Como sostienen Simelio y Forga (2014), que también la emplean en su investigación, esta base de datos tiene una alta credibilidad en el campo del audiovisual, a pesar de estar construida a partir de las aportaciones de los propios profesionales y de gente anónima.

Los datos recogidos se han procesado con el programa Excel y se ha empleado un análisis de frecuencias absolutas y relativas que se presentan en distintas tablas bivariantes con su correspondiente gráfica.

La ficha de recogida de la información para conformar la tipología ocupacional se estructuró de acuerdo con las variables: categoría profesional según el sexo de las personas registradas. Siguiendo al objetivo de la investigación se establecieron algunas agrupaciones entre las distintas categorías para detectar la presencia por género en cada una de ellas y comprobar la discriminación vertical. Para contrastar con mayor precisión analítica la discriminación, y siguiendo el modelo de Roquero (2010), se agruparon las categorías profesionales que participan en las series tv según dos criterios. De un lado, el **tipo de funciones** implicadas en el ejercicio profesional y, de otro lado, el lugar ocupado en el **proceso de toma de decisiones** en la realización de la serie. Debemos destacar que respecto al modelo de Roquero (2010) o Simelio y Forga (2014) hemos añadido una tercera categoría –“mixto”- en relación con el sexo en los grupos de profesionales con mayor poder en la toma de decisiones. Se ha consignado bajo la categoría “mixto” a hombres y mujeres cuando se encontraban desempeñando al unísono las funciones profesionales en un mismo puesto. El motivo de esta decisión ha sido querer evidenciar el peso real de las mujeres en la toma de decisiones. A nuestro modo de ver no se puede contabilizar de manera idéntica, por no ser comparables, la decisión que toma una mujer por sí sola que cuando esa decisión, por ejemplo, es tomada en un equipo formado por 4 varones y una única mujer. De ahí que solo se haya mantenido esta tercera categoría

sólo para los puestos de mayor relevancia en la toma de decisiones (Dirección, Guión y Producción) en la realización de una serie.

Asimismo, la ficha recogía la información: nombre de la serie, cadena o plataforma, horario de emisión, argumentos y personajes principales.

Como resultado de los criterios se obtuvieron los siguientes siete grupos profesionales de acuerdo:

- **Grupo Directivo (I).** Este grupo está compuesto por la categoría profesional que se corresponde con las funciones de dirección.
- **Grupo Guión Creadores (II).** A diferencia de los largometrajes cinematográficos que por lo general solo cuenta con un guionista, el formato de las series tv cuentan prácticamente como pauta, por un lado, uno o dos guionistas que son los creadores de la idea original y del núcleo central del guión a lo largo de todos los capítulos de una o más temporadas. Por otro lado, está el desarrollo de los guiones de cada capítulo, esto se suele llevar a cabo por un equipo de guionistas que están constreñidos a las limitaciones impuestas por la idea y disposiciones de los creadores. De ahí que a estos últimos les hayamos restado de esta categoría y considerado en el Grupo Ejecutor.
- **Grupo Producción (III).** Esta categoría dada la variedad de sus funciones se ha subdividido en otras 3 subcategorías:
 - A. Producción
 - B. Producción ejecutiva
 - C. Co-producción
- **Grupo Ejecutor (IV).** Se reúnen a todas las categorías profesionales dedicadas a las tareas relativas de control y ejecución de objetivos del proyecto. Bajo este grupo hemos encuadrado a: guionistas, ayudante/asistente de dirección y ayudante/asistente de producción. Obviamente lo que tienen en común estas categorías que establecemos bajo el mismo epígrafe es su disposición jerárquicamente subordinada respectivamente a los Grupos I, II y III. Sin que entre ellas queramos establecer ninguna otra relación o vínculo.
- **Grupo Artístico (V).** Aglutina las categorías conocidas como actividades artísticas, como sostiene Roquero (2011) bajo esta denominación se podría aludir a una mayor variedad de ocupaciones, pero debido a un mejor manejo analítico se ha reducido a aquellas categorías que adquieren su distinción básica en el carácter artístico y/o suponen referentes formativos. En este grupo hemos reunido: la creación musical, la dirección fotografía, el montaje/edición, la dirección de arte y la dirección de *casting*.

- **Grupo Especialista (VI).** Este grupo está compuesto por las categorías con funciones profesionales de cualificación media. Así hemos tomado a: peluquería y maquillaje, vestuario y arte y decorado.
- **Grupo Técnico (VII).** Bajo este grupo quedan consignadas las categorías profesionales que ejercen tareas de carácter técnico y trabajo cualificado.

Se hace preciso aclarar que estas dos últimas categorías pueden llevar a confusión pues ambas podrían considerarse de tener un componente técnico, la decisión de distinguirlas, como menciona Roquero (2010) obedece por tener cada una de ellas un fuerte componente asociado a la diferencia sexual.

La clasificación que aquí presentamos por grupos profesionales ha prescindido de incorporar la categoría de intérpretes, actores/actrices, dado que en esta aproximación analítica se hacía difícil encajar por tener este grupo profesional su propia idiosincrasia y así como por el tamaño del grupo. Indiscutiblemente esta profesión es susceptible de ser por sí misma objeto de estudio sociológico desde la perspectiva de género.

1.1.2 Distribución y comparación por grupos profesionales

El tratamiento de la información recopilada por grupos nos muestra el tipo de pirámide profesional según el sexo de las personas que ocupan las distintas categorías profesionales. Esta pirámide resultante se asemeja a otros ámbitos de carácter artístico de nuestro país con un elevado grado de cualificación. Estamos ante una estructura ocupacional que se caracteriza:

1º Por tener pocos puestos de dirección cualificados.

2º Se observa un aumento progresivo del número de profesionales conforme disminuye el grado de cualificación.

3º No contiene posiciones ocupacionales no especializadas.

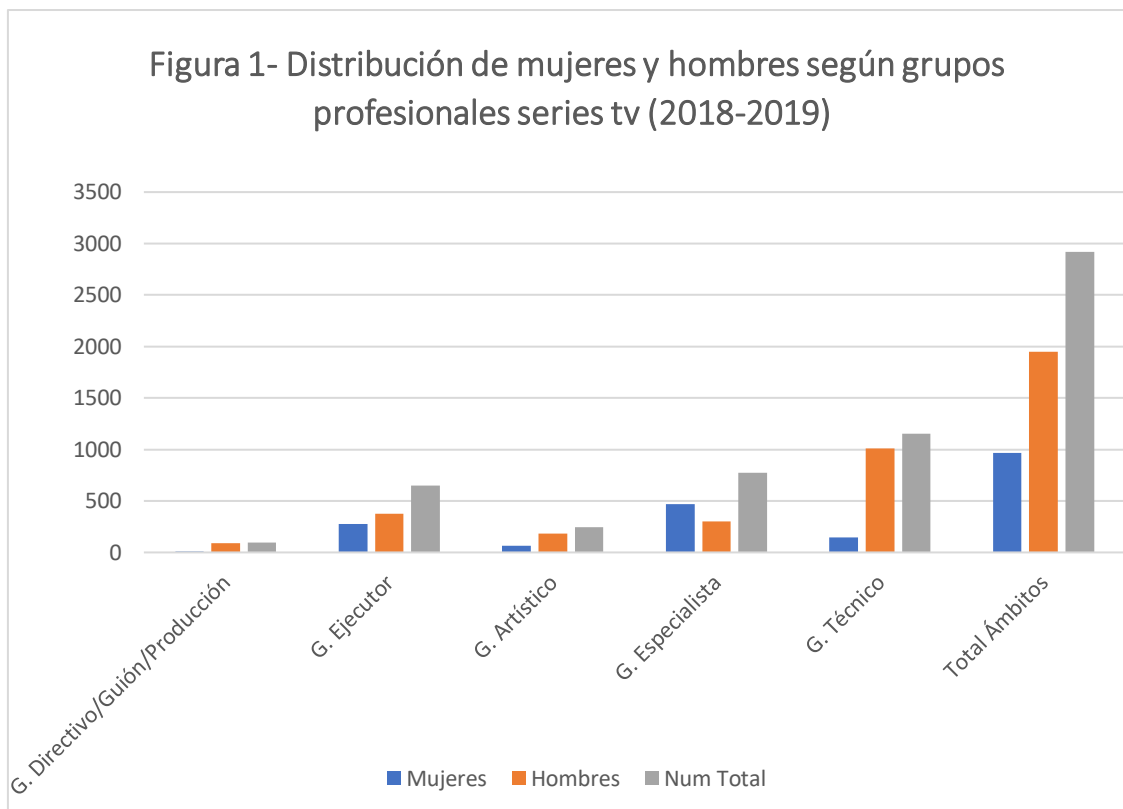
4º La presencia de las mujeres en el conjunto de este ámbito del audiovisual es prácticamente la mitad que la de los varones (33% frente a un 67%), a pesar de que éstas tienen mejores resultados en todos los procesos de formación educativa.

En la tabla 1 y figura 1 que presentamos se pueden apreciar las características más relevantes de la distribución porcentual de mujeres y hombres en los grupos profesionales analizados:

Tabla 1- Distribución de mujeres y hombres según grupos profesionales en series tv (2018-2019) *(elaboración propia)*

Ámbito	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Grupo Directivo/Guión/Producción (*)	8	8,3%	88	91,7	96
Grupo Ejecutor	279	42,8%	373	57,2%	652
Grupo Artístico	65	26,3%	182	73,7%	247
Grupo Especialista	470	61,0%	301	39,0%	771
Grupo Técnico	145	12,6%	1.008	87,4%	1.153
Total Ámbitos	967	33,1%	1.952	66,9%	2.919

(*) En este grupo quedan incluidos todos los efectivos que anteriormente han aparecido como desagregados en esos distintos grupos. Así mismo, se han incorporado los datos, de hombres y mujeres, de la categoría mixta, que se contemplan en esos grupos.



1.1.3 La segregación ocupacional vertical: resultados por grupos profesionales

A continuación, se exponen las diferencias específicas por sexos en cada uno de los grupos; concretamente, se da cuenta de las diferencias de las categorías profesionales que componen cada agrupación a partir de la presencia porcentual de cada sexo, con sus respectivas gráficas. Pero antes de comenzar la comparación entre sexos al interior de cada grupo, se da cuenta de la decisión que nos ha llevado a descomponer en tres grupos diferentes al equipo que tiene todo el poder en la toma de decisiones, esto es, el grupo situado en el rango ocupacional más elevado, en el llamado vértice de la pirámide ocupacional. Se subdividió teniendo en cuenta las distintas funciones vitales que desempeña cada categoría para hacer realidad el proyecto de una serie. Como dice Roquero (2010), el ser un grupo reducido y con el máximo poder hace especialmente significativa la presencia o no de mujeres, de ahí que quisiéramos acercarnos con una mayor precisión a su observación. Una consecuencia analítica de esta división, ha sido, por un lado, como anteriormente apuntamos, el dar mayor protagonismo a la situación relacional en que son tomadas las decisiones. En concreto nos referimos, a que las decisiones tomadas en equipo no implican el mismo reconocimiento social (poder) que cuando es tomada por solo un individuo, sea varón o mujer. Por otro lado, hemos querido descomponer lo que se conoce como el paraguas de producción a las distintas modalidades en función también del distinto reconocimiento profesional, así este gran grupo está subdividido en los grupos: a) producción; b) producción ejecutiva y c) coproducción.

No podemos pasar por alto el mencionar que a pesar de ser una categoría muy de moda en el mundo del audiovisual, la figura del showrunner⁵, en el conjunto de la industria del audiovisual en España de momento no se cuenta con una elevada nómina.

Grupo I: Grupo Directivo

Como era esperable (aunque no deseable) en esta posición ocupacional las mujeres tienen una presencia minoritaria, tan solo un 6%, que en números absolutos significa 3 directoras mujeres. Ahora bien, una consecuencia inevitable de la recogida de la información es la que hace que quede oculto el que estas 3 directoras no dirigen 3 series, como cabría suponer, sino que ellas 3 ejercen su trabajo en una misma serie (*Vida perfecta*). En otras palabras, del total de las 18 series analizadas, solo una es puramente de autoría femenina, el resto la encabezan sólo varones 39 (78%) y conjuntamente mujeres y varones (Grupo Mixto) 8 (16%). A la hora de considerar la discriminación de las mujeres en el audiovisual este discernimiento es relevante. Así si cotejamos esta información con la que aportan Simelio y Forga (2014) de los resultados de su investigación sobre 14 series televisivas emitidas durante la temporada 2013-2014, se ve que la cifra que obtienen de mujeres al frente de la dirección es de 20 (18,70%). Aun, siendo baja también esta última cifra vemos que se aparta bastante de la que hemos obtenido en nuestra investigación ampliando la observación con la categoría mixta.

GRUPO I: GRUPO DIRECTIVO

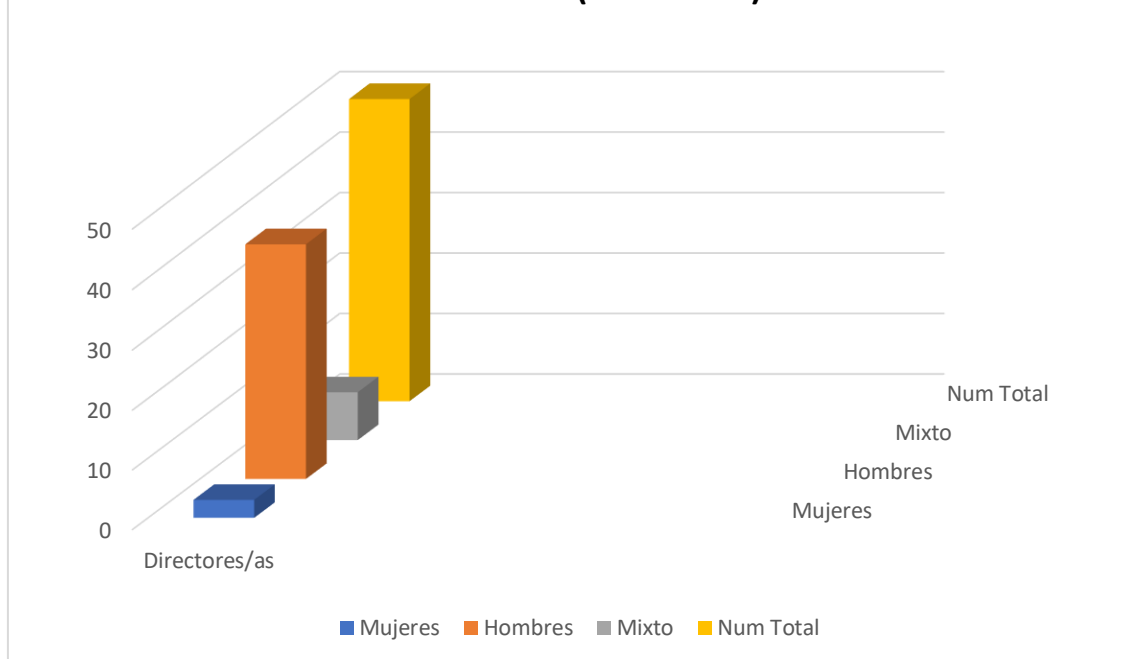
Grupo Directivo	Mujeres	%	Hombres	%	Mixto	%	Total
Directores/as	3 ⁶	6%	39	78%	8	16%	50
TOTALES	3	6%	39	78%	8	16%	50

⁵ *Showrunner*, también llamado autor-productor, designa en el argot estadounidense y canadiense al personaje que asume la doble función de productor ejecutivo y de guionista principal o guionista jefe de una serie de televisión.

En España, y dentro del sector, se suele citar como *showrunner* a Daniel Ecija, Manuel Rios, Joaquín Oristrell, Tirso Calero, Juan Carlos Cueto, Javier Olivares, Ramón Campos, Alex Pina, Aitor Gabilondo/, Aurora Guerra, Virginia Yagüe, Abril Zamora, Inés Paris.

⁶ Estas 3 mujeres dirigen una sola serie tv *Vida perfecta*.

Figura I. Presencia de mujeres y hombres en el Grupo Directivo series de TV (2018-2019)



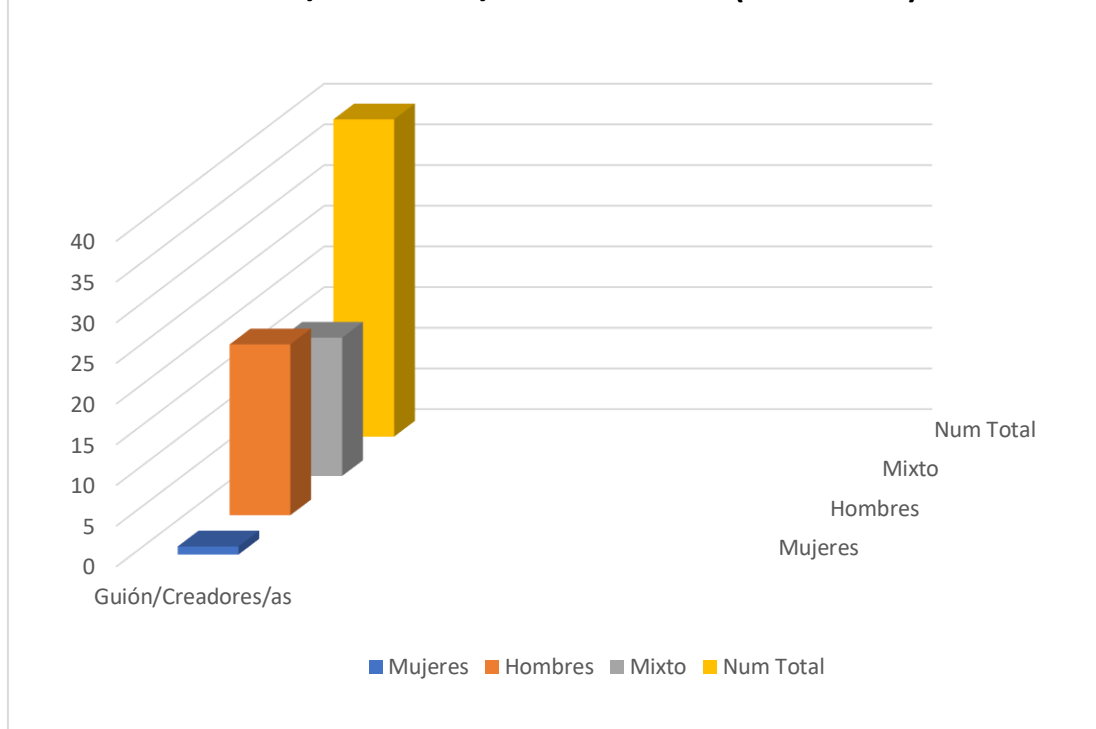
Grupo II: Grupo Guionistas Creadores

Sorprendentemente la cifra de mujeres guionistas creadoras se rebaja hasta un 2,5%, respecto al grupo directivo. También es cierto que para el grupo de hombres sucede otro tanto en la rebaja al quedarse en el 53,8%, esta disminución se debe a que en esta categoría a la composición mixta de los equipos de guionistas creadores, mujeres y varones (43,5%).

GRUPO II: GRUPO GUIÓN CREADORAS/ES

Grupo Guión	Mujeres	%	Hombres	%	Mixto	%	Total
Guión Creadoras/es	1	2,5%	21	53,8%	17	43,5%	39
TOTALES	1	2,5%	21	53,8%	17	43,5%	39

Figura II. Presencia de mujeres y hombres en el Grupo Guión /Creadores/as series de TV (2018-2019)



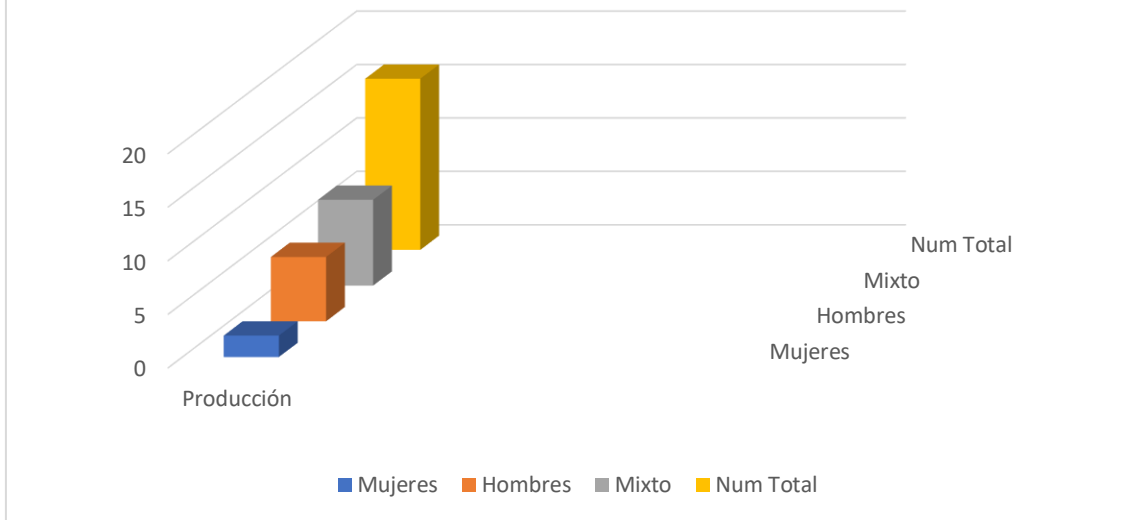
Grupo III: Grupo Producción - Producción Ejecutiva – Coproducción

Curiosamente en los 3 subgrupos que conforman este grupo la categoría más recurrente es la mixta, el trabajo conjunto de mujeres y hombres. Las mujeres que desempeñan estas tareas quedan muy por debajo de los varones, con un 12,5% en producción, un 2,8% en producción ejecutiva y ninguna mujer en coproducción.

