



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Facultad de Comunicación

TESIS DOCTORAL

*Construcción de la imagen femenina en las series de animación
televisivas. Estudio cualitativo y cuantitativo sobre la representación y el
concepto de la mujer en niños pre-adolescentes*

Inmaculada Sánchez Martín

Sevilla, 2012



**Construcción de la imagen femenina en las series de animación
televisivas. Estudio cualitativo y cuantitativo sobre la
representación y el concepto de la mujer en niños
pre-adolescentes**

AUTORA: Inmaculada Sánchez Martín

VºBº directora del trabajo: Dra. Virginia Guarinos Galán

Sevilla 2012

Programa de doctorado: Procesos, Teoría y Práctica de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

*Por amor a mis padres
que lo han dado todo para que quien escribe haga posible estas líneas*

Quisiera que las primeras palabras de este trabajo fuesen de gratitud hacia todas aquellas personas que de una manera u otra han contribuido a que esta investigación se haya podido llevar a cabo.

Muy especialmente quisiera dar las gracias a una persona a la que admiro y sin la cual esto no hubiese sido posible. Una persona sabia, valiente, fuerte, ilusionada y comprometida con su trabajo; una magnífica profesional y sobre todo una gran Mujer: Virginia Guarinos, gracias.

Dedicar unas palabras de profundo agradecimiento a la Dra. Trinidad Núñez de quien aprendí mucho durante estos años. Gracias por haber confiado en mí y haberme concedido el placer de poder trabajar contigo.

Gracias a todos los que me apoyaron para continuar en esta ardua tarea y a los que me hicieron soñar con esta profesión.

Y gracias a ti que con tu aliento y comprensión me diste fuerza a cada momento para seguir adelante.

A todos vosotros, muchas gracias.

He de agradecer la participación de todos aquellos colegios los cuales manifestaron pleno interés en el objetivo de esta investigación

Colegio Público *Adriano del Valle* (Sevilla)

Colegio Público *Agustín Serrano de Haro* (Jaén)

Colegio Privado *Calderón de la Barca* (Sevilla)

Colegio Público *Juan XXIII* (Marchena, Sevilla)

Colegio Público *La Mata* (Cártama, Málaga)

Colegio Público *Mirasierra* (Córdoba)

Colegio Público *Ntra. Sra. De Linares* (Córdoba)

Colegio Público *Ntra. Sra. De la Capilla* (Jaén)

Colegio Público *Ntra. Sra. De Los Remedios* (Cártama, Málaga)

Colegio Público *Peñamefécit* (Jaén)

Colegio Privado *Reales Escuelas Pías de la Inmaculada Concepción y San Francisco Javier* (Córdoba)

Colegio Público *Salvador Vinuesa* (Córdoba)

Colegio Público *San Sebastián* (Palma del Río, Córdoba)

Índice general

BLOQUE I: BASE TEÓRICA

1. Introducción	9
1.1. La elección del tema.....	11
1.2. Estado de la cuestión.....	13
2. Objetivos	22
3. Hipótesis.....	28
4. Metodología. Técnicas y procedimientos en el análisis	32
4.1. El método cualitativo y cuantitativo como técnica de investigación.....	32
4.1.1. Selección de la muestra y <i>corpus</i> de estudio	34
4.1.1.1. Ficha de análisis	36
4.1.2. El análisis de contenido y el cuestionario como técnicas de recogida de datos.....	38
4.1.2.1. Diseño del trabajo de campo.....	40
4.1.2.2. Cuestionario	43
5. Fundamentos teóricos	46
5.1. La narrativa audiovisual como base del discurso fílmico.....	46
5.1.1. La narrativa en el género televisivo	46
5.1.2. Teorías de percepción, significado y sentido	50
5.1.2.1. Construcción de la recepción	51
5.1.2.2. El mensaje emitido: desde el emisor hasta el receptor	52
5.1.2.3. La cultura como hito que marca la interpretación.....	55
5.1.2.4. El proceso de la recepción mediática	56
5.1.2.4.1. Teorías que justifican distintos modos de recepción.....	60

5.1.2.4.1.1.	Aprendizaje observacional. La Teoría del modelaje como base del estudio.....	65
5.1.2.4.1.2.	El desarrollo de la Teoría del aprendizaje	67
5.1.2.4.1.3.	Teoría del modelaje.....	68
5.1.2.4.1.3.1.	Teoría del aprendizaje social u observacional	68
5.1.2.4.1.3.2.	El proceso de modelaje y el modelo televisivo como escenario.....	69
5.1.2.4.2.	Efectos causados en la recepción.....	72
5.2.	Fundamentos teóricos sobre la Teoría Feminista Fílmica; una visión del pasado	76
5.2.1.	La narrativa cinematográfica como base fundamental en la creación de significados.....	78
5.3.	Estudios teóricos de género en los medios en general.....	82
5.4.	Estudios teóricos de género en televisión	86
5.4.1.	La ficción televisiva.....	89
5.4.2.	La ficción norteamericana vs. española	91
5.4.3.	De entre bambalinas a escena	97
5.5.	La generación televisiva de estereotipos	98
5.5.1.	El estereotipo	98
5.5.2.	Papeles representados por la mujer en la ficción.....	99
5.5.3.	Estereotipos de género en la producción televisiva	101
5.5.4.	Estereotipos propios de la mujer en la ficción seriada	104
5.6.	Construcción del psiquismo en el receptor.....	108
5.6.1.	La inclusión de los medios en la escena social.....	113
5.6.2.	El público infantil como público diana	117
5.6.3.	Reconocimiento de patrones.....	123

BLOQUE II: ANÁLISIS EMPÍRICO. COMPROBACIÓN DEL ESTUDIO DE CAMPO EN EL ÁMBITO ANDALUZ

6. Preliminares	127
------------------------------	------------

6.1. Casos prácticos	128
6.1.1. Análisis de las series de animación. La mujer seriada	128
6.1.1.1. <i>American Dad</i>	129
6.1.1.2. <i>Bob Esponja</i>	147
6.1.1.3. <i>Doraemon</i>	155
6.1.1.4. <i>Inazuma Eleven</i>	165
6.1.1.5. <i>Padre de Familia</i>	177
6.1.1.6. <i>Los padrinos mágicos</i>	194
6.1.1.7. <i>Phineas y Ferb</i>	201
6.1.1.8. <i>Shin-chan</i>	211
6.1.1.9. <i>Los Simpson</i>	226
6.1.1.10. <i>Las Suprnenas Z</i>	243
6.1.1.11. Conclusión	259
6.2. Estudio de campo	266
6.2.1. Conclusiones.....	286
7. Inferencias. ¿Cómo influyen los contenidos animados en la muestra pre-adolescente andaluza analizada?.....	294

BLOQUE III: CONCLUSIÓN GENERAL DEL ESTUDIO REALIZADO

8. Conclusión final	298
----------------------------------	------------

BLOQUE IV: NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

9. Investigaciones derivadas	312
---	------------

BLOQUE V: DOCUMENTACIÓN

10. Bibliografía	314
11. Videografía	332

Bloque I: Base teórica

Capítulo 1:

Introducción

Tal y como dictara Teresa De Lauretis en uno de sus parlamentos:

Para tener éxito, una película tiene que cumplir con su contrato, agradar a los espectadores [...] Todas las películas deben ofrecer a sus espectadores algún tipo de placer, algún tipo de interés o el tipo de placer que cae bajo los nombres de entretenimiento y evasión; y preferiblemente ambos. Estos tipos de placer y de interés, según la teoría del cine, están íntimamente relacionados con el problema del deseo (deseo de saber, deseo de ver), y por ello, dependen de una respuesta personal, de la implicación de la subjetividad del espectador y de la posibilidad de identificación.

El hecho de que las películas hablen a cada uno y a todos [...], implica que dentro de la película deben construirse ciertos modelos o posibilidades de identificación. Esta es, sin lugar a dudas, una de las funciones de los géneros, [...] la necesidad del cine de mantener y ofrecer nuevas formas de identificación a la altura de los cambios sociales (De Lauretis, 1992: 216).

Tras la esencia de estas palabras comienzan a trazarse los puntos bases a partir de los cuales se construye el estudio que en estas líneas se redacta. A pesar de la existencia de numerosas y vistosas disparidades entre los diversos géneros cinematográficos,

todos ellos quedan aunados bajo la capacidad de provocar en el espectador una situación de identificación. Pero, ¿los medios reproducen los modos sociales y comportamentales que actualmente se dan en la sociedad o más bien, a veces, llegan a proyectarlos a modo de denuncia? Sea cual fuere la intencionalidad con la que se redacta un guión o se representa una historia, la audiencia alentada por el carácter de entretenimiento del propio producto se inmiscuye en ella llegando incluso a considerarse protagonista de la misma. Por todo ello, y centrando la mirada en el género de la animación emitida en el medio televisivo, en las presentes páginas se intentará exponer representaciones a partir de las cuales muchas mujeres se sentirán reflejadas e identificadas. Y es en este nivel donde entra en acción el segundo agente en importancia de esta investigación: ¿quiénes y cómo consumen dichos contenidos? El *target* a estudiar se centra en aquel que abarca el periodo de la pre-adolescencia; niños y niñas que, carentes de una alfabetización audiovisual que les permita discernir entre lo realmente veraz de aquello que se representa bajo la ficción caricaturizada, toman como válido una serie de imágenes que impregnan su ideario infantil. Bajo la estereotipia de los personajes femeninos animados, ¿encuentran las niñas identificación alguna con ellas mismas o con sus seres femeninos más allegados? ¿se predisponen a partir de tales representaciones a llevar a cabo tales roles? ¿aprenden y aprehenden dichos contenidos como lo realmente válido y existente? ¿se basan en ellos para construirse a sí mismas? ¿y qué sucede con el sexo masculino? ¿detectan tales manifestaciones? o lo que se vislumbra como más grave: ¿hallan ambos sexos entretenimiento ante tales comportamientos estereotipados quedando expuestos incluso a determinados tipos de violencia? Se señala así el tercer hito que perfila el estudio, la violencia manifiesta en sus distintas modalidades: física, psicológica y simbólica. La investigación se centra en el ámbito de la violencia puesto que la representación femenina subyugada al espacio interior y sujeta a determinados roles es entendida como violencia simbólica, existiendo contenidos donde la violencia física y psicológica copan los argumentos de numerosos títulos animados. Estas son representaciones consumidas por un público que no se percata de que la sumisión femenina, en cualquiera de sus formas, queda enmarcada dentro de la violencia y el maltrato hacia dicho género.

1.1.- Elección del tema

Existiendo un binomio de intereses, tanto por parte de los medios de comunicación en el ofrecimiento de productos audiovisuales, como de sus usuarios pretendiendo satisfacer sus intereses de consumo, Lasswell estableció la existencia de tres funciones básicas que los medios proporcionaban a la sociedad. Por un lado, hablaba de la supervisión o vigilancia del medio entendiéndose ésta como la obtención primera de información y su posterior difusión. En segundo lugar, el comunicólogo propuso la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, consistente en la interpretación de las informaciones con la finalidad de hacerla llegar de manera comprensible a la audiencia; y finalmente, fijó la función de transmisión de lo que supone una herencia social y cultural de los contenidos expuestos convirtiéndose los medios en un elemento fundamental en el proceso evolutivo de la socialización (Lasswell, 1948).

Pero más allá de tener en cuenta las aportaciones que los medios puedan hacer a la sociedad, se ha de priorizar, más si cabe, el uso que los espectadores hacen de los mismos. Y es en ello en lo que se centra la Teoría de los usos y gratificaciones. Así, tal y como expusieron Katz, Blumler y Gurevitch: “los principales objetivos de la perspectiva de los Usos y Gratificaciones son: a) explicar cómo las personas utilizan los medios y obtienen gratificaciones de los mismos, satisfaciendo ciertas necesidades, b) comprender los motivos que están detrás de la conducta mediática, c) identificar las funciones o consecuencias que se derivan de tales necesidades, motivos y conductas” (Igartua y Humanes, 2004: 314).

Centrando la mirada en el colectivo infantil, y aunque actualmente desde los centros escolares con la inclusión de nuevas asignaturas se les está permitiendo desarrollar una capacidad crítica con respecto a todo aquello que consumen, en décadas pasadas y carentes de tales pautas, por lo general, los niños comenzaban a constituirse como un grupo de sujetos vulnerables y permeables sin capacidad crítica en lo que al visionado de contenidos audiovisuales se refiere; por ello, desde 1960 comenzaron a realizarse diversos estudios a través de los cuales sus autores pretendían encontrar razones por las cuales los más pequeños consumen televisión.

Tras el análisis de las conclusiones obtenidas se establece que el factor entretenimiento se convierte en el protagonista entre niños y adolescentes que lo destacan como la pretensión primera a alcanzar en el momento de consumir televisión. El problema radica en que éstos no siempre encuentran contenidos ajustados a su edad con los que saciar sus necesidades.

La televisión ofrece un mundo de fantasía y de imaginación donde no todo lo que se muestra es real, resultando complicado para un niño diferenciar entre la realidad televisada y la ficción; la televisión de hoy presenta, como una de sus características básicas, la eliminación de fronteras entre ficción y realidad de lo que es muestra el triunfo de los formatos docudramáticos.

Pero, ¿qué sucede con los contenidos violentos? ¿También ellos se han de calificar como productos que informan, forman y entretienen? Se han publicado varias investigaciones que evidencian que en este ámbito, el entretenimiento, una vez más, se convierte en el factor clave; los sujetos consumen cualquier tipo de violencia en televisión alegando ser esta una actividad que les suscita la búsqueda de entretenimiento. Autores como Atkins, Greenberg, Korzenny y McDermott han demostrado que “la predisposición de ciertos individuos a un comportamiento violento puede ser la razón principal por la que éstos prefieren ver programas violentos en la televisión y se divierten con los mismos” (García Galera, 2000: 69).

Por su parte, Kremar y Greene señalan que otro de los agentes influyentes a la hora de consumir programas violentos es “la búsqueda de experiencias nuevas” (Kremar y Godbold, 2005: 416).

Cuando los niños se exponen a los contenidos televisivos aprenden y aprehenden actitudes, conceptos y comportamientos impuestos alterando o complementando su capital cognitivo, por ello, la Teoría del modelaje comienza a adquirir en este escenario una presencia relevante. Las investigaciones que versan sobre la violencia televisada evidencian que “los programas de este tipo pueden influir, en primer lugar, en la noción que el niño tiene de la realidad y, en segundo lugar, pueden dar al niño ideas y lecciones a veces erróneas de cuando, por ejemplo, la violencia es aceptable y cómo debe utilizarse” (García Galera, 2000: 68).

1.2.- Estado de la cuestión

Considerando a los medios de comunicación como agentes emuladores y generadores de imágenes estereotipadas en diversos soportes, y una vez centrados en el género de la animación seriada, cabe señalar que a dicho estudio le preceden otros, inmiscuidos incluso en otros ámbitos, a partir de los cuales se abren nuevas vertientes enriqueciendo al presente.

A modo de referencia, se ha de comenzar aludiendo a la tesis de Irene García Reyes, *La mujer, sujeto y objeto de la publicidad en televisión* (2004), aunque hallándose inmersa en el ámbito publicitario, concreta sus objetivos en la utilización de la imagen de la mujer sujeta a determinados roles.

En su estudio, García Reyes pretende continuar la línea de investigación iniciada desde hace años por asociaciones como el Instituto de la Mujer de Valencia, Barcelona, Madrid o el País Vasco que versan sobre el tratamiento que recibe la mujer y el cuerpo femenino en sí dentro de la publicidad televisiva. Así, expone la relación que se establece entre la figura de la mujer en la publicidad televisiva y los contenidos de los spots que configuran el núcleo del objeto de estudio. Ante todo ello, la autora plantea una hipótesis con la que obtener una serie de resultados observables y medibles, dividiéndola en los cuatro puntos que a continuación se plasman:

1. La mujer es un referente claro en la publicidad televisiva cuando se trata de anunciar productos de consumo y servicios, tanto de tipo comercial como institucional.
2. La mujer ejerce un doble papel en la publicidad televisiva: como ama de casa dentro y fuera del entorno destinado a ello y como símbolo de belleza y seducción.
3. Como consecuencia de lo anterior, variación en el modo de vida del segmento femenino, este es, inclusión en el entorno laboral, el acercamiento a las nuevas tecnologías de la comunicación, las relaciones personales y la planificación familiar no se muestra de una manera representativa.

4. Cuando la mujer aparece acompañada de un grupo grande de personas su ocupación laboral (incluyendo la labor de ama de casa, como trabajo no retribuido) no se especifica con claridad si se compara con las veces en que aparece como indiscutible protagonista del anuncio.

Para poner en pie todo ello y sacar conclusiones, García Reyes establecerá relaciones y comparaciones entre las fechas de 1999 y 2001, dos periodos no consecutivos con los que corroborar hasta qué punto existen modificaciones con respecto al papel que cumple la figura femenina en la publicidad televisiva. Como muestra, el estudio quedó fijado entre las cadenas generalistas de TVE, Antena 3 y Telecinco en las franjas horarias matinal y de *prime time*.

Como axioma de este estudio, se ha de mencionar el trabajo titulado *La influencia de la publicidad de la industria de la belleza en la constitución de la identidad de género de niñas y adolescentes españolas en la sociedad de la imagen y las representaciones*, de Elena Verchili Martí (2009) el cual podría servir de complemento a la presente investigación aunque desde el terreno de la publicidad. En él se justifica la relación existente entre la industria de la belleza y las niñas como un *target* potencial en un periodo de edad que oscila entre la pre-adolescencia y la adolescencia.

Antes de continuar con la mención de otras investigaciones, las cuales complementan el actual estudio, se ha de apuntar que algunos de estos trabajos han servido para constatar datos y hacer constar referencias a favor del interés del presente. No solo conviene hacer alusión a aquellos centrados exclusivamente en la representación femenina, sino que se debe prestar especial atención a los que entrelazan el tema televisivo con la educación, así como la persuasión o influencia en un *target* infantil, abriéndose, por ende, varias vías de entendimiento y de apoyo cognitivo hacia diversas disciplinas científicas.

Uno de los títulos que se dibuja como base en todo este entramado es “La representación del ‘otro-mujer’ en las pantallas: contenidos fílmicos en televisión y co-educación”, de Belmonte y Guillamón (2005), exponiéndose en él la importancia de los medios audiovisuales en la educación de sus espectadores.