GRUPO III (A): GRUPO PRODUCCIÓN

Subgrupo A	Mujeres	%	Hombres	%	Mixto	%	Total
Producción	2	12,5%	6	37,5%	8	50%	16
TOTALES	2	12,5%	6	37,5%	8	50%	16

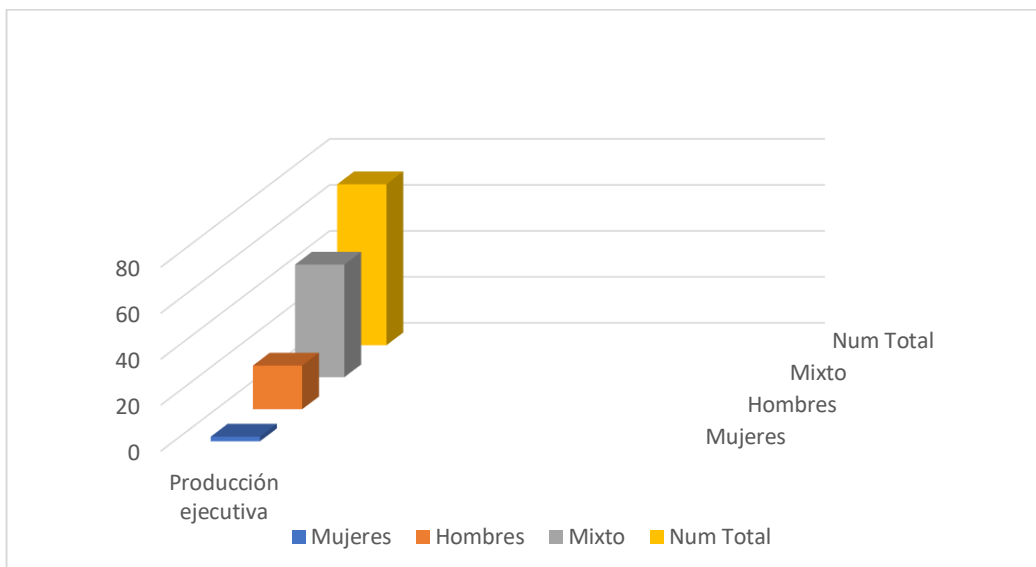
**Figura III (A). Presencia de mujeres y hombres en el subgrupo A
Producción series de TV (2018-2019)**



GRUPO III (B): GRUPO - PRODUCCIÓN EJECUTIVA

Subgrupo B	Mujeres	%	Hombres	%	Mixto	%	Total
Producción Ejecutiva	2	2,8%	19	27,2%	49	70%	70
TOTALES	2	2,8%	19	27,2%	49	70%	70

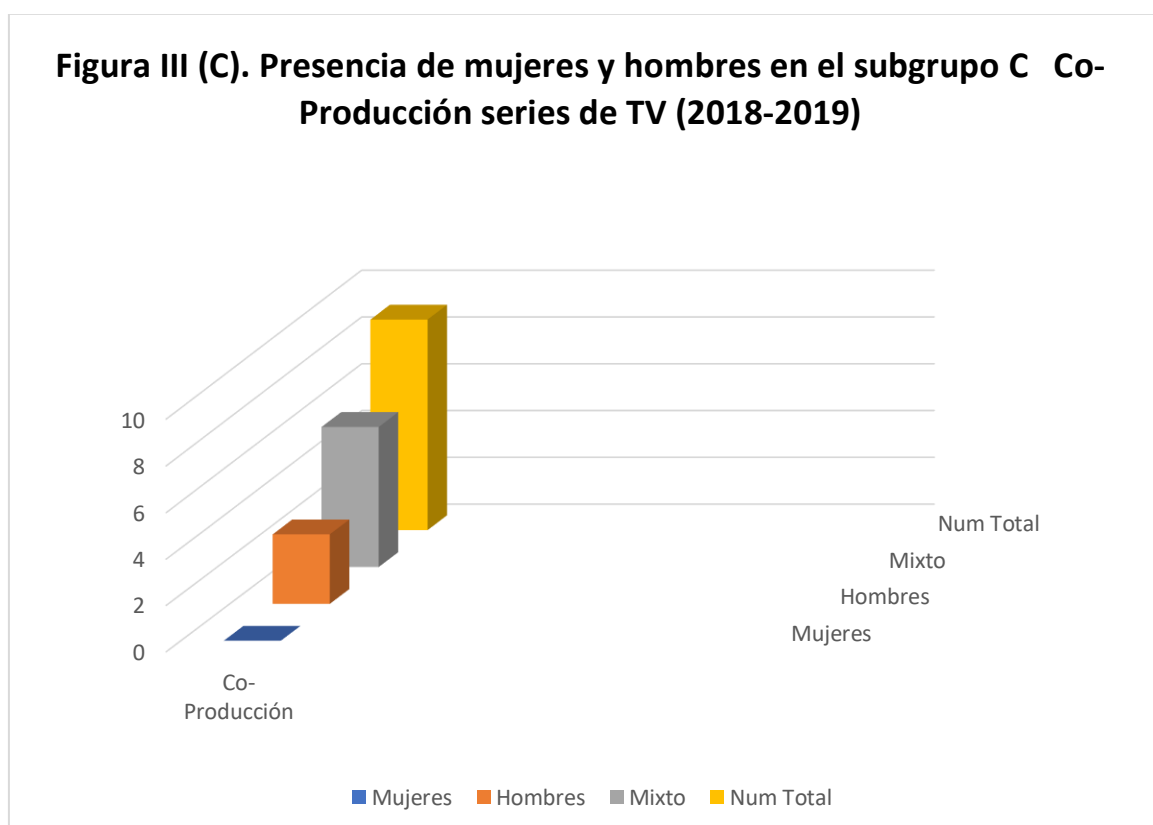
**Figura III (B). Presencia de mujeres y hombres en el subgrupo B
Producción Ejecutiva series de TV (2018-2019)**



GRUPO III (C): GRUPO - COPRODUCCIÓN

Subgrupo C	Mujeres	%	Hombres	%	Mixto	%	Total
Co-Producción	0	0%	3	33,3%	6	66,7%	9
TOTALES	0	0%	3	33,3%	6	66,7%	9

Figura III (C). Presencia de mujeres y hombres en el subgrupo C Co-Producción series de TV (2018-2019)

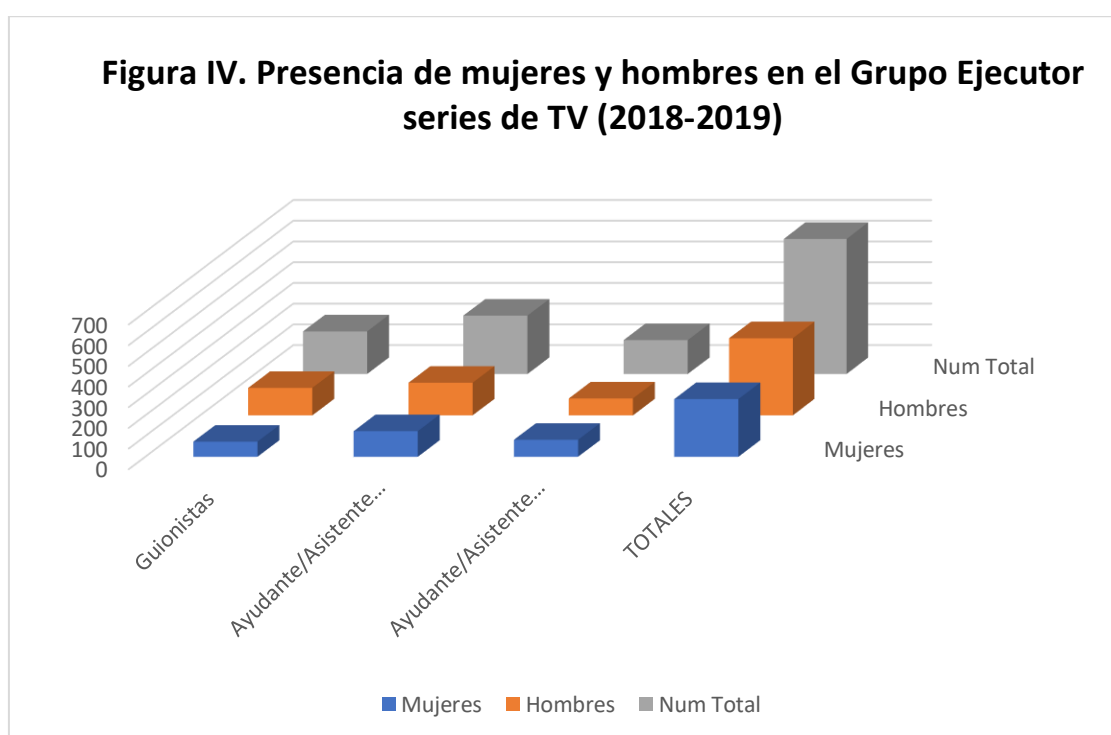


Grupo IV: Grupo Ejecutor

Hemos mantenido la misma denominación de este grupo, como constaba en nuestro trabajo anterior (Roquero, 2010), sin embargo, se debe hacer notar que difieren algunas categorías de las que aquí aparecen, pues entre las películas y las series se mantienen ciertas diferencias técnicas y organizativas en el rodaje. Sí que es cierto que bajo esta denominación de grupo se contemplan las categorías de apoyo en las tareas de la dirección, del guión y de la producción. Desde el punto de vista de los resultados obtenidos, destacamos la coincidencia de comportamiento con el mundo de la cinematografía española, pues en ambos concurren un considerable volumen de presencia femenina en relación con los grupos anteriores. Esta comparecencia de mujeres en estas categorías profesionales de apoyo es tan alta que sitúa al grupo en el segundo lugar de la representación femenina de grupos profesionales de esta contabilidad (42,8%).

GRUPO IV: GRUPO EJECUTOR

Grupo Ejecutor ⁷	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Guionistas	73	35,4%	133	64,6%	206
Ayudante/Asistente Dirección	124	44,0%	158	56,0%	282
Ayudante/Asistente Producción	82	50%	82	50%	164
TOTALES	279	42,8%	373	57,2%	652



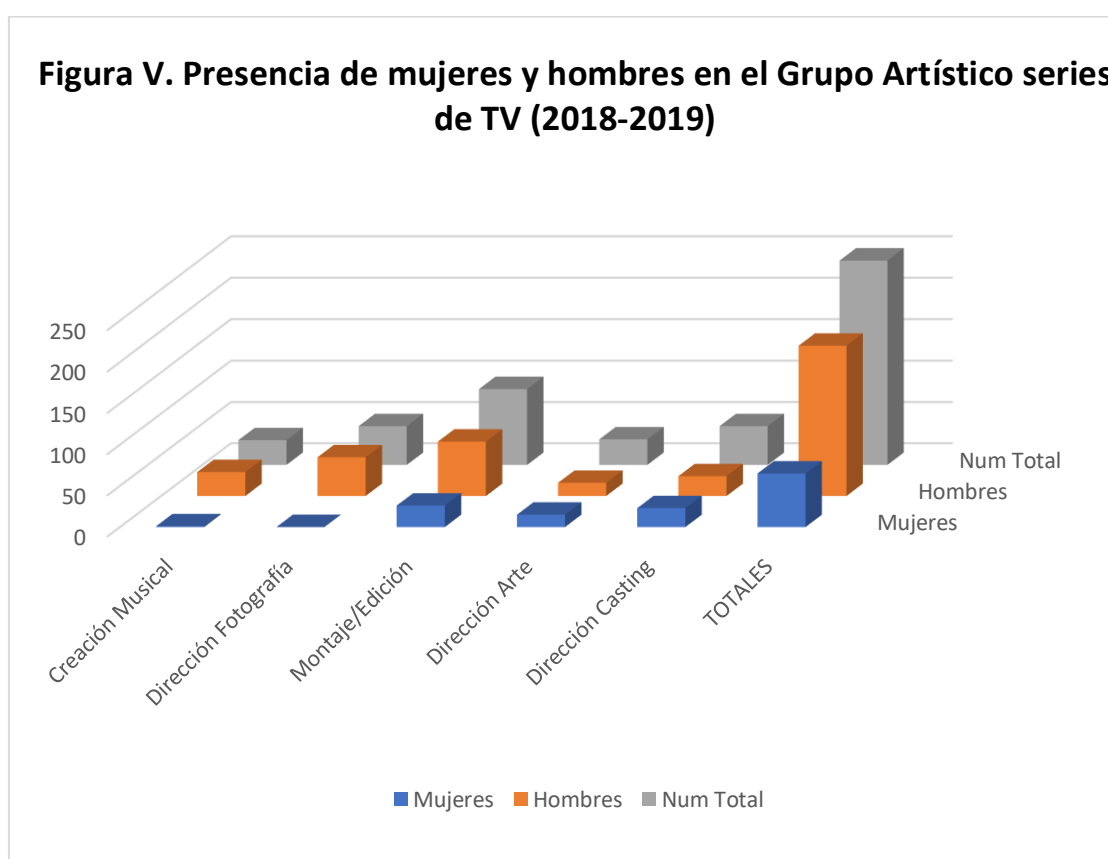
Grupo V: Grupo Artístico

Si bien la presencia media femenina se sitúa en un 26,3% en el conjunto de las categorías reunidas bajo la denominación del grupo artístico, sin embargo, hay que observar una varianza muy alta entre los diversos grupos. Así, de una parte, prácticamente no hay mujeres que integren las categorías: Creación Musical (3,3%) o Dirección de Fotografía (0%), mientras que, de otra parte, otras dos categorías de las cinco que forman el grupo, cada una de ellas casi llega al 50%: Dirección de Arte (48,4%) y Dirección de Casting (48,9%). Por tanto, salvo en estas dos últimas categorías que se produce un equilibrio paritario, en el resto de las categorías que forman este grupo artístico se acusa una falta notable de mujeres.

⁷ Obsérvese que aquí no hemos aplicado la categoría mixta, que daba cuenta de cuando hombres y mujeres trabajan conjuntamente.

GRUPO V: GRUPO ARTISTICO

Grupo Artístico	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Creación Musical	1	3,3%	29	96,7%	30
Dirección Fotografía	0	0%	47	100%	47
Montaje/Edición	26	28,3%	66	71,7%	92
Dirección Arte	15	48,4%	16	51,6%	31
Dirección Casting	23	48,9%	24	51,1%	47
TOTALES	65	26,3%	182	73,7%	247



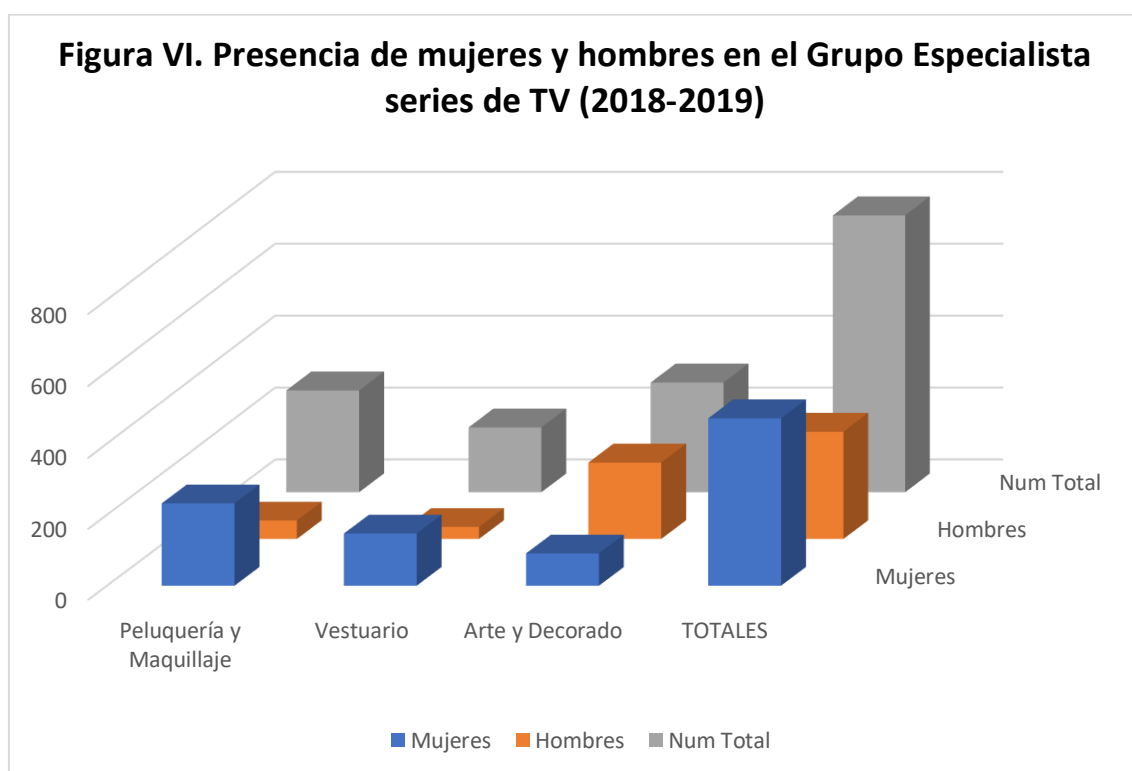
Grupo VI: Grupo Especialista

Este grupo es el único que la balanza de los géneros aparece desequilibrada en favor de las mujeres. Si bien el porcentaje medio de la presencia de las mujeres en este grupo es de un 61%, al igual que sucedía con el grupo anterior se produce desequilibrio entre las distintas categorías. Así, el porcentaje medio esconde que los grupos de peluquería y maquillaje, por un lado, junto con el de vestuario, por otro lado, tienen un peso de un 81,7% y 81,2% respectivamente. El desequilibrio se torna del otro lado en la categoría de

arte y decorado, pues aquí la presencia de las mujeres decrece y se queda un poco por debajo del 30%. Estas categorías profesionales que sobrepasan el 80% de presencia femenina vienen siendo una constante. Se repite casi de manera idéntica en cifras en el campo de la cinematografía española (Roquero, 2010).

GRUPO VI: GRUPO ESPECIALISTA

Grupo Especialista	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Peluquería y Maquillaje	232	81,7%	52	18,3%	284
Vestuario	147	81,2%	34	18,8%	181
Arte y Decorado	91	29,7%	215	70,3%	306
TOTALES	470	61,0%	301	39,0%	771

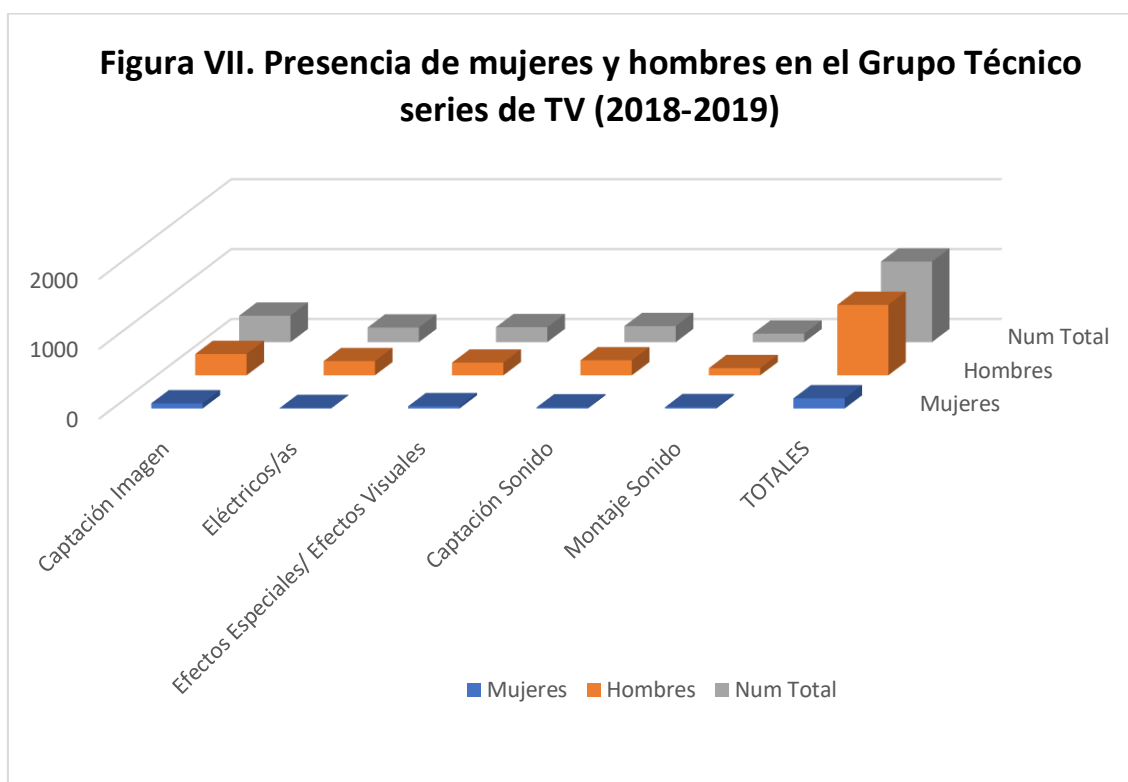


Grupo VII: Grupo Técnico

Este grupo está formado por las siguientes categorías: cámara, eléctricos/as, efectos especiales/efectos visuales, sonido y montaje de sonido. Todas estas categorías tienen un mayor carácter técnico que las anteriores, quizá esta sea la razón, como también apuntaba Roquero (2010), en el que la presencia femenina es todavía más escasa que en el resto de los grupos. El porcentaje medio del total de mujeres en los diferentes grupos se sitúa en 12,6%. La categoría profesional que queda un poco más por encima de la media es la cámara (19,5%) mientras que la categoría que arroja menos mujeres es la de eléctricos/as con solo un 2,9%.

GRUPO VII: GRUPO TÉCNICO

Grupo Técnico	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Cámara	74	19,5%	305	80,5%	379
Eléctricos/as	6	2,9%	203	97,1%	209
Efectos Especiales Efectos Visuales	32	15,0%	182	85,0%	214
Sonido	15	6,5%	215	93,5%	230
Montaje Sonido	18	14,9%	103	85,1%	121
TOTALES	145	12,6%	1008	87,4%	1153



2. Aproximación a las series tv desde la estereotipia de grupos y personajes

La investigación social sobre los productos audiovisuales emplea muy a menudo en su análisis la figura analítica de la estereotipia para descubrir los códigos sociales de las imágenes empleadas en la construcción de los personajes de la ficción. Los análisis de estereotipos, roles y agencia tienen especial relevancia social, ya que a través de ellos no sólo se reflexiona sobre cómo unos grupos observan y construyen sus ideas sobre los otros, y viceversa, sino sobre todo porque esas construcciones llegan a erigirse mayormente como categorías de verdades indiscutibles por los receptores. De manera que comprobamos cómo a través de los relatos audiovisuales la ideología patriarcal se naturaliza, encuadrándose como pilar del dominio patriarcal.

El estereotipo de grupo y el individual están íntimamente vinculados. El grupo será el referente superior de identidad de toda persona, de ahí su importancia. Los estereotipos son propuestas culturales que alientan a los individuos a cómo relacionarse consigo mismo y con el mundo; a través de su continua repetición vía dispositivos sociales (medios de comunicación, interacciones grupales, etc.). Las personas interiorizan las propuestas, incluso llegando a extremos de crearse una auténtica identificación personal. Esto es, el estereotipo se convierte en prototipo, modelo de comportamiento, pauta mimética enunciada desde distintas disciplinas sociales (Allport, 1971/1954). Pero los estereotipos también son herramientas para conocer, pues proporcionan una imagen mental simplificada de alguna categoría de personas, institución o acontecimiento, independientemente de su verdad o no. La confianza en estas imágenes provendrá en que son compartidas por un gran número de personas de nuestro propio grupo.

Tajfel (1984) propuso analizar de manera sistemática las funciones, individuales y sociales, del estereotipo tomando en consideración las relaciones intergrupales. Siguiendo las síntesis de Puertas Valdeiglesias (2004) del texto de Tajfel, *The social dimension*, se observa que a nivel individual el estereotipo tiene las funciones:

1. La que se deriva de la categorización, es decir, sirven para sistematizar y simplificar la complejidad y variedad de estímulos que recibimos del exterior.
2. Proteger y defender el sistema de valores del individuo.

A nivel social sus funciones serán:

1. Permitir explicar y racionalizar los hechos sociales. Tajfel prima el que las categorías y los estereotipos son construcciones sociales más que sean producto de una realidad objetiva.
2. Justificar los comportamientos hacia los miembros de otros grupos. Nuestro comportamiento hacia otros grupos quedará justificado por la imagen positiva o negativa que el estereotipo nos ofrece del otro grupo.
3. Dar una identidad positiva del propio grupo, sobre todo en situaciones que ponen en cuestión esa identidad. Y esto es "incluso en situaciones en la que predomina la creencia igualitaria entre grupos, se puede adquirir la distinción social positiva entre grupos favoreciendo al endogrupo en las dimensiones más importantes y

concediendo al exogrupo positividad, pero en dimensiones menos relevantes, de tal manera que se mantiene la superioridad del endogrupo.” (Puertas Valdeiglesias, 2004:139)

El psicólogo John Williams y la psicóloga Deborah Best publican, en 1990 tras un estudio de más de 30 países, sus observaciones llegan a la conclusión de que «uno de los estereotipos que a lo largo de la historia se ha mantenido con más fuerza y fiabilidad es el del sexo. En múltiples trabajos, algunos ya clásicos y otros más cercanos se encuentran descripciones de los grupos de hombres y de mujeres que engloban características similares en contextos tan diversos como América del Norte y del Sur, Asia, África, Europa y Australia. Estas descripciones retratan a las mujeres como sensibles, cálidas, dependientes y orientadas a la gente, en tanto que a los hombres se les ve dominantes, independientes, orientados hacia el trabajo y agresivos». Afirmación que contradecía lo que la antropóloga Margaret Mead en su obra, *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, de 1935, había sostenido: la especie humana es enormemente maleable: los roles y las conductas sexuales varían según los contextos socioculturales. En definitiva, para los estudios feministas o los estudios de género, tanto el análisis sobre los comportamientos humanos que realizan las distintas ciencias, como la representación en la ficción que se hace de los hombres y de las mujeres son claves conocer las diferencias de género y en la manera en que se reproduce el poder patriarcal.