Los *mass media* representan “la realidad” funcionando como fuentes de interpretaciones de todo lo que nos rodea y de nosotros mismos. Los medios, con sus informativos supuestamente “realistas”, pero también con sus relatos de “ficción”, proporcionan representaciones de “objetos” y “sujetos”, de situaciones y acciones donde conocer y reconocer al Yo y al “otro”. Así, la representación de la persona en forma de personaje con toda su puesta en escena, con todo su tejido argumental, resulta fundamental para la construcción de la identidad y de la alteridad en el sujeto espectador.

A raíz de tal artículo emergen otros a partir de los cuales se tomarán las variantes relacionadas con el tema que nos atañe. Centrando la mirada pues, en la redacción sobre el aspecto femenino mostrado en televisión, se habría de hacer mención al trabajo de Elena Galán Fajardo “Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales” (2007), en el que se propone, como objetivo esencial, dar a conocer un modelo de análisis del personaje audiovisual sustentado en las teorías narrativas que surgen en primer lugar de los escenarios literarios para reflectarse posteriormente en los medios audiovisuales; personajes éstos transmisores de modelos de socialización tanto positivos como negativos.

Por otro lado, se debe reseñar el trabajo de Núñez Puente “Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo” (2005), donde se realiza una exposición con la que analizar la construcción, desde el discurso televisivo, de un sujeto en permanente contradicción que nos hace partir de una noción de género que no depende de la diferencia sexual, sino de una construcción en muchos casos situada en un espacio cultural concreto.

Entre otros, se ha de destacar títulos como “La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos”, de Gila y Guil (1999) o “Fenómenos televisivos ‘teenagers’: prototipias adolescentes en series vistas en España”, de Guarinos en 2009.

En función a la dualidad entre representación femenina-contenidos animados, como estudios precedentes al que ahora se redacta, se exponen títulos como: “La proyección mediática de la televisión en la edad infantil”, de Sacristán Romero (2005); “Niños,

televisión y violencia: una propuesta de educación para la recepción”, de García Núñez de Cáceres (2005); “Violencia en los dibujos animados de ayer y de hoy”, de Pérez y Urbina (2005); además de “El cine de animación visto en casa: dibujos animados y televisión”, de Núñez y Loscertales (2008).

Por su parte, y manteniendo una estrecha relación con la pretensión de evidenciar el modo de representación femenina en los espacios animados, resulta interesante destacar la investigación llevada a cabo por Eva Espinar en su artículo “Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles” (2007). Parte de los datos extraídos del trabajo dirigido por la profesora Victoria Tur, “Calidad y características de la programación y la publicidad infantil” (2004), para analizar la transmisión de las características estereotipadas de hombres y mujeres a través de la programación infantil tanto animada, de imagen real como programas contenedores emitidos en 2004 siendo los canales analizados TVE1, TVE2, Antena 3, Telecinco y Canal 9, propio de la televisión valenciana. Entre sus resultados se calcula que solo el 10% del total analizado corresponde a la aparición de mujeres como protagonistas mientras que la programación con únicamente hombres principales asciende a un 34,3%, siendo un 56% de los programas los que se presentan con una combinación de protagonistas de ambos sexos. Ahora bien, enriqueciendo los datos expuestos, la autora tacha de “positivo las diferencias igualmente significativas en la programación producida en diferentes décadas” (Espinar, 2007: 131). Y es que en la década de los noventa se produce un punto de inflexión. En los años anteriores a esta fecha existe un claro predominio de la programación con exclusividad masculina en lo que a los personajes protagonistas se refiere, “el 79% de la programación anterior a 1970, el 87% de la correspondiente a la década de los 70 y el 82% de la producción en los 80”, la situación cambia a partir de los 90 de forma que en los últimos años puede apreciarse un notable incremento de la presencia de personajes mixtos o únicamente mujeres” (Espinar, 2007: 132). A todo ello, añade la acentuada presencia de personajes femeninos sujetos a una mayor infantilización que sus contrarios. Se cierra el estudio redactando que, aun así, los personajes femeninos siguen sujetos a una serie de características propias de su género, a las mujeres se les continúa asignando dotes relacionadas con lo mágico o sobrenatural, lejos de caracterizarse por su

inteligencia y destrezas fundamentales como así se describen las funciones de los personajes varones.

No menos importante es mencionar el trabajo de investigación en materia de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de Eva Antón Fernández “La socialización de género a través de la programación infantil de televisión” (2001).

En él también se plasma un análisis de alguno de los títulos animados presentes en las parrillas televisivas de canales como TVE1, Antena 3, Telecinco, El Club Megatrix, Club Disney... obteniendo como resultados los siguientes: la comunicación estereotípica responde a la asignación de identidad y roles de género reproduciendo intensamente los rasgos estereotipados que construyen la tipología de género. Actualmente, la representación televisiva nos muestra una sociedad patriarcal reduciéndose al mínimo exponente, en la programación infantil televisiva, lo referido al papel protagonista de las mujeres en las tramas, solo el 26,4% del total de la animación analizada, además de una más que evidente potenciación de la división sexual del trabajo; los pocos oficios aptos para las mujeres son pertenecientes a sectores feminizados y poco cualificados (Antón Fernández, 2001: 162). Dicho texto, también incluye la opinión de los niños castellanoleoneses en lo referido a sus series favoritas, concluyéndose que los sujetos varones se decantan por el consumo de dibujos animados de acción, violencia y transgresión, rechazando las temáticas románticas y sentimentales mientras que por el contrario, las niñas muestran sus preferencias por series juveniles de temática relacional-sentimental o los dibujos animados de humor rechazando los de contenido violento.

Como contrapunto a esto que se redacta, se presenta el artículo de Dolores Romero Lombardo “Identidad de género en personajes de ficción infantil y juvenil. Hacia una ruptura de los estereotipos” (2011). Dicha autora plantea cómo se conforma el género en los personajes infantiles y juveniles. Expone cómo en determinadas obras se desdibujan las líneas que caracterizan lo “femenino” y presenta “modelos” de género que se apartan de los estereotipos tradicionales y del binarismo femenino/masculino que lo sustenta (Romero, 2011: 175).

Del mismo modo, fuera de nuestras fronteras, conviene resaltar el informe presentado por Maya Götz a raíz de la investigación llevada a cabo en la Universidad de Kassel (1998) donde se trata la representación de género en la televisión infantil. En ella se llevaron a análisis 438 horas de emisión sobre nueve canales de televisión elegidos al azar. Entre sus inferencias más destacadas se expone la escasa presencia del sexo femenino en las tramas animadas siendo, por ende, los personajes masculinos quienes se dibujan como héroes copando la centralidad del guión.

Dicha situación traducida a datos porcentuales recoge que del total del contenido analizado, en el área de ficción casi el 70% estaba compuesto por figuras centrales masculinas. El papel principal era compartido con una figura femenina en un 26% de la muestra mientras que solo el 10,4% eran niñas o mujeres las que adquirirían papeles centrales. Por otro lado, se dedujo que los rasgos estereotipados de la personalidad de las figuras femeninas sometidas al canon de la belleza impuesto eran necesarios para la narración, sin ellos, los personajes masculinos no podrían manifestar todas las características que se asocian a la masculinidad: protección y salvación de los personajes femeninos. Concluye el estudio afirmando que, en su caso, en los canales alemanes más importantes es donde menos cambios se han producido en las representaciones de género, no siendo representativos los cambios detectados.

Ahora bien, dirigiendo la mirada hacia al ámbito del videojuego, se puede comprobar que en este terreno también se realizan estudios centrados en la representación femenina en escena, de este modo, se ha de mencionar el trabajo titulado *Videojuegos como laboratorio para la construcción de la identidad de género*, de Mar Rubio Méndez (2011) como uno de los más recientes donde se estudia la presencia del cuerpo femenino en uno de los productos con mayor demanda en los últimos tiempos, los videojuegos en cualquiera de sus soportes.

Como estudios adyacentes y de un modo enriquecedor en materia de calidad programática infantil, se ha de exponer trabajos como *Infancia, Televisión y Género: Argumentos para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil en televisión*, de Bengoechea, Díaz-Aguado, Falcón, López-Díez y Pérez (2005); además de otros como “La calidad como consecuencia de una buena

segmentación de edades en la televisión temática infantil: Playhouse Disney y los contenidos preescolares”, de Melgarejo y Rodríguez en 2010. En él, tras analizar una muestra de 48 series infantiles con una emisión de 18 horas de programación continuada y sin apenas interrupciones, tratan de valorar dicho espacio como apropiado para el uso y consumo infantil. Para ello, establecen como variables esenciales la variedad de los contenidos, la segmentación de la audiencia y la adaptación de éstos en función a la edad del menor, así como la manifestación de ciertos aspectos formativos que desarrollen la personalidad del niño fomentando valores como el amor, el respeto, la solidaridad... sean éstas pues, las variables esenciales para definir a Playhouse Disney como un buen canal de televisión infantil. Dicho estudio concluye exponiendo que el cien por cien de las series animadas expuestas y analizadas son de entretenimiento, y establece que la formación y la educación no están reñidas con este parámetro; se considera, por tanto, como la variable indispensable para una producción de calidad.

Traspassando fronteras y cubriendo el territorio internacional, se ha de señalar un estudio realizado en Chile llevado a cabo por el Consejo Nacional de Televisión de Chile en el año 2002. En uno de sus apartados se refleja la calidad de la programación infantil tras un análisis de determinados programas de la totalidad de los canales de la Televisión Abierta de la Región Metropolitana. En este caso, se tomaron como parámetros de calidad del audiovisual los siguientes criterios: la ausencia de contenidos de violencia, ausencia de contenidos sexuales inapropiados para los menores, ausencia de un lenguaje grosero y/o descalificador y la presencia de contenidos educativos (cognitivos, socio-emocionales, informativos y/o corporales o de actividades manuales). De todos estos parámetros se concluyó que tan solo el que hacía alusión a la ausencia de contenidos sexuales inapropiados para menores de edad se cumplía, el resto en mayor o menor medida eran quebrantados (Consejo Nacional de Televisión de Chile, 2002). Como así señalara Victoria Tur en su comunicación “La medida de la calidad en los contenidos audiovisuales en televisión destinados al *target* infantil (4-12 años). Un estudio retrospectivo” (2003), la conceptualización de la calidad audiovisual dirigida a niños tiene unas constantes comunes y una serie de elementos que cada país particulariza con el fin de acomodar

el modelo a su realidad social. “En el caso de España –expone- se está trabajando para diseñar un modelo que no excluya ninguna variable que pueda intervenir en la configuración de la calidad [...] vislumbraremos cuatro dimensiones imprescindibles para acometer el estudio científico de la calidad de lo audiovisual dirigido a niños: el estudio de la oferta, del consumo, el estudio del grado de cumplimiento de la regulación existente relacionada con la protección de la infancia en televisión y el grado de entretenimiento suscitado, incorporando en este último punto, la opinión del propio *target* sobre lo que se oferta” (Tur, 2003: 325).

Permaneciendo en el marco internacional es de obligada mención algunos de los trabajos de John Fiske, autor de artículos sobre la comunicación y el género. Entre su extensa bibliografía se ha de destacar títulos relevantes como *Television Culture* (1987) y *Understanding the Popular Culture* (1989) donde se concibe la televisión como cultura popular; se conoce pues, como uno de los teóricos destacados en el estudio del fenómeno de la televisión, los procesos de recepción de las audiencias y la influencia del medio. En relación a los efectos provocados sobre los receptores, Fiske se considera como el principal difusor del pensamiento de Michael de Certeau fuera de Francia del que toma las bases argumentales para el desarrollo del concepto “audiencias activas”, término acuñado por De Certeau en su obra *La culture au pluriel* (1974).

Como uno de los estudios más recientes que pone en relación al medio televisivo con el *target* infantil, es de obligada mención el trabajo realizado por Adriana Rodríguez Sánchez, *Los niños menores de tres años y la televisión. Perspectivas de investigación y debate (1999-2010)*. En él se hace una recopilación de todos aquellos trabajos en los que se analiza el comportamiento de los niños en edad infantil ante determinados programas. Una de las preocupaciones fundamentales es el tiempo que el niño permanece frente a las imágenes emitidas. Entre sus conclusiones se acaba exponiendo que: “tanto la televisión como otros medios electrónicos se convierten en protagonistas en la vida cotidiana de los niños señalando que el tiempo de exposición de éstos ante las pantallas aumenta con el tiempo, la edad y depende de si tienen o no, televisión en su cuarto” (Rodríguez Sánchez, 2012: 61).

Finalmente, y como base enriquecedora de cualquier estudio sobre el medio televisivo, cabría mencionar a Horace Newcomb quien en 1976 presentó su obra *Television, the critical view* con la que se plasma, de un modo crítico, los distintos ámbitos que conforman los *mass media* y las posibles oscilaciones en cuanto al concepto televisivo para los diferentes tipos de audiencias.

Capítulo 2:

Objetivos

El estudio que nos atañe tratará de poner en pie una serie de pautas referenciales a las que acogerse para demostrar que la televisión, como medio de comunicación de masas y espejo de la realidad social, ha favorecido la representación de géneros otorgando preeminencia al género masculino frente a una imagen reducida y simplificada ceñida a estereotipos relacionados con la de la mujer.

Los posibles desequilibrios existentes no entienden de géneros televisivos pero en lo que respecta a la animación se habría de incidir de un modo más acentuado dado que se considera a éste como el género primero que pone en contacto al niño con la televisión; la animación entendida como la cuna donde se forja una determinada conciencia social, la base de la que nace una nueva sociedad y en la que se desarrollan muchos de los productos que resultan ser nocivos para el crecimiento de una comunidad influenciada por lo representado a través de los medios.

Como así expusiera Francisco Sacristán Romero (2005), cada vez hay más actos de violencia gratuita en cualquier tipo de género. La mayoría de estudios certifican que está aumentando el número de escenas con violencia física y psicológica en las películas y series de televisión. Con demasiada frecuencia dichas escenas aparecen descontextualizadas sin contar con la corrosión y disolución de valores morales,

sociales y culturales. Por ello, expone que la pregunta sobre los efectos que la violencia ejerce sobre niños y niñas no debe circunscribirse a un mero interrogante de tipo causa-efecto, sino que debería examinarse el papel que la televisión desempeña como creadora y portadora de un ambiente cultural y simbólico del que cada vez dependen más personas para la formación de sus conceptos sobre la sociedad y el mundo real. Pero, ¿por qué el individuo se siente atraído por la violencia tanto física, psíquica como simbólica? Según el autor y en referencia a los adultos, la adicción se da por el denominado “efecto ilusorio”, el hecho de evadirse con su visionado hacia actitudes y comportamientos solo consumibles mediante la pantalla; tal práctica puede repercutir negativamente sobre un público infantil que visualiza más que un contenido excepcional, algo establecido como norma. El motivo de dar importancia a la violencia cuando se está hablando de género se basa en que uno de los motivos por los cuales se establecen diferencias entre ambos sexos se suele sustentar en la superposición de poder del primero ejerciendo una serie de comportamientos sobre la mujer que desembocan en violencia de tipo simbólica, física o psicológica.

La televisión funciona como un medio que proporciona experiencias y un conjunto de valores referenciales por medio del cual, el individuo asume, organiza e interpreta los contenidos siendo ésta la información que dibuja su vida cotidiana. Como ventana individual abierta al mundo recoge además, mediante la ficción y en formato de entretenimiento, la proyección de la diferenciación entre géneros. Entendida como un agente social de primer orden que desempeña un papel fundamental para el acceso al conocimiento de la realidad exterior no solo lleva a cabo la función de informar, sino que se muestra como un medio de entretenimiento, educativo y formativo para el público que lo contempla, de ahí la obsesión por desarrollar un perfil televisivo que transmita valores con el fin de evitar que la creación y asimilación de estereotipos tradicionales abdique en la potenciación de imágenes prototípicas que impregnen el ideario infantil. De hecho, y envueltos en la práctica real, no resulta llamativo que los niños definan e identifiquen a sus más allegados con los personajes animados que traspasan la pantalla y que consolidan sólidos esquemas mediáticos altamente enraizados.

Pero no solo la televisión ha de entenderse como un medio que proyecta agresividad en cualquiera de sus ámbitos, sino que si se tiene en cuenta la influencia cultural, ésta se considera como el factor más importante en la explicación de la violencia humana, o lo que es lo mismo, es la cultura la que nos hace pacíficos o violentos. De este modo, se puede entender a Gerard Imbert (1992) cuando hablaba de la existencia de la cultura de la violencia compuesta por los hechos medibles y las muestras de agresividad implícitas en algunos de nuestros comportamientos, frases y cualquier tipo de actuación social cotidiana. El autor también postula que los medios de comunicación, con su ingente capacidad de propagación de modelos y estereotipos, colaboran eficazmente en la difusión de estas pautas culturales violentas que socializan a los receptores en este tipo de conductas y los predispone favorablemente hacia la violencia (Tresserras, 2003: 735).

Según la concepción y/u opinión que Jaime de Armiñán tiene al respecto de la emisión de contenidos televisivos que pudieran resultar perjudiciales para un determinado tipo de receptor, defiende a la televisión como no culpable de nada, sino que desde su visión, y en todo caso, los culpables serían aquellos que la utilicen para manipular y tergiversar la realidad con un interés determinado. En ese sentido, las consecuencias negativas de los contenidos televisivos y sus efectos adversos han sido y siguen siendo el principal enfoque de críticos e investigadores que han olvidado las cualidades de uno de los medios de comunicación de mayor alcance y popularidad. El uso negativo de contenidos no se ha realizado siempre de un modo consciente pues se ha tendido, en general, a reiterar tópicos y estereotipos sociales que están cómodamente y profundamente instalados en nuestra cultura o en nuestros hábitos y conversaciones diarias. Cualquier intento por modificar este tipo de representaciones es, sin duda, un trabajo difícil y laborioso pero no imposible.

Tomando todo ello como base, la pretensión de este estudio se perfila del siguiente modo:

1. El objetivo primero es analizar el modo de representación (donde se visualizará la violencia tanto física, psíquica o simbólica) de la imagen femenina en el medio televisivo incidiendo especialmente en el ámbito de la animación

considerado éste como punto inicial y fundamental a partir del cual el público infantil comienza a alimentar una determinada imagen de la realidad.

Se entenderá la televisión como un medio hegemónico con capacidad de transmitir una serie de ideas las cuales son asumidas por el público receptor.