Así mismo, el empleo del estereotipo y de los roles en el audiovisual se ha convertido en un dispositivo privilegiado de control social. No es de extrañar el reconocimiento como cuarto poder que tienen los medios de comunicación en las sociedades modernas. Poder, que en buena medida consiste, en ese gran potencial de difusión social de la ideología dominante, a través de estos dispositivos psicosociales, en una escala hasta ahora inimaginable. Los estereotipos que emplean los medios son las mejores evidencias de la desigualdad y discriminación entre grupos. El desigual poder social entre grupos se corresponde con la desigualdad en la difusión de los estereotipos, por lo que estos tampoco van a gozar de las mismas oportunidades de establecerse como verdaderas imágenes. No se podrá elegir ante una panoplia de estereotipos en función de los diferentes grupos y de manera equilibrada. Al contrario, los estereotipos triunfantes y, por tanto, los que se reproducirán más fácilmente, como ejemplo a seguir, serán aquellos que favorecen la estabilidad y reproducción del grupo o la élite en el poder, en otras palabras, los estereotipos circulantes son los que impone el grupo dominante al resto de grupos dominados. Para Fiske (1993 citado por Puertas Valdeiglesias, 2004) el proceso de estereotipia y el poder de los grupos en la sociedad se refuerzan mutuamente.

También hay que tener en cuenta para el análisis que los estereotipos o los propios roles que estos modelos analíticos son simplificaciones de la complejidad humana. Elementos reductores de la realidad en tanto su definición de las características personales como en cuanto al desciframiento que llegan a hacer de las relaciones sociales que dan vida al estereotipo. Además, no se debe dejar de lado otros inconvenientes del análisis. Así, en tanto son propuestas de modelos de comportamiento que definen los rasgos de individuos de los grupos: el propio conflicto entre grupos puede mediar en la potenciación del auge de los modelos, enquistando o agravando el conflicto. La crítica a esos rasgos suele incidir positivamente fomentando su reproducción más que en

observar su posible perjuicio, pues se busca la afirmación del grupo hacia fuera y el mérito como recompensa dentro del grupo.

El estereotipo se encarga de hacer generalizaciones acerca de los miembros de un grupo. Lo curioso es que estas generalizaciones destacan por tener un alto grado de anonimato. De ahí su valor y potencia. Hoy en día a través de Internet aparecen reproducido en innumerables referencias la clasificación de estereotipos de grupos a modo de verdades irrefutables. Lo curioso es que se desconoce la procedencia de esta categorización, dato que no parece importar a nadie.

2.1 Estereotipos y representación de las mujeres en el audiovisual

Ha habido una creencia popular, nada desinteresada⁸, de que los estereotipos y roles eran auténticas representaciones sociales: Así, por ejemplo, se ha pensado que al cambiar las pautas de comportamiento de las mujeres, ello implicaría una transformación en su representación. Un ejemplo de ello es lo que, en su artículo de 1999, sostenía González Gabaldón, para esta autora el empoderamiento de las mujeres que se había producido en las últimas décadas iba a suponer un cambio en la representación de éstas, en concreto, en la industria cinematográfica: “una forma concreta de cambio del estereotipo se produce al modificarse los roles de un grupo y cuando esto sucede los estereotipos se adaptan rápidamente y pasan a reflejar los nuevos desempeños” (1999: 83). Sin duda hay algo de verdad, la variedad en los tipos de mujeres que representan hoy los medios audiovisuales se ha incrementado, ahora bien, la constante (casi unánime) en esa representación que permanece prácticamente inalterable si se atiende al marco de la narración. Las mujeres, a pesar de esa variedad de papeles, siguen sin ser mostradas con la relevancia que tienen socialmente, o, dicho en otras palabras, siguen siendo presentadas como devaluadas socialmente, por el propio rol que ejercen o por su condición de estereotipo “femenino”. Continúan apareciendo como apéndices de las historias masculinas narradas cuando no mostrando los rasgos que la misoginia reclama de ellas. Por ejemplo, en el plano individual, se observa que los personajes femeninos a los que se representa con cierto poder se personifican en mujeres con un valor tan negativo como el poder que parecen que encarnan. Así, si se las muestra con cierto poder, éste va unido a una representación de mujeres solitarias por abandono y no por elección, frustradas, decepcionadas de la vida, con un carácter insoportable, etc. Parece afirmarse una vez más la aportación de Tajfel (1984): “incluso en situaciones en la que predomina la creencia igualitaria entre grupos, se puede adquirir la distintividad social positiva entre grupos favoreciendo al endogrupo en las dimensiones más importantes y concediendo al exogrupo positividad, pero en dimensiones menos relevantes, de tal manera que se mantiene la superioridad del endogrupo.” (Tajfel citado por Puertas Valdeiglesias, 2004:139)

Guarinos (2008) en su artículo *Mujer y Cine* apunta que tanto en la realización como en la estructura narrativa, aparecen notables diferencias en lo que atañe a la

⁸ Es prácticamente imposible pensar que haya alguna idea o creencia que se le despiste a los poderes sociales.

representación de las mujeres en relación a los varones. Ellas son representadas mayoritariamente de manera:

1. Aparecen junto asuntos poco relevantes. No trascienden a los problemas de una comunidad, a lo sumo de una familia.
2. Su presencia se enmarca en la cotidianidad de las situaciones. Y por lo tanto, ambientaciones cotidianas de escenografías y atrezzo domésticos.
3. Figuran en temas intimistas. Son elegidas para narraciones no históricas o no importantes para el desarrollo de la historia de humana.
4. Sus personajes suelen reflejar comportamientos rutinarios. Gestos, palabras o comportamientos cotidianos que llevan a cabo unas actrices caracterizadas sin relevancia y de rostros vulgares.

Asimismo esta autora resume en los siguientes puntos lo que considera como objetualización narrativa de las mujeres siguiendo la propuesta de Casetti (1994):

- 1.- Son estereotipos monocordes, sin matices.
- 2.- No producen narratividad.
- 3.- Son imagen y se les recuerda físicamente, como un elemento escenográfico.
- 4.- Son fijas y eternas como los mitos.
- 5.- Permanecen marginadas fuera de la historia y elevadas a la glorificación como fetiches.
- 6.- Son objeto de intercambio, cuyo valor es decidido por los hombres.
- 7.- Se habla de ella pero ella no habla, sólo parlotea.
- 8.- Son deseadas, pero no desean.
- 9.- No actúan, son manejadas.
- 10.- No miran, son miradas.

2.2 Método de aproximación a la estereotipia y roles de los personajes

Nuestra aproximación al estudio de los estereotipos se ha guiado preferentemente teniendo en cuenta la dimensión del perjuicio y la discriminación que todo estereotipo integra, pero no tanto como un fruto derivado de la espontaneidad grupal, sino teniendo en cuenta la perspectiva social de control del poder que se encuentra tras cada decisión de nombrar o categorizar. En nuestro caso, desde la reproducción de la ideología patriarcal, por lo que se han buscado los elementos del mandato de género que componen el perjuicio en contra de las mujeres, como componente de la misoginia social, así como los elementos del mandato de género masculino que se conforman en los estereotipos de los varones.

Como recuerda de Andrés del Campo (2002) fue Gordon Allport, uno de los grandes psicólogos de la personalidad, cuando en 1954 publica *The Nature of Prejudice*, con su “obra compilatoria de todos los estudios sobre el prejuicio realizados hasta entonces en la que se trataba de analizar los efectos degradantes del prejuicio, en particular los concernientes a judíos y negros” (2002: 44). Allport observa el fenómeno del estereotipo principalmente desde una caracterización instrumental. Como también sostiene Andrés

del Campo: “el estereotipo pasa a ser entendido como el componente cognitivo del prejuicio, con una función clara de ayudar a la gente a simplificar sus categorías” (2002: 44). Esta caracterización instrumental, no tiene en cuenta la dimensión productiva que tiene para el poder la utilización de los estereotipos. Sin embargo, el propio Allport sí observa ya en ese momento el apoyo social que tienen en los medios de comunicación de masas. Destacando que éstos los reviven continuamente e insisten sobre ellos: las novelas, las historietas, las noticias de los periódicos, las películas, el teatro, la radio y la televisión. Y no sólo es perspicaz en esta instrumentalización, sino que va más allá, Allport destaca que serán “los propios medios un factor capital a la hora de explicar la existencia de los estereotipos. A través de los medios, los estereotipos son socialmente apoyados, continuamente revividos y martilleados.” (Allport citado por Andrés del Campo 2002:45).

Las claves técnicas de observación del estereotipo se han guiado por la propuesta que hacen F. Casetti y F. Di Chio (1991) en el capítulo 5 de su obra *Cómo analizar un film*. Estos autores no hablan de estereotipos en concreto, sino que dilucidan cuáles son las dimensiones que es posible hallar en los personajes que cuentan los relatos audiovisuales.

De modo que cada personaje ha sido observado en las dimensiones de persona, rol y actante, con las características que más adelante describimos. Sin embargo, se debe añadir que en nuestro análisis del estereotipo se ha procurado que éste no fuese despojado de su contexto relacional, entendido como el conjunto material de elementos animados e inanimados con los que establece algún tipo de relación. Así, por ejemplo, nos hemos detenido en observar la posición social que ocupa un personaje en relación con el resto de personajes que discurren en la trama.

2.3 La estereotipia y los roles de los personajes principales de las series tv

Hemos realizado un análisis cualitativo de roles por cada una de las 18 series tv que integran la muestra, dado el volumen de este trabajo tan pormenorizado, hemos decidido adjuntarlo en el Anexo I con el fin de agilizar la lectura de este informe.

Los títulos de las series analizadas y de acuerdo con la tipología establecida queda de la siguiente manera:

Series tv en Prime Time:

1. Cuéntame (2001-2018) - RTVE
2. La caza de Monteperdido (2019) – RTVE
3. Allí abajo (2015-2019) -A3
4. La Catedral del Mar (2018) – A3
5. Presunto Culpable (2018 – A3
6. La Verdad (2018) Tele5
7. Vivir Sin Permiso (2018) Tele5
8. La que se Avecina (2018-2019) Tele5
9. La Casa de Papel (2017- 2019) Netflix

10. Las Chicas del Cable (2017-2019) Netflix
11. Paquita Salas (2018-2019) Netflix
12. Gigantes (2018)- Movistar
13. Hierro (2019)- Movistar
14. Vida Perfecta (2019)- Movistar

Serie tv Juvenil:

1. Élite (2018-2019) Netflix
2. Skam España (2018-2019) Movistar

Series tv Sobremesa:

1. Acacias 38 (2018-2019)
2. Amar es para Siempre (2018-2019)

Nos encontramos en la producción nacional de series televisivas que los y las protagonistas principales de las series cumplen con los roles de género más funcionales al sostenimiento del patriarcado. En este nuevo análisis podemos comprobar que tanto los roles de género masculinos como femeninos no han cambiado en la raíz, en la base, aunque sí en las formas y la estética.

Los principales roles femeninos

Así, en los roles femeninos seguimos encontrando el rol de “chica buena”, una mujer que acata las normas e imperativos sociales sin esfuerzo alguno. Este rol podemos encontrarlo tanto en series juveniles con un formato docu-ficción, como puede ser Skam, hasta series de género *thriller* como Vivir sin Permiso, dirigidas a un público más adulto. Otro rol utilizado frecuentemente es el de ***femme fatale***, este rol se desarrolla con múltiples facetas, por ejemplo: en la serie La Verdad, la protagonista, una niña secuestrada y obligada a ejercer la prostitución durante años, cuando regresa a su hogar ocupa el rol de Lolita, una joven que utiliza su belleza para enamorar a los hombres adultos y hacerles perder la cabeza, bella y diabólica, es decir, una mujer mala. El rol de *femme fatale* suele ser de los preferidos por los creadores de series, así aparece en series como *La Catedral del Mar*, donde casi todas las mujeres protagonistas desempeñan este papel, *Presunto Culpable* o *La caza de Monteperdido*.

Efectivamente en una década se han realizado pequeños avances tanto sociales como a nivel profesional, por este motivo, podemos encontrar de manera más asidua el rol de ***mujer moderna***, una mujer capaz de valerse por si misma, suelen ser profesionales con solvencia económica y activas a nivel sexual, es la visión masculina de las mujeres modernas: los mismos deseos y roles que tienen los varones modernos, en otros términos, proyectan sus propios deseos. Este rol podemos verlo representado en series como *Hierro*, *La caza de Monteperdido*, *La Casa de Papel* y *La que se Avecina*.

A la hora de representar a la figura de **la madre**, los roles permanecen prácticamente estáticos en la última década. La ficción nacional, representa a las madres en dos polos opuestos; por un lado, son madres castradoras, como en la serie de *Las Chicas del Cable*, *Gigantes*, *Presunto Culpable* y *La que se avecina*, en definitiva, se representa la **mala madre**. En el lado opuesto, muestran a madres sufridoras y sumisas, como *Presunto Culpable*, *Vivir sin Permiso*, y *La Verdad, la madre buena*. También podemos encontrar cierta combinación entre buena madre y mujer moderna, suavizando ambos extremos ni es totalmente sufridora y sumisa ni es tampoco muy autónoma como, por ejemplo, Mercedes, la madre de los Alcántara de la serie tv *Cuéntame*. Este rasgo de mujeres cuidadoras, maternales se refleja de modo cuantitativo en el análisis de contenido que ofrecemos en el siguiente capítulo. Las mujeres aparecen preferentemente representadas en situaciones que prestan amor y cuidados a los varones o a la familia.

Otro rol recurrente en el que aparecen las mujeres, y que responde a los miedos y temores de la masculinidad hacia las mujeres bellas y buenas personas, lo hemos encontrado en diferentes series tv, nos referimos al rol de **ángel**. Guarinos (2008) lo define como una chica con piel de cordero por fuera y un alma de lobo en el interior. Actúa como una chica buena, pero en realidad es una pose para conseguir sus propósitos, por ello, es peligrosa. Así, en nuestra muestra se puede observar este rol en series como *Élite*, *Las Chicas del Cable* o *Vivir sin permiso*.

El rol de **mujer sumisa** también podemos encontrarlo en series muy dispares en cuanto a temática y *target*. Así, este rol es representado por una mujer adolescente en *Skam*, y por una mujer adulta en *Vivir sin permiso*, *Paquita Salas*, también en *Cuéntame* sobre todo en las series de *Sobremesa: Acacias 38* y *Amar es para siempre*. Son mujeres que viven por y para los hombres, incapaces de generar ideas y tomar decisiones propias, se dejan guiar por su pareja, ponen el centro de interés en el “amor” y la relación de pareja.

La **mujer hiper-sexualizada** aparece en la ficción como objeto de deseo ante la mirada masculina, básicamente el papel del personaje es lucir de forma muy atractiva para generar placer en el espectador. Este tipo de personajes, que incluso en algún caso puede ser la protagonista como en la serie *Las Chicas del Cable*, suele ser tratado visualmente de modo cosificado. Además de esta serie, el rol podemos encontrarlo en series como *Élite*, *Gigantes*, y *La que se Avecina*.

Los principales roles masculinos

En relación con las mujeres, en la última década los varones de la realidad no ficcionada parecen que no han cambiado de forma significativa. Igualmente, la producción nacional audiovisual así lo muestra. El tratamiento que se otorga a los hombres en la ficción suele ser bastante benevolente, sus roles en la ficción así lo muestran. El principal rol que se muestra, y con que se define siempre a los protagonistas varones, es el de ser **hombres trabajadores**. Entendiendo por trabajo todo tipo de actividades que se puede desempeñar en el mundo empresarial o de cualquier negocio. Desde el presidente de una entidad hasta el empleado de la escala más baja, o incluso los negocios de la delincuencia, etc. Es imposible encontrar una serie de la muestra en que los hombres

protagonistas, o no, no queden definidos por su trabajo. Salvo los varones jóvenes que obviamente están en los procesos de formación para poder trabajar o delinquir.

El rol de **chico bueno** es otro de los recursos utilizados para designar a los hombres en la ficción. El chico bueno es un símil de chico perfecto, con un gran sentido de la ética y la justicia, autónomos y valientes, generosos y competentes. Este rol aparece en series como *Elite*, *La Catedral del Mar*, *La caza de Monteperdido*, *Cuéntame*, *Paquita Salas*, *La que se Avecina*, *Skam*, *Las Chicas del Cable* e incluso en la serie *Gigantes* series coral con protagonismo masculino, en la que los tres hermanos protagonistas son violentos y delincuentes, pero el pequeño comienza siendo un buen chico, lo sigue intentando hasta que las malas amistades y el entorno lo terminan cambiando.

Dependiendo del género de la ficción, otro rol muy utilizado es el de **héroe** o líder. Hombres valientes que luchan por causas justas, hombres que defienden a las mujeres, son competitivos, dirigentes, a pesar de las dificultades siempre encuentran fuerzas para solucionar los problemas, hombres inteligentes, fuertes y con múltiples habilidades. En series como *Élite*, *La Catedral del Mar*, *La caza de Monteperdido*, *La Verdad*, *Cuéntame* y *Vivir sin permiso* aparece por lo menos un personaje desempeñando este rol.

Desde los años ochenta aparece otra figura muy recurrente en la ficción para justificar la violencia masculina. Es el rol de **chico rebelde/malo**, la violencia y la rabia, la incomprensión y la injusticia suele demostrarse a través de estos personajes. Son chicos que viven al límite, muchas veces al margen de la ley, hombres llenos de rabia y odio que vuelcan contra la sociedad y el propio sistema, se victimizan por su mala vida en la infancia, la serie prototipo sería *Gigantes*. Además, podemos encontrar este rol en series como *Élite*, *La Casa de Papel*, *Cuéntame* y *Presunto Culpable*.

Desde los cuentos de la infancia hasta las ficciones actuales, las narraciones siempre han contemplado el rol de **caballero/príncipe**. Hombres representados con la condición de superioridad hacia las mujeres en todos los órdenes. Ellos no tienen malos sentimientos hacia ellas, más bien se consideran sus dueños protectores, alguien imprescindible para decidir como deben vivir la vida, las mujeres que lo rodean, el prototipo de patriarca. Este tipo de personajes acostumbran a tener gestos exageradamente amables y sobre-protectores. En las series *Hierro*, *Cuéntame* y *La que se Avecina* aparece este tipo de rol.

3. Análisis de contenido sobre la representación de mujeres y varones en las series tv de producción española (2018-2019)

3.1 Aspectos metodológicos del Análisis de Contenido

Dadas las diferencias analíticas de los dos ejes principales que componen esta investigación sobre las series tv (análisis de la estructural ocupacional y análisis de contenido), en la primera parte de la información metodológica, que sigue a continuación, reiteramos los aspectos señalados en el capítulo 1 y que son comunes a ambos ejes, como son las características de la muestra en estudio.

La unidad de análisis en esta parte del estudio han sido las secuencias de los episodios de las series tv de producción nacional que emiten las cadenas de tv más vistas en España, así como las Plataformas de video OTT y televisión de pago IPTV con más demanda, en el periodo 2018-2019. La selección definitiva de las series que han entrado a formar de la muestra, en función de su consideración como las más visionadas por el público se ha realizado a partir de diversas fuentes, a falta de un registro o base de datos de algún organismo institucional que las unificara. Además de esta carencia también se añadió el problema de que las Plataformas de video OTT, como Netflix o Movistar, no tienen por costumbre dar datos de audiencia, de ahí que se tuviera que seguir distintas vías para localizar la información⁹.

Las fuentes que se siguieron para conformar la muestra fueron:

1º Informes empresa comunicación Barlovento.

2º Índices de audiencia en Ecoteuve. Portal de el Economista sobre televisión, radio, prensa, internet y otros medios de comunicación (audiencias por tramos horarios).

3º Wikipedia (sección audiencias)

El corpus de las series analizadas está compuesto por una muestra de 18 series, emitidas en el periodo de un año: 1 septiembre 2018 – 31 agosto 2019 en las cadenas de ámbito nacional RTVE, Antena3 y Telecinco y las plataformas Netflix y Movistar. Dieciocho series es una cifra representativa del universo en estudio, dado que en 2018 el número total de series, de producción nacional, estrenadas fue de 31 series, de las cuales sólo 3 fueron dirigidas por mujeres, según Onieva (2019). Por tanto, las 18 series componen un tamaño de la muestra representativo para un contexto que además muestra escasa variabilidad en los indicadores discriminatorios hacia las mujeres, como este trabajo de investigación demuestra.

El diseño de la muestra atendió a tres segmentos diferenciados de edad en función tanto del público de destino, como del horario de emisión de series que emiten las cadenas de ámbito nacional, a las que se añadió una muestra de series emitidas por las Plataformas

⁹ Es cierto que, un mes después de haber realizado la selección, Netflix lanzó sus datos de visionado y se pudo comprobar que efectivamente la selección que efectuada de sus series -de producción nacional- había sido plenamente acertada.

de video OTT y televisión de pago IPTV con más demanda y de producción-co-producción española. De ese modo se partió de las categorías *Prime Time* (21-23 horas) Juvenil (destinada al segmento joven de la población) y *Sobremesa* (16-18 horas).

La muestra definitiva quedó configurada por las siguientes 18 series de tv:

RELACIÓN DE SERIES ESPAÑOLAS MÁS VISTAS EN 2018-2019

PLATAFORMA	RTVE	ANTENA3	TELECINCO	NEXTFLEX	MOVISTAR
PRIME TIME	-Cuéntame (2001-2018) -La caza de Monteperdido (2019)	- Allí abajo (2015-2019) - La Catedral del Mar (2018) - Presunto Culpable (2018)	- La Verdad (2018) - Vivir Sin Permiso (2018) - La que se Avecina (2018-2019)	-La Casa de Papel (2017-2019) -Las Chicas del Cable (2017-2019) - Paquita Salas (2018-2019)	-Gigantes (2018) -Hierro (2019) -Vida Perfecta (2019)
JUVENIL				-Elite (2018-2019)	-Skam España (2018-2019)
SOBREMESA	-Acacias 38 (2018-2019)	-Amar es para Siempre (2018-2019)			

3.1.1 Las categorías del análisis utilizadas

La metodología de este estudio se planteó a través del denominado, en la investigación social, como Análisis de Contenido. Análisis que se caracteriza por su medición y que, por tanto, tiene un carácter cuantitativo, pese a la confusión que habitualmente se observa al tildarlo como técnica cualitativa. A partir de esta técnica se han analizado las representaciones de las relaciones de mujeres y varones en el mundo de las series de producción nacional. No es la primera vez que empleamos este tipo de análisis desde la perspectiva de género, lo que ha sido muy productivo para el trabajo dada la familiaridad con la técnica. La primera investigación en la que empleamos esta técnica se circunscribió al mundo cinematográfico español en el periodo 2000-2008 (Aguilar, 2010); después la empleamos para la medición de las representaciones de género en la literatura infantil y juvenil de ficción (Arranz, 2015).

El diseño de investigación, como veíamos más arriba, se fijó en tres categorías o rangos con las que se suelen agrupar, por parte de las cadena de televisión, las características sociodemográficas de la población en función de la audiencia y horario de emisión: *Prime Time*, *Juvenil* y *Sobremesa*. La categoría infantil hubiera sido interesante analizar, pero

se descartó por no haber productos nacionales con estas características, a pesar de la evidente relevancia social que tendría este grupo para el logro de la equidad de género.

Se empleó, por tanto, la técnica de Análisis de Contenido sobre la muestra seleccionada, compuesta por 18 series emitidas en las temporadas 2018-2019, que ha supuesto un visionado un total de 300 horas que han abarcado: una o dos temporadas de la serie en estudio, aplicando un cuestionario de 20 ítems. La construcción del cuestionario de medida se ha orientado a partir de la conceptualización de buena parte de nuestro anterior trabajo sobre el cine en España (Aguilar, 2010 y Arranz, 2015), con el resultado siguiente:

- 1) **Sexo.** Esta categoría se ha empleado para adjudicar el sexo de las personas que han ejercido sus funciones en la dirección, en el guión y en la producción de cada serie.
- 2) **Secuencia.** Tomamos la secuencia como unidad de medida. La secuencia en las que los personajes interactúan o se relacionen entre sí. En los diccionarios cinematográficos se suele reconocer que la secuencia es una acción un tanto complicada en la que se mezclan escenas, planos, lugares. Además, se sostiene que no tiene por qué coincidir en ella en tiempo fílmico y el real. La secuencia, por tanto, posee una unidad de acción, un ritmo determinado y contenido en sí misma. Y se la compara al capítulo de una novela.
- 3) **El protagonismo.** Por protagonistas hemos entendido el o los personajes cuya experiencia o periplo se narra. Aquel (o aquellos) que centran tanto la trama como el dispositivo fílmico. El o los actantes que sirven de hilo conductor y de centro neurálgico del relato, de conexión entre los demás personajes. El protagonista suele ser, además, el que más tiempo ocupa la pantalla. Y, por supuesto, aquel que emocionalmente más importa a los espectadores.
- 4) **La iniciativa.** Las iniciativas que toman los personajes femeninos. Estimamos por iniciativas los actos realizados por voluntad propia. También analizamos en qué terrenos, cuando aparecen, son representadas estas iniciativas.
- 5) **Mundo relacional.** Relaciones de amistad, cariño y/o ayuda entre personajes femeninos. Para contabilizar estas relaciones tenían que visualizarse en el filme. También se han contabilizado las relaciones de amistad, cariño y/o ayuda entre personajes masculinos. Consideramos interesante comprobar si se visibilizan de modo equiparable la amistad entre hombres y entre mujeres. Como ya hemos apuntado, para que estas relaciones se contabilizasen tenían que materializarse visualmente en el filme. Tampoco entran en este apartado, sino en otro, las relaciones materno-filiares, paterno-filiares o entre hermanos.
- 6) **Relaciones de Familia.** Consideramos familia aquella estructura de parentesco que incluye al menos tres miembros (pareja e hijo/a). Computamos sólo las familias que tenían presencia en pantalla. Hemos diferenciado: a) Relaciones materno y paterno filiales. Tomamos para su estas relaciones sólo si se mostraban (pues todo el mundo tiene un padre y una madre) y en la medida en la que fueran relaciones que destacasen siquiera brevemente del conjunto familiar y/o se presentaran como relativamente personales. Las clasificamos en relaciones madre/hija, madre/hijo, padre/hija y padre/hijo. b) Relaciones entre hermanas o hermanos. c) Relaciones con otros miembros familia no contemplados en las categorías anteriores (abuelas/os; primos/as...) En todos los casos hemos aplicado para su contabilidad los mismos

supuestos señalados anteriormente: que apareciesen en pantalla y se destacasen siquiera brevemente del conjunto familiar y/o se presentaran como relativamente personales.

- 7) **Parejas.** Tomamos el término pareja en sentido muy amplio. Se ha considerado pareja a la estructura formada por dos personas que mantienen una relación estable (convivan o no bajo el mismo techo y estén o no casados) e interactúan al margen del núcleo familiar y que tienen presencia en pantalla. No consideramos, pues, dentro de nuestro cómputo aquellos matrimonios de los que no se muestra ninguna relación personal (aunque quepa suponer que en el mundo diegético existe). Nos interesó también destacar el tipo de relación global positiva o negativa que mantienen las parejas que aparecen en pantalla.
- 8) **Relaciones sexuales.** En este apartado, contrariamente a la tónica que hemos seguido en otros, contabilizamos como relaciones sexuales no sólo las que se muestran en pantalla sino también aquellas de las que sólo se ve el inicio del acto sexual siempre que se pueda suponer que no se va a frustrar en su desarrollo por cualquier motivo. Es decir, aquellas que, si bien no muestran el acto sexual completo, sí dejan claro que van a tener lugar en el tiempo diegético inmediatamente subsiguiente. En la aparición de relaciones sexuales hemos diferenciado por categorías las relaciones sexuales heterosexuales y las relaciones sexuales homosexuales. Como en un buen número de las series de la muestra aparece representado un personaje transexual, hemos considerado las escenas sexuales como heterosexuales si constaba en la representación de la secuencia que el personaje ya había hecho la transición y este se consideraba del sexo opuesto a su partenaire y como relaciones homosexuales si no había ningún indicio de que fuera transexual y había coincidencia de sexo con su pareja.
- 9) **Cosificación sexual de las mujeres.** La cosificación sexual es la reducción de una mujer a su cuerpo o partes de éste con la percepción errónea de que su cuerpo o partes del mismo pueden representarla en su totalidad (Bartky, 1990). Hemos contabilizado aquellos planos o escenas en los que aparecía el cuerpo de la mujer, o alguna parte de éste, en situación de exposición sexualmente cosificada.
- 10) **Machismo.** Consideramos machismo -y adjetivamos como machistas- no sólo “la actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres” (diccionario de la RAE) sino también las palabras, actitudes y acciones que muestran de modo manifiesto desprecio, insolencia o falta de respeto hacia un personaje femenino por serlo o con características o rasgos feminizados (diversidad sexual). En nuestro análisis distinguimos, entre palabras, actitudes y acciones machistas. También hemos analizado si el machismo de unos personajes respecto de otros se muestra (por parte del guión) con simpatía y comprensión o, por el contrario, con rechazo. Es decir, si la instancia narradora promueve (mediante diversos procedimientos de descripción y proyección con los personajes) la complicidad o la actitud crítica de los espectadores. En definitiva, si el relato en su conjunto es machista y androcéntrico y genera complacencia, benevolencia y simpatía hacia los personajes que se manifiestan de ese modo.
- 11) **Violencia de varones a otros varones.** Para la observación de la violencia representada en las series tv decidimos utilizar varios indicadores. Uno de estos ha sido ver la violencia explícita que los varones ejercen entre sí. A su vez, para facilitar la contabilidad de estos hechos violentos masculinos los desagregamos en función de

su grado y de las distintas expresiones con la que podían aparecer representados. Una de las categorías fue la fuerza física, se considera por tal, cualquier acción que ocasiona un daño no accidental, utilizando la fuerza física o alguna clase de armamento u objeto que pueda causar o no lesiones. Otra categoría empleada ha sido la violencia verbal (insultos o amenazas). Asimismo, consideramos el mostrar armas, aunque no se usaran, pero implicaran una amenaza en el relato escenificado. También se ha tenido en cuenta como categorías: la expresión violenta empleada hacia otros elementos no humanos, como lanzamiento o destrucción de objetos, violencia contra los animales y la escenificación de guerras.

- 12) **Violencia femenina.** La construcción de un indicador para observar si las mujeres son representadas como violentas nos ha permitido contrastar como la representación que hacen los varones de las mujeres no está exenta de violencia y cómo ha avanzado esta condición en relación con otros roles no tradicionales de la representación de las mujeres, como por ejemplo, el empleo femenino, su participación en la toma de decisiones, etc. También desagregamos en distintas categorías esta violencia (verbal, física, mujeres asesinas).
- 13) **Violencia y agresiones contra las mujeres.** Cuando aludimos a la violencia contra las mujeres nos referimos a la observación de la agresión específicamente ligada al género y no a la ligada a otra serie de factores. Para que contabilizara una acción en esta categoría era preciso que se viese en pantalla la agresión o sus consecuencias directas. Así mismo diferenciamos para su registro los distintos tipos de violencia: psicológica, física, sexual, prostitución y la aparición de cadáveres femeninos.

3.2. PRINCIPALES RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

3.2.1 Las diferencias de género en el protagonismo

Sin duda se ha producido cierto avance hacia la diversidad, si tenemos en cuenta que el protagonismo principal (tabla 1) de las series corresponde se reparte ex-aequo entre hombres y mujeres, puesto que son los protagonismos corales los más abundantes. Atendiendo, según las distintas categorías empleadas, será la que hemos denominado como *coral-mixto* (31,2%) la ganadora. En concreto, dónde se hace más patente este peso del protagonismo *coral* es, sobre todo, en el rango de la clasificación denominado Juvenil (69,8%), le sigue el grupo de Sobremesa (49,7%) y por último, queda por debajo de la media en las series analizadas el de Prime Time (25,6%).

¿A qué se debe este éxito del protagonismo de mujeres y hombres, por parejas o en grupo (coral)? Sin duda, son varios motivos los que nos puede acercar a su explicación, por un lado, si se tiene en cuenta que uno de los objetivos de la producción audiovisual es llegar al mayor número de audiencia, esto lleva a apostar por la diversificación de las características sociodemográficas del protagonismo con la intención de atraer a una mayor cantidad de audiencia. Un ejemplo claro, que da cuenta de esta diversidad social, es el éxito en pantalla de la serie tv *Cuéntame cómo pasó*. Serie que se viene emitiendo desde 2001 hasta la actualidad, cuenta con 20 temporadas y más de 370 capítulos emitidos. Más allá de ser una serie familiar, esta serie *coral mixta* recoge de manera casi constante en cada capítulo bastantes personajes que dan cuenta de la diversidad identitaria de la sociedad española. Así se muestran: las diferencias de sexo (incluyendo

una mujer transexual -que por cierto es interpretada por una mujer-; las diferencias de edad – 4 generaciones-; las diferentes clases sociales; los diferentes hábitats (rural y urbano), los diferentes oficios (peluqueras, modistas, mecánicos de taller, camareras..); las diferentes profesiones (profesores, médicos, enfermeras), incluso se retrata a la clase política a la que también se le da cierto papel dentro de la trama, etc...

Pero, como veíamos más arriba, la fórmula de protagonismo *coral*, donde verdaderamente triunfa es tanto en el ámbito Juvenil: *coral mixto* con un 69,8%. Este dato nos dice que se sitúa por encima de más del doble de la media del conjunto, esta alta representación tiene sentido, dada la importancia que tiene en el mundo juvenil el grupo como referente identitario, más que en el resto de edades. En el ámbito de la Sobremesa también es muy notable el peso de la categoría *coral mixto* (49,7%) y *coral predominantemente femenino* (50,3%) quizá por estar connotada esta categoría, en el mundo de la producción del audiovisual, al sexo femenino.

¿Qué sucede entonces con las diferencias numéricas en el protagonismo entre la representación masculina y la femenina? Se detectan diferencias que observándose según los rangos establecidos pueden presentarse como acusadas. Por ejemplo, en el grupo de mayor peso en la muestra y que también es el más visionado contando con un alcance de mayor diversidad demográfica de espectadores-as es Prime Time. Según la tabla 2, los varones reunidos en *Hombre y Coral-predominante masculino- Hombres T* estarían en la primera posición con un 32%, mientras que las mujeres reunidas en *Mujer y Coral-predominante femenino – Mujeres T* se sitúan con un 25,4% también en este grupo. Como veíamos, el protagonismo femenino se da de una manera sobre-representada en el rango Sobremesa con un 50,3%, al que le sigue el rango Juvenil con un 30,2%, este número elevado refleja un target específico hacia el mundo joven femenino. Sin olvidar, que siempre son las categorías: *mixto* y la *coral mixto* las que se revelan como las más empleadas en todos los rangos establecidos.

En relación con el co-protagonismo en las series (tabla 2.1) se observa que no hay diferencias en los resultados respecto a nuestras anteriores investigaciones (Aguilar, 2010 y Arranz, 2015). Así, el co-protagonismo de manera mayoritaria corresponde a los varones en un 89%, tanto cuando el protagonista es un varón como una mujer.

En resumen, al observar en conjunto las diferencias entre hombres y mujeres que se corresponden con las Tablas 1, 2 se puede llegar a pensar que se ha logrado una buena representación femenina, de lo cual se podría inferir que se ha conseguido cierta equidad de género en esta representación mediática. Ciertamente esto se puede afirmar en cuanto a la contabilidad numérica. Sin embargo, esta afirmación necesita ser considerada a la luz de un contexto sesgado, en el cual las mujeres siguen estando enajenadas en la creación cultural. Como muestran los datos, los efectos de este sesgo se dejan ver en cómo son representadas las relaciones entre mujeres y hombres, en cómo son concebidas las mujeres, así como en el desempeño de los roles que les asignan, según iremos viendo más adelante de este informe de resultados. Sirva como ejemplo de este problema, y como quiebra del espejismo positivista que sostiene que la realidad es equivalente a las imágenes con que la percibimos (obviando los contenidos ideológicos), que el protagonismo femenino de las series analizadas suele padecer el “efecto

crepúsculo". Con este sintagma se hace referencia al sesgo cognitivo que lleva a pensar que el protagonismo femenino se corresponde con la presencia y la centralidad del rol que desarrolla un personaje en el relato de la serie, sin tener en consideración alrededor de quién gira realmente la trama y a quién corresponde el "peso" protagonista en el universo diegético filmado.

Ciertamente este *efecto* recibe el nombre de la novela *Crepúsculo*, un relato para adolescentes (al que siguieron una serie de cuatro libros) de la escritora Stephenie Meyer que publicó en 2005 y que se convirtió en éxito mundial, tanto en el mundo editorial como en el cinematográfico. El protagonismo es atribuido a Bella, una joven enamorada de un compañero de colegio, el vampiro Edward (rico y guapo). Esta primera novela está compuesta por unas quinientas páginas y se detecta, al contar las páginas, que en algo más del 90% de éstas aparece el nombre de Edward (una o más veces) actuando o "siendo actuado", éste se convierte en la obsesión (¿amor?) de Bella. El "*efecto Crepúsculo*" aparece prácticamente como una constante en casi todas las series protagonizadas por las mujeres, de manera individual, mixta o coral femenina. Las tramas se suelen guiar casi en exclusiva por el amor de un hombre, de más de un hombre, de un hijo, de otra mujer, o de casi todo o incluso todo a la vez. En definitiva, la narración de las series protagonizadas por una mujer (o más mujeres) está orientada casi en exclusiva entorno a la búsqueda romántica, el amor llega a ser el auténtico protagonista, como sucede en *Skam España*, *Vida Perfecta* o *Amar es para Siempre* o en *Las Chicas del Cable*. Lo más sorprendente es que muchas de estas series son calificadas en sus campañas de promoción como series feministas.

También hemos descubierto otro tratamiento recurrente de la nueva representación femenina en las series protagonizadas por mujeres. Nos referimos a lo que denominamos *inversión de género*, esto es, la sustitución en el papel protagonista de una mujer dónde antes se hubiera puesto a un varón, se aprecia principalmente en las series de género policiaco. A nivel internacional se puede constatar también en títulos como *Homeland* (8 temporadas), *Marcella* (3 temporadas), *The Fall*, *Collateral*, etc. El asunto central de estas series queda definido no solo por los parámetros androcéntricos del universo diegético, sino también porque el protagonismo femenino escasamente difiere del desempeño de los mismos roles con los que son representados habitualmente los varones. Un ejemplo en nuestra muestra es la serie *Hierro*.

En resumen, se puede decir que sí hay un mayor protagonismo femenino en las series tv pero creado y realizado "sin mujeres". Por lo tanto, los únicos retratos de las mujeres y sobre la vida de éstas, con el cual ellas se pueden identificar, está creado por la mente masculina. Entonces ¿se puede decir que se ha conseguido la equidad de género en la representación mediática de las series tv?

Tabla 1. Tipología género protagonista principal serie									
			GÉNERO PROTAGONISTA PRINCIPAL serie						Total
			Hombre	Mujer	Mixto	Coral predominante masculino	Coral predominante femenino	Coral mixto	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	1199	1497	1017	700	12	1525	5950
		% dentro de TIPOLOGÍA	20,2%	25,2%	17,1%	11,8%	0,2%	25,6%	100,0%
	Juveniles	Recuento	0	0	0	0	156	360	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	30,2%	69,8%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	0	0	0	0	368	363	731
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,3%	49,7%	100,0%
Total	Recuento	1199	1497	1017	700	536	2248	7197	
	% dentro de TIPOLOGÍA	16,7%	20,8%	14,1%	9,7%	7,4%	31,2%	100,0%	

Gráfico 1 Tipología género protagonista principal serie

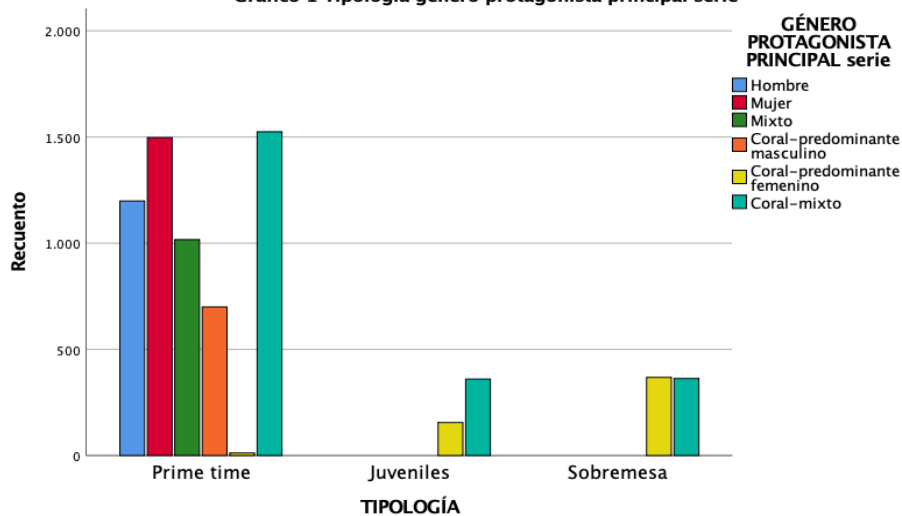


Tabla 2. Agrupación por mismo sexo. Tipología de sexo de protagonista principal serie.						
			GÉNERO PROTAGONISTA PRINCIPAL serie			Total
			Hombres T	Mujeres T	Mixto T	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	1899	1509	2542	5950
		% dentro de TIPOLOGÍA	31,9%	25,4%	42,7%	100,0%
	Juveniles	Recuento	0	156	360	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	30,2%	69,8%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	0	368	363	731

		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	50,3%	49,7%	100,0%
Total		Recuento	1899	2033	3265	7197
		% dentro de TIPOLOGÍA	26,4%	28,2%	45,4%	100,0%

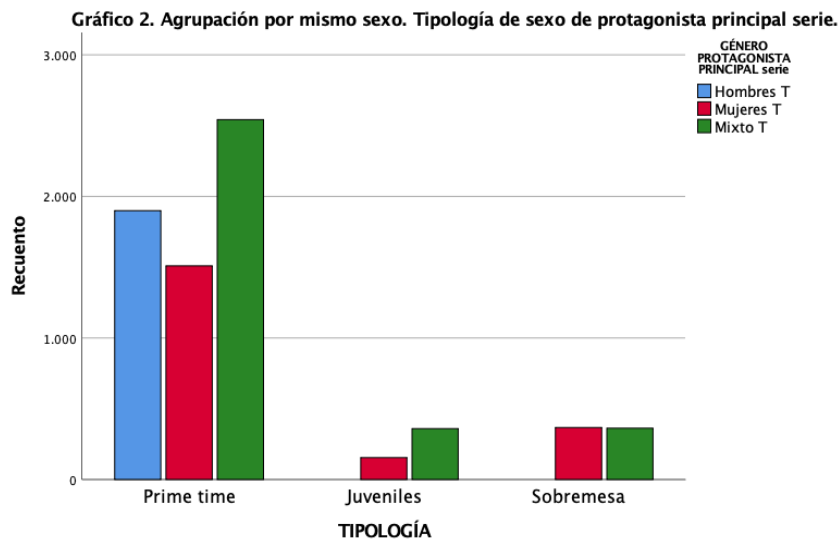


Tabla 2.1. Tipología sexo co-protagonista principal serie

			SEXO CO-PROTAGONISTA serie				Total
			Hombre	Mujer	Mixto	Coral-mixto	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	555	71	4476	848	5950
		% dentro de TIPOLOGÍA	9,3%	1,2%	75,2%	14,3%	100,0%
	Juveniles	Recuento	0	0	516	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	0	0	731	0	731
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	555	71	5723	848	7197
		% dentro de TIPOLOGÍA	7,7%	1,0%	79,5%	11,8%	100,0%

3.2.2 Algunas características de los personajes femeninos y masculinos

Para la observación de los roles femeninos construimos una serie de categorías (según la tabla 4) que hemos empleado para medir la iniciativa con la que son representadas las mujeres. Categorías que destacan por no incurrir en equívocos en su definición ni localización a la hora de detectarse. Estas han sido:

1. Ninguna iniciativa de la-s mujer-es (acompañan, escuchan e incluso pueden intervenir, solo en el mismo sentido que promueve un hombre).

2. Las mujeres llevan iniciativa en relación con el amor (no erótico), los cuidados a varones y/o familiares.
3. Escenas que no tratan de relaciones erótico-afectivas de varones y mujeres
4. Escenas en las que aparecen trabajadoras domésticas
5. Otra iniciativa (cuando se representa una mujer/es trabajando)
6. Otros tipos de iniciativas femeninas (como, por ejemplo, se manifiesta, charla con amigas, participación en otras actividades no incluidas anteriormente).

Más adelante también se observa cómo son representadas las relaciones de los personajes femeninos entre sí y así mismo como son las de los personajes masculinos, además de otros tipos de relaciones, como las familiares, etc.

En primer lugar, del análisis concreto de roles de los personajes femeninos, los datos objetivos (numéricos) apuntan a cierto abuso que se hace de los roles femeninos tradicionales, reforzando de esa manera una visión discriminante y estereotipada, además con escasos roles, de las mujeres. Parecen quedar excluidas en ser representadas en los aspectos relacionados con una tener una autonomía personal, participar de modo activo en la toma de decisiones, de estar presentes en ámbitos no caracterizados en exclusiva por la feminidad o ser reflejadas sin la mediación o supervisión masculina. Los datos resultantes que aparecen en la tabla 3 muestran que el tipo de iniciativa preferida para representar a las mujeres, es cuando éstas llevan la iniciativa en relación con el amor y los cuidados a los varones o a la familia casi un 60% del total de secuencias de la muestra analizada. El rango dónde más destaca este tipo de iniciativa, de cuidadoras y amorosas, es en el Juvenil (74,6%) (*Élite* y *Skam España*), le sigue *Sobremesa* (*Acacias 38* y *Amar es para siempre*) (66,3%) y algo por debajo de la media está la categoría Prime Time con un 57,8% (el resto de las series). Este dato evidencia que la trama del relato se sigue desarrollando en torno a las historias masculinas.

Llama poderosamente la atención que todavía se siga representando mediáticamente a las mujeres sin llevar ninguna iniciativa, que sigan siendo acompañamiento o relleno. Todavía es más llamativo que el acompañamiento sea la segunda categoría más referenciada con casi un 20% del total. Ninguno de los tres rangos se distancia mucho de esta puntuación media.

La tercera posición contabilizada de representación de las mujeres es trabajando con un 14,1% (se entiende en que no están incluidos los trabajos domésticos que aparecen en la iniciativa de amor y cuidados, anteriormente vista). Por encima de la media se encuentra el rango Prime Time (16,2%) y muy por debajo de esta media del conjunto están los rangos Juvenil (5,1%) y *Sobremesa* (3,2%).

Si agrupamos las categorías en dos bloques, en función de los roles catalogados como femeninos, el primero *Roles femeninos* que agrupa las categorías: *Ninguna iniciativa*; *Llevar iniciativa en relación amor* y *Escenas con trabajadoras domésticas*, y, el segundo denominado *Otros roles*, con las cuatro categorías restantes, nos aparecen unos valores -tabla 4- en los que se observa que de las 5.903 secuencias analizadas, en las que aparecen personajes femeninos, el 82,2% de las veces se representan a las mujeres en los llamados roles femeninos mientras que sólo en el 17,8% de las secuencias mantienen

otros roles. El grupo de Sobremesa es en el que se mantienen más los roles femeninos, llegando hasta un 96,8%, también por encima de la media queda el rango Juvenil con 92,1% y por debajo de la media del conjunto se sitúa el grupo Prime Time 79,6%.