Es por ello por lo que se ahondará en el tema de las series de animación más actuales pues, ¿se encuentran en dichos contenidos connotaciones negativas que penetran de un modo nocivo en el imaginario infantil comenzando a perfilar el surco de tales ideas? En su mayoría, dichos productos son digeridos por un público joven y permeable que asume e interioriza tales esquemas como lo verdadero y lo que realmente impera en la sociedad y a partir de los cuales forjarán su personalidad. Se intentará justificar los modos comportamentales entre el género masculino y femenino que actualmente se representan en la animación y por consiguiente, el efecto que provocan en quienes lo consumen.

2. Para comenzar a dar sentido a todo este entramado, en primer lugar se ha de definir el objeto material que ponga en pie tal cúmulo de ideas. El proyecto se hallará imbricado en el ámbito de la comunicación audiovisual de donde se extraerá una serie de conclusiones que verifiquen o refuten la hipótesis, pero más concretamente y como objeto formal, el epicentro del estudio se fijará en el género de la animación, en la emisión de series televisivas a las que los más pequeños dedican parte de su tiempo libre. Alguno de estos productos, aunque figuren dentro de la categoría de productos audiovisuales de carácter infantil, no son destinados de un modo real a este tipo de *target*.

3. La pretensión perseguida se bifurca en dos. Por un lado, se ha de señalar los intentos por hallar unos objetivos que nos colmen de conocimiento en cuanto a la significación de la representación de los estereotipos animados, la posición y preponderancia que ocupan en la realidad. Por ello, a lo largo de toda esta exposición, se desarrollarán apartados centrados en la narrativa audiovisual propia del medio televisivo así como en las teorías de la recepción, significado y sentido, considerados todos ellos como la piedra angular del estudio.

3.1. Por otro lado, y entendiendo a éstos como unos objetivos con un fin analítico, una vez concedores de los tipos y funciones llevadas a cabo por cada uno de los estereotipos de mujeres más comunes representados tanto en la ficción como en la producción televisiva, a partir de un análisis de contenido de las series de animación actuales más reconocidas entre los niños y niñas que han formado parte del estudio, se pretende verificar la acentuada posición de sumisión femenina en los contenidos animados aplicándose como base un repaso por la Teoría Feminista Fílmica, así como la representación de ésta en los distintos formatos televisivos.

4. Habiendo puesto en práctica la aplicación de un método de estudio de rejilla de personajes (de elaboración propia), la finalidad de la investigación será dibujar el perfil del sujeto femenino dentro del panorama de la animación.

Por todo lo expuesto, se tratará el tema acotando los títulos de dichas series en diez entre los más reconocidos de la parrilla televisiva los cuales serán sometidos a un proceso de análisis de contenido del que se extraerá la esencia de los personajes femeninos representados intentando hallar si su modo de representación influye y de qué manera en la percepción del receptor, o si por el contrario adquiere mayor peso en importancia el capital cognitivo de cada uno fruto de la cultura y educación a la estamos sometidos.

5. Para ello, y mediante una metodología cuantitativa, se llevará a cabo un estudio de campo con una muestra, a nivel andaluz, de mil doscientos setenta y cinco niños pre-adolescentes los cuales responderán a una serie de preguntas, a través de un cuestionario, con la intencionalidad de obtener inferencias sobre el concepto que tienen acerca de las mujeres y sus funciones a raíz de las series de animación emitidas en televisión. No obstante, y a pesar de ello, empíricamente los niños se convierten en potenciales consumidores bien por confusión y por ende, permisividad de sus padres o sencillamente porque en España aún no se ha asimilado que la animación no es exclusiva de un público infantil.

6. De este modo, el estudio propone al público pre-adolescente como consumidor potencial de todos aquellos programas que se presentan bajo la animación, lo cual no se entiende más allá de un antifaz que esconde el verdadero rostro de unos contenidos impregnados de connotaciones y dedicados a un público más maduro; productos en los que tanto el lenguaje como el modo de representación de los personajes implica una lectura más a fondo.

7. La intención es poner de manifiesto si el consumo de tales contenidos hace de las personas, personajes violentos y con ideales sin cabida dentro de la realidad social.

Capítulo 3:

Hipótesis

A pesar de las similitudes entre el cine y el medio televisivo este último fue más allá en la medida en que ha podido acceder a una forma de representación en directo, integrando además, toda una serie de elementos que añadían verosimilitud a sus mensajes llegando a considerarse la realidad televisiva como realidad objetiva para el espectador. Tales características han reforzado las dosis de credibilidad otorgándole más fuerza al mensaje. En este sentido, la supuesta función informadora de la televisión, así como su capacidad para presentarse a los públicos como ventana abierta al mundo y transmisora de datos objetivos y veraces, ha conferido al medio una capacidad especial (Callejo, 1995). No se trata solo de que pueda certificar a través de imágenes, o a través del directo, sino que además la labor de información que se atribuye a sí misma le da poder para crear realidades sin que cuenten, en ocasiones, con demasiadas capacidades defensivas o críticas frente a su mensaje.

El producto televisivo ha presentado una gran capacidad para dibujar una realidad verosímil y creíble. El efecto de realidad en la televisión ha facilitado en los espectadores, como puede ocurrir también en el caso del cine, la activación de mecanismos psicológicos como la identificación o la proyección (Ferrés, 1996: 109-110). El mensaje televisivo puede insistir en dimensiones como la información, la educación, el entretenimiento... y en todos los casos se crean las condiciones favorables para que el espectador conciba el mensaje como real, o al menos, como

posible. Las características de la televisión permiten al espectador que pueda seleccionar, entre la amplia gama de contenidos, aquello que satisfaga sus necesidades y en los que incluso verse reflejado. El público podrá obtener referencias de cómo debería actuar o comportarse en situaciones cotidianas y podrá descargar sus deseos u obsesiones en las tramas que se articulan en la pequeña pantalla.

A través de la televisión, buena parte de los ciudadanos tienen conciencia de lo que existe, de lo que define la actualidad política, económica y social de su entorno. Se produce entonces una igualación entre la realidad televisiva y la realidad objetiva, puesto que para el espectador lo que ocurre se percibe a través de esa ventana (Gerbner, 1986). Eso quiere decir, que este medio se convierte no solo en transmisor de noticias, sino en constructor de realidades. Por lo tanto, este particular espejo que es la televisión más allá de adquirir el carácter de fuente de información, desinformación o entretenimiento, también realiza tareas socializadoras. Las historias contadas tienen la capacidad de convertirse en referencia de comportamientos y actitudes no deseables en la medida en que lanza modelos que pueden ser asumidos por los espectadores. En definitiva, se trata de un elemento más en la construcción de una realidad comunitaria compartida denominada como “imaginario colectivo”.

Centrados en el binomio infancia-televisión, se ha de señalar la existencia de estudios pioneros al que en estas líneas se redacta.

El primer gran estudio europeo que pretendía medir el impacto del medio televisivo en el colectivo infantil tuvo lugar en Gran Bretaña en 1955. Se desarrolló una investigación por encuesta en la que maestros y niños, entre trece y catorce años, fueron sondeados acerca de diferentes dimensiones del consumo televisivo. El resultado de esta investigación se materializó en el libro *Television and the Child: An Empirical Study of the Effects of Television on the Young*, en el que Himmelweit, Oppenheim y Vince registraron algunos efectos de la exposición infantil a este medio. De este modo, señalaron cómo el consumo televisivo se había convertido en su principal actividad de ocio, lo cual supuso una reducción en la exposición de estos públicos a otro tipo de mensajes mediáticos. No obstante, de tal estudio no se puede desprender que esto genere necesariamente comportamientos violentos, aunque sí

puede ir asociado a ciertas carencias psicológicas e incluso puede dificultar el desarrollo de habilidades necesarias para trabar relaciones sociales significativas (Himmelweit, Oppenheim y Vince, 1958). Por otra parte, y desde una óptica diferente, se ha de señalar una investigación llevada a cabo por Bandura y sus colaboradores Ross y Ross en la que se pretende conocer cómo los mensajes televisivos que muestran una secuencia de actuaciones violentas pueden llegar a generar comportamientos violentos en los niños espectadores. Los investigadores concluyeron la posibilidad de que generen efectos imitativos violentos como consecuencia de este tipo de exposiciones (Bandura, Ross y Ross, 1963).

Klapper por su parte, plantea un estudio global sobre los medios en el que se contempla de manera detenida el papel de la televisión y sus efectos sobre los públicos, especialmente infantiles. De este modo, el autor inicia su exposición partiendo de ciertas generalizaciones o hipótesis que, de alguna manera, se convierten en el eje alrededor del cual se ha de articular su discurso. Aquí ya deja constancia de uno de los supuestos fundamentales que subyace a su argumento: los mensajes mediáticos “no constituyen, normalmente, causa necesaria y suficiente de los efectos que producen sobre el público” (Klapper, 1960: 9). A la hora de estudiar la relación entre opiniones, actitudes, comportamientos de los públicos y mensajes mediáticos es necesario tener en cuenta una maraña de factores, o elementos mediadores, que dibujan el contexto en el que se produce la emisión y la recepción del mensaje.

Se puede interpretar que el mensaje como tal no puede ser considerado la “causa única”, éste ha de ser entendido como un elemento más cuya función final no será tanto la del cambio o conversión, sino fundamentalmente la del refuerzo. La aportación de Klapper, o también conocida como Teoría del refuerzo, supone por encima de todo la defensa de la capacidad de resonancia de los medios.

Siendo la animación el producto esencial para un *target* infantil y considerando la televisión creadora y portadora de imágenes y conceptos entendidos como una realidad verosímil, los niños y niñas construyen su constructo cognitivo, además de por otros aspectos externos a los *media*, por lo consumido a raíz de ésta hallando en sus contenidos modelos de imitación e identificación con los que construir su realidad

entendiendo que el comportamiento manifiesto por los personajes, mujeres en este caso, no están sometidos a ningún tipo de violencia; no perciben el maltrato psicológico, simbólico o la sumisión como un tipo de violencia.

Por todo ello, y centrados en el género de la animación como constructor de historias y por tanto, emisor de “realidades”, se plantea que buena parte de ***las series de animación para niños continúan manteniendo las estereotipias patriarcales en los personajes femeninos, hecho que pasa desapercibido para los niños y niñas pre-adolescentes.***

Capítulo 4:

Metodología. Técnicas y procedimientos en el análisis

4.1. El método cualitativo y cuantitativo como técnicas de investigación

El estudio que ahora se esboza viene determinado tanto por un sistema de investigación cualitativo con el que se pretende alcanzar un análisis detallado de las unidades estudiadas, como cuantitativo, con el que se intentará medir la interpretación que el público infantil tiene sobre la imagen femenina proyectada a través de la animación.

En la metodología cualitativa, al primar la comprensión directa del mundo social, se afrontan menos problemas de validez que en la metodología cuantitativa, sin embargo, hay que reconocer que al margen de la interpretación subjetiva, toda información cualitativa debe afrontar el problema de su verdad objetiva y de si constituye una descripción acertada de un hecho, una actitud o creencia de la vida real. Los análisis cualitativos, por lo general, estudian a un individuo o una situación, unos pocos individuos o unas reducidas situaciones. Mientras que el estudio cuantitativo pretende generalizar algún aspecto, aunque sea éste marginal, el cualitativo pretende más bien profundizar en ese mismo aspecto; su base investigadora insta un análisis más vertical que horizontal.

Aunque a primera vista ambas metodologías se entienden contradictorias, Morse (1994) apuntaba que “dentro de lo cualitativo también cabe la posibilidad de utilizar métodos cuantitativos que puedan dar respuesta a algunas cuestiones concretas de la investigación”; de esta forma son los datos cuantitativos los que se incorporan en un estudio cualitativo.

Ambas perspectivas han llevado a cabo un proceso convergente y de reconocimiento mutuo. La perspectiva cuantitativa ha aflojado en alguna medida el énfasis en la construcción de teorías a través de la modelización y simulación; la cualitativa ha seguido con su énfasis en la construcción y generación de teorías, aumentando el aspecto verificativo y confirmativo (Alvira, 1983: 73).

Los datos cuantitativos y cualitativos son dos formas de aproximación a la realidad educativa que no son mutuamente excluyentes, sino que pueden llegar a ser fácilmente integrables (Wilcox, 1993), ambas quedan definidas como una triangulación metodológica: utilización de múltiples métodos para el estudio de un problema simple.

La investigación cualitativa plantea que observadores cualificados puedan informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás (Rodríguez, Gil y García, 1996: 62). “Toda investigación cualitativa, incluyendo la evaluación cualitativa, es y debe ser guiada por un proceso continuo de decisiones y elecciones del investigador” (Pitman y Maxwell, 1992: 753).

Los investigadores se aproximan a sujetos que están presentes en el mundo y que ofrecen información sobre sus propias experiencias y opiniones definiendo y confinándole sentido en su marcha socio-evolutiva. Así, en este caso e inmersos en la etapa reflexiva del estudio, se toma a los niños como un grupo potencial a investigar mediante los cuales se obtendrá información sobre su visión actual de la imagen femenina animada; los niños conformarán la sociedad futura por lo que el cultivo cognitivo inicial, forjado a través del consumo televisivo, resulta primordial para su desarrollo en base a la percepción de género poniéndose de relieve dos pilares fundamentales: la práctica educativa diaria en base a una preocupación social.

Por su parte, la tendencia del análisis cuantitativo a generalizar y universalizar sus descubrimientos le obliga a estudiar el mayor número de casos en representación del colectivo general, de ahí la importancia que adquiere el muestreo en este tipo de estudios. Por ello, el tamaño de la muestra en este caso es de unos mil doscientos setenta y cinco individuos a analizar en representación de los niños y niñas a nivel andaluz en el periodo de pre-adolescencia.

De modo que, habiendo realizado y expuesto todos los procedimientos propios de la metodología cualitativa y una vez alcanzado los resultados, se procederá a medir los hechos obtenidos y a extraer conclusiones porcentuales de la muestra analizada, cumpliéndose así lo característico de lo cuantitativo.

4.1.1. Selección de muestra y corpus de estudio

Para la construcción del *corpus* de mensajes a investigar se tendrá en cuenta una muestra representativa del número de diez series de animación actuales. El motivo de selección de tales títulos viene dado tanto por la repercusión y reconocimiento que los niños les dan en la actualidad, así como por su capacidad de influencia en el público infantil y adulto.

Con vistas a la consecución de una serie de resultados, y mediante la inducción de carácter empírico, se llevará a cabo el proceso del análisis de contenido, un método basado en la construcción de esferas de acción proporcionadas por la Narrativa Audiovisual y la Teoría Feminista Fílmica. Una vez inmiscuidos en dicho método, se tratará de exponer una serie de unidades (palabras, expresiones, símbolos, personajes,...) que corroboren la estereotipia de la mujer manteniéndose como base de estudio la rejilla de personajes que se expone a continuación a partir de la cual se extraerán las características básicas que definen al personaje, reflexionando e interpretando posteriormente, aquellos elementos que dibujan la figura femenina. Por todo ello, y para la elaboración de todo este entramado, ha sido preciso recopilar una serie de datos provenientes de diferentes fuentes.

Para la puesta en marcha de tal estudio se ha procedido al visionado y posterior análisis de los personajes femeninos de cada una de las series, lo cual constituiría el

fluir de las fuentes primarias para *a posteriori* pasar a complementar el estudio con soportes de carácter literario con los que diseñar todo el cuerpo teórico como antesala del trabajo de campo del que se extraerá las inferencias.

Dada la amplitud de títulos existentes en la animación, el estudio se delimitará a aquellas series más reconocidas entre los niños y niñas encuestados: *American Dad* (Antena.Neox, 2005-2012), *Bob Esponja* (1999-2012), *Doraemon* (1979-2012), *Inazuma Eleven* (2008-2012), *Padre de Familia* (1999-2012), *Los padrinos mágicos* (2001-2012), *Phineas y Ferb* (2008-2012), *Shin-chan* (1992-2012), *Los Simpson* (1989-2012) y *Las Suprmenas Z* (2006-2012).

Se ha de precisar que para conocer el perfil de los personajes femeninos se procedió al visionado de las primeras temporadas de todos los títulos mencionados con la intencionalidad de extraer conclusiones acerca de las características de cada uno de los personajes femeninos representados.

No menos importante es incidir sobre el hecho de que aunque tales producciones vayan destinadas a un público concreto, los contenidos de éstas oscilan en inocencia, es decir, existen algunos títulos que a pesar de ir destinados a un público joven cuentan con una narrativa que lleva implícita pinceladas de ironía y sarcasmo propias de un público más adulto. Y es ahí donde se sumergirá este trabajo, en la observación de la capacidad y el nivel de influencia que sobre los más pequeños provocan tales representaciones; imágenes que disfrazadas de animación albergan contenidos nocivos para un público carente de un filtro que rechace las connotaciones negativas impregnadas.

4.1.1.1. Ficha de análisis

FICHA DE ANÁLISIS DE LOS PERSONAJES FEMENINOS EN LAS SERIES DE ANIMACIÓN

DATOS TÉCNICOS

GÉNERO.-

NOMBRE DE LA SERIE.-

DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN.-

PAÍS DE ORIGEN.-

CADENA ORIGINAL DE EMISIÓN.-

AÑO DE LA PRIMERA EMISIÓN.-

DURACIÓN DE CADA CAPÍTULO.-

PERSONAJES QUE DIBUJAN EL CONTENIDO.-

PÚBLICO OBJETIVO.-

NÚMERO TOTAL DE TEMPORADAS.-

TEMPORADA ANALIZADA.-

TÍTULO DEL CAPÍTULO A ANALIZAR Y CONSIDERADO COMO REFERENCIA.-

MUJERES EN ACCIÓN

NÚMERO DE MUJERES PRINCIPALES QUE APARECEN.-

DESCRIPCIÓN DEL PERSONAJE

DIMENSIÓN FÍSICA:

-NOMBRE.-

-SEXO.-

-EDAD.-

-ESTADO CIVIL.-

DIMENSIÓN PSICOLÓGICA:

-PERSONALIDAD.-

-CONFLICTOS INTERNOS.-

-OBJETIVOS Y METAS.-

DIMENSIÓN SOCIOLÓGICA:

-ÁMBITO PROFESIONAL.-

-CONFLICTOS EXTERNOS.-

PERSONAJES COMO PERSONA:

-RASGOS INDICIALES.-

-RASGOS ARTIFACTUALES.-

PERSONAJE COMO ROL.-

PERSONAJE COMO ACTANTE.-

PERSONAJES SECUNDARIOS FEMENINOS.-

CONTRAPOSICIÓN CON LOS PERSONAJES MASCULINOS.-

OTRAS CONSIDERACIONES GENERALES RESPECTO A LA POSICIÓN DE LA MUJER.-

CONCLUSIONES.-

La pretensión perseguida con el esbozo de tal rejilla basada en los modos de análisis de la narrativa fílmica y televisiva no es más que la de analizar al detalle las características propias de los personajes femeninos expuestos en uno de los productos con mayor demanda a favor del entretenimiento. Unas imágenes cuya proyección puede tomar cierta autonomía concibiéndose como lo realmente verídico. Los aspectos más relevantes a destacar dentro de dicha ficha son tanto la dimensión psicológica, la contraposición con los personajes masculinos, así como otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer obteniéndose de éstos, datos de elevada importancia para perfilar cómo se define a la mujer en sí misma frente a la imagen y al reconocimiento que mantiene en sus relaciones sociales sobre todo masculinas.