Del análisis del conjunto de roles no catalogados como femeninos (tabla 4.1), el que más gusta representar es el que corresponde a la categoría, *iniciativa en el trabajo* con una media de 79%, por encima de esta media queda el grupo de Sobremesa con un 100% (es cierto que este 100% es sobre el porcentaje más bajo de los roles que desempeñan las mujeres en estas series, como comentábamos más arriba, y se ve en la tabla 3) y por debajo se encuentra el grupo Juvenil con un 64,7%.

Tabla 3 Tipología- Personajes femeninos.

		PERSONAJES FEMENINOS						Total	
		Ninguna iniciativa (acompañamiento, escuchan e incluso pueden intervenir)	Llevan iniciativa en relación a: amor, cuidadosa varones y/o familia.	Escenas que NO traten de relaciones erótico-afectivas de varones y mujeres	Escenas con trabajadoras domésticas mujeres	Otro tipo de iniciativa: Trabajo	Otro tipo de iniciativa: Otras		
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	1030	2824	188	32	789	20	4883
		% dentro de TIPOLOGÍA	21,1%	57,8%	3,9%	0,7%	16,2%	0,4%	100,0%
	Juveniles	Recuento	75	320	12	0	22	0	429
		% dentro de TIPOLOGÍA	17,5%	74,6%	2,8%	0,0%	5,1%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	65	392	0	115	19	0	591
		% dentro de TIPOLOGÍA	11,0%	66,3%	0,0%	19,5%	3,2%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	1170	3536	200	147	830	20	5903	
	% dentro de TIPOLOGÍA	19,8%	59,9%	3,4%	2,5%	14,1%	0,3%	100,0%	

Gráfico 3. Tipología-Personajes femeninos

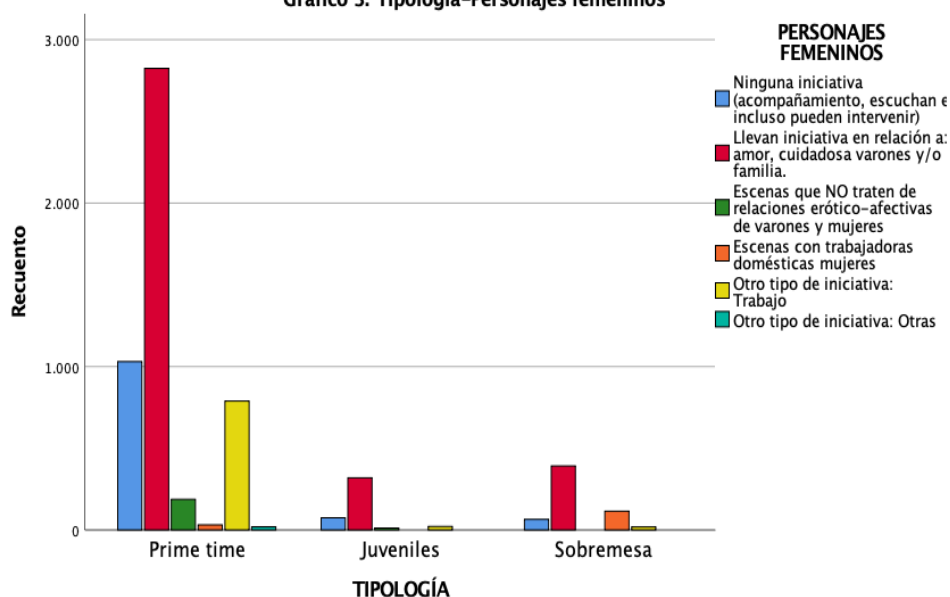


Tabla 4. Comparación roles entre personajes femeninos					
			PERSONAJES FEMENINOS		Total
			Roles femeninos	Otros roles	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	3886	997	4883
		% dentro de TIPOLOGÍA	79,6%	20,4%	100,0%
	Juveniles	Recuento	395	34	429
		% dentro de TIPOLOGÍA	92,1%	7,9%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	572	19	591
		% dentro de TIPOLOGÍA	96,8%	3,2%	100,0%
Total		Recuento	4853	1050	5903
		% dentro de TIPOLOGÍA	82,2%	17,8%	100,0%

Gráfico 4. Comparación roles entre personajes femeninos.

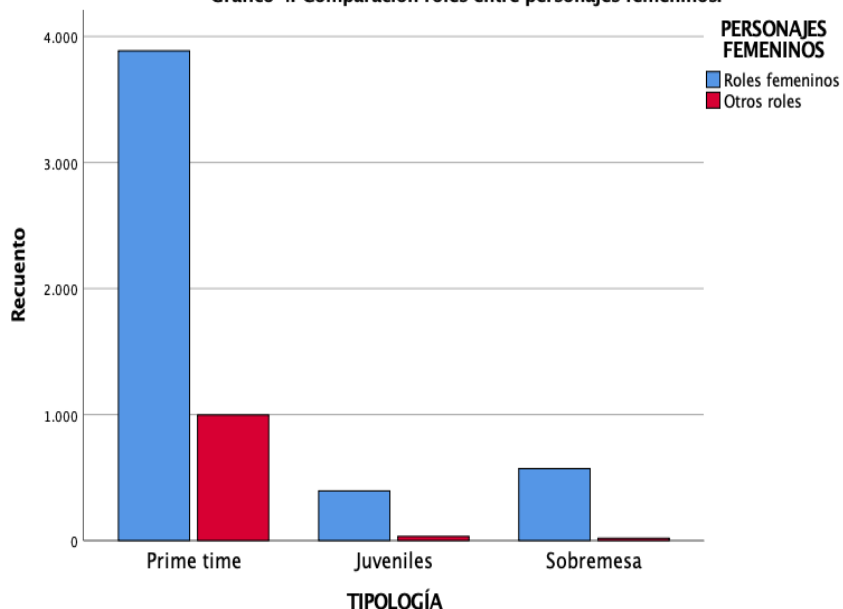
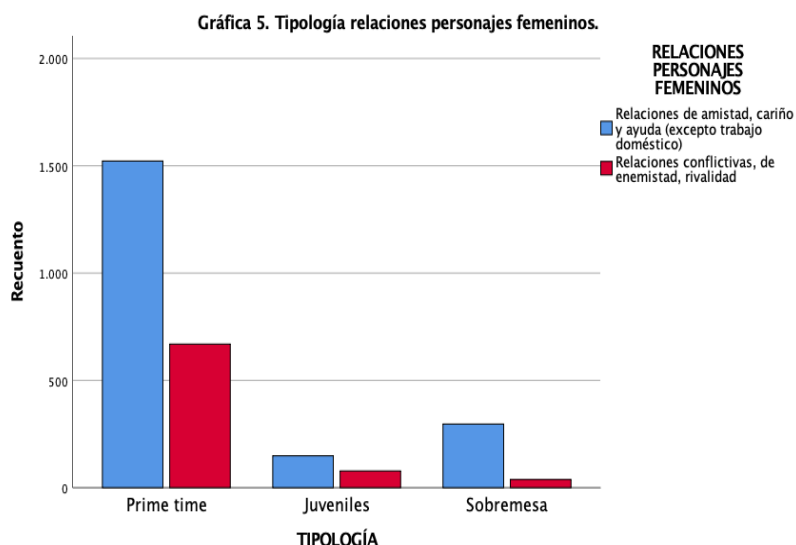


Tabla 4.1. Tipología personajes femeninos sin rol femenino						
			PERSONAJES FEMENINOS			Total
			Escenas que NO traten de relaciones erótico-afectivas de varones y mujeres	Otro tipo de iniciativa: Trabajo	Otro tipo de iniciativa: Otras	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	188	789	20	997
		% dentro de TIPOLOGÍA	18,9%	79,1%	2,0%	100,0%
	Juveniles	Recuento	12	22	0	34
		% dentro de TIPOLOGÍA	35,3%	64,7%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	0	19	0	19
		% dentro de TIPOLOGÍA	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	200	830	20	1050
		% dentro de TIPOLOGÍA	19,0%	79,0%	1,9%	100,0%

3.2.3 ¿Cómo son representadas las relaciones entre mujeres?

También hemos querido medir la representación que se hace de las relaciones de las mujeres entre sí. Por un lado, construimos la categoría que recogía las muestras de complicidad, cariño y ayuda. En esta categoría quedaban excluidas las relaciones familiares (hermanas entre sí o madre-hija) y también las que pudieran provenir de personajes caracterizados como servicio doméstico. Por otro lado, también nos preocupaba la representación opuesta, esto es, cuando las mujeres aparecen representadas con relaciones conflictivas entre sí, de enemistad o rivalidad. Como se recoge en la tabla 5, las mujeres aparecen expresando entre sí muestras positivas (cariño, ayuda, complicidad) con una media porcentual del 71,5. Mientras que los conflictos, la enemistad o la rivalidad entre mujeres se sitúan en el 28,5%. Curiosamente, las relaciones más positivas están representadas por el grupo de Sobremesa (*Acacias 38* y *Amar es para Siempre*) con un 88,7% y las relaciones negativas en el grupo Juvenil (*Élite* y *Skam España*) con un 34,4% quedarían por encima de la media.

Tabla 5. Tipología relaciones personajes femeninos					
		RELACIONES PERSONAJES FEMENINOS			Total
		Relaciones de amistad, cariño y ayuda (excepto trabajo doméstico)	Relaciones conflictivas, de enemistad, rivalidad		
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	1522	669	2191
		% dentro de TIPOLOGÍA	69,5%	30,5%	100,0%
	Juveniles	Recuento	149	78	227
		% dentro de TIPOLOGÍA	65,6%	34,4%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	297	38	335
		% dentro de TIPOLOGÍA	88,7%	11,3%	100,0%
Total		Recuento	1968	785	2753
		% dentro de TIPOLOGÍA	71,5%	28,5%	100,0%

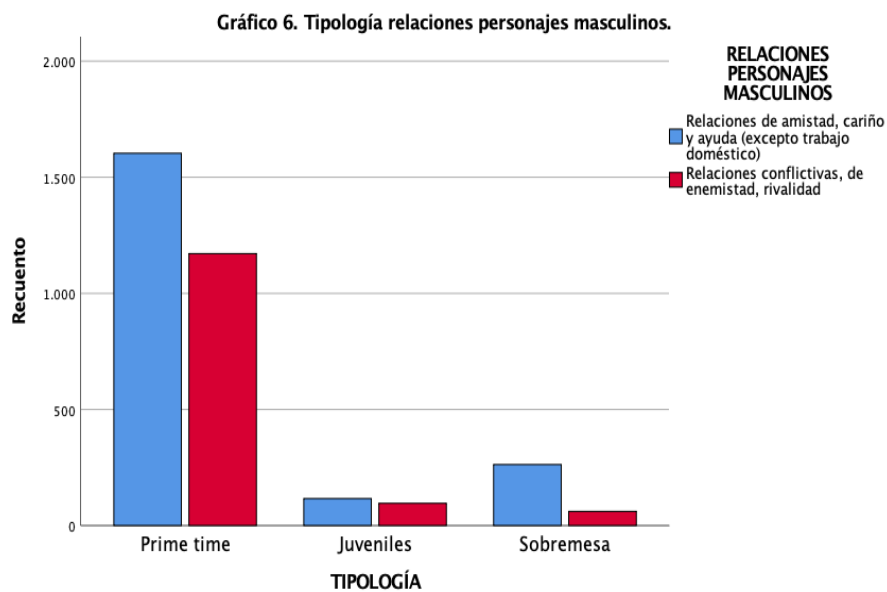


3.2.4 ¿Cómo son representadas las relaciones entre varones?

Así mismo hemos utilizado la misma variable que la anterior, con idénticas categorías, para medir la representación de las relaciones entre hombres, como aparece en la tabla 6. En cuanto a los valores obtenidos para el caso de los hombres, las relaciones de amistad, cariño y ayuda quedan representadas por un 60% mientras que las relaciones conflictivas, de enemistad o rivalidad con un 40%. Si se compara con los porcentajes de la misma variable para el caso de las mujeres, parece que ellos se representan así mismo con mayores conflictos que cuando representan las relaciones entre mujeres. Esto también está en consonancia con los datos que recogemos más adelante en los que se constatan igualmente con las estadísticas sobre la violencia: en conjunto, los hombres, es el grupo que más violencia sufre, pero a diferencia de las mujeres, esta es infligida por ellos mismos.

Curiosamente también es el mismo grupo de Sobremesa (*Acacias 38* y *Amar es para Siempre*) el que puntúa en las relaciones positivas entre hombres (81,2%) y también repite el grupo Juvenil (*Élite* y *Skam España*) como el más alto en puntuar en las relaciones conflictivas, de enemistad o rivalidad entre varones.

Tabla 6. Tipología relaciones personajes masculinos					
		RELACIONES PERSONAJES MASCULINOS			Total
		Relaciones de amistad, cariño y ayuda (excepto trabajo doméstico)	Relaciones conflictivas, de enemistad, rivalidad		
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	1603	1171	2774
		% dentro de TIPOLOGÍA	57,8%	42,2%	100,0%
	Juveniles	Recuento	116	96	212
		% dentro de TIPOLOGÍA	54,7%	45,3%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	263	61	324
		% dentro de TIPOLOGÍA	81,2%	18,8%	100,0%
Total	Recuento	1982	1328	3310	
	% dentro de TIPOLOGÍA	59,9%	40,1%	100,0%	



3.2.5 Relaciones familiares

Bajo esta categoría de análisis hemos encuadrado una serie de relaciones familiares que hemos observado de acuerdo con los siguientes parámetros:

1. Relaciones familiares prácticamente las conocidas como de consanguinidad, en línea directa: padres-madres e hijas/os; no se incluyen las relaciones de pareja pues se analizan más adelante. Para esta categoría también se ha medido el tipo de relación según fueran representadas: Muestran cariño/Muestran conflicto/Muestran ambas a la vez/Muestran indiferencia.
2. Relaciones entre hermanos/as.
3. Relaciones en los que son representados diversos miembros de la familia a la vez.
4. Resto de relaciones familiares (abuelos/as; cuñados/as; primos/as, etc.).

El peso total del conjunto de la representación de las relaciones familiares sobre el total de secuencias analizadas supone un 24%. Relaciones que se han distribuido de acuerdo a la información que se recoge en las tablas 7 ,7bis y 8. En síntesis se observa:

1. La representación de las relaciones familiares de línea directa se muestra muy equilibrada entre los/as hijos/as y sus padres y madres, aunque obviamente la relación madres e hijxs (20%) le saca 5 puntos de diferencia a la de los padres e hijxs (15%). Así mismo, la representación de la relación madre e hija (12%) es casi el doble a la de madre e hijo (7,7%). Se invierte la relación cuando supone la representación del padre en relación con su hijo es de 9,6%, mientras que con su hija es casi la mitad, 5,7%.

En cuanto a la calidad de las relaciones, el grupo de relaciones más representado de esta línea de consanguinidad, es el que establecen entre madre e hija, tanto en la

consideración de más cariño (6,6%) como su opuesto, el conflictivo (3,7%). Se debe destacar que el grupo de Sobremesa es el que puntúa más bajo respecto a los otros dos, mientras que el conflicto madre/hija en el grupo Juvenil supone el doble de la media: un 3,7% frente a un 7,3%. En cuanto al resto de los grupos de nuestra tipología, se mantienen todos bastante cerca de la media general.

2. Relaciones entre hermanos/as. La comparación entre la representación entre hermanas y entre hermanos es bastante significativa por su descompensación, así mientras que las relaciones entre hermanas tiene una media de conjunto de 3,4%, este dato sube hasta el 12,7% cuando se representa la relación entre hermanos. Es sobre todo el grupo Juvenil (*Élite* y *Skam España*) el que despunta en esta representación de hermandad masculina con un 34%.
3. Relaciones en los que son representados diversos miembros de la familia a la vez. Esta categoría es la triunfadora de todas las representadas y también en todos las categorías de la tipología. Obviamente tiene una explicación sencilla pues es una consecuencia de que el *protagonismo coral mixto*, como veíamos más arriba, también es el tipo de protagonismo más representado para el conjunto de las 18 series analizadas. Así, las relaciones entre diversos miembros de la familia alcanzan una frecuencia media del 40,7% para el conjunto de los 3 rangos de la tipología. Sube hasta el 44,7 % para las series tv de Sobremesa (*Acacias 38* y *Amar es para Siempre*) y desciende hasta el 33,9% en Juvenil.
4. Resto de relaciones familiares (Tabla 8). La representación de estas relaciones familiares supone un 8,2% del total de las relaciones familiares representadas. Presentando un reparto bastante curioso, pues en un tipo de sociedad que no deja sostener casi de continuo en el discurso mediático la importancia de los abuelos, sin embargo, en la representación de las series su puesto cae hasta el tercer lugar, con un total de cuota del 16,4%. El primer lugar lo ocupan las relaciones con los cuñados/as con un 27,4%, pero más que con las cuñadas, son los cuñados varones los más representados (23,2%) y si ya observamos el rango de la tipología que más ha puntuado esta representación nos encontramos que son los cuñados varones en el rango de Prime Time (31,4%). Desde luego el “cuñadismo” no tiene parangón en la representación de las series tv.

La segunda posición lo ocupan los/as primos/as con un porcentaje medio entre grupos de 22,1%, por el contrario serán las primas con un 14,1% , casi el doble de representadas que los primos (7,7%) En el rango de Sobremesa, esta representación de la relación sube hasta el 30%.

También debemos destacar la sobre representación de las relaciones con la suegra (nuera o yerno) 11,3%, frente al suegro (nuera o yerno),7,9%, como media de los 3 rangos de la tipología. Hay que hacer notar que en la categoría Prime Time este porcentaje sube hasta el 15%.

Curiosamente en el rango Juvenil no aparece este tipo de relaciones familiares, se concretan solo en el núcleo familiar. Destaca que las relaciones con *lxs abuelxs* no

aparece tampoco en este rango, pero además la proporción sea muy similar entre los dos otros rangos de Sobremesa y Prime Time, cuando siempre ha aparecido destaca las series de Sobremesa como las más tradicionales. Recordamos que esta relación queda en tercera posición por detrás de las que aparecen como *cuñadxs* y *primxs*.

Tabla 7bis. Tipología relaciones familiares

		RELACIONES FAMILIA.TIPO y clase																											Total			
		Madre hija carino	Madre hija conflicto	madre /hijas mixtas	madre /hija indiferencia	madre /hijo con cariño	madre /hijo con conflicto	madre /hijo mixtas	madre /hijo indiferencia	padre /hija con cariño	padre /hija con conflicto	padre /hija mixta	padre /hija indiferencia	padre /hijo con cariño	padre /hijo con conflicto	padre /hijo mixta	padre /hijo indiferencia	relaciones entre hermanas con cariño	relaciones entre hermanas con conflicto	relaciones entre hermanas mixtas	relaciones entre hermanas con cariño	relaciones entre hermanas con conflicto	relaciones entre hermanas mixtas	relaciones entre hermanas indiferente	relaciones entre diversos miembros de la familia/s con cariño	relaciones entre diversos miembros de la familia/s con conflicto	relaciones entre diversos miembros de la familia/s mixtas	relaciones entre diversos miembros de la familia/s indiferente	otras con cariño	otras con conflicto	otras mixtas	Total
PRIME TIME	Recuento	98	54	23	1	50	32	37	2	31	32	18	2	69	45	36	4	30	7	14	74	58	29	2	243	124	212	4	56	37	8	1432
	%	6,8%	3,8%	1,6%	0,1%	3,5%	2,2%	2,6%	0,1%	2,2%	2,2%	1,3%	0,1%	4,8%	3,1%	2,5%	0,3%	2,1%	0,5%	1,0%	5,2%	4,1%	2,0%	0,1%	17,0%	8,7%	14,8%	0,3%	3,9%	2,6%	0,6%	100,0%
JUVENILES	Recuento	7	8	2	0	0	3	1	0	2	4	3	0	0	3	0	0	1	0	1	14	21	1	1	5	18	14	0	0	0	0	109
	%	6,4%	7,3%	1,8%	0,0%	0,0%	2,8%	0,9%	0,0%	1,8%	3,7%	2,8%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,9%	12,8%	19,3%	0,9%	0,9%	4,6%	16,5%	12,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
SOBREMESA	Recuento	8	2	2	0	1	2	3	0	2	3	1	0	4	2	1	0	3	2	1	11	5	1	0	61	1	14	0	36	4	0	170
	%	4,7%	1,2%	1,2%	0,0%	0,6%	1,2%	1,8%	0,0%	1,2%	1,8%	0,6%	0,0%	2,4%	1,2%	0,6%	0,0%	1,8%	1,2%	0,6%	6,5%	2,9%	0,6%	0,0%	35,9%	0,6%	8,2%	0,0%	21,2%	2,4%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	113	64	27	1	51	37	41	2	35	39	22	2	73	50	37	4	34	9	16	99	84	31	3	309	143	240	4	92	41	8	1711
	% dentro de TIPOLOGÍA	6,6%	3,7%	1,6%	0,1%	3,0%	2,2%	2,4%	0,1%	2,0%	2,3%	1,3%	0,1%	4,3%	2,9%	2,2%	0,2%	2,0%	0,5%	0,9%	5,8%	4,9%	1,8%	0,2%	18,1%	8,4%	14,0%	0,2%	5,4%	2,4%	0,5%	100,0%

Tabla 7. Tipología relaciones familia. Tipo y clase.											
		RELACIONES FAMILIA.TIPO y clase								Total	
		Madre hija	Madre hijo	Padre hija	Padre hijo	Relaciones entre hermanas	Relaciones entre hermanos	Relaciones entre diversos miembros de la familia	Otras		
TIPOLOGÍA	PRIME TIME	Recuento	176	121	83	154	51	163	583	101	1432
		% dentro de tipología	12,3%	8,4%	5,8%	10,8%	3,6%	11,4%	40,7%	7,1%	100,0%
	JUVENILES	Recuento	17	4	9	3	2	37	37	0	109
		% dentro de tipología	15,6%	3,7%	8,3%	2,8%	1,8%	33,9%	33,9%	0,0%	100,0%
	SOBREMESA	Recuento	12	6	6	7	6	17	76	40	170
		% dentro de TIPOLOGÍA	7,1%	3,5%	3,5%	4,1%	3,5%	10,0%	44,7%	23,5%	100,0%
	Total	Recuento	205	131	98	164	59	217	696	141	1711
		% dentro de tipología	12,0%	7,7%	5,7%	9,6%	3,4%	12,7%	40,7%	8,2%	100,0%

Gráfico 7. Tipología relaciones familia. Tipo y clase.

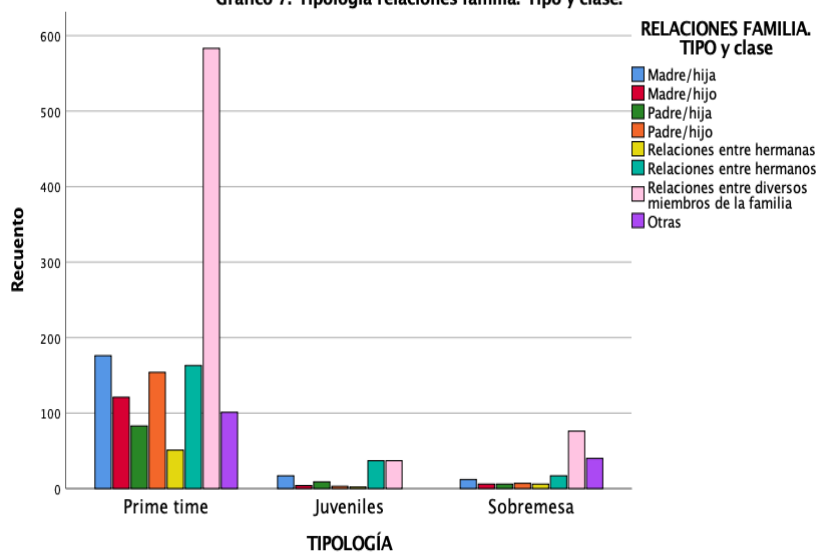
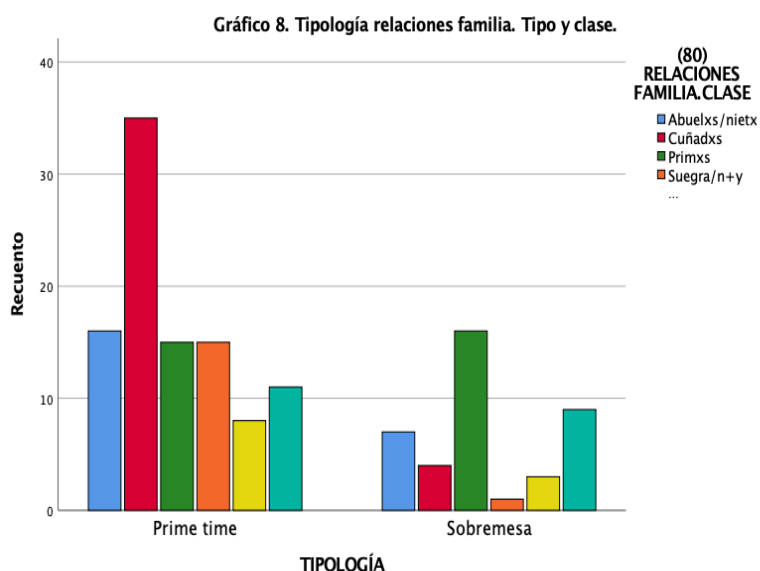


Tabla 8. Tipología relaciones familia. Tipo y clase.									
			(80)RELACIONES FAMILIA.CLASE						Total
			Abuelxs nietxs	Cuñadxs	Primxs	Suegra n+y	Suegro n+y	Tix sobrinx	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	16	35	15	15	8	11	100
		% dentro de TIPOLOGÍA	16,0%	35,0%	15,0%	15,0%	8,0%	11,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	7	4	16	1	3	9	40
		% dentro de TIPOLOGÍA	17,5%	10,0%	40,0%	2,5%	7,5%	22,5%	100,0%
Total		Recuento	23	39	31	16	11	20	140
		% dentro de TIPOLOGÍA	16,4%	27,9%	22,1%	11,4%	7,9%	14,3%	100,0%



3.2.6 Parejas

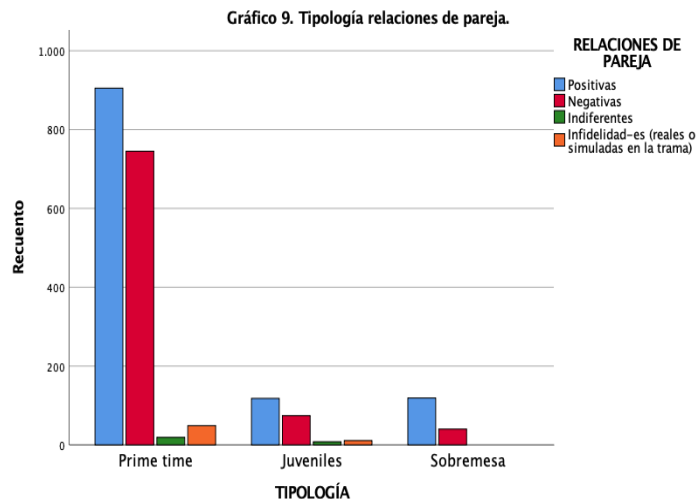
Para los creadores de series tv las relaciones de pareja tienen más de importancia que el conjunto de las relaciones familiares. Éstas, como acabamos de ver, suponían un 24% de representación sobre el total de las secuencias, en cambio las parejas alcanzan hasta un 29%. Sobre estas relaciones también hemos querido saber cómo son consideradas por sus creadores.

Recordaremos que la calificación positiva o negativa de las relaciones de pareja representadas, como se comentó con anterioridad, se ha determinado teniendo en cuenta la posición del desenlace al final de la secuencia, de manera: positiva, negativa, indiferente o mostrando una infidelidad.

Curiosamente los resultados arrojan unas cifras muy similares a lo que supone la tasa de divorcios (el máximo conflicto) en los países más industrializados (50%). Así los resultados medios porcentuales para el conjunto de las series analizadas suponen que estas relaciones son representadas de manera positiva en un 54,7%, por lo tanto, de manera

negativa, incluyendo en el dato las categorías que hemos desagregado -tabla 9-, se eleva hasta el 45,3%. Llama la atención el hecho que el comportamiento de estas pautas, de acuerdo con los distintos rangos de la tipología, se mueve de manera distinta. Así en Sobremesa (*Acacias 38* y *Amar es para Siempre*) las relaciones son representadas de manera positiva en el 74,8%, el 25,2% restante son negativas, pero sin puntuar, esto es no hay representación significativa numérica, en las categorías indiferentes o infidelidades. Por el contrario, en el rango Juvenil las relaciones positivas aparecen con el segundo porcentaje más alto (55,9%) y también las segundas de los tres rangos, como relaciones negativas (35,1%), y así mismo puntúan más alto en la representación como indiferentes (3,8%) y en infidelidades con un 5,2% (casi el doble de media del total de las categorías se sitúa en 2,9%). Estos datos nos dan cuenta del estereotipo que marcan los creadores -varones- en sus trabajos: la inestabilidad amorosa en las relaciones de pareja de la juventud y la estabilidad en la *Sobremesa*.

Tabla 9. Tipología relaciones de pareja.							
			RELACIONES DE PAREJA				Total
			Positivas	Negativas	Indiferentes	Infidelidad-es (reales o simuladas en la trama)	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	905	745	19	49	1718
		% dentro de TIPOLOGÍA	52,7%	43,4%	1,1%	2,9%	100,0%
	Juveniles	Recuento	118	74	8	11	211
		% dentro de TIPOLOGÍA	55,9%	35,1%	3,8%	5,2%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	119	40	0	0	159
		% dentro de TIPOLOGÍA	74,8%	25,2%	0,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	1142	859	27	60	2088
		% dentro de TIPOLOGÍA	54,7%	41,1%	1,3%	2,9%	100,0%



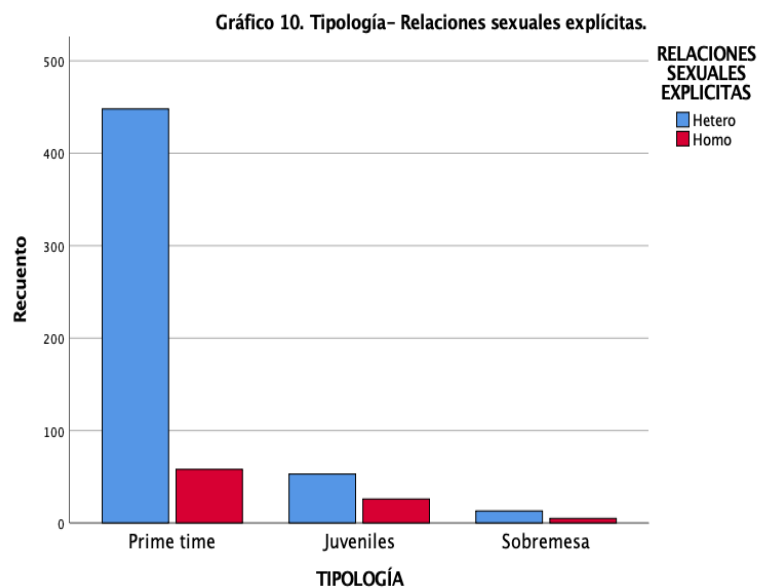
3.2.7 Relaciones sexuales

La representación de las relaciones sexuales explícitas (tabla 10) representan un 8% del total de las secuencias analizadas. Este 8% se reparte en la aparición de relaciones sexuales explícitas entre parejas homosexuales (14,8%) y parejas heterosexuales (85,2%). Volvemos a recordar que, dado aparecen personajes transexuales en algunas series, las relaciones sexuales en las que estas personas participan son contabilizadas, bien en el sexo al que han transitado o bien como relaciones homosexuales si todavía no han hecho el tránsito (y ambos partenaires son del mismo sexo) o han definido abiertamente su sexo de adscripción. No se puede saber con antelación a lo que aparece en pantalla o a lo que es narrado si una persona quiere (o no) transitar.

Entendemos que los porcentajes de representación las relaciones homosexuales y las heterosexuales también parecen corresponderse con el mundo de no ficción, aunque es cierto que no hay, ni puede haber, registros con nuestra opción sexual si que hay algunos portales de Internet que presentan informaciones al respecto. Así para *Dalia*, empresa de investigación estadística, en España hay un 6,9% de personas que dicen pertenecer al colectivo LGTB, y también en el portal estadístico *Statista* publica que en España un 16% de personas dicen haber mantenido relaciones homosexuales en el intervalo 26-34 años. Ambos datos aunque distintos no se contradicen, desde el punto de vista que son mediciones diferentes. No es lo mismo: declarar públicamente la opción sexual, identificarse con una opción sexual determinada o mantener relaciones homosexuales.

A tenor de estos datos, lo que sí que es interesante comprobar es como las series tv apuestan por una sobre-representación de las relaciones homosexuales explícitas en los rangos Juvenil y Sobremesa. Así, se dobla algo más a la media porcentual del total de los rangos y se sitúa en un 32,9% para Juvenil y 27,8% en Sobremesa.

Tabla 10. Tipología-Relaciones sexuales explícitas.					
			RELACIONES SEXUALES EXPLÍCITAS		Total
			Hetero	Homo	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	448	58	506
		% dentro de TIPOLOGÍA	88,5%	11,5%	100,0%
	Juveniles	Recuento	53	26	79
		% dentro de TIPOLOGÍA	67,1%	32,9%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	13	5	18
		% dentro de TIPOLOGÍA	72,2%	27,8%	100,0%
Total	Recuento	514	89	603	
	% dentro de TIPOLOGÍA	85,2%	14,8%	100,0%	



3.2.8 La cosificación sexual de las mujeres

La cosificación sexual en la representación audiovisual ocurre cuando se representa a una mujer (o mujeres) como un objeto sexual. Ello en términos de representación es posible cuando en un plano de una escena aparece el cuerpo (o partes de éste) siendo utilizado como objeto de deseo. La objetificación o cosificación de la mujer es algo culturalmente establecido y aceptado como algo “natural”, prácticamente por todos los medios de comunicación. Las denuncias feministas están haciendo recapacitar sobre este abuso patriarcal. Con esta práctica, que emplea primeros planos recortando determinadas partes del cuerpo de la mujer, cosificando, se intenta persuadir a las y los espectadores que lo importante no son tanto esos personajes femeninos, como personas plenas, sino en tanto nalgas, pecho, piernas o boca.

Hemos observado que en las series protagonizadas por mujeres (Las chicas del Cable) o las corales mixtas (Élite o La Casa de Papel), hay cierto abuso, cosificación, ya en la presentación de las mujeres en el conjunto de la serie. Son mujeres representadas por actrices de una belleza extraordinaria, con un maquillaje y efectos que las hace todavía parecer más bellas, sus vestuarios espectaculares, que realzan aún más sus cuerpos “diez”. Caso paradigmático, son Las Chicas del Cable, viven y visten muy por encima de sus posibilidades económicas, como trabajadoras con baja cualificación. Para ilustrar el ejemplo, solo tenemos que comparar una foto de época de las telefonistas que trabajan en el edificio emblemático de la compañía Telefónica en la Gran Vía y cualquier fotograma de la serie, para observar que no hay ninguna similitud entre sus cuerpos, sus peinados, sus maquillajes, sus vestuarios, etc. Se produce un cúmulo importante de mistificaciones de la realidad que conduce a la confusión ideológica, así buena parte de la narración de los hechos históricos son inexactos, como por ejemplo, el derecho al voto o a la sindicación no se consiguen sino a partir de la Constitución de 1931 con la Segunda República Española y no como aquí se sitúa con la monarquía de Alfonso XIII.

No obstante, nuestra medición (tabla 11) se ha guiado exclusivamente por los planos secuenciales en los que aparece la cosificación del cuerpo entero de la mujer o

fragmentos de éste. En un 6,3% de las secuencias analizadas hemos encontrado una o más veces escenas en las que había cosificación sexual de las mujeres. En el conjunto de los grupos que hemos conformado para observar las series no se produce mucha desviación porcentual de esta media, salvo en el rango de Sobremesa que se reduce la cosificación hasta un 3,2%. Descenso lógico pues este grupo es considerado por los creadores televisivos como feminizado.

Tabla 11. Tipología- cosificación mujeres.						
			Cosificación mujeres			Total
			Ninguna	Secuencia en que aparece una cosificación	Secuencia en que aparece más de una cosificación	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5553	389	7	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	93,3%	6,5%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	481	35	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	93,2%	6,8%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	686	23	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	96,8%	3,2%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	6720	447	7	7174
		% dentro de TIPOLOGÍA	93,7%	6,2%	0,1%	100,0%

3.2.9 Machismo

Si bien en España hemos avanzado al menos en que la opinión pública repruebe el machismo, sin embargo, la observación de las narraciones mediáticas nos dice que este no ha desaparecido, sí quizá se ha rebajado en su caracterización más hostil, ahora se sigue desarrollando con ciertas “sutilezas”. De ahí que hayamos querido medirlo en sus facetas de comentarios, actitudes y acciones. Dentro de estas acciones, también se ha considerado el machismo benevolente, en esta forma no se observa el insulto o la denigración de las mujeres sino todo lo contrario, será a través del halago o la adulación como se quiere seguir perpetuando la subordinación femenina. Así mismo, hemos contabilizado como actitud machista, los comentarios, acciones o actitudes homófobas o transfobas, tanto en la versión hostil como la benevolente.

De acuerdo con la tabla 12, en conjunto el machismo explícito (la suma de todas las categorías) se ha detectado en un 16,4% de las secuencias analizadas, consideramos que sigue siendo una cifra muy elevada, para un país que desde 2007 tiene una ley orgánica

como es la LOI¹⁰ que vela por la igualdad entre hombres y mujeres. Sin embargo, es cierto que, salvando las distancias metodológicas, si comparamos este porcentaje con el detectado por Aguilar (2010) en su estudio, también de análisis de contenido, sobre las películas españolas más taquilleras entre 2000 y 2007, y en relación con esta misma pregunta, se observa cierto avance. En esa década el grado de machismo que se detectó por parte de los directores -varones- españoles se situaba en el 37,9% para el conjunto de sus películas.

Los comentarios hostiles y benevolentes son las categorías que puntúan más alto frente a las otras categorías: actitudes y acciones, tal y como se muestra en la tabla 13. La suma de los comentarios hostiles y los benevolentes, que particularmente cada uno de ellos puntúa de manera similar, en total alcanza 13,2%. Por grupos, el rango Juvenil es el que registra mayores *comentarios hostiles* (10,7%), casi 4 puntos por encima de la media que se sitúa en 6,3%. Sin embargo, y de manera coherente con el público del rango Sobremesa, los *comentarios benevolentes* para este grupo (11,7%) sobrepasan casi 5 puntos a la media del conjunto que está en el 6,9%. Así mismo, los grupos Juvenil y Prime Time encabezan casi por igual los porcentajes de las *acciones machistas hostiles* 1,4% y 1,6% respectivamente. El grupo Juvenil, el solo es el que más sobresale en los *comentarios, acciones o actitudes homófobas y transfobas (hostiles o benevolentes)* sumando un total de un 0,8%. Por lo tanto, de los tres rangos, el grupo Sobremesa vuelve a presentarse como el más moderado en los componentes machistas.

			MACHISMO, SEXISMO					Total
			Ninguno	Comentarios h+b	Actitudes h+b	Acciones machistas h+b	Comentarios, acciones o actitudes homófobas/transfobas h+b	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	4991	756	70	117	15	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	83,9%	12,7%	1,2%	2,0%	0,3%	100,0%
	Juveniles	Recuento	416	84	5	7	4	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	80,6%	16,3%	1,0%	1,4%	0,8%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	589	104	11	5	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	83,1%	14,7%	1,6%	0,7%	0,0%	100,0%
	Total	Recuento	5996	944	86	129	19	7174
		% dentro de TIPOLOGÍA	83,6%	13,2%	1,2%	1,8%	0,3%	100,0%

¹⁰ LOI- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Esta Ley tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida y, singularmente, en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural

Tabla 13. Tipología machismo, sexismo.												
		MACHISMO, SEXISMO									Total	
		Ninguno	Comentarios hostiles	Comentarios benevolentes	Actitudes hostiles	Actitudes benevolentes	Acciones machistas hostiles	Acciones machistas benevolentes	Comentarios, acciones o actitudes homófobas, transfobas hostiles	Comentarios, acciones o actitudes homófobas, transfobas benevolentes		
TIPOLOGÍA	PRIME	recuento	4991	375	381	40	30	95	22	15	0	5949
		% dentro de tipología	83,9%	6,3%	6,4%	0,7%	0,5%	1,6%	0,4%	0,3%	0,0%	100,0%
	JUVENILES	recuento	416	55	29	3	2	7	0	3	1	516
		% dentro de tipología	80,6%	10,7%	5,6%	0,6%	0,4%	1,4%	0,0%	0,6%	0,2%	100,0%
	SOBREMESA	recuento	589	21	83	4	7	3	2	0	0	709
		% dentro de tipología	83,1%	3,0%	11,7%	0,6%	1,0%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	recuento	5996	451	493	47	39	105	24	18	1	7174	
	% dentro de tipología	83,6%	6,3%	6,9%	0,7%	0,5%	1,5%	0,3%	0,3%	0,0%	100,0%	

3.2.10 Violencia masculina: Violencia de varones a otros varones

La suma de los distintos tipos de violencia masculina contra los propios varones (como consta más arriba la explicación de la desagregación que hemos hecho), y que aparece en las tablas de la 14 a la 21, arroja un total de 1.710 acciones representadas que sobre el total de las 7.172 secuencias analizadas supone un 24%.

En el comentario que sigue, nos hemos detenido sólo ante aquellos porcentajes más significativos de este conjunto de violencia desagregadas de dichas tablas. Así, de los distintos tipos de violencia, será la contabilidad de la violencia psicológica, como era de esperar, la que muestre una puntuación más alta 7,9%. Por lo tanto, aparecen 563 secuencias, de las 7.174, analizadas en la que los varones muestran de una manera notoria sus actitudes agresivas que se registran a través de insultos, amenazas, desafíos, provocaciones o intimidaciones. Por encima de esta media del 7,9% se encuentra la

puntuación 8,5% que alcanzan ambos grupos: Prime Time y Juvenil, mientras que en el grupo Sobremesa este tipo de violencia desciende hasta el 2,4%. (tabla 14)

Las secuencias, en las que aparecen agresiones físicas entre varones, suponen un total de un 6% (tabla 15). El grupo que más puntúa, por encima de la media, es Prime Time que llega hasta 6,7% también el rango de Sobremesa se queda muy por debajo de la media con un 1,4%.

La violencia masculina de los varones que se muestra exhibiendo armas (disparando o sin hacerlo) en conjunto asciende a un 6,1% (tabla 20) y prácticamente solo es significativa en el rango de Prime Time.

Tabla 14. Tipología- Violencia y agresiones de varones. Psicológica.						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES. PSICOLOGICA			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5447	498	4	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	91,6%	8,4%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	472	44	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	91,5%	8,5%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	692	17	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	97,6%	2,4%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6611	559	4	7174	
	% dentro de TIPOLOGÍA	92,2%	7,8%	0,1%	100,0%	

Gráfico 11. Tipología- Violencia y agresiones de varones. Psicológica.

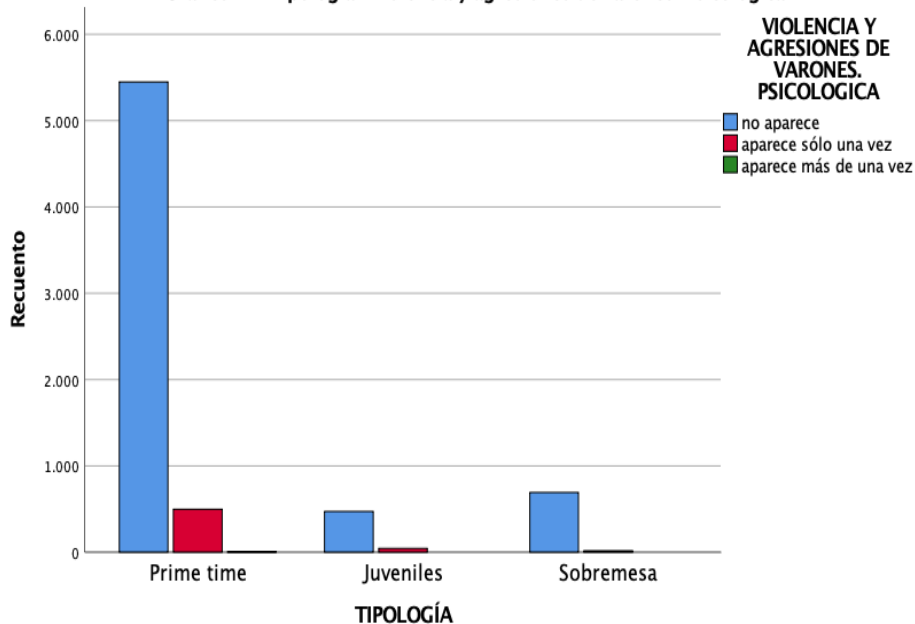


Tabla 15. Tipología-Violencia y agresiones de varones. Física.						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.FISICA			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5553	392	4	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	93,3%	6,6%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	492	24	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	95,3%	4,7%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	699	10	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	98,6%	1,4%	0,0%	100,0%
	Total	Recuento	6744	426	4	7174
		% dentro de TIPOLOGÍA	94,0%	5,9%	0,1%	100,0%

Gráfico 12. Tipología- Violencia y agresiones de varones. Física.