4.1.2. El análisis de contenido y el cuestionario como técnicas de recogida de datos

Siendo la observación el modo más espontáneo y antiguo de recoger información y la entrevista la práctica más popularizada por los investigadores actuales, el análisis de contenido se configura como el más amplio, universalizado y rico de los métodos para llevar a cabo la tarea del análisis y estudio de un texto bien literario o audiovisual. Del contenido de cualquier tipo de texto se puede extraer información relativa a las características personales o sociales del autor del mensaje, así como del público al cual va dirigido. Llegar a captar en su plenitud este contenido implica que, a través de la lectura, se extraigan inferencias del texto a su contexto.

El análisis de contenido ha de entenderse pues, como una práctica que se presenta útil ante cualquier estudio en el ámbito de las ciencias sociales. Concretamente en el espacio comunicativo y según expuso Clemente, ha de definirse como

una técnica de recogida de información que debe reunir todos los requisitos científicos necesarios como técnica de medida, más los que se refieren a un sistema de creación de categorías que, empleado dentro del esquema general de una investigación, obtiene información numérica y cuantificable a través del contenido manifiesto de un documento, con lo que permite descubrir aspectos del mismo que no figuran en él de manera directa, evitando el problema de la obstrusividad y que es de gran ayuda para el estudio de todos aquellos procesos en los que está implícita la influencia social (Clemente y Santalla, 1991: 16).

Ante todo ello, Bardin añade que en esta investigación interviene otro tipo de integrantes distintos al código escrito, principalmente la imagen en movimiento, pues se trata de una técnica que es “aplicable a toda forma de comunicación, cualquiera que sea la naturaleza del soporte [...] todo transporte de significaciones de un emisor a un receptor debería poder ser descrito y descifrado por la técnica del análisis de contenido” (Bardin, 1986: 22).

El análisis de contenido, que no es exclusivo de alguna de las metodologías planteadas, en su vertiente cualitativa parte de una serie de presupuestos según los cuales un texto cualquiera equivale a un soporte en el que, y dentro del cual, existe una serie de datos que:

1. Tienen sentido simbólico y que este sentido puede ser extraído de los mismos.
2. Este sentido simbólico no siempre es manifiesto.
3. Este sentido o significado no es único, sino que es (o puede ser) múltiple en función de la perspectiva y del punto de vista desde los que sea leído el texto. Un mismo texto contiene muchos significados, lo cual significa que:
4. El sentido que el autor pretende dar al texto puede no coincidir con el sentido percibido por el lector del mismo.
5. El sentido del texto puede ser diferente para lectores diferentes.
6. Un mismo autor puede emitir un mensaje de forma que diferentes lectores puedan captar sentidos diferentes.
7. Un texto puede tener un sentido del que el propio autor no sea consciente.
8. Un texto puede tener un contenido expresivo y un contenido instrumental (Ruiz Olabuénaga, 1996: 196).

Por ello, y de acuerdo con lo establecido por este autor, se ha procedido al análisis de las series de animación seleccionadas en busca de datos que evidencien la narrativa de la animación actual, una información que no albergará un mismo significado para todos los sujetos seleccionados, sino que ésta variará en función del capital cognitivo del niño y su entorno social más inmediato.

4.1.2.1. Diseño del trabajo de campo

Una vez hallada la información pertinente que compone el contenido animado actual, es conveniente desplazarse hasta el escenario real del estudio para comprobar los verdaderos efectos causados en los más jóvenes.

El estudio se ha desarrollado a nivel andaluz tomando como muestra el número de mil doscientos setenta y cinco niños en edades comprendidas entre los diez y doce años; niños en edad pre-adolescente¹ pertenecientes a colegios tanto públicos como privados por si hubiese algún tipo de disparidad en cuanto al estatus social se refiere, así como centros urbanos y rurales con la intencionalidad de no provocar exclusión alguna.

El procedimiento seguido para la realización del estudio de campo ha sido el siguiente. Se ha dividido la Comunidad de Andalucía en Andalucía occidental y oriental eligiendo dos provincias de cada una de las partes con la pretensión de alcanzar el equilibrio territorial: Sevilla, Córdoba, Málaga y Jaén. Habiendo seleccionado una serie de centros por provincias, se ha procedido al ofrecimiento tanto de la carta oficial del estudio como el dossier del mismo para que una vez estudiado por la directiva de cada una de las escuelas acepten o rechacen su participación en tal actividad.

El periodo de duración del estudio de campo comprendió desde el mes de octubre de 2011 hasta el mes de enero de 2012, siendo los colegios participantes los que a continuación se mencionan: CEIP *Juan XXIII* (41002633), Marchena, Sevilla; CEIP *Adriano del Valle* (41007308), Sevilla; CDP *Calderón de la Barca* (41005014), Sevilla; CEIP *Ntra. Sra. De Linares* (14001761), Córdoba; CEIP *San Sebastián* (14005225), Palma del Río, Córdoba; CEIP *Mirasierra* (14600981), Córdoba; CEIP *Salvador Vinuesa* (14001657), Córdoba; CDP *Reales Escuelas Pías de la Inmaculada Concepción y San Francisco Javier* (14002251), Córdoba; CEIP *La Mata* (29601859), Cártama, Málaga; CEIP *Ntra. Sra. De los Remedios* (29002046), Cártama, Málaga; CEIP *Peñamefécit*

¹ El concepto de pre-adolescencia queda enmarcado entre los diez y doce años de edad, periodo en el que el niño comienza a diferenciar la realidad de la ficción. Piaget así lo expone en las cuatro etapas del desarrollo cognitivo.

(23002152), Jaén; CEIP *Ntra. Sra. De la Capilla* (23002267), Jaén y el CEIP *Agustín Serrano de Haro* (23002188), Jaén.

Para acceder a las sensaciones de una persona, sus creencias, sentimientos, motivaciones y/o experiencias no basta solo con la observación de la conducta de un individuo, sino que se ha de acudir a otras técnicas de recogida de información más precisas.

El cuestionario se constituye como uno de los métodos más directos para la consecución de datos tanto objetivos como subjetivos del individuo encuestado. En su elaboración convergen distintas fases que van desde la construcción de un conjunto de preguntas organizadas en un cuestionario pre-codificado hasta la obtención de respuestas por parte de la muestra pertinente al estudio analizado.

La parte esencial de este método es la traducción de las cuestiones a comprobar en preguntas pensadas para una determinada población. Lo primero es la formulación del problema y la determinación de los objetivos de la investigación de forma que pueda deducirse la información que precisa recogerse (Clemente, 1992: 265).

Teniendo en cuenta la muestra poblacional al que va dirigido el cuestionario, la elaboración de las preguntas se ha visto sometida a un proceso atento y selectivo.

Las preguntas, tal y como señala Sierra, son “la expresión en forma interrogativa de las variables empíricas o indicadores respecto a los cuales interesa obtener información” (Sierra, 1988: 306). Por tanto, “es en las preguntas, en su capacidad para suscitar respuestas relevantes, fiables y válidas donde se encuentra el soporte básico de la investigación” (Clemente, 1992: 265).

En este caso, en su mayoría, se tratan preguntas abiertas y de carácter de opinión, otorgando total libertad al entrevistado para responder en sus propios términos sin circunscribirse a alternativas planteadas por el entrevistador, aunque esto suponga un proceso más dificultoso para la obtención de los datos explicitados. La organización del cuestionario se ha visto ajustada a los objetivos de la investigación.

Antes de formular la pregunta ha de plantearse lo que se pretende obtener con ella, lo cual favorecerá a rechazar las cuestiones irrelevantes las cuales pueden suponer incomodidad al sujeto entrevistado a la hora de su exposición de ideas. Por ello, y dada la escasa edad de los individuos elegidos, se ha elaborado una serie de preguntas de carácter objetivo, redactadas de forma personal y directa, ajustando las respuestas, a veces, a "Sí/ No/ A veces/ NS-NC"; cuestiones breves y de fácil comprensión evitando palabras que no tengan un significado uniforme para toda la muestra ni usando vocablos que alberguen una reacción estereotipada además de preguntas plasmadas en forma negativa. El cuestionario en funciones está constituido por treinta y una preguntas, las cuales persiguen, en primer lugar, dibujar el contexto del niño para posteriormente poder extraer respuestas que pongan en relación directa la realidad que los rodea con los contenidos animados visionados en la televisión. Del total de las cuestiones plasmadas, el presente estudio se centrará en el análisis concreto de dieciocho variables que evidencien la percepción que los niños y niñas tienen de la mujer a raíz de lo proyectado en las pantallas. Microsoft Office Excel ha sido el programa informático empleado para la organización de las preguntas y respuestas obtenidas; haciendo uso de sus hojas de cálculo, en ellas se ha anotado el recuento de los resultados divididos por sexo masculino y femenino. El cómputo total de éstos en función a las variables analizadas será traducido a datos porcentuales que evidencian las distintas opiniones.

4.1.2.2. Cuestionario



Nombre y apellidos:

1. Profesión de tus padres
2. ¿En qué momentos del día ves más horas la televisión?
¿Qué canales ves?
3. ¿Aprendes algo de lo que ves en televisión?
¿Qué aprendes?
4. ¿Por qué ves dibujos animados?
5. ¿Qué hacen tus padres mientras ves la televisión?
6. ¿Te aconsejan sobre los dibujos animados que debes ver?
7. ¿Enciendes la televisión para aprender o para divertirte?
8. ¿Qué es lo que más te gusta de los dibujos animados?
- Son divertidos - Aprendo con ellos -Me identifico con los personajes
¿Y lo que menos te gusta?
9. ¿Ves la televisión para entretenerte?
10. Además de estas series: *Los Simpson, American Dad, Padre de Familia, Shin-chan...* ¿Qué otras series ves?
11. ¿Qué programas son los favoritos de tus amigos?
12. ¿Tienes hermanos mayores?
¿Qué programas ven?
¿Te gustan?
13. ¿Las familias y personajes que aparecen en los dibujos se parecen a tu familia?
¿Qué personaje masculino identificas con tu padre?
¿Por qué?
¿Y con tu madre?
¿Por qué?

14. ¿Quién es tu personaje masculino favorito?
¿Te gustaría parecerte a él?
¿Por qué?
15. ¿Quién es tu personaje femenino favorito?
¿Te gustaría parecerte a ella?
¿Por qué?
16. ¿Son reales las historias que se cuentan en los capítulos animados?
17. ¿Son violentos los dibujos animados que ves? En caso de afirmarlo di qué encuentras violento
¿Por qué los ves?
18. Elige dos series de animación y describe lo que más destaque del personaje femenino principal
Serie 1:
Personaje:
Característica principal:
Serie 2:
Personaje:
Característica principal
19. ¿Detectas violencia en el tratamiento de los personajes masculinos hacia los femeninos?
20. Responden solo los chicos: ¿Te gustaría parecerte al padre de *American Dad* que se caracteriza por ser el héroe, el que hace todo lo que quiere, el que todo lo consigue aunque maltrate a las mujeres?
21. ¿Te gustaría parecerte a Marge Simpon o a Lois (*Padre de Familia*) que solo se dedican a las labores domésticas y a cuidar de sus maridos e hijos?
22. ¿Qué es el maltrato?
A) Pegar a un hombre B) Pegar a una mujer C) Tratar mal a alguien de palabra u obra
23. ¿Consideras normal o inapropiado el comportamiento de los hombres hacia las mujeres en los dibujos animados que ves?

24. ¿Son maltratadas las mujeres que aparecen en los dibujos animados como por ejemplo *American Dad*, *Padre de Familia* o *Los Simpson*?
25. ¿Consideras maltrato hacia los personajes femeninos cuando los masculinos les insultan y/o desprecian?
26. ¿Ves violencia del hombre hacia la mujer en la animación actual? En el caso de afirmarlo indica qué encuentras violento.
27. ¿Crees que los hombres han de comportarse de forma violenta con sus mujeres porque éstas les desobedezcan?
28. ¿Cómo deben comportarse las mujeres con sus maridos? ¿Y con sus hijos?
29. ¿Tienen las mujeres que hacer caso a sus maridos aunque no estén de acuerdo con sus decisiones?
30. ¿Quién debe encargarse de cuidar a los niños y realizar las tareas domésticas un hombre o una mujer?
31. Crees que una mujer puede abandonar su sueño de ser médico, abogada, profesora... cuando encuentra al hombre de su vida, se enamora y pasa a dedicarse al cuidado pleno de su marido e hijos?

Capítulo 5:

Fundamentos teóricos

5.1. La narrativa audiovisual como base del discurso fílmico

5.1.1. La narrativa en el género televisivo

Con el surgimiento de la televisión, la semiótica, al igual que hiciera con el cine, se centró en hallar un sistema cerrado y homologado de signos, pero nuevamente se topó con que en este caso la televisión estaba impregnada de un conjunto cambiante y heterogéneo de elementos.

Para el estudio de la televisión, y dada la escasez de referencias bibliográficas previas, los analistas tomaron como punto de partida las teorías propias elaboradas para el género cinematográfico resultando curioso que tanto para los estudios de cine en su momento, como ahora la televisión, se hubieran de apoyar en disciplinas anteriores.

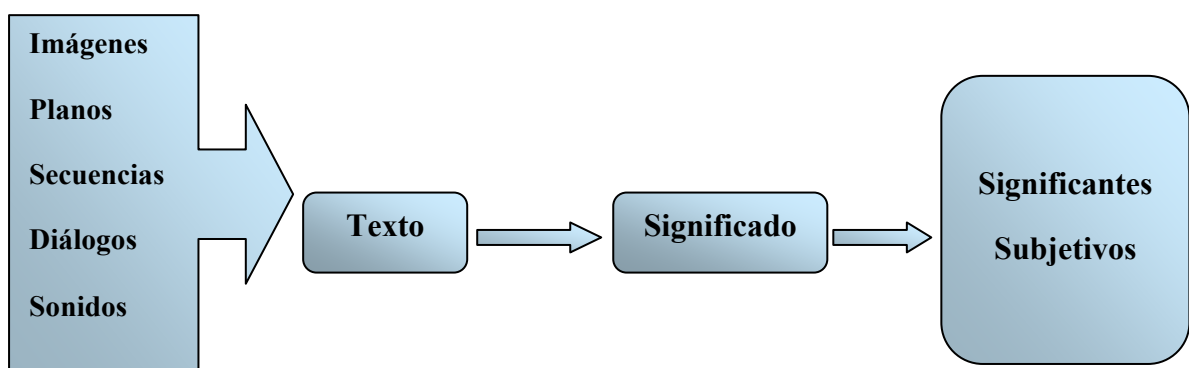


Actualmente, nos encontramos en un proceso de continuo cambio dado el revolucionario escenario en el que se desarrollan las tecnologías, todo un panorama en el que los medios de comunicación, entre ellos la televisión, están en continua transformación, y con ella sus contenidos tanto de carácter ficcional como de no ficción; es por ello por lo que la narrativa televisiva fue paciente de un gran retraso en

cuanto a términos narrativos como consecuencia directa de la demora propia de la narrativa fílmica solo estudiada en términos de ficción. Se presenta pues, una de las características del medio televisivo: la diferenciación en sus discursos con contenidos tanto de pura ficción como no ficcionales.

Pero no solo es destacable este aspecto, sino que se ha de incidir en la capacidad de fragmentación dentro de sus discursos: fragmentación no tanto de diversidad de canales y distintos soportes, sino de sus contenidos bien seriales o episódicos con la capacidad de organizarse en un todo final con coherencia textual.

Los medios son instrumentos puestos al servicio de una función narrativa donde se construyen significados dependiendo de la forma y la expresión de los elementos plasmados. Al igual que el texto fílmico, el discurso televisivo es concebido como un sistema articulado según una sucesión de diferentes elementos como imágenes, planos, secuencias, diálogos y sonido entre otros, que dispuestos por sí solos se constituyen como unidades puramente objetivas, pero agrupados todos ellos adquieren la capacidad de integrarse constituyéndose como un todo que sigue proyectando significado; un todo que conforma una historia. Este resultado a su vez, se desliga de tal significación para pasar a tomar originales dimensiones significativas, nuevas interpretaciones ya subjetivas según el constructo tanto personal como cognitivo del sujeto receptor.



En los medios audiovisuales no solo se nos muestran imágenes, sino que éstas hay que relacionarlas con el resto, las cuales albergan significados simbólicos que no solo dependen de sus orígenes, sino incluso de la percepción del espectador; lo que en cine

se denomina percepción en la práctica televisiva se le conoce como identificación. Así, Casetti constata que: “a primera vista parece completamente evidente que cada *film*, mediante la elección de ciertas partes de la realidad, de ciertos tipos de toma, nos proporciona informaciones, impresiones e ideas, es decir, nos ofrece un sentido y hace de él la auténtica apuesta” (García García, 2006: 125).

Parafraseando a González Requena, el fenómeno de la identificación narrativa ha sido estudiado por diferentes disciplinas entre las que destaca el psicoanálisis que propone dicha identificación en un proceso por el cual el receptor se auto-considera sujeto protagonista de la narración. La historia se convierte en el plano simbólico en el que cada individuo confecciona sus conflictos internos. El receptor adopta una posición mental que conlleva a una actitud crítica, más o menos consciente, descendiente de la cultura y de la situación en la que se produce la comunicación.

A modo de ejemplificación directa, se ha de aludir a la percepción de un programa de televisión en el que existe un conjunto de elementos que dan lugar a una identificación del receptor pero en este caso denominada, según la Doctora Guarinos, como una identificación imaginaria.