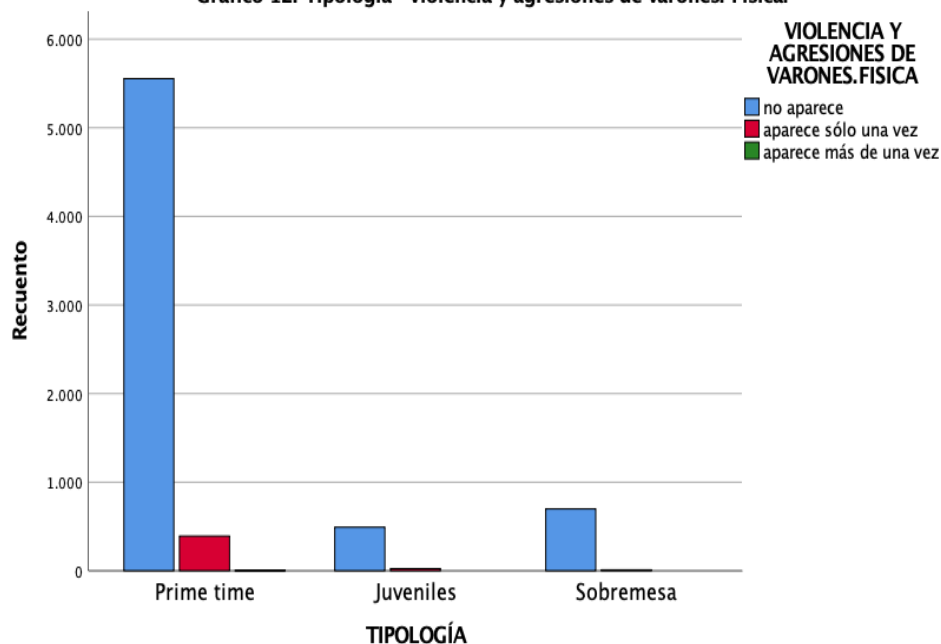


Tabla 16 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.SEXUAL					
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.SEXUAL		Total
			no aparece	aparece sólo una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5939	9	5948
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,8%	0,2%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	708	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
	Total	Recuento	7163	9	7172
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,9%	0,1%	100,0%

Tabla 17 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ASESINATOS						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ASESINATOS			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5880	61	8	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	98,8%	1,0%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	707	1	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,9%	0,1%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	7103	62	8	7173	
	% dentro de TIPOLOGÍA	99,0%	0,9%	0,1%	100,0%	

Tabla 18 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ANIMALES						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ANIMALES			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5937	11	1	5949
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	708	0	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	7161	11	1	7173	
	% dentro de TIPOLOGÍA	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%	

Tabla 19 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.OBJETOS						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.OBJETOS			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5771	173	3	5947
		% dentro de TIPOLOGÍA	97,0%	2,9%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	511	5	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,0%	1,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	705	3	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,6%	0,4%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6987	181	3	7171	
	% dentro de TIPOLOGÍA	97,4%	2,5%	0,0%	100,0%	

Tabla 20 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ARMAS						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.ARMAS			Total
			no aparece	solo un arma	dos o más	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5484	216	211	5911
		% dentro de TIPOLOGÍA	92,8%	3,7%	3,6%	100,0%
	Juveniles	Recuento	512	2	2	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,2%	0,4%	0,4%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	703	5	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,3%	0,7%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6699	223	213	7135	
	% dentro de TIPOLOGÍA	93,9%	3,1%	3,0%	100,0%	

Tabla 21 TIPOLOGÍA*VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.GUERRAS						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES DE VARONES.GUERRAS			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5907	3	3	5913
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,9%	0,1%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	708	0	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	7131	3	3	7137	
	% dentro de TIPOLOGÍA	99,9%	0,0%	0,0%	100,0%	

3.2.11 Violencia femenina: representación de la violencia de las mujeres

Así mismo, quisimos comprobar hasta qué punto era cierto que las series tv están contribuyendo a la construcción mediática de identidades femeninas violentas. Observando los datos obtenidos, en las categorías más significativas de esta serie de violencias femeninas (tablas 22, 23 y 24) se comprueba también la hipótesis de partida. Así, si veíamos más arriba que el porcentaje medio de la violencia verbal masculina se situaba en 7,9%, este mismo tipo de violencia en las mujeres (tabla 22) sólo experimenta una diferencia de 3 puntos menos, con un 4,9%. En la comparación por rangos, los datos de las mujeres representadas en el rango Juvenil están por encima de la media del resto

de mujeres de los otros rangos en este ítem, con un 7,2%. Llama la atención que la violencia verbal en las mujeres jóvenes muestra tan solo 1 punto de diferencia, por debajo, en este tipo de violencia en sus colegas varones (8,5%). El grupo Sobremesa muestra una menor puntuación (1,1%), como también sucede con este tipo de violencia masculina en el mismo rango.

La representación de las mujeres ejerciendo violencia física (tabla 23) es prácticamente la mitad de la que es presentada en los varones. Tanto en varones como en mujeres el rango que aparece con mayor puntuación en este tipo de violencia es el de Prime Time, un 3% en violencia femenina y un 6,7% en el caso masculino.

De todo ello, podemos concluir que el modelo de mujer representado por los varones, los creadores de las series tv, salvo para el rango de Sobremesa, se caracteriza por ser una mujer que manifiesta violencia verbal y física en un alto grado.

Tabla 22. Tipología- Violencias femeninas. Verbal.						
			VIOLENCIA FEMENINA. VERBAL			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5604	307	1	5912
		% dentro de TIPOLOGÍA	94,8%	5,2%	0,0%	100,0%
	Juveniles	Recuento	479	37	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	92,8%	7,2%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	700	8	0	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	98,9%	1,1%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	6783	352	1	7136
		% dentro de TIPOLOGÍA	95,1%	4,9%	0,0%	100,0%

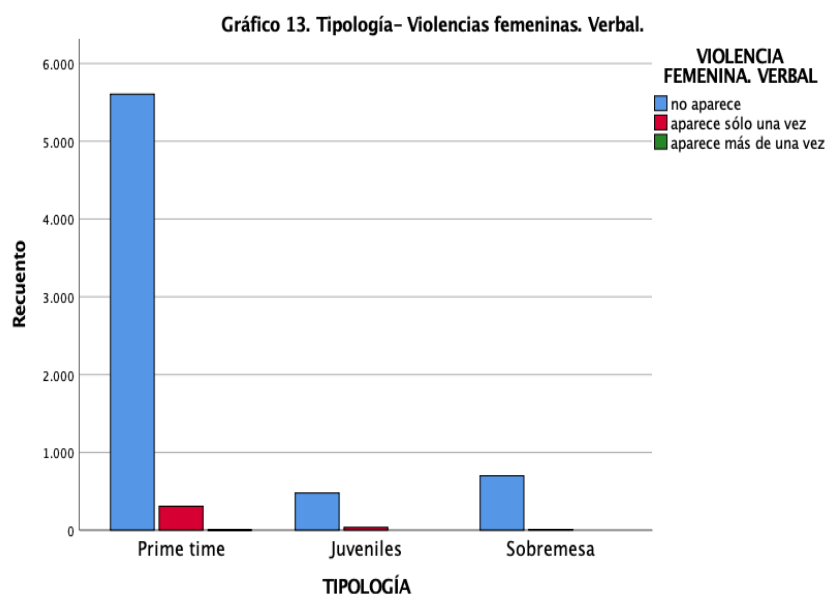


Tabla 23. Tipología- Violencias femeninas. Física.						
			VIOLENCIA FEMENINA. FISICA			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5733	173	6	5912
		% dentro de TIPOLOGÍA	97,0%	2,9%	0,1%	100,0%
	Juveniles	Recuento	508	7	0	515
		% dentro de TIPOLOGÍA	98,6%	1,4%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	706	3	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,6%	0,4%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6947	183	6	7136	
	% dentro de TIPOLOGÍA	97,4%	2,6%	0,1%	100,0%	

Gráfico 14. Tipología- Violencias femeninas. Física.

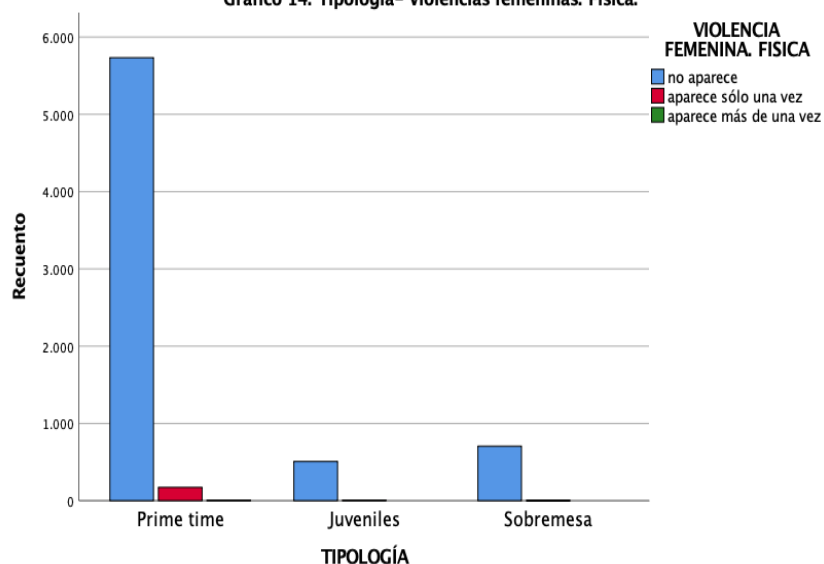


Tabla 24. Tipología- Violencia femenina. Asesinas.					
			VIOLENCIA FEMENINA. ASESINAS		Total
			no aparece	aparece sólo una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5891	21	5912
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,6%	0,4%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	709	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	7116	21	7137	
	% dentro de TIPOLOGÍA	99,7%	0,3%	100,0%	

3.2.12 Violencia contra las mujeres

La suma total, de los distintos tipos en los que hemos desagregado, exclusivamente, en la categoría de violencia contra las mujeres, arroja una cifra de un 12% (exactamente 11,93%) de secuencias en las que aparece representada esta violencia. En esta contabilidad (tablas de 25 a 29), en concreto en los tipos de violencia psicológica-verbal (6,7%) - tabla 25- y violencia física (3,7%) -tabla 26- también quedaron incluidas las agresiones de estos tipos que provenían de otras mujeres. Por supuesto, estas últimas puntuaciones son poco significativas en el conjunto de agresiones en relación con las provenientes de los varones. No obstante, hoy en día, y en las series tv, la representación de este tipo de violencia, se presenta por lo general desde una posición crítica, algo muy distinto a los resultados hallados en la investigación cinematográfica de Aguilar (2010). En las películas más taquilleras del periodo analizado, 2000-2007, la visión que mostraban de la violencia hacia las mujeres, por parte de los directores varones se estimó que era un 75% complaciente frente a un 25% crítica. Recordamos que entre, otras películas con una visión complaciente sobre la violencia contra las mujeres estaban *Torrente 2*, *Hable con ella*, *Los Borgia*, etc. (Aguilar, 2010). En aquellos momentos sólo las directoras de cine mantenían una posición crítica -absoluta- hacia esta violencia, sin duda. Además, la película dirigida por Iciar Bollaín, en 2003, *Te doy mis ojos*, fue la que marcó cinematográficamente una mejor aproximación didáctica a este tipo de violencia por entonces todavía no tan visibilizada socialmente.

Sin que haya desaparecido completamente la representación del maltrato complaciente hacia las mujeres en las series tv, sin embargo, por otro lado, es muy raro que una serie española, sobre todo si cuenta con muchas temporadas en cartel, no dedique algunos episodios a representar este fenómeno. ¿Qué características tiene esta representación? En primer lugar, es una violencia contra las mujeres acotada exclusivamente a la relación de pareja. En segundo lugar, el asunto se resuelve con éxito para la maltratada en pocos episodios. En tercer lugar, el tratamiento y presentación del caso se efectúa siguiendo prácticamente los manuales de las expertas en psicología de la violencia de género, con lo que el sentido de cliché es completo. Así, se puede observar que aparece en series como, por ejemplo, *Cuéntame*, *Las Chicas del Cable*, etc. Este rasgo no significa que estas series hagan un tratamiento feminista de las relaciones entre mujeres y varones, en el sentido de ser crítico con las posiciones patriarcales. Pues permanecen reproduciendo un contexto lleno de estereotipos o roles de género marcados por la discriminación de las mujeres.

Es curioso que también hay tratamientos de violencia contra las mujeres tratados de manera ambigua. Por ejemplo, un caso de acoso sexual en el trabajo que se plantea en *Cuéntame*. En ese universo diegético, el personaje, una redactora de un medio de comunicación, desde el primer momento se presenta como una mujer atractiva y con intenciones de seducir a cualquier compañero en la propia redacción. Los planos de cámara, además hacen un tratamiento de esta mujer muy cosificado, de manera abundante: primeros planos de piernas, escotes, cuerpo. El final del caso se descubre como acoso, porque, también es cierto, que el acosador, acosa además a la propia esposa de uno de los protagonistas de la serie.

De los distintos tipos de violencia contra las mujeres que hemos observado, *la violencia psicológica* (verbal o pasiva agresiva) – tabla 25- es la más abundante con una media de un 6,7%. El rango de la tipología que queda por encima de la media es Prime Time (7,2) y el queda por debajo de la media es el de Sobremesa (3,1%).

La violencia física contra las mujeres -tabla 26- aparece representada en un 3,7% y los grupos según su rango muestran el mismo comportamiento que aparecía con la violencia psicológica, por encima de la media queda Prime Time (4,3%) y por debajo de ésta el de Sobremesa (0,6%).

La violencia sexual contra las mujeres-tabla 27- prácticamente no está representada (0,6%) como tampoco las mujeres en prostitución (0,4%)- tabla 28-. Curiosamente estas categorías alcanzan los mismos valores numéricos que el número de cadáveres femeninos que aparecen representados -tabla 29-, con un 0,5 de media porcentual de las secuencias analizadas.

Tabla 25. Tipología- Violencia contra las mujeres. Psicológica.						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES CONTRA LAS MUJERES.PSICOLÓGICA			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5486	425	1	5912
		% dentro de TIPOLOGÍA	92,8%	7,2%	0,0%	100,0%
	Juveniles	Recuento	485	31	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	94,0%	6,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	687	22	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	96,9%	3,1%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6658	478	1	7137	
	% dentro de TIPOLOGÍA	93,3%	6,7%	0,0%	100,0%	

Gráfico 15. Tipología- Violencia contra las mujeres. Psicológica.

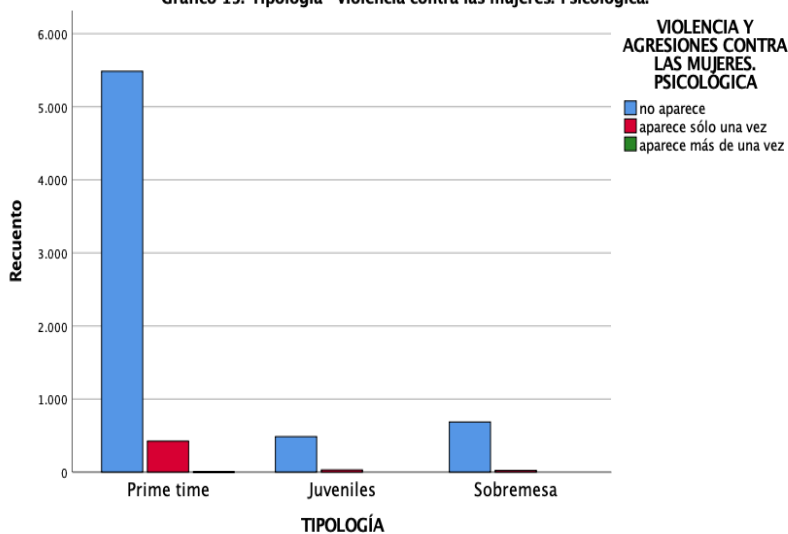


Tabla 26. Tipología- Violencia contra las mujeres. Física.						
			VIOLENCIA Y AGRESIONES CONTRA LAS MUJERES.FISICA			Total
			no aparece	aparece sólo una vez	aparece más de una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5657	254	1	5912
		% dentro de TIPOLOGÍA	95,7%	4,3%	0,0%	100,0%
	Juveniles	Recuento	509	7	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	98,6%	1,4%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	705	4	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,4%	0,6%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	6871	265	1	7137	
	% dentro de TIPOLOGÍA	96,3%	3,7%	0,0%	100,0%	

Gráfico 16. Tipología- Violencia contra las mujeres. Física.

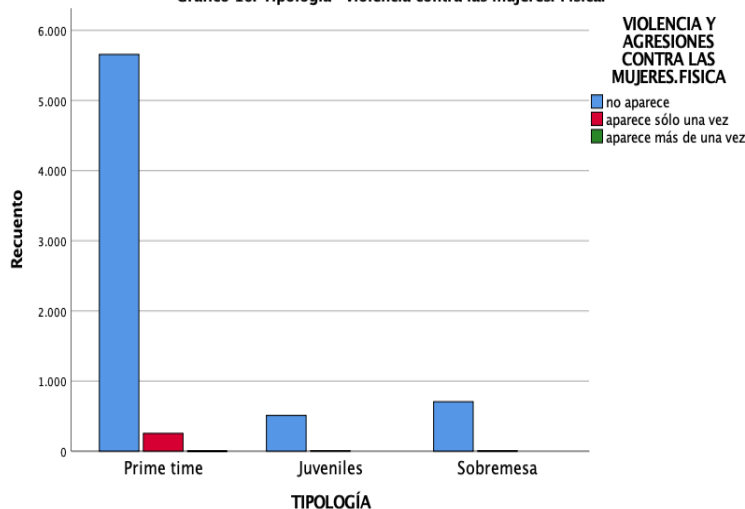


Tabla 27. Tipología- Violencia y agresiones contra las mujeres. Sexual.					
			VIOLENCIA Y AGRESIONES CONTRA LAS MUJERES.SEXUAL		Total
			no aparece	aparece sólo una vez	
TIPOLOGÍA	Prime time	Recuento	5867	44	5911
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,3%	0,7%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	709	0	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	7092	44	7136	
	% dentro de TIPOLOGÍA	99,4%	0,6%	100,0%	

Tabla 28. Tipología- Violencia y agresiones contra las mujeres. Prostitución.					
			VIOLENCIA Y AGRESIONES CONTRA LAS MUJERES.PROSTITUCIÓN		Total
			no aparece	aparece sólo una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5886	27	5913
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,5%	0,5%	100,0%
	Juveniles	Recuento	516	0	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	100,0%	0,0%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	707	2	709
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,7%	0,3%	100,0%
	Total	Recuento	7109	29	7138
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,6%	0,4%	100,0%

Tabla 29. Tipología- Violencia y agresiones contra las mujeres. Cadáveres femeninos.					
			VIOLENCIA Y AGRESIONES CONTRA LAS MUJERES.CADÁVERES FEMENINOS		Total
			no aparece	aparece sólo una vez	
T I P O L O G Í A	Prime time	Recuento	5878	35	5913
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,4%	0,6%	100,0%
	Juveniles	Recuento	514	2	516
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,6%	0,4%	100,0%
	Sobremesa	Recuento	707	1	708
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,9%	0,1%	100,0%
	Total	Recuento	7099	38	7137
		% dentro de TIPOLOGÍA	99,5%	0,5%	100,0%

3.2.13. La representación de la violencia masculina y la violencia femenina

La violencia masculina se sigue representado de manera abundante como un rasgo de la identidad masculina de los personajes de las series tv. Si comprendemos por violencia masculina, las que hemos catalogado como *violencia de varones contra varones* (gráfica 31) y la *violencia contra las mujeres* el porcentaje es alarmante pues se sitúa en el 58,4% del total de las secuencias analizadas (tabla y gráfica 30). Es cierto que destaca, como hemos comentado más arriba, el fenómeno definido en España como *violencia de género*, en algunas series tv, es narrado como un apéndice y muestra el prototipo de violencia de género en pareja, quedando expuesto y resuelto en pocos capítulos de la serie y obviamente el cliché es expuesto de manera crítica. El tratamiento, como un cliché, lleva a considerarlo como algo puntual y se “justifica” al maltratador debido al carácter patológico que padece (personaje que en todo momento es considerado como negativo). El suceso, además, queda aislado y contrasta con el resto de los comportamientos masculinos hacia las mujeres que son presentados mayormente como ideales. El maltratador es único, uno más entre el resto de los varones protagonistas que prácticamente aparecen con rasgos que son o rayan con los prototipos masculinos buenos y nobles (*héroes, príncipes o chicos buenos*).

Los datos también arrojan cierta similitud con los datos de la realidad no ficcionada. La violencia de los hombres solo contra ellos mismos (24%) supone el doble de la que violencia física y violencia psicológica (12%) que infligen a las mujeres.

La suma de la violencia simbólica expresada en las categorías *Machismo* (palabras, actitudes y acciones) y *Cosificación* (6,3%) sumadas al resto de *violencias contra las mujeres* (física, psicológica, etc.) asciende hasta un 34,6%, del total de las secuencias analizadas (gráfica 32), dato que consideramos preocupante. Además, aunque ha quedado fuera de nuestro objeto de estudio, habría que añadir a esta suma la violencia mediática que divulgan otros medios de comunicación (videojuegos, comics, etc.), siendo el más preocupante de todos, por su dureza y su fácil acceso en Internet, el proveniente de la pornografía.

También en las diferencias según los rangos de la tipología se repite la pauta: Sobremesa sigue mostrando la representación más *amable* (no hay conflictos, no hay violencia). Se evitan las representaciones y las agresiones violentas –son prácticamente inexistentes- y puntúa por debajo de la media del rango en las categorías: *Machismo, Violencia contra los varones* e incluso en *la Violencia contra las mujeres*. El rango Prime Time es por el contrario el tipo dónde encontramos los porcentajes más alto en la representación de la violencia masculina de todo tipo, aunque el rango Juvenil queda siempre bastante cerca en puntuación de todas las categorías relacionadas con la violencia.

Las mujeres también están siendo representadas con actitudes agresivas, por supuesto no en la misma proporción e intensidad que los varones, principalmente en las categorías de *violencia de tipo física y verbal*. Prueba de ello es que la proporción se aproxima a la mitad de la que registran los varones en esas mismas categorías. Sí que es cierto que la mayoría de las veces la violencia física, es de tipo reactivo, es una violencia de defensa, de respuesta ante un ataque de un hombre y en mucho menor medida otra mujer. Es

notable la tendencia en el rango Juvenil que aparece en las series tv. Las mujeres con actitudes verbales violentas quedan tan solo a un punto de diferencia de sus colegas varones. Las series de Sobremesa vuelven a mostrar que son, de manera más notoria, las que representan menos los conflictos incluidas las agresiones físicas o verbales. Por el contrario, el rango que más puntúan las mujeres violentas es Prime Time.

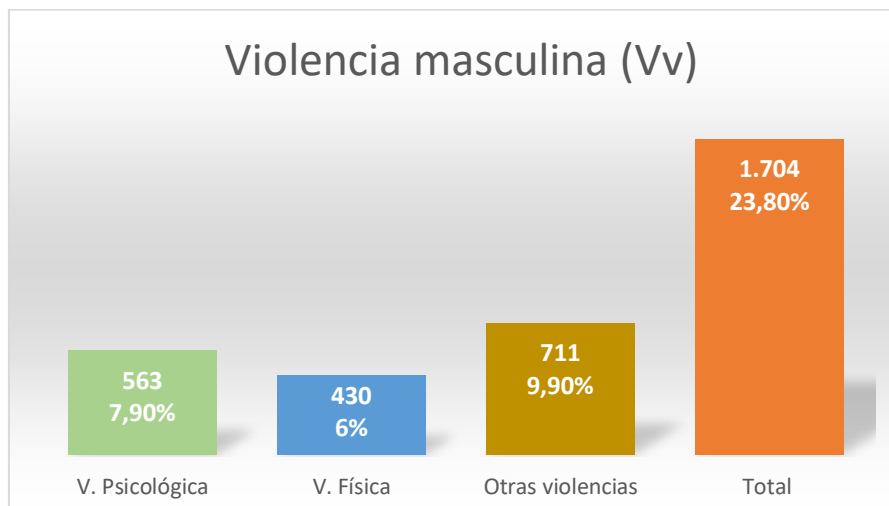
Tabla 30. VIOLENCIAS MASCULINAS – TOTAL-

Violencias Masculinas	Nº secuencias	Porcentaje
Violencia Masculina (Vv)	1.704	23,8%
Violencia contra las Mujeres	2.524	34,6%
Secuencias sin violencia	2.954	41,6%
Total	7.173	100%

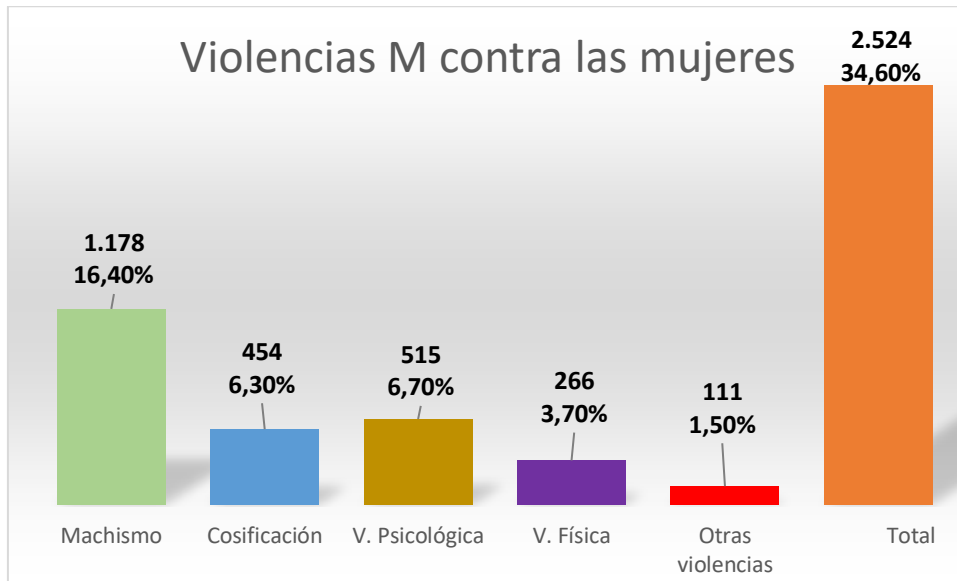
Gráfica 30. Tipos de violencias masculinas



Gráfica 31. Violencia masculina- Violencia de varones a otros varones (Vv)



Gráfica 32. Violencia contra las Mujeres



CONCLUSIONES

Por su alto consumo, las series tv se están convirtiendo en las protagonistas de los relatos que produce la industria del audiovisual. A esto se le añade que el relato es esencial en la vida de los humanos, no sólo por sus cualidades de entretenimiento o en algunos casos terapéuticas, sino también debido a sus especiales características que serán las que más afectan a los mapas emocionales y sentimentales del universo simbólico de los individuos (Thompson, 1998; Alexandre, 2003 y Aguilar, 2010). En otras palabras, llegamos a creer que son espejos humanos, sin pensar que lo que muestran es un retrato parcial y deformado e interesado de la realidad, en definitiva, ideológico.

Los indicadores objetivos desarrollados en nuestra investigación, desde la perspectiva de género, constatan que, si bien el relato de las series tv es socialmente compartido, sin embargo, su creación y producción queda en las manos exclusivas de los varones. Los indicadores objetivos desarrollados en nuestra investigación señalan, como primer dato preocupante, el reflejo de la discriminación de género. Así, se nos muestra que del total de las 18 series analizadas en la muestra¹¹, **sólo una es puramente de autoría femenina**. Por tanto, salvo esta serie de creación femenina y las escasas mujeres que conforman, el que hemos denominado grupo mixto conformado (8 entre hombres y mujeres -16%-), la autoría queda definida por esos 39 varones (78%), que dirigen buena parte del mundo de la ficción audiovisual en nuestro territorio.

En concreto ¿dónde están situados profesionalmente hombres y mujeres? A partir del análisis de la jerarquía ocupacional, según el sexo en la producción de las series tv, se observa que, además de la posición tan favorecedora al sexo masculino, al encontrarse en los puestos altos de la pirámide ocupacional, en el conjunto del universo profesional, la posición de este grupo es también mayoritaria. Así, por cada mujer trabajando se contabiliza la presencia de dos hombres.

Los resultados también evidencian la tendencia que nos dice que conforme es más alta la posición en la pirámide ocupacional, se observa una menor presencia de mujeres, mientras que en la base de la pirámide, en las posiciones más bajas, se constata la situación inversa: es dónde se concentran las mujeres. Los varones están presentes de forma mayoritaria en casi todos los grupos que componen las distintas categorías profesionales, especialmente en las ocupaciones vinculadas a funciones directivas, técnicas y artísticas, por su parte, la presencia de las mujeres es tan sólo mayoritaria en el grupo de especialistas, que está integrado por las categorías de peluquería, maquillaje y vestuario. Por lo tanto. Este desequilibrio revela tanto la segregación ocupacional vertical, como la horizontal de las mujeres en el ámbito de la producción nacional de las series tv.

¹¹ Recordamos que nuestra muestra es representativa del universo en estudio, en 2018 el total de series, de producción nacional, estrenadas fue de 31 series, de las cuales sólo 3 fueron dirigidas por mujeres, según Onieva (2019).

El otro eje del estudio se ha circunscrito a la dimensión comprendida por los contenidos en las series tv de producción nacional que cuentan con mayores índices de audiencia de las cadenas españolas más vistas y las plataformas de video que emiten series en nuestro país. Si bien el conjunto de la investigación se vertebró sobre la dimensión de género: mujeres y hombres en las series tv, sin embargo, a la vista de los resultados de la autoría de las series, este eje dedicado al análisis de contenido de las series ha tenido que prescindir de la comparación de los elementos que conforman el relato según hombres y mujeres y conformarse con analizar el único contenido posible: el de la representación según los varones. De la observación efectuada, de acuerdo con la tipología de análisis: *Prime Time, Juveniles y Sobremesa*, se puede concluir lo siguiente:

1. Las diferencias de género en el protagonismo

Prácticamente en la mitad de las series analizadas el protagonismo predominante es el que hemos denominado como coral -mixto-(45,4%), siendo este rasgo más acusado en el rango Juvenil (69,8%). El resto del protagonismo, según el sexo, se reparte de una manera equilibrada entre varones y mujeres. Estando el protagonismo femenino (28,2%) dos puntos por encima del masculino (26,4%). Llama poderosamente la atención que un avance tan notorio en el número protagonistas de mujeres se corresponda con una participación casi nula de mujeres como creadoras en este campo del audiovisual. También es cierto que el número de mujeres protagonistas es un dato apreciable, en busca de un equilibrio en la representación de las relaciones de mujeres y hombres, sin embargo, como evidencian el resto de los indicadores que observan estas relaciones, en las pantallas se siguen representando los roles y estereotipos que minusvaloran el mundo de las mujeres al tiempo que promueven una masculinidad estereotipada.

Las diferencias de género en el protagonismo de acuerdo con los rangos establecidos señalan comportamientos curiosos, como por ejemplo que los protagonismos femeninos abundan más en las series tv de *Sobremesa* o *Juvenil* que en *Prime Time*, en este rango son los hombres con un 31,9 % los que ganan al protagonismo femenino (25,4%). Se constata a lo largo del análisis como las series de *Sobremesa* e incluso las de *Juveniles* muestran una preferencia por representar los mundos de las mujeres, por tanto, dónde abundará mayormente la repetición de los roles tradicionales (patriarcales) con que se presentan a las mujeres y a los varones.

2. La inamovilidad de los roles tradicionales de hombres y mujeres

A la luz de los datos las mujeres siguen siendo mayoritariamente representadas en la faceta que se conoce como “feminidad” (82,2%), esto es, una representación en que las mujeres destacan por su pasividad, lo que se conoce como figurar de “florero”, o su actividad se limita a ser las protagonistas de los cuidados de los otros, a través, bien del amor en la pareja, bien como soporte emocional y atención material de las necesidades de la familia. Su desempeño en el mundo del trabajo es representado tan solo con un 14%, descontado el 2,5% en el que las mujeres aparecen como trabajadoras domésticas. El trabajo doméstico femenino se dispara hasta el 19,5% en el rango de *Sobremesa*, justo el que es considerado como femenino. Estos datos de la actividad laboral contrastan con

la realidad social en España dónde hombres y mujeres tienen tasas de actividad no tan distantes como las que son representadas. Así, la tasa de actividad en España en 2019 fue de 53,3% para las mujeres y de 64,3% para los hombres.

3. Las “buenas mujeres” y los “chicos malos”

Si bien la medición del tipo de relaciones positivas (complicidad, cariño y ayuda) y de las relaciones negativas (conflictivas, enemistad o rivalidad) están marcadas por la misma tendencia (puntuación más las positivas que las negativas) tanto en el interior del grupo de varones como el de mujeres. Es curioso como las relaciones positivas entre las mujeres es de un 71,5% y las negativas un 28,5%. Otro tanto ocurre en la representación de las relaciones positivas entre los varones que también es superior a la negativa, un 60% frente a un 40%, lo que sí que es cierto, sin embargo, es que en este grupo la diferencia entre ambas posiciones es menor -20 puntos- que la diferencia observada en las mujeres que es de 43 puntos. De aquí ¿podemos inferir que los varones se representan a sí mismos como más conflictivos que las mujeres y también que las relaciones entre mujeres son más armoniosas que las que se dan al interior de su grupo? Esto dicen los resultados globales, ahora bien, si consideramos el dato de las series de *Sobremesa* (es dónde la puntuación siempre es más positiva en las relaciones *intra-rangos*), para mujeres se sitúa en 88,7% y para varones 81,2% en relaciones positivas. Al tiempo, el rango Juvenil destaca porque también puntuaba más alto en las relaciones negativas (34,4% mujeres y 45,3% varones). Con esta información cabe sospechar que la bondad o la maldad está en función del rango que observamos de las series tv. Las producidas para *Sobremesa* -mundo “femenino”- pesa más la representación positiva de las relaciones sociales (lo que imaginan los creadores que es la feminidad), mientras que la representación del conflicto, la rivalidad y la enemistad es asunto de la identidad masculina, y más si son varones jóvenes.

4. La Familia y la pareja

La familia ocupa un protagonismo muy importante en las series tv analizadas. Tal y como se representan las relaciones sospechamos que se produce una idealización de éstas, puesto que el amor y el cariño se refleja mediáticamente en la muestra con el doble de apariciones que el conflicto. También se constata que el mayor peso en el universo familiar es el que se atribuye a la madre, aunque no hay mucha diferencia con respecto al papel del padre. Por rangos se vuelve a reflejar que en el de *Sobremesa*, lo que se considera *mundo femenino con cierta edad*, las relaciones que se representan tienden más a la armonía. Por el contrario, será en el rango Juvenil donde aparece más el conflicto familiar, sobre todo el representado por madre e hija. Sin embargo, los varones son mucho más importante, a tenor de los datos que muestran una diferencia de 12,7% a 3,4% en la representación de las relaciones entre hermanos frente a hermanas. Otra diferencia a favor de los varones que también se repite con el cuñado (en inglés: *brother-in-law*), siendo además la relación familiar más representada, no de primer grado, que el resto de relaciones familiares. Sin duda, este sesgo de sobre-representación se debe a la importancia que tienen entre la masculinidad la fratria. Sin embargo, llama

poderosamente la atención que la representación de lxs abuelxs es bastante baja, quedando por detrás incluso de la representación de lxs primxs.

Frente a cierta idealización en mostrar las relaciones familiares, curiosamente, esto contrasta con el hecho de que las relaciones de pareja no son tan positivas, por lo que se asemejan bastante más a la realidad no ficcionada. Conflicto y armonía en las relaciones mediáticas de pareja se reflejan de manera muy equilibrado (54,75% frente a 45,3%). Se vuelve a observar la pauta de que las series de Sobremesa se destacan por una representación que minimiza el conflicto y exalta el amor y los cuidados, también en el rango Juvenil nos encontramos con la reiteración de los estereotipos y así se presentan las relaciones de pareja muy similares en los porcentajes que las representan de manera negativa como positiva, también es el rango que puntúa más alto en situar a las parejas mostrándose más indiferencia, al tiempo que es dónde más abundan las infidelidades.

5. La sexualidad de mujeres y hombres y la cosificación de las mujeres

Las relaciones sexuales alcanzan una representación en el conjunto de las series tv analizadas de un 8%. Las relaciones homosexuales no quedan mal representadas, numéricamente, alcanzando un 14,8% de ese conjunto, si tenemos en cuenta que la cifra que se baraja es de un 6,9% de personas que se declaran del colectivo LGTB y de un 16% que dicen haber mantenido relaciones homosexuales entre la población joven (26-34 años). Lo que es curioso es que hay una sobre representación de la homosexualidad femenina en relación con las masculina. Las lesbianas son protagonistas en series corales como *Amar es para siempre*, *Las Chicas del Cable*, *Vida Perfecta*, *La Verdad o Skam España*, mientras que los varones gay tienen cierto protagonismo solo en las series, *La Casa de Papel*, *Vivir sin permiso* y *Élite* (trío con una mujer)

Si comparamos el dato anterior, ese 8% alcanzado en la representación de todas las relaciones sexuales de las series y el algo superior 6,3% de la cosificación explícita de las mujeres que se muestra, podemos inferir que se puede considerar este último como un dato alto. El rango de Sobremesa, como era esperable (en función de su público *target*: las *mujeres de cierta edad*) es dónde desciende la cosificación de las mujeres casi hasta la mitad con un 3,2%.

6. La representación de la violencia masculina y la violencia femenina

Si es preocupante que las mujeres no figuren prácticamente como creadoras, también lo es y en la misma medida el hecho de que la violencia masculina se siga representado de manera abundante como un rasgo de la identidad masculina. La violencia masculina catalogada, como *violencia de varones contra varones* y la *violencia contra las mujeres*, tiene un porcentaje muy alarmante, situándose en el 58,4% del total de las secuencias analizadas. Como hemos comentado más arriba, el fenómeno de la *violencia contra las mujeres*, en algunas series es narrado como el prototipo de violencia de género en pareja, quedando expuesto y resuelto en pocos capítulos de la serie. El tratamiento, si bien se hace desde una óptica crítica, sin embargo, se apoya en un cliché que lleva a considerarlo como hecho puntual, debido al carácter patológico que se da al maltratador (personaje

que en todo momento es considerado como negativo). El suceso, además, queda aislado y contrasta con el resto de los comportamientos masculinos con las mujeres que son presentados de manera ideal. El maltratador es único entre el resto de varones protagonistas, además éstos suelen ser representados como *héroes, príncipes* o *chicos buenos* o si no rayando estos roles.

Los datos también arrojan cierta similitud con los datos de la realidad no ficcionada. La violencia de los hombres solo contra ellos mismos (24%) supone el doble de la que violencia física y violencia psicológica (12%) que infligen a las mujeres.

Sin embargo, la suma de la violencia simbólica expresada en las categorías *Machismo* (palabras, actitudes y acciones -16,4%-) y *Cosificación* (6,3%) sumadas al resto de *violencias contra las mujeres* (física, psicológica, etc.) asciende hasta un 34,6%, del total de las secuencias analizadas, dato que consideramos muy preocupante. Además, aunque ha quedado fuera de nuestro objeto de estudio, habría que añadir a esta suma la violencia mediática que divulgan otros medios de comunicación (videojuegos, comics, etc.), siendo el más preocupante de todos, por su dureza y su fácil acceso en Internet, la violencia sexual contra las mujeres proveniente de la pornografía.

También en las diferencias según los rangos de la tipología se repite la pauta: Sobremesa sigue mostrando la representación más *amable* (no hay conflictos, no hay violencia). Se evitan las representaciones y las agresiones violentas –son prácticamente inexistentes- y puntúa por debajo de la media del rango en las categorías: *Machismo*, *Violencia contra los varones* e incluso en *la Violencia contra las mujeres*. El rango Prime Time es por el contrario el tipo dónde encontramos los porcentajes más alto en la representación de la violencia masculina de todo tipo, aunque el rango Juvenil queda siempre bastante cerca en puntuación de todas las categorías relacionadas con la violencia.

Las mujeres también están siendo representadas con actitudes agresivas, por supuesto no en la misma proporción e intensidad que los varones, principalmente en las categorías de *violencia de tipo física y verbal*. Prueba de ello es que la proporción se aproxima a la mitad de la que registran los varones en esas mismas categorías. Sí que es cierto que la mayoría de las veces la violencia física, es de tipo reactivo, es una violencia de defensa, de respuesta ante un ataque de un hombre y en mucho menor medida de otra mujer. Es notable la tendencia en el rango Juvenil que aparece en las series tv. Las mujeres con actitudes verbales violentas quedan tan solo a un punto de diferencia de sus colegas varones. Las series de Sobremesa vuelven a mostrar que son, de manera más notoria, en las que se representan menos los conflictos, incluidas las agresiones físicas o verbales. Por el contrario, el rango que más puntúan las mujeres violentas es Prime Time.

En resumen, la representación de las relaciones de los hombres y de las mujeres, a través de las series tv, llevan la marca de la diferenciación de géneros según estiman esa realidad sus creadores. Y esto significa el uso (y abuso) de estereotipos tanto de los personajes masculinos como femeninos. Al ser el protagonismo coral, el tipo más abundante de protagonismo reflejado en el conjunto de las series tv analizadas, sucede que lo más frecuente es que en ellas se de cuenta, a modo de catálogo, de todos los estereotipos y

roles más comunes, teniendo todos ellos el sesgo patriarcal. Sesgo que tiene la función de mantener el orden de subordinación de las mujeres.

Es cierto que la proporción de mujeres protagonistas se ha incrementado cuantitativamente manteniendo proporciones semejantes al protagonismo masculino, pero a cambio de reincidir más en los estereotipos que se fundamentan en una feminidad, pasiva que solo parece activarse ante la búsqueda del amor de la pareja o el cuidado de los hijos. En donde el trabajo ocupa en su vida un pequeño espacio. Mujeres representadas principalmente en trabajos feminizados, que adolecen tanto de la discriminación vertical como de la horizontal: a) baja cualificación profesional como: el servicio doméstico, peluqueras, camareras, costureras, telefonistas y b) mayor formación, pero profesiones encuadradas en los cuidados o los servicios: secretarias, enfermeras, periodistas, médicas, actrices, modelos o policías. Su rol familiar sigue siendo el eje central y motivacional de sus vidas. También se apuntan “nuevos modelos” de mujeres, sobre todo las más jóvenes, pero la mayoría son esquematizadas con las pautas de comportamiento masculino en todos los órdenes de la vida: desde el tipo afectivo, al sexual, pasando por las relaciones de amistad o el trabajo. A estas similitudes con el mundo masculino, se les suele poner el límite en que se las sigue considerando con un alto grado de dependencia (de pareja o familia) o contando con una autonomía tutelada por un varón (padre, jefe, novio, etc.). Las series tv de producción nacional tienen efectivamente un relevante protagonismo femenino numérico, pero sus universos diegéticos siguen girando alrededor del mundo masculino. Aparecen instrumentalizadas en las tramas que piensan y desean sus creadores en donde la cosificación de su cuerpo buena parte de las veces es empleada para justificar su aparición en el relato. Son pocas las mujeres que protagonizan o coprotagonizan una serie que no sean físicamente deseable, a no ser que se planteen como cuota o como contrapunto a otra protagonista -guapa- o para encarnar la maldad femenina. Por tanto, no hay novedades destacables que no pasen por la mirada patriarcal en la representación de las mujeres en las series tv más allá de una mayor presencia cuantitativa.

Otro tanto ocurre en la representación masculina, hay pocas novedades en su representación respecto a los modelos clásicos de masculinidad a los que nos tiene acostumbrado el mundo cinematográfico: héroes, hombres buenos, sensatos, aunque también abundan los que quedan al otro lado de la ley y con ansías de poder sin límites. Los roles masculinos de manera prioritaria siguen girando alrededor de una identidad que persigue el poder, de cualquier índole, justificando de ese modo el empleo de la violencia, incluso a la vista de algunas series se puede pensar la relación inversa. Alguna serie como *Gigantes* muestra de manera sintética esa total fascinación por representar uno y otro elemento. Por supuesto, en ese mundo masculino las mujeres son representadas no sólo en menor medida sino también como apéndices circunstanciales porque la verdadera y auténtica historia se dirime entre ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, Pilar (2010): "La representación de las mujeres en las películas españolas: un análisis de contenido", en F. Arranz (dir.) *Cine y género en España: una investigación empírica*. Madrid, Cátedra, págs. 211-274.

Alexander, J. C. (2003). *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. Oxford/Nueva York: Oxford University Press.

Allport, G. W. (1971). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba. Edición original: *The Nature of Prejudice*, Cambridge, Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company Inc., 1954.

Andrés del Campo, S. (2002). *Estereotipos de género en la publicidad de la Segunda República española: Crónica y Blanco y Negro* (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones).

Arranz, Fátima (2015): "Aproximación al dispositivo de reproducción de las identidades de género en la literatura infantil y juvenil de ficción". En Hernando, A. (ed.) *Mujeres, hombres, poder*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Arranz, Fátima (dir.) (2010): *Cine y género en España. Una investigación empírica*, Madrid, Cátedra Feminismos.

Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.

Bernárdez A, García I, González S. (2008). *Violencia de Género en el Cine Español. Análisis y guía didáctica*. Madrid: Editorial Complutense. Instituto de Investigaciones Feministas.

Belmonte, Jorge, y Guillamón, Silvia. (2008). "Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV". *Comunicar*, 16(31), 115-121.

Bourdieu, Pierre (2000): *La dominación masculina*. Madrid: Anagrama.

Casajosa, Concepción, y Martínez, Natalia. (2016): "Del cine a la televisión: hacia una genealogía de las mujeres guionistas en España". *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 1(1/2), 25-34.

Casetti, F. (1994). *Teorías del cine, 1945-1990*. Madrid: Cátedra.

Casetti, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

Comas, Dolors (2015): "Los medios de comunicación en la lucha contra la violencia de género: Avances y retrocesos", en J.S. Herranz (ed.lit.): *Violencia de género escenarios y desafíos*. Jornadas Internacionales de Investigación Interdisciplinar 20ª 2014. Madrid:

Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=572456>. [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2018].

De Miguel, Ana y Boix, Montserrat (2005): "Los géneros de la red: los ciberfeminismos". Disponible en: <http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf>. [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2018].

Fernández Viguera, Blanca et. al (2012). *La "Ingeniería emocional inter géneros" en las series con mayor audiencia en la CAE*. Emakunde . Disponible en: <http://igualdad.iturbrok.com/documentos/3028/la-%22ingenier%C3%ADa-emocional-inter-g%C3%A9neros%22-en-las-series-con-mayor-audiencia-en-la-cae/YjowOw==/196/> [Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2018].

Galán, Elena (2007): "Construcción de género y ficción televisiva en España". *Comunicar* nº 28, Revista científica de Comunicación y Educación págs. 229-236. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Elena_Fajardo/publication/39221590_Construccion_de_genero_y_ficcion_televisiva_en_Espana/links/5730510a08ae3736095cc0a8/Construccion-de-genero-y-ficcion-televisiva-en-Espana.pdf. [Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2018].

Gallego, Juana (2013): *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación ¿motor o rémora para la igualdad?* Barcelona: Aresta Mujeres.

González Gabaldón, Blanca (1999). «Los estereotipos como factor de socialización en el género». *Comunicar* (12): 79-88

Guarinos, V. (2008) *Mujer y Cine*. Publicado en *Los Medios de Comunicación con Mirada de Género*. (pp 103-120), Coord; Nuñez, T, Loscertales, F. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/26775> (Fecha de consulta 23/01/2020)

Huesmann, L. Rowell (2005): "La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real". En J. Sanmartin et al. (eds.): *Violencia, televisión y cine*. Barcelona, Ariel, págs. 89-132.

Instituto de la Mujer (2007): [Tratamiento y representación de las mujeres en las teleseries emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional](#). Madrid: Instituto de la Mujer

Menéndez, M. Isabel (2014): "Retos periodísticos ante la violencia de género. El caso de la prensa local en España". *Comunicación y Sociedad* núm. 22 pp. 53-77.

Menéndez, M. Isabel (2008): *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión* (Vol. 7). Universitat Illes Balears.

Roquero, E. (2015): "Las categorías profesionales en el cine" en F. Arranz (dir.) *Cine y género en España: una investigación empírica*. Madrid, Cátedra. (127-158)

Simelio, N.; Forga, M. (2014). "Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, (69-84).
http://dspace.uvic.cat/xmlui/bitstream/handle/10854/5035/artconlli_a2014_forga_maria_mujeres.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2018].

Smith, Stacey L., Choueiti, Marc & Katherine Pieper (2014): Gender bias without borders. An investigation of female characters in popular films across 11 countries. Los Ángeles: Geena Davis Institute in Gender in Media. Disponible en: <https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-full-report.pdf>. [Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2018].

Tajfel, H. (1984). *The social dimension*. Cambridge: Cambridge University Press

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.

Valdeiglesias, S. P. (2004). Aspectos teóricos sobre el estereotipo, el prejuicio y la discriminación. *Seminario médico*, 56(2), 135-144.

Williams, John.E.; Best, Deborah.L. (1990). *Measuring Sex Stereotypes: a Multination Study*. Sage