Se recuerda que la neotelevisión establece un pacto comunicativo por el que el espectador asume una participación directa imaginaria en el hecho exhibido. En virtud de ese pacto no resulta en ningún momento fuera de lugar el discurso verbal directo al espectador, la mirada continua a la cámara y otras técnicas propias de los presentadores de televisión. De un modo más encubierto, pero igualmente mecanismo de continuación de ese pacto, son las risas o los aplausos grabados que se utilizan en determinados programas, o la misma presencia del público en el plató, índice de que existe un sitio para el espectador y que no es más que la conversión del receptor en parte del espectáculo, actante destinatario simbólico que sirve para crear la ficción de la proximidad con el que, gracias al pacto, el espectador se identifica (García García, 2006: 253). La posición del individuo tanto ideológica como espacial son dos puntos sobresalientes dentro de la percepción y entendimiento de la obra.

El sentido ideológico que proyecta el texto aparece implícito de manera discreta solo apreciable por aquellos con una gran capacidad lectora, analítica y crítica a la vez, ejerciendo un cierto grado de presión e influencia sobre el destinatario que crea nuevas conclusiones al combinarlas con su posicionamiento ideológico propio. El análisis de la ideología resulta, por ende, fructífero tanto en el plano del discurso, en el que atañe la descripción de elementos técnicos propios de la construcción de la narración audiovisual, como los motivos, los temas sociales... en la medida en que denuncian su pertenencia a un sistema ideológico articulado de forma más o menos coherente como en el ámbito sociocultural y contextual abarcando así, la ponderación de las potencialidades no audiovisuales y extraficciones de narrativa (García Jiménez, 2006: 80).

Mientras tanto, el espacio en el que se ubica el espectador al recibir el contenido es referido al ámbito de la cotidianidad. El espectáculo es dado en el espacio del juego por lo que el uso de la televisión ha hecho del escenario de dicho espectáculo un hábito y una costumbre, una asunción dotada de normalidad en unos contenidos a veces estridentes. Los espacios se constituyen en función de las relaciones intrínsecamente relacionadas entre sujeto-objeto, destinador-destinatario consiguiendo en este último vínculo que el espectador consiga implicarse tanto con el espacio representado que lo hace como suyo propio, lo extrapola a su terreno llegando a considerarse bien protagonista del mismo o intentando reflejarlo en su contexto personal donde realizará las mismas acciones que los personajes ficticiales creados para la pantalla.

Este es el germen de lo que se puede considerar un como un problema social. Es tal la capacidad de absorción que tiene la televisión que arrastra al espectador a su terreno persuasorio y hegemónico. Uno de los géneros que más puede preocupar es el de las series de animación infantiles; cómo éstas que en un principio han de desempeñar un papel de entretenimiento, y en cierto modo educativo, emiten un contenido que será interpretado de diferentes modos por sus receptores. Sobre todo preocupa la posición interpretativa que adopta el personaje femenino y las posibles lecturas y aplicación en

la realidad a partir de dicha construcción ficcional que se le puede asociar. Una proyección de imagen estereotípica negativa envuelta por un velo de entretenimiento.

5.1.2. *Teorías de la percepción, significado y sentido*

La recepción cinematográfica y su posterior reinterpretación han sido objeto de estudio desde los comienzos interviniendo en ella factores de diversa índole. Para Bordwell, la narración es un proceso mediante el cual se ofrecen indicios en los que el espectador aplica sus esquemas y reconstruye la historia. El dar un sentido diferente a la intención primera manifiesta por el autor supone la creación de un nuevo discurso, un nuevo texto configurado como afluente del principal. Esta creación de renovados sentidos surge del proceso abierto de lectura al que se expone la proyección frente a la actitud del espectador que interpreta según su propia ideología y situación social. Por tanto, no se ha de considerar al receptor como aquel objeto pasivo ante el texto, audiovisual en este caso, sino más bien como un sujeto activo y constructor de uno nuevo. Para ello, y siguiendo a Roger Odin, el consumidor de un *film* es instado a realizar una serie de operaciones previas a la configuración de un significado. El autor enumera siete fases con las que crear una nueva interpretación.

1. Se ha de comenzar por la figurativización con la que reconocer los distintos signos plasmados.
2. Una diegetización con la que construir un mundo.
3. La narrativización a través de la cual producir un relato.
4. La mostración para designar como real el mundo mostrado.
5. Creencia, colorario de la mostración.
6. Homogeneización de la narración gracias a la complicidad de las distintas estancias y finalmente,
7. el reconocimiento del estado ficcionizante del enunciador.

Todo lo hasta ahora expuesto sobre la lectura interpretativa del consumidor viene a ser cumplimentado por el artículo "Encoding and Decoding" de Stuart Hall en el cual se afirma que los textos no tienen un significado unívoco, sino que pueden ser interpretados de diversos modos y que para ello se lleva a cabo tres tipos de lecturas.

Por un lado, aquella denominada como lectura dominante producida por un espectador cuya posición es asumir la ideología y la subjetividad que se proyecta. En segundo lugar, una lectura negociada en la que el espectador interioriza lo emitido juzgándolo de manera crítica según su situación personal y social. Y como última variante de interpretación, una lectura resistente sobre la que la conciencia social del receptor se opone directamente con la ideología transmitida (Hall, 1973).

5.1.2.1. Construcción de la recepción

Como consecuencia de la civilización de masas, los sujetos se constituyen como meros consumidores de una serie de mensajes puestos en circulación los cuales estarán supeditados a distintos modos de recepción según las circunstancias propias de cada individuo. Aunque en un principio el mayor volumen de investigaciones sobre los modos de recepción se centrara en los efectos de la propaganda política y bélica norteamericana, dichos procesos también presentan cabida dentro de los estudios de la comunicación siendo en este campo donde la audiencia se conforma como un factor de esencial relevancia en todo el proceso, entendiéndose ésta como un sector delimitado a la vez que activo en la capacidad de observación; el interés por su análisis es uno de los principales objetivos de estudios de comunicación. Lasswell concentraba así sus trabajos de investigación en el acto de la comunicación incidiendo sobre los efectos y el impacto público, individual y colectivo de la información vehiculada por los medios de socialización en detrimento del análisis y el control de éstos. "Ya en las primeras investigaciones en los años treinta se subrayaba que la variabilidad de los efectos dependía de una cantidad de factores externos a los *media* relacionados con las características del individuo, de su ambiente y del contexto en el que se manifiesta la fruición de los contenidos" (Wolf, 1994: 18).

Desde entonces y hasta la fecha, como así apunta Francisco Sierra Caballero, los estudios de recepción desarrollados han logrado sistematizar un *corpus* amplio de información teniendo en cuenta componentes básicos en la comprensión y dinámicas receptoras de apropiación y dialéctica informativa:

- Elementos sociodemográficos.
- Códigos o pautas de codificación.
- Contextos histórico-productivos de configuración de espacio público.
- Factores de percepción y cognición.
- Elementos culturales de identificación social (Sierra, 1999: 434-435).

5.1.2.2. El mensaje emitido: desde el emisor al receptor

Desde Hobbes, quien inculcó la narrativa de poder, hasta Lukes, la narrativa se entiende como todo un proceso cuyo objetivo final es provocar determinados efectos en sus receptores por medio del modelo de la causalidad, una concepción que según Hume en 1902 estaba arraigada a los principios de regularidad.

Para la elaboración de un contenido determinado cabe destacar en su cadena de montaje tanto a sus creadores, quienes tratarán de plasmar una serie de posturas lanzando así diversas interpretaciones de tipo psicológica y moral, como a su público, plenamente definido y protagonista, por tanto, de todo el proceso de transmisión del producto. Desde la construcción narrativa de un texto cualquiera, se puede apreciar ciertas estructuras de poder que elaboradas por su propio creador inciden sobre sus receptores.

Según autores pluralistas, el poder se entiende como una influencia abstracta, una capacidad efectuada por un sujeto con el objetivo de hacerla cumplir a otro individuo impidiéndole de este modo ejercer una determinada actividad por sus propias apetencias. Según este planteamiento, se trata pues de proclamar las intenciones de un ente poderoso con el fin de incorporarlas y hacerlas asumir a otros.

El creador de la obra se otorga la suficiente capacidad de poder para comenzar a establecer un diálogo con su público, un diálogo plagado de pretensiones que alcancen la emoción, el convencer, informar, liberar... (Escarpit, 1971: 96) y generar opinión.

Tales teorías, aptas para el ámbito literario, pueden ser a su vez equiparables al sector audiovisual estableciéndose así una determinada licencia por parte de las altas esferas de poder de la comunicación para la creación y posterior emisión de determinados productos dirigidos a una audiencia pasiva que, en apariencia, los asimila; y se habla de apariencia porque como posteriormente se demostrará, los sujetos receptores realmente figuran como entes activos que asumen el contenido a la vez que lo ponen en relación directa con sus interpretaciones propias otorgándoles un nuevo significado.

Entre otros autores relacionados con la intencionalidad cabe destacar a Russell (1938), Weber (1978) y Wrong quien en 1979 estableció:

No veo cómo podemos evitar restringir el término poder a los actos intencionales y efectivos de influencia de algunas personas sobre otras. Es posible reconocer inmediatamente que los intentos de influir en otros a menudo producen efectos no buscados –y buscados- sobre su comportamiento: una madre dominante y sobreprotectora no tiene la intención de feminizar la personalidad de su hijo. Pero toda interacción social produce estos efectos no buscados [...], ni una mujer se propone atraer a un hombre sexualmente porque escuche con cortesía su conversación en un cocktail (Mumby, 1997: 36).

Atendiendo a este ejemplo, para Wrong lo únicamente relevante es el relato que de sus intenciones conforma el hombre en este caso, la respuesta de la mujer tras oír la conversación pasa a formar parte del discurso privilegiado del hombre que contiene la intencionalidad de proclamar sus pensamientos como algo causal y concepción privada. Pero no solo ha de considerarse la intencionalidad como la causante de determinados efectos, pues en la narrativa la utilización del lenguaje también juega un papel añadido teniéndose en cuenta el contenido además de la forma, de manera que no solo se constituye como un espejo de la realidad, sino como una realidad social *per se*.

Desde una perspectiva lingüística, el creador dispone de las formas de habla empleadas por la colectividad con las que expresar las sensaciones, sentimientos y motivaciones de lo que Robert Escarpit denomina la tribu.

De esta forma, el autor da vida a intenciones y conceptos, a significados y significaciones. Como concepción envolvente de la intencionalidad y el lenguaje empleado, la ideología cobra quizás, una situación privilegiada. Todo escritor o productor de un trabajo es prisionero de la ideología, de la *Weltanschauung* de su público-medio social: puede aceptarla, modificarla, rehusarla total o parcialmente, pero no puede escapar de ella (Escarpit, 1971: 99).

Parafraseando a Göran Threborn, Aranda Juárez (2005) afirmó que la ideología organiza no solo las ideas y las imágenes que la gente tiene de la realidad, y por extensión, la forma de expresarla, sino que incluso les permite crearse una identidad de modo que encaje en la sociedad. Puede que la falta de una verdadera perspectiva sociológica haga que los autores de dichas obras, aunque sujetos a una determinada dimensión social y con intención de representarla, continúen atrapados en determinados esquemas tradicionales. Dichas pretensiones autorales, que serán asumidas por el auditorio al que van dirigidas, se tornarán heterogéneas puesto que al estar éste conformado por distintos grupos sociales el modo de recepción de los contenidos para cada uno de ellos presentará restricciones particulares.

Como así lo plasmara Roland Barthes en su obra *Le plaisir du texte*, la libertad del lector, en este caso de imágenes, es capaz de soportar la falta de lógica de sus textos, de aceptar un lenguaje que no es el suyo, de tolerar incoherencia de las ideas ajenas, y sin embargo, denodadamente capaz de obtener satisfacción de ese reiterado viaje a la sinrazón que es penetrar en un texto ajeno (Mainer, 1988: 24-25). Las condiciones y características del destinatario a la hora de la interpretación son tan decisivas como las del autor.

Todos ellos son considerados elementos básicos con los que provocar sentido a la obra y crear, por ende, diferencias interpretativas en el receptor de modo que un mismo contenido manifieste diversas significaciones: “el significado del texto nace, pues, de la

confrontación entre dicho texto y su destinatario; una confrontación que desemboca en una negociación de sentido propiamente dicha” (Casetti, 1999).

5.1.2.3. La cultura como hito que marca la interpretación

Imbricados de lleno en el terreno audiovisual, si anteriormente se señalaba que la pasividad de la audiencia no era más que aparente, ahora se constata que realmente se trata de seres completamente activos ante la emisión de determinados programas. Y es que es en la recepción y no en la emisión donde se produce la comunicación, lo cual no quiere decir que no haya intencionalidad y sentidos específicos propuestos por el emisor, sino que éstos no tienen la garantía de ser aceptados tal cual llegan a ser propuestos (Aparici, 1993: 204).

Para realizar un análisis endoscópico de la mediación cultural es necesario aludir al término “comunidad de interpretación” definido por Orozco como “el conjunto de sujetos sociales unidos por un ámbito de significación del cual emerge una significación especial para su actuación”. Se habla de nuevos constructores y manipuladores de significados que transforman la experiencia de ver televisión en participación cultural y relación social. Se conforma una identidad cultural y social a través de las imágenes y significados de la cultura de masas (Aranda-Juárez, 2005).

No solo se trata de la interacción de los contenidos con el universo personal del receptor, sino que a su vez se bifurca en interacciones sociales provocando que el mensaje original quede conformado como un mero texto inicial del que germinarán múltiples interacciones comunicativas.

Como así plasmara Marta Lazo en su artículo “El proceso de recepción televisiva como interacción de contenidos”, los diferentes contextos de recepción y mediación se desenvuelven en múltiples factores y variables. Y tal y como planteara Gabelas: “el marco de la cultura se establece en el modo en que un grupo humano vive, piensa, siente, se organiza, celebra y comparte la vida. La cultura es a su vez una integración del conjunto de vivencias, pensamientos y sentimientos” (Gabelas, 2005), lo cual unido

a la interpretación de los contenidos emitidos en televisión construyen significados con validez tanto propias como colectivas.

El proceso de recepción no solo se basa en la codificación de los contenidos de la mano de su autor y en la decodificación por parte del receptor, sino que además es este último el que interactúa con sus propios valores, su estilo, modo de vida, el contexto en el que se desarrolla, así como la cultura a la que pertenece, lo cual percutirá en la lectura del mensaje.

Como así manifestara Martín-Barbero en su obra *De los medios a las mediaciones*, los procesos y prácticas de la comunicación no son únicamente resultado y producto de los medios sociales y las políticas de representación, sino que la experiencia cotidiana influye en un alto porcentaje; por ello, estudiar el proceso comunicativo conlleva entrelazarse con la cultura popular, el modo de ver y entender.

5.1.2.4. El proceso de la recepción mediática

La investigación acerca de la recepción televisiva ha provocado un cuestionamiento del ya teórico paradigma lineal de la comunicación: fuente-emisor-estímulo-receptor-efecto. Siguiendo dicha linealidad, el emisor dispondría de capacidades omnipotentes para manipular a los más débiles televidentes. Como así lo expresara Paula Edwards: “la eficacia de la comunicación depende de la habilidad del emisor para lograr que el receptor aceptara e implementara el mensaje según las intenciones de esa fuente” (Aparici, 1993: 271) por ende, quienes hacen cimbrar los cimientos de tal planteamiento deducen pues, que los mensajes son polisémicos y por tanto carentes de un único significado objetivo.

Como así señalaran Katz y Lazarsfeld quienes vieron en los *mass media* una nueva aurora democratizadora y quienes además vislumbraron en ellos instrumentos de un designio diabólico, entendían el proceso de la comunicación de masas partiendo de una masa atomizada de lectores, oyentes y telespectadores dispuestos a recibir el mensaje como un estímulo más o menos directo y potente, capaz de producir una

respuesta modificando o reforzando actitudes preexistentes como un sistema causal influyente y siempre dirigido en una misma dirección, E/R (Sierra, 1999: 435).

El mundo que observan los telespectadores difiere significativamente del mundo real, produciéndose lo que Gerbner y Gross califican como “desplazamiento de la realidad” (Sierra, 1999: 473); el receptor recibe la construcción narrativa del relato y la asume otorgándole un significado propio en función de su constructo cognitivo. Los medios proporcionan relatos los cuales se ubican en el imaginario de cada espectador en relación a los roles, normas, modelos y sistemas de conformación social por lo que de este modo, las conductas de éstos se verán afectadas por la estandarización de las costumbres y representaciones sociales que modifican e influyen sobre los sistemas de pensamientos originales.

Frente a todo ello y ya en 1960, Klapper propuso elementos como la predisposición individual y la percepción selectiva, las normas de grupo, la diseminación de mensajes por medio de canales interpersonales así como el liderazgo de opinión los cuales interceden entre el mensaje emitido y la respuesta provocada (Bryan y Zillmann, 1996: 555).

Entendiendo como efecto la idea de permeabilidad del mensaje y de los medios de información, no conviene olvidar el archiconocido caso del programa radiofónico de Orson Welles con el que constatar la potencialidad de éstos y la capacidad de verosimilitud derrochada por los medios frente a sus receptores. El programa de origen norteamericano y emisión realista simuló una emisión en directo basada en la novela *La Guerra de los Mundos* provocando de este modo situaciones extremas de pánico entre la población radioyente que intentaba huir de los marcianos a fin de evitar la muerte.

Según presenta Denni McQuail en su obra, la investigación empírica de los estudios elaborados en este ámbito dibuja una historia divisible en tres etapas:

1. Un primer periodo, con el inicio del siglo XX y que concluye sobre los años treinta, en el que domina un enfoque de efectos potentes según el cual los medios de comunicación colectiva son capaces de cambiar, producir y orientar

directamente los sistemas de creencias y opiniones, moldeando la conducta pública de las audiencias.

2. Una segunda fase, que abarca desde 1940 hasta la segunda mitad de los sesenta, marcada por los estudios empíricos que culminarían con la hipótesis de los efectos nulos de los medios y la tesis de los efectos limitados.

3. Una tercera etapa, iniciada a partir de los sesenta y hasta nuestros días, en la que el estudio de los efectos a largo plazo acumula evidencias socio-cognitivas sobre el efecto poderoso en el tiempo de los medios como espacios de determinación de la cognición y representación social de los públicos, paralelamente a los enfoques limitados de los efectos rebatidos desde la teoría crítica de la percepción (McQuail, 1998: 38-39).

Aunque como se ha tildado anteriormente, los primeros estudios sobre los efectos se basaron en la propaganda política y bélica estadounidense, dichos esquemas son aplicables al proceso de recepción televisiva que nos atañe. Así, y como consecuencia del planteamiento propio e inicial de la Teoría de la bala original de 1920 e impulsada por la *Mass Communication Research*, se ha de considerar a los *mass media* como causa necesaria aunque no suficiente en la consecución de efectos significativos capaces de cambiar las opiniones y actitudes preexistentes de la audiencia dando lugar a la Teoría de los efectos limitados (*Limited Effects*). Dicha teoría se fundamentaba en la consideración del efecto como reforzamiento de actitudes previas debido al comportamiento de los receptores en el seno de sus grupos sociales de referencia y en razón de una exposición, atención y memorización selectiva por parte de los individuos receptores de la comunicación colectiva. Con la formulación de ésta, los estudios de recepción consiguen así una compleja y más detallada descripción de las variables que intervienen en el proceso de interacción mediática de los públicos con los contenidos, soportes y formas culturales características de los medios.

El receptor ya no aparece como el simple destinatario final del proceso, sino más bien como un complejo elemento determinante de la eficacia y el éxito de cada programa

conforme a su selectiva disposición, percepción y memoria personal, fijándose como marcas referenciales los valores, las actitudes sobre determinados hechos, las percepciones y representaciones sociales, así como las características socio-demográficas que lo caracteriza: estilo de vida, hábitos culturales de consumo, exposición ante los medios de comunicación, etc.

Como así manifestara Francisco Sierra en su libro *Elementos de la teoría de la información*, y según lo mencionado por Klapper en su obra *The Effects of Mass Communication* (1960), se ha de subrayar la complejidad a la que están sometidos los fenómenos de recepción reseñando los hallazgos empíricos logrados por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet sobre las entrelazadas redes de relaciones en las que viven inmersos los públicos respecto a su experiencia como consumidores de los medios.

Para poder explicar los efectos mediáticos como causa principal del proceso de recepción se ha de entender previamente la motivación y el comportamiento de la audiencia, por lo que la Teoría de los usos y gratificaciones resulta fundamental para conocer la práctica que la sociedad hace de los *media*, es decir, obtener mediante la misma, la razón y el motivo por el cual el receptor procede a la selección de un contenido con el fin de saciar sus necesidades, por lo que en base al postulado que Katz hiciera en 1959, se establece que: “bajo circunstancias ordinarias un mensaje mediático no puede influir en una persona para quien dicho mensaje no tenga utilidad” (Bryan y Zillmann, 1996: 557); la audiencia participa intencionadamente seleccionando entre las alternativas de comunicación disponibles y en respuesta a sus expectativas.

Según el estudio realizado por McQuail, Blumler y Brown en 1972, se categorizaron tipos de gratificaciones de audiencia en su consumo televisivo. Efectuaron una conexión entre las circunstancias sociales y la historia personal de cada espectador con las gratificaciones buscadas. Asimismo, pudieron catalogar en tipologías las intenciones entre los *media* y la audiencia observando que la sociedad encuentra motivación en el medio televisivo por diversión, relaciones personales, identidad personal con el personaje o la situación reflejada y vigilancia, es decir, adquisición y enriquecimiento informativo.

Seguidamente, Rosengren y Windahl también establecieron conexiones entre los *media* y sus audiencias, éstos apuntaban a que las asociaciones entre individuos y las posibilidades del entorno a fin de satisfacer una necesidad puedan resultar tanto soluciones satisfactorias como insatisfactorias para los problemas experimentados. A este fenómeno lo denominaron como “grado de dependencia de alternativas funcionales” que puede conducir al uso de alternativas para suplementar, complementar o sustituir el consumo mediático, pues la audiencia puede buscar alternativas por varios motivos como pueden ser la compensación, el cambio, el escape o la experiencia vicaria. De esta manera, la necesidad de interacción e identificación puede provocar tanto distanciamiento, como interacción parasocial, identificación solitaria o captura; la necesidad de interacción de los receptores puede ser analizada por el grado de proximidad a la realidad del contenido mediático tanto de carácter informativo como ficticio (Bryan y Zillmann, 1996: 560-562).

5.1.2.4.1. Teorías que justifican distintos modos de recepción

Los intentos por hallar los efectos que la programación causa en los públicos es una práctica que se viene produciendo desde la década de 1960 a 1970 aproximadamente por un sentido de urgencia entre las causas de violencia producidas en el mundo real estableciéndose así motivos lógicos de correlación entre la violencia expuesta en los medios y los crecientes índices de agresiones.

Entre las teorías más destacadas que justifican determinados efectos cabe resaltar la Teoría de la catarsis, Teoría de los indicios agresivos, la Teoría del aprendizaje por observación, la Teoría del refuerzo y Teoría la del cultivo. Pero antes de pasar a sus respectivas definiciones, se ha de hacer constar que como base a todas ellas y entre las cuales emergen lazos de unión, se ha de señalar como hito la Teoría de las diferencias individuales y aquella fundamentada en las relaciones sociales.

En la primera de ellas, su proposición se funda en las diferencias, en la motivación, el aprendizaje, la personalidad, las actitudes, así como otros elementos afines que

proceden de la visión selectiva, es decir, de los distintos contenidos que las personas seleccionan en los medios.

Las diferencias en la percepción de los mensajes en los medios, percepción selectiva, conducen a otras diferencias relativas, cómo las personas interpretan los estímulos de los medios y cómo reaccionan ante tales. A su vez, la teoría basada en las relaciones sociales se asienta en el supuesto de que aquellas personas que comparten características sociales encuentran vínculos similares con actitudes, normas y valores que les llevan a actuar de modos similares.

A partir de éstas, las teorías que a continuación se describen encuentran en ambas estrechas relaciones que las justifican.

Teoría de la catarsis.- La base de dicha teoría reside en las posibles frustraciones que los seres humanos puedan generar en su vida cotidiana llevándoles a cometer la agresión. Para Seymour Feshbach, el acto de presenciar contenidos violentos en televisión aporta al público experiencias agresivas indirectas sirviéndose de ellas para el alivio personal del sentimiento de hostilidad y frustración. Posteriormente Feshbach junto a Singer sostienen que dichos contenidos nocivos afectan de un modo más directo sobre aquellos receptores pertenecientes a clases sociales más bajas. Como así mencionan, la educación familiar o la socialización impartida a los niños de clase media difiere con las clases más bajas puesto que entre sus componentes no se han producido mecanismos bien desarrollados para el propio control interno habiendo de controlarse en sus impulsos, lo cual les hace más dependientes del control externo que aporta la violencia catártica de la televisión.

Teoría de los efectos del estímulo (o de los indicios agresivos).- Ésta fija sus orígenes teóricos primarios en la Teoría de las diferencias individuales puesto que las vicisitudes entre distintos niveles de frustración o excitación en el momento del consumo del producto *media* habrían de afectar a la probabilidad de una agresión posterior; no obstante, el proceso de percepción selectiva hará variar las respuestas de los espectadores.

Con esta teoría, Leonard Berkowitz hace referencia a los efectos de las descripciones de violencia presentadas en los medios de comunicación. Su presupuesto inicial es que la exposición a los estímulos agresivos habrá de incrementar la susceptibilidad de una persona en su excitación fisiológica y emocional lo que, por ende, hará aumentar la probabilidad de una conducta agresiva.

Por su parte, Tannenbaum sugiere que los medios de comunicación, en especial los pertenecientes al mundo audiovisual, fomentan la probabilidad de provocar una excitación fisiológica que incremente los niveles de intensidad emocional en los espectadores y por consiguiente, la probabilidad de intensas reacciones de conducta. En ella, la relación estímulo-respuesta no es incondicional pues un estímulo agresivo no termina provocando siempre el mismo grado de reacción agresiva en sus espectadores en el momento en el que se produce el visionado del contenido. A ello habría de sumársele el modo en que en los personajes se refleja la conducta agresiva, dependiendo de ello los espectadores interiorizarán en mayor o menor grado la intencionalidad manifestada. Otro factor que Berkowitz considera de vital relevancia y que afecta a la posible respuesta provocada en los espectadores es el grado en que la descripción de acciones representada por televisión se asemeje a las circunstancias con que debe enfrentarse el espectador en su vida real.

La **Teoría del aprendizaje por observación** es un caso especial de la Teoría sobre las diferencias individuales aunque ésta alberga ciertos aspectos de las teorías sobre las categorías y relaciones sociales. La primera de ellas, potenciada en un inicio por Bandura y Walters, encuentra su apoyo en el supuesto de que las personas pueden aprender una conducta agresiva al observar la violencia que surge de descripciones hechas desde los medios aumentando la probabilidad de actuar de un modo agresivo, no solo generando la oportunidad de que sus integrantes aprendan sobre la agresión, sino al presentar a personajes protagonistas de actividades violentas que ejercen fuerza en los modos de conducta de cada individuo.

Los teóricos que apoyan tal postura apuestan por la aprehensión de actitudes sosteniendo que los espectadores habrán de cumplir automáticamente los aspectos agresivos aprendidos, la probabilidad aumenta con factores como la similitud entre la situación presentada por televisión y la situación social enfrentada por los espectadores tras el visionado del contenido.

Teoría del refuerzo.- El punto central sobre el que se apoya esta teoría es que aquellas imágenes nocivas emitidas por televisión refuerzan cualquier pauta de conducta violenta que los espectadores traigan consigo ante los medios.

Quienes estudian este fenómeno se centran en factores como las normas, los valores culturales, los papeles sociales, así como las características de la personalidad o las influencias familiares como agentes fundamentales en la conducta violenta. La programación violenta en la televisión puede llegar a llenar el vacío existente en las vidas de aquellas personas carentes de pautas éticas y morales habiéndose desarrollado como personas que apoyan sus normas y actitudes en la violencia como un modo de alcanzar fines tanto personales como sociales adoptando pues, las creencias y los actos violentos de los personajes televisivos como guías para la conducta propia.

La Teoría del refuerzo comparte sus orígenes con la Teoría de las diferencias individuales, tanto es así que en la primera de ellas se explica cómo las personas con características diferentes entre sí pueden ser reforzadas por un mismo programa violento. A pesar de ello, existen diferencias abismales entre ésta y las otras teorías sobre los efectos, y es que en su mayoría reflejan el papel esencial que en la Teoría del refuerzo desempeñan las teorías de las categorías y relaciones sociales; de acuerdo con la Teoría del refuerzo, la programación violenta en los medios deberá ser condicionante en una conducta agresiva solo cuando las relaciones sociales sean perturbadas o inestables.

Finalmente, se ha de señalar la **Teoría del cultivo** desarrollada por Gerbner en la que se expone que el mundo simbólico de los medios, y la televisión en particular, modela y cultiva las concepciones de los públicos sobre el mundo real.

La televisión se considera como el ambiente simbólico y común con el que se desarrollan la mayoría de los niños siendo pues, la más extensa fuente de contacto con las culturas cotidianas y simbólicas. El mundo simbólico de la televisión aparece en los análisis de contenido como un mundo negativo en el que la violencia cobra relevancia, la violencia como forma para obtener ventaja en las luchas de poder. En ella se entiende a los hombres de raza blanca como todopoderosos los cuales dominan particularmente a las mujeres, a las minorías y a los ancianos tras emplear la violencia como éxito, de esta manera, todo ello penetra en la conciencia de los espectadores quienes entienden el mundo real como el propio de la televisión.

En oposición con las teorías anteriormente expuestas, el efecto principal de ésta no es tanto la conducta violenta generada como las emociones producidas con las que las personas adoptan los mundos simbólicos de los medios como si fueran reflejos de la realidad. Gerbner y sus colaboradores aportan además, por un lado, el concepto de “corriente principal” la cual apunta a una homogeneización dentro de los grupos cuyos espectadores poseen percepciones divergentes del mundo, entre los cuales, los más adictos son influidos por la contemplación de la televisión llegando a sostener una visión más común y compartida del mundo real; por otro lado, se refieren al concepto de “resonancia” definiéndolo como un efecto de prominencia por el que, quienes viven en circunstancias alejadas de la violencia resuenan ante el mundo aún más violento de la televisión, con lo cual la concepción agresiva de éste aparece amplificada o intensificada por la contemplación televisiva. En este caso, la Teoría del cultivo aporta aspectos a las teorías de las diferencias individuales y las relativas a las categorías sociales. Las dos principales diferencias son las existentes entre individuos, tanto por el grado de contemplación de la televisión, como por las diferencias en aquellas experiencias que afectan al modo de percepción individual, del mundo real y simbólico de los medios.

En cuanto a las diferencias de categoría social hay que señalar que quienes comparten similares características de categoría social habrán de compartir similares experiencias

y concepciones del mundo real siendo, por ende, afectados de modo similar por el mundo de los medios (De Fleur y Ball-Rokeach, 1982: 270-280).

Ante todo ello, la irrupción y el dominio de la televisión exige replantear el problema de los efectos por la constatación de un modelo poderoso en cuanto a su forma de atracción, credibilidad e imitación entre los miembros de la audiencia.

El proceso de selección de manera individual que el receptor aplicaba en el medio radio o prensa se torna pasivo en cuanto a los contenidos televisivos.

Como una posible consecuencia propia del proceso de recepción, se ha de aludir a lo que se conoce como la Teoría de la espiral del silencio la cual se origina cuando la audiencia se identifica con aquellas opiniones representadas mayoritariamente al fin de evitar la sensación de aislamiento frente al resto del colectivo.

Según Noelle Neuman ésta se entiende como una sobreestructura determinante, se trata del conjunto de puntos de vista, actitudes, juicios de valor y enfoques cognitivos que los miembros de una sociedad determinada comparten e identifican públicamente. Dicha autora califica a la opinión pública como “la piel social tejida en su epidermis por la estructura informativa de los medios de comunicación de masas” e insiste en el carácter externo y complejo de este fenómeno como forma social y envolvente que rodea al individuo identificando al público con el juicio que cada uno formaliza como sujeto; la opinión pública se identifica con el “control social anónimo” a nivel individual y colectivo (Sierra, 1999: 472).

5.1.2.4.1.1. Aprendizaje observacional. La Teoría del modelaje como base del estudio

Antes de comenzar a exponer la Teoría del aprendizaje observacional como una de las teorías sobre la que se basa este estudio, es conveniente resaltar que se expondrá una aproximación superficial de la misma tomando a Albert Bandura como el autor fundamental para el desarrollo de ésta.

Como así expusiera el mencionado autor: “las personas no están equipadas con un repertorio innato de conductas, sino que tienen que aprenderlas por experiencia directa, por observación o bien en base a factores biológicos” (Bandura, 1982: 31). De este modo, se perfila la cuestión clave acerca del origen conductual humano; se plantea si heredamos nuestra estructura cognitiva individual como consecuencia de nuestra dotación genética, o si de algún modo la adquirimos como resultado de la influencia de nuestro entorno social más inmediato. Sobre este asunto germina el eterno debate entre naturaleza y educación.

Los primeros psicólogos se vieron influidos por las posturas evolutivas de Charles Darwin sobre la relación entre los factores biológicos y la adaptación al medio, de este modo, postularon que el ser humano es una especie animal ubicada al final de un *continuum* de desarrollo evolutivo. Por lo tanto, para llegar a conocerlo era necesario estudiar el comportamiento animal en general. Los psicólogos se dedicaron pues, al estudio de los animales con la intencionalidad de hallar principios de comportamientos que se pudieran aplicar a todos los organismos, incluyendo a los seres humanos. Tras el estudio efectuado a cualquier nivel dentro de las especies del reino animal, generalizaron estableciendo que el comportamiento estaba determinado biológicamente por instintos, y dado que el ser humano es un animal, se suponía que ésta era también una interpretación válida del modelado de la conducta humana.

Por su parte, quienes postulaban que todo ello era fruto de la educación insistían en que los seres humanos adquirirían sus características y capacidades individuales a partir de las experiencias de su entorno. Observaron que los seres humanos estaban socializados y culturalizados en un medio complejo en el que adquirirían sus hábitos, predisposiciones, habilidades e individualidad. Disciplinas como la sociobiología aún sostiene que las diferencias entre hombres y mujeres provienen de las distintas formas en que los seres humanos evolucionaron a través de culturas a partir de las cuales los hombres participaban con el rol de proveedor y recolector de alimentos y por ende, se constituía como el miembro dominante de la familia mientras que las mujeres quedaban subordinadas a las tareas propias del cuidado familiar.

A comienzos del siglo XX, los psicólogos rehusaban defender la idea de que la naturaleza era la fuente de todas las características humanas. Apareció pues, una nueva rama de la psicología cuyo objetivo central iba enfocado a averiguar cómo las experiencias de aprendizaje en un contexto social dejaban consecuencias en el individuo. En concreto, estaban interesados en la forma en la que la organización psicológica interna adquirida por un individuo podía pautar las clases de respuestas que la persona diera al medio exterior.

Esta “psicología del aprendizaje” se tornaría fundamental para los estudios basados en los efectos de las comunicaciones de masas. Se entendía que los medios de comunicación eran mecanismos a través de los cuales se transmitían ideas a una gran masa de personas. Parecía evidente que estas ideas producirían cambios en la organización de la estructura cognitiva de quienes recibían los mensajes alterando sus comportamientos.

5.1.2.4.1.2. El desarrollo de la Teoría del aprendizaje

Tal y como se señaló anteriormente, en lo que se conoce como la psicología “comparada” había aumentado la convicción de que los estudios sobre el aprendizaje animal podrían proporcionar claves para comprender el proceso de adquisición de nuevas formas de comportamientos por parte de los seres humanos. Tras sucesivas actividades experimentales, se comprobó cómo los animales, mediante un proceso de aprendizaje, adquirían de su entorno modelos de comportamientos que no solo estaban condicionados por su código genético.

A lo largo de décadas aparecieron varias teorías sobre el aprendizaje, que servirían de competencia a las ya existentes aportando diversas alternativas como el aprendizaje social, verbal y cognitivo a través de la creación de modelos. La pretensión de todo ello era mostrar cómo las experiencias adquiridas en el medio circundante modificaban psicológicamente los organismos de forma que se establecían modelos estables de actuación bajo circunstancias específicas. Y es que aunque todos los individuos heredan una dotación biológica que les proporciona ciertos potenciales de desarrollo,

sus pautas de comportamientos llegan a modificarse debido a lo que aprenden a través de su sociedad y su cultura.

5.1.2.4.1.3. Teoría del modelaje

Una contribución importante para entender la forma en que las comunicaciones de masas pueden desempeñar un papel en el proceso de socialización es la Teoría del modelaje, la cual fue formulada por Albert Bandura en la década de los sesenta del siglo XX como parte de la Teoría del aprendizaje social. Para comprender su aplicación al estudio de las comunicaciones de masas es esencial tener una idea básica de la propia Teoría del aprendizaje social.

5.1.2.4.1.3.1. Teoría del aprendizaje social u observacional

La Teoría del aprendizaje social (u observacional) pretende exponer, de un modo general, cómo las personas adquieren ciertas formas de comportamientos. Intenta explicar la manera en la que los individuos observan las acciones de quienes consideran como modelos adoptando sus pautas de acción y adquiriendo así, respuestas a poner en práctica ante cualquier situación personal.

Según el punto de vista de la Teoría del aprendizaje social, las personas no están ni impulsadas por fuerzas internas ni en manos de los estímulos del medio. El funcionamiento psicológico se explica en función de una interacción recíproca y continua entre los determinantes personales y ambientales; aquello que determina a la conducta no reside en el interior del organismo de cada individuo, sino más bien en las fuerzas del medio que lo rodean, de modo que si el medio controla la conducta ésta variará cuando cambien las circunstancias.

Casi todos los fenómenos del aprendizaje que resultan de la experiencia directa se dan de una forma vicaria: observando las conductas de otras personas y sus consecuencias.

Esta capacidad de aprender por observación permite adquirir pautas de conductas amplias y adheridas e integradas sin tener que configurarlas gradualmente a través de un tedioso proceso de ensayo y error (Bandura, 1982: 25).

A pesar de su naturaleza general, la Teoría del aprendizaje social es especialmente importante en el estudio de las comunicaciones de masas debido a que los medios se dibujan como un escenario en el que con frecuencia los temas sociales son los protagonistas; la “realidad mediatizada” y quienes la interpretan pueden servir como modelos a imitar por sus audiencias. Dicha teoría, como explicación general sobre la adquisición de nuevas formas de comportamientos, contiene muchos rasgos comunes a otras teorías sobre el aprendizaje, aunque ésta adquiere aspectos que la hacen muy diferente de esas otras. Y son estos aspectos distintivos los que la perfilan como especialmente adecuada al estudio de los diferentes sistemas por los que la audiencia aprende y adopta nuevos modelos de conducta a consecuencia de la exposición a las comunicaciones de masas.

La Teoría del aprendizaje social presupone que la gente, ante los estímulos que reciben de su entorno, lleva a la práctica una serie de respuestas que si se efectúan de manera reiterada llegan a convertirse en hábitos los cuales tienden a ser estables cuando se refuerzan de alguna manera; el reforzamiento será consecuencia de una experiencia grata. Si el efectuar tal hábito lleva consigo consecuencias positivas, dicha forma de actuación persistirá en el comportamiento del sujeto.

5.1.2.4.1.3.2. El proceso del modelaje y el medio televisivo como escenario

El término “teoría del modelaje” es útil para describir la aplicación de la Teoría del aprendizaje social general a la adquisición de nuevos comportamientos a partir de las representaciones de los medios, y es que éstos se configuran como una fuente persuasiva de modelos conductuales.

El proceso del modelaje puede verse resumido en los siguientes puntos:

1. Un miembro individual del público observa algo acerca de una persona (modelo) que está representando un modelo específico de acción en el contenido de los medios.
2. El observador se identifica con el modelo, es decir, cree que es como él, quiere ser como el modelo, o lo ve como algo que vale la pena imitar.
3. El observador se da cuenta conscientemente –o inconscientemente llega a la conclusión- de que el comportamiento observado o descrito será funcional. Es decir, la persona acaba creyendo que el comportamiento conllevará un resultado satisfactorio si se imita de una forma concreta.
4. El individuo recuerda las acciones del modelo cuando las confronta con las circunstancias pertinentes (la situación del estímulo) y reproduce el comportamiento como vía de respuesta a dicha situación.
5. La realización de la actividad reproducida en situaciones estimuladoras adecuadas reporta al individuo algún tipo de alivio, recompensa o satisfacción, lo que provoca la conexión entre los estímulos y las respuestas modeladas que han de ser reforzadas.
6. El reforzamiento positivo incrementa la probabilidad de que el individuo utilice la actividad reproducida como instrumento para responder a situaciones similares (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993: 281)².

Son numerosas las referencias que evidencian que los niños y los adultos adoptan actitudes, respuestas emocionales y estilos de conductas de todos los medios de masas, y especialmente del cine y la televisión.

Extrapolando tal proceso a la audiencia infantil, se ha de señalar que resulta esencial diferenciar la reproducción instantánea de la diferida. En sus primeros años de desarrollo, el modelado de los niños se limita, en gran parte, a la imitación instantánea

² Los parlamentos de Albert Bandura, como autor principal de la Teoría del aprendizaje observacional, se han visto reforzados por los textos de M.L. De Fleur y S.J. Ball-Rokeach en su obra *Teorías de la comunicación de masas*.

pero a medida que éstos desarrollan su capacidad de simbolizar la experiencia, comprenderla y traducirla en actividad motora, aumenta su capacidad para efectuar una imitación diferida de pautas de conductas complejas (Bandura, 1982: 32).

Ahora bien, a raíz de la Teoría del modelaje se ha de destacar el elevado interés suscitado en los procedimientos del análisis del contenido. El análisis de contenido de los medios puede revelar una diversidad casi ilimitada de pautas de comportamientos que se presentan como modelos de adopción potencial. Es necesario resaltar que no porque en el contenido de los medios se pueda ver ampliamente retratadas distintas formas de comportamientos se puede suponer que éstos se van a adoptar de forma generalizada. Ningún supuesto como este tiene fundamento y, de hecho, está inquietamente cerca de las suposiciones que subyacen en la Teoría de la bala mágica. Por lo tanto, aunque la descripción sistemática del contenido de los medios es correcta, no es un atajo para predecir cómo los factores estímulo-respuesta pueden de verdad relacionarse. El análisis de contenido no dice nada acerca de la adquisición de modelos de hábitos estables entre la gente que está expuesta a acciones específicas representadas o descritas por los medios de comunicación.

La Teoría del aprendizaje social proporciona una buena relación de condiciones bajo las cuales los individuos pueden observar y adoptar técnicas específicas para la vida diaria y otros tipos de pautas permanentes de comportamientos en marcos grupales estables. Su aplicación a las comunicaciones de masas en forma de Teoría del modelaje muestra claramente que los medios pueden ser agentes del proceso de socialización. A pesar de que los psicólogos en general están entusiasmados con el experimento como base de la comprobación y desarrollo de la teoría, hay algunas formas de comportamientos que simplemente no pueden duplicarse, simularse o demostrarse mediante estudios de laboratorio a corto plazo. Pueden haberse demostrado con experimentos algunas influencias de modelaje, pero la adopción a largo plazo de comportamientos pautados resultantes de la repetida exposición a los medios de comunicación no puede estudiarse fácilmente de este modo. Esto no es un defecto de la Teoría del modelaje, sino una limitación del método experimental (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993: 283).

5.1.2.4.2. Efectos causados en la recepción

La definición de opinión pública planteada por parte de Noelle Neuman no hace más que justificar la tríada constituida por públicos-medios-sociedad, por lo que se puede hablar de un cultivo de dependencia hacia el consumo por parte de la opinión pública lo cual justifica el motivo de asunción de los mensajes mediáticos por parte de la audiencia alterando sus creencias, sentimientos o conductas.

Según De Fleur, las numerosas formas con que los integrantes del público dependen del sistema de medios para satisfacer sus objetivos de información se fundamentan en la necesidad de comprender el mundo social propio, la necesidad de actuar de manera significativa y eficaz en ese mundo, la necesidad de jugar, de una pura satisfacción expresiva o de fuga frente a los problemas cotidianos y las tensiones. Cuanto mayor sea la necesidad y la dependencia, mayor será la probabilidad de que la información suministrada llegue a alterar varias formas de la cognición, los sentimientos o la conducta del público (De Fleur y Ball-Rokeach, 1982: 320).

Por tanto, y siguiendo a tales autores, a continuación se exponen aquellos posibles efectos causados tanto a nivel cognitivo, afectivo y conductual.

Los **efectos causados en el campo de la cognición** repercuten en:

La **ambigüedad**, lo cual origina un problema de información insuficiente o conflictiva. El motivo por el que ésta se produce es porque las personas carecen de la suficiente información para comprender el sentido de un suceso o porque exista ausencia de la información adecuada para determinar así cuál es la correcta entre las diversas interpretaciones posibles. Cuando la información emitida por parte de los medios resulta incompleta, se crean sensaciones de ambigüedad sabiéndose de la existencia de un suceso pero a falta de conocer profundamente su significado y el modo de interpretarlo.

En segundo lugar, se ha de hacer mención a la **dependencia** existente en cuanto a los medios con la cual comprender la ambigüedad anteriormente provocada. Cuando las personas pasan a ser dependientes de los medios para obtener la información que necesitan a fin resolver la ambigüedad, se hace

considerable el efecto de definición o de estructuración de la información transmitida por medios de masas. Los medios no tienen el poder de determinar con uniformidad el contenido exacto de las interpretaciones o “definiciones de la situación” que construya cada persona. Pero al controlar qué información y/o programación es o no transmitida y cómo ésta se presenta, los medios pueden desempeñar un importante papel otorgándose la licencia de limitar la gama de interpretaciones que puedan formular los públicos.

Por otro lado, se ha de señalar que cuando los públicos se apoyan en los recursos de información de los medios para estar al corriente de su cambiante mundo, se da lo conocido como **formación de actitud**; el público poco a poco va forjando una concienciación sobre la adopción de una determinada actitud (concienciación de ajustarse a unos límites de velocidad, problemas ambientales...) y en el caso que aquí atañe, se debe incidir en la puesta en marcha de un arduo trabajo que potencie la creación de nuevos conceptos sobre la imagen femenina hasta ahora proyectada.

En cuanto a la **fijación de agenda**, ni los individuos ni sus líderes de opinión controlan las actividades de selección de los medios. Aunque los medios transmiten o publican información sobre una amplia gama de temas, las personas carecen de tiempo para formarse actitudes y creencias debiendo de seleccionar, según sus intereses, un conjunto de temas sobre el que se construirá dicho efecto de fijación de agenda. Este caso se encuentra en estrecha relación con las teorías de las dependencias individuales y de las categorías sociales, y es que entre la información emitida y seleccionada previamente, el público elige su interés sobre la misma en función de sus diferencias individuales en las que repercute las distintas categorías sociales de cada individuo.

El efecto cognitivo final a considerar es el impacto de los medios sobre los **valores**, éstos pueden ser definidos como las creencias básicas de las personas respecto a “estados finales y deseables de la existencia” o “modos preferidos de la conducta”.

La información transmitida puede desempeñar un papel importante al crear las condiciones para una clarificación de valores. Los medios lo facilitan mediante informaciones que precipitan un conflicto de valores entre los integrantes del público.

Los **efectos afectivos** son considerados como aquellos que varían según las categorías de sentimientos y de emociones. Como posibles consecuencias provocadas en este sentido cabe señalar:

La **desensibilización** para la que se ha diseñado la hipótesis con la que se expone que la frecuentación prolongada de un contenido violento a través de los medios llega a producir un efecto de ausencia de sensibilidad hacia acciones e incidentes provocados en la vida real, el miedo o ansiedad ante situaciones cotidianas como resultado de una exposición frecuente frente a contenidos televisivos perjudiciales y nocivos para el constructo cognitivo del espectador.

La **moral y alienación** sirven como ejemplos finales de las alteraciones que en el público provocan los mensajes mediáticos.

De Fleur afirma que quienes se apoyan en los sistemas de medios de masas como fuente primordial de información sobre sus grupos y categorías pueden experimentar cambios en su moral y en su nivel de alienación cuando se producen variaciones notables en la cantidad o calidad de información que los medios transmiten. Por lo aquí expuesto, cualquiera podría sobrellevar un aumento o descenso de su moral así como modificaciones en el proceso de alienación al producirse cambios en los mensajes transmitidos por los medios.

Finalmente, los **efectos conductuales** que afectan tanto a la actitud, creencias o estados afectivos son los que provocan mayor atención desde el punto de vista científico. Entre los varios efectos que sobre la conducta se producen se ha de fijar el interés en la activación y desactivación.

La **activación** alude a casos en los que la audiencia promueve cualquier actitud como consecuencia del mensaje recibido.

Ésta es considerada como el producto final de elaborados efectos cognitivos o afectivos y lo ejemplifica según la formación o resolución de problemas que las personas pueden llegar a efectuar a consecuencia de las actitudes o sentimientos que hayan forjado con la exposición voluntaria ante tales contenidos. Por otro lado, y en sentido contrario, la **desactivación** incide sobre aquel comportamiento que la gente haría normalmente pero que no llega a ponerlo en pie a consecuencia de los mensajes persuadidos por los medios (De Fleur y Ball-Rokeach, 1982: 322-333).

Ante todo este conjunto de efectos provocados por la exposición ante los *media*, los mencionados autores concluyen estableciendo que los mensajes de los medios no están vinculados a las dependencias del público y que cuando las realidades sociales de la gente son enteramente adecuadas, antes de la recepción del mensaje o durante ella, los mensajes de los medios tendrán poco o ningún efecto de alteración pudiendo reforzar creencias preexistentes o formas de conducta. Como contrapunto, cuando la gente no tiene realidades sociales que les aporten marcos adecuados para comprender, actuar o escapar y cuando los públicos dependen de la información recibida de los medios, esos mensajes tendrán una cantidad de efectos de alteración. En este caso, cabe esperar que los mensajes modifiquen la conducta del público en términos de actividad cognitiva, afectiva o conductual.

Así, ha de tenerse en cuenta tanto la relativa adecuación de las realidades sociales del público como el grado relativo de su dependencia de los recursos de información de los medios para explicar y predecir los efectos de los mensajes de los medios (De Fleur y Ball-Rokeach, 1982: 337).

Por todo ello se ha de añadir pues, que la base central en la que se posicionan tales efectos se vincula estrechamente con la identificación por parte del individuo en cuanto al concepto que de la televisión se tiene. El espectador se expone ante los mensajes entendiendo a ésta bien como un mero modo de entretenimiento o como una potente fuente que emana realidad en todos los sentidos lo cual afectaría de modo negativo en la construcción del capital cognitivo personal del receptor.

5.2. Fundamentos teóricos sobre la Teoría Feminista Fílmica; una visión del pasado

La diferencia sexual se ha constituido como la piedra angular de todo discurso de género a lo que Geneviève Fraisse aportó que habríamos de considerarla con referencia en la historia.

Dicho concepto surgió a partir del postestructuralismo francés a raíz de su crítica hacia la visión humanística de la subjetividad. Es un concepto concebido no solo como una diferencia de sexo en sí, sino sobre todo como diferencia en cuanto a la formación y representación del hombre y la mujer como figuras codificadas e impuestas socialmente, un concepto donde la influencia de los prejuicios y estereotipos constituyen un problema base para el entendimiento de tal concepto; en él no solo se definen las estructuras específicas de la mujer, sino las estructuras del pensamiento en general. El llevar a la práctica tal concepto pone en relación aquellos aspectos que infieren en la identidad popularizada del individuo en la que converge el carácter subjetivo del mismo suscrito por la inconsciencia del deseo, así como las dimensiones sujetas a una autorregulación deliberada.

No se trata, por tanto, de un concepto que establezca claras definiciones; éste se creó con el objetivo de implantar una serie de condiciones tanto materiales como intelectuales que reflejaran la asimetría entre los dos sexos y a partir de las cuales las mujeres pudiesen contemplar y potenciar nuevos valores con los que expresarse.

Por su parte, Simone De Beauvoir entiende que la exclusión de las mujeres forma parte esencial de un sistema estructural en el que se construyen las diferencias como oposiciones, “la diferencia u *otredad* que las mujeres corporizan resulta necesaria para sostener el prestigio del *uno*, del sexo masculino en cuanto único poseedor de subjetividad entendida como ‘habilitación’ para participar activamente en todos estos campos” (Braidotti, 2004: 14).

Desde una mirada posmodernista se intenta conjugar una identidad no pre-fijada en función de los prejuicios existentes en torno a una verdadera definición de hombre y mujer. El concepto que sobre la mujer ha dominado el panorama social ha sido descendiente de una cultura construida y definida a raíz de unos cánones patriarcales,

una posición sujeta a un carácter arbitrario dominado por lo simbólico proveniente en su mayoría de la mitología, lo cual se constituyó como el principal problema del movimiento feminista.

La mujer ha luchado (y lucha) por reivindicar una serie de derechos que la diferenciaba del hombre planteándose una estrategia de actuación desde una nueva perspectiva femenina. Traspasada la frontera de la posmodernidad en la que la multiculturalidad copó la base, las mujeres fueron definidas como una cultura propia maltratada y excluida digna de cuantiosos análisis desde diferentes disciplinas. Se abrió paso pues, a la creación de los estudios sobre la mujer, un punto a partir del cual reflexionar y releer el pasado, defender su voz propia siendo conscientes de las faltas y dificultades a las que se veían enfrentadas.

Tal revestimiento de lo femenino ha sido llevado, desde siempre, a la práctica de la cinematografía ejerciendo, a su vez, de espejo a través del cual observar lo sucedido en la realidad social; la mujer queda definida como un soporte, un objeto que induce a la representación y al deseo, es una imagen construida desde la narrativa a partir de la cual proyectar un significante y un significado determinado que variará en función de la lente con la que la observe el espectador. Éste visualizará una determinada obra pero no solo elaborará su propia construcción cognitiva a partir de la asimilación de una serie de imágenes proyectadas, sino que su asunción de signos y significados estará marcada además, por la subjetividad de él mismo cimentada según su contexto, experiencia y cultura.

Por su parte, el estudioso Metz se sumerge en la investigación del análisis psicoanalítico del significante partiendo del punto en el que el significado cinematográfico es entendido como efecto del significante. Establece que el material fílmico constituye todo un imaginario que entendido como objeto se convierte en significante para un sujeto que percibe el lenguaje.

Aunque defiende que éste está íntimamente correlacionado con el significado, considera que el significante cinematográfico se torna de un carácter subjetivo fundamentado en el Yo individual de cada receptor. Así, el autor desecha su fijación por entender el significado del signo como lo propio de un significado global.

Estas conclusiones teóricas, traducidas y plasmadas en el papel de celuloide propone a la mujer como algo propio del fetichismo, un objeto idealizado sujeto al deseo fálico y sexual (De Lauretis, 1992).

Teresa De Lauretis en su obra *Alicia ya no* (1992), expone un fragmento de *Ciudades Invisibles* de Italo Calvino donde se dibuja metafóricamente la situación que ocupa la mujer dentro de un contexto impregnado por la dominación masculina: se ha construido un espacio, un sub-mundo propio existente solo en la realidad del varón, un lugar por el que divaga un ente femenino convertido en un trofeo a conseguir y con el que saciar la libido masculina; todos labran un contexto idealizado, únicamente visible y existente ante ellos. Sueñan con alcanzar la bella figura, cambiando y forzando situaciones para no dejarla escapar pero ésta parece deshacerse entre las calles, es imaginaria e inalcanzable a la vez, habitando solo en el ideario masculino.

...Zobeida, la ciudad blanca, expuesta a la luna, con calles plegadas sobre sí mismas como en una madeja. Cuentan la historia sobre su fundación: hombres de varias naciones tuvieron un sueño idéntico. Vieron a una mujer que corría de noche por una ciudad desconocida; la veían de espaldas, con sus largos cabellos, y estaba desnuda. Soñaron que la perseguían. Cuando doblaron la esquina, todos la perdieron. Tras el sueño, se pusieron a buscar esa ciudad; la ciudad, nunca la encontraron, pero se encontraron unos a otros; decidieron construir una ciudad como la del sueño... (De Lauretis, 1992: 25).

5.2.1. La narrativa cinematográfica como base fundamental en la creación de significados

En el cine narrativo, el espectador es transportado según las imágenes que observa siguiendo la trayectoria narrativa establecida por su creador. La mirada de la cámara y la mirada del espectador se unen en lo que Alberti denominaría “las cosas visibles” del cine (De Lauretis, 1992: 219). Pero a su vez, y mediante una labor semiótica, el cine propone la creación de una serie de imágenes productoras de valores e ideologías repercutiendo tanto a nivel social como subjetivo; construye significados y modos de percepción que varían según el contexto ideológico en el que se ve envuelto el sujeto receptor. Y es ahí, en ese halo de ideología, donde se ve inmersa parte de la Teoría Feminista que intenta establecer vínculos directos entre el

significado y la visión del sujeto femenino sumiso en una simbología llevada a cabo a lo largo de toda nuestra cultura configurándose así, un eslabón fundamental a partir del cual establecer los orígenes de la diferenciación sexual así como la representación de la figura femenina y su posterior influencia en la subjetividad del individuo.

Todo ello lleva consigo un análisis re-interpretativo de las proyecciones que representan a su vez estereotipos que dan voz propia a las imágenes las cuales soportan adheridas una serie de significados que serán asumidos de manera directa por el receptor influenciado por una conciencia histórica impregnada por las ideologías patriarcales. Tanto la imagen como el sonido o el lenguaje constituyen lo que en sí es la narratividad la cual otorga la percepción y el significado de las imágenes.

El establecer una definición de la creación de imágenes en cine a partir de la compleja relación entre signo y significado supuso toda una exposición de declaraciones por parte de los grandes estudiosos (como ya anteriormente se señalara). Metz defendió que las imágenes aunque poseen un significado no pueden ser entendidas como signos tal y como lo definió Saussure en su teoría lingüística. Metz habla de imágenes construidas a partir de la combinación inconsciente de una serie de elementos que no pueden ser catalogados como en su caso lo puede ser el lenguaje, imágenes de donde el significado se extrae del significante sin tener en cuenta código alguno.

Por su parte, Pasolini concebía el cine no como una institución productora de significados, sino como una representación real de la actividad social, por ello planteó el tema estableciendo una clara relación entre los recursos técnicos propios del cine y el significado. Su hipótesis se basó en definir el lenguaje cinematográfico como la elección y combinación estratégica de un conjunto de elementos denominado "cinemas" colocados de modo consciente dentro del encuadre fílmico y cuya combinación da lugar a la construcción de lo que hoy conocemos como fotograma. Se configura así un cúmulo de imágenes traducidas en signos que proyectan el significante de una realidad que podemos captar a través de nuestros sentidos.

Para Eco, teniendo en cuenta cada una de las aportaciones anteriores, y sin excluir la posibilidad de que existan determinadas actividades sociales que lleven a cabo la

transformación de los códigos como así lo hace la actividad artística, concibe la semiótica como un proceso social en el que tienen cabida todos aquellos factores de carácter subjetivo propios de la experiencia de cada receptor. Remarca además, que aquellos objetos que según Pasolini conformaban el encuadre son unidades previamente reconocibles que ya poseían un significado y a las cuales él denomina “sema”. Cada uno de estos semas está compuesto por signos icónicos, elementos de carácter inferior que a su vez están conformados por figuras icónicas las cuales determinan las formas, ángulos, la luminosidad... silueteando la imagen en sí (De Lauretis, 1992: 70-72). Es decir, se dibuja la figura de un cuerpo que queda proyectado en la pantalla abierta a multitud de interpretaciones, entendiendo como proyección la traducción en expresiones y/o unidades semánticas de todo aquello percibido; a partir del proceso de percepción de la realidad, Eco representa y crea significados.

Pero ante todo ello, Stephen Heath irrumpió estableciendo que tanto el espectador como el hablante nunca se encuentran de manera directa con las imágenes del cine ni con las palabras del lenguaje (algo que se obvió en los parlamentos anteriores), sino que más bien actúan ante una muestra de éstos habiendo de tener en cuenta la combinación existente de la enunciación, los códigos y las distintas situaciones comunicativas, así como las condiciones de recepción de cada espectador.

En cuanto a la función del lenguaje empleado, además de ser entendido como vehículo de comunicación, se ha de interpretar como un método propio cinematográfico plagado de intenciones y responsable de la producción de determinados significados según su modo de empleo. Así lo narra Teresa De Lauretis en su obra, de la mano del personaje Humpty Dumpty³ en un diálogo con Alicia: “cuando yo uso una palabra, significa lo que yo decido que signifique” (De Lauretis, 1992: 9); parábola que hace referencia a la situación en la que se baña la crítica del feminismo aventurándose ésta a introducirse en el mundo casi sin salida del lenguaje aunque no solo esta práctica es tratada desde un punto de vista académico, sino que ha sido y es llevada a cabo actualmente tanto en el campo de la educación como de la posición social.

³ Personaje relativo a la obra de Lewis Carroll, *The Annotated Alice* (1963). Con introducción y notas de Martin Gardner, Cleveland y Nueva York, The World Publishing Company. Pág. 269.

El reflejo de la mujer tanto en el ámbito del cine como en su representación lingüística, es una antítesis de sí misma. Lo que el visor de la cámara recoge es la captación de la ideología dominante en la realidad por lo que se ha de luchar por derruir esta coraza masculina para construir una imagen más equitativa de ambos sexos. Y es que en el mundo cinematográfico se plantea una ecuación fundamental en la que la suma del lenguaje empleado, a través de una serie de códigos entendidos como un conjunto de valores propios de cada individuo, que a su vez construyen un significante y por consiguiente el significado de una imagen, da como resultado una posible manipulación en la creación de una imagen femenina.

Ahora bien, dentro de estos parámetros existentes y a tener en cuenta en la asunción de identidades, se ha de introducir el efecto de la percepción e ilusión cinematográfica de cada espectador; Gombrich establece que el cine alberga la capacidad de reproducir nuestras propias percepciones de la realidad por lo que define a éstos como dos puntos básicos del proceso implícitos en la constante búsqueda del significado.

Desde un punto de vista cinematográfico, el cine no se encarga solo de crear y producir imágenes, sino que se constituye como todo un “taller de imaginaria” en el que las imágenes, aunque irreales pero en busca de la representación de la realidad, son supeditadas a la narratividad; se les otorga significados orientados a partir del sentimiento de deseo por situar a la imagen en un determinado lugar y la posición que mantenga el espectador frente a ellas. Así, Claire Johnston en 1974 señaló que la narración dentro del cine de mujeres es considerada como la base a partir de la cual la crítica feminista ahondaría para releer y redefinir con una nueva visión aportando una nueva significación a aquellas imágenes cinematográficas propias de planteamientos semiológicos pasados.

Todos estos elementos son entendidos como verdaderos obstáculos desde el punto de vista de la crítica feminista que analiza la actividad cinematográfica como una actividad de diferencias, teniendo ésta como prioridad la intervención en el cine de hombres para romper con los cánones establecidos desde la perspectiva masculina donde la imagen fetiche de la mujer es empleada y consumida desde un ambiente patriarcal.

La pretensión de dicho movimiento es barrer de la concienciación histórica, la concepción de valores culturales negativos existentes. El objeto fundamental de la narrativa, por ende, no es tanto la configuración de sus estructuras ni relaciones como el resultado de su funcionamiento y sus efectos. La narración es la base del deseo por representar contenidos e imágenes que pueden estar sujetos a la proyección de las diferencias; una diferencia sexual a interpretar en cada texto en cuyo proceso de creación interviene el espectador.

La construcción de la imagen de la mujer ya sea onírica, idealizada o representada a través de obras literarias o cinematográficas, crea un discurso definido mediante el lenguaje bien lingüístico o visual, en cualquier caso, fruto de una representación construida a partir del empleo razonado de unos códigos responsables de la construcción de la diferencia sexual.

Como madrina de todo este planteamiento, se ha de retroceder hasta la mitología de donde emergió un tipo de narración en la que para establecer la diferencia entre los sexos se entendió la figura del hombre como el héroe, fuerte y humano mientras que la mujer se define, según señala Lotman, como no-hombre, la abstracción absoluta. Es desde la posición de la mujer en estos orígenes, desde donde ésta se ha constituido como objeto de estudio sobre todo en lo referido a lo cinematográfico; la mujer se ha dibujado como un icono para ser observado desde el placer del espectador masculino, el cual es definido por Mulvey como: “la figura en un paisaje, libre de dirigir el escenario... de la ilusión espacial en el que articula la mirada y crea la acción” (De Lauretis, 1992: 221). Según esta autora, poco a poco el cine feminista va respondiendo a su objetivo en un intento por crear un nuevo lenguaje del deseo.

5.3. Estudios teóricos de género en los medios en general

Actualmente, los medios se han convertido en los verdaderos divulgadores de la realidad que nos rodea creándose así un proceso socializador del género que pone en evidencia modos distintos de entender al hombre y a la mujer, por ello, los mensajes producidos por los *mass media* son los responsables de alimentar o eliminar

la formación y el fomento de posibles estereotipos existentes. De este modo, los medios actúan con un carácter uniformador con el que establecer determinadas pautas de comportamientos, generan una serie de patrones a partir de los cuales la población entienda el mundo participando en la creación de referencias sobre cómo es la figura del hombre y la de la mujer.

Es cierto que la extensa difusión de contenidos a través de los medios es un claro reflejo de la actividad democrática que se desarrolla en nuestro país, pero se ha de considerar un cierto desequilibrio en cuanto a la representación equitativa del género. El concepto de que los medios son un espejo de la sociedad agrava el hecho de reproducir las desigualdades entre géneros como reflejo de la sociedad patriarcal que todavía hoy impregna a la sociedad.

Uno de los campos que más incide en la existencia de la diferencia de sexo es el ámbito de la lingüística empleada en los medios, considerándose todo un obstáculo para la consecución de la igualdad entre ambos géneros. Cuando analizamos el lenguaje en busca de diferencias entre los sustantivos vinculados al género masculino o femenino, observamos que la mayoría de las palabras empleadas en la cotidianidad posicionan a la mujer en un segundo plano. No solo hallamos tales diferencias en cuanto al análisis de nombres, sino que existen estudios destinados al análisis de los pronombres genéricos los cuales supuestamente se refieren tanto a lo masculino como a lo femenino.

Estudios propios de la década de los años setenta se inician con el fin de cuestionar la naturaleza genérica de este tipo de terminología. Autores como Densmore señalaron que tales diferencias eran dadas por el carácter androcéntrico de dichas terminologías centradas en lo masculino y lo sexista, y que reducía las posibilidades comportamentales de las mujeres. Murray en 1973 apuntó en tono sarcástico que parecía ser que todos los seres humanos existentes eran individuos masculinos hasta que se demostrara lo contrario. Además, estableció una crítica a todas las palabras tradicionalmente genéricas argumentando que provocaban confusión, a lo que Farwell añadió: “definen a las mujeres como individuos de segunda categoría o como sujetos desviados; eran ambiguas, excluyentes y desiguales” (Farwell, 1973).

Como consecuencia de todas estas críticas, se realizaron una serie de estudios que corroboraron que tales palabras genéricas presentan una marcada tendencia hacia el género masculino (Pearson, Turner y Todd-Mancillas, 1993: 124).

Posteriormente, el hecho de modificar tal situación fue una labor destinada no solo a escritores y autores, sino tanto a los educadores como sobre todo y ejerciendo una mayor incidencia, a los medios de comunicación.

Entre finales de la década de los setenta y comienzos de los ochenta, desde las grandes instituciones y desde el nivel académico, surgen reivindicaciones contra tal situación por lo que se procedió a retirar un destacado número de expresiones sexistas que hizo cambiar la imagen de la mujer, pero dicho proceso no solo varió en este aspecto, ni lo hizo de manera espontánea, sino que comenzó a promoverse el empeño por eliminar el constante sexismo manifiesto en el lenguaje empleado y conseguir así la igualdad entre mujeres y hombres, consiguiéndose de alguna manera neutralizar el lenguaje.

En España surgieron políticas a favor del fomento de un lenguaje igualitario impulsadas desde el Instituto de la Mujer, originario de 1983, que trabajaba en estrecha relación con el Ministerio de Educación y Ciencia, así como con el Ministerio para las Administraciones Públicas y el Ministerio de Asuntos Sociales, confeccionándose el *I Plan de Igualdad de Oportunidades* desarrollado desde 1988 a 1990.

No obstante, también tuvieron lugar una serie de conferencias las cuales reunían a personalidades dispuestas a impulsar un cambio. En México en 1975, considerado Año Internacional de la Mujer, se convocó la *I Conferencia Mundial de la Mujer* de la cual se obtuvo la proclamación, por la Asamblea General, del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer.

Cuatro años más tarde tuvo lugar la aprobación de la *Convención sobre la eliminación de la discriminación contra las mujeres*, revalidada por España en 1984. Ya a partir de los ochenta y en relación a la desigualdad lingüística, se sucedieron una serie de documentos en defensa de un lenguaje igualitario y no discriminatorio hacia el “sexo débil”. En 1980, en Copenhague tuvo lugar la celebración de la *II Conferencia Mundial sobre la Mujer* donde se aprobó un Programa de Acción para la segunda mitad del

decenio. El objetivo buscado era evaluar el desarrollo del Decenio para la Mujer, por lo que se aprobó un Programa de Acción para mediados de esta década en el que tomaban relevancia temas relacionados con el empleo, la salud y la educación.

Pasado un lustro, en Nairobi se convoca una *III Conferencia Mundial sobre la Mujer* donde se evaluaron tanto los avances como los obstáculos hallados durante el Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer. De este modo y por consenso, se aprobó el documento denominado *Las Estrategias de Nairobi* con el fin de orientar la situación de las mujeres para el futuro del año 2000. Se constituyeron pues, iniciativas para ser adoptadas a nivel internacional, nacional y regional incentivando el reconocimiento social de las mujeres así como sus derechos humanos.

El 21 de febrero de 1990, el Comité de Ministros del Consejo de Europa aprobó una recomendación sobre la eliminación del sexismo en el lenguaje y recomendó a los Estados miembros europeos que adoptaran las medidas necesarias para llevar a cabo tal iniciativa. Para ello, todos los medios debían de comprometerse a la utilización de un lenguaje que no dañara a ninguno de los dos sexos, teniendo siempre en cuenta la situación que ostentaba la mujer en la sociedad del momento. Incluso se procedió a rectificar, en beneficio de la igualdad de sexos, la terminología hallada en los textos de régimen jurídico, la administración pública y la educación.

Ya en 1995, se celebró en Beijing (Pekín) la *IV Conferencia Mundial sobre la Mujer*. En ella se congregaron representantes de ciento ochenta y nueve gobiernos presentes en la Cumbre, los cuales se planteaban establecer una serie de transformaciones con las que mejorar la situación de cara al siglo XXI, por lo que se aprobó la Plataforma de Acción la cual amparaba una serie de propuestas y objetivos a cumplir por parte de los gobiernos, las organizaciones internacionales, instituciones... con el fin de mejorar el contexto que envolvía a la mujer.

Dichas propuestas aparecieron recogidas en distintos capítulos entre ellos, uno dedicado a la relación existente entre la mujer y la comunicación social donde influye la rápida dispersión de las nuevas tecnologías, de ahí la importancia estratégica de favorecer además, el tan ansiado cambio cultural.

Por su parte y desde los PIOM (Planes para la Igualdad de Oportunidades de las Mujeres), tanto a nivel nacional como autonómico, se insiste en establecer propuestas de acción destinadas a “fomentar una imagen pública de las mujeres en consonancia a su realidad actual” (De los Ríos y Martínez, 1997: 103).

Pero a pesar de todas estas proposiciones, la situación de la mujer representa actualmente una situación ambigua, aun quedando plasmado el reconocimiento de igualdad entre ambos sexos en el texto de la Constitución, todos estos esfuerzos parecen haber sido en vano pues tales normativas han tenido una aceptación y una puesta en marcha desigual. Aunque parezca paradójico, las recomendaciones dirigidas a los medios de comunicación han sido menos numerosas que las realizadas para con la administración, si a esto le sumamos el hecho de que tales manuales o guías no se comercializan, se impide obtener un mayor índice de difusión. En su mayoría son trabajos realizados desde el Instituto de la Mujer, las Diputaciones, Empresas, Universidades... así, se hallan títulos como *Aprender a detectar y superar el sexismo en los medios de comunicación* (Laviña, 2002), *Manual de información en género* (López Díez, RTVE) y *La mujer construida. Comunicación e identidad femenina* (Suárez, 2006) entre otros (Núñez y Loscertales, 2007: 315).

5.4. Estudios teóricos de género en televisión

Si nos remontamos al pasado, el cine es considerado precursor de los estudios de género surgido de un contexto angloamericano a partir de las constantes movilizaciones feministas allá en la década de los setenta donde se reclamaba la reivindicación de derechos así como la escasa visibilidad femenina en la industria cinematográfica. Al considerarse éste como el medio con mayor capacidad de difusión y representación de la cultura patriarcal contemporánea, comienza pues a vislumbrarse cierto interés en analizar el discurso fílmico captado por el objetivo de la cámara en el que a la mujer se le asigna una determinada posición.

Desde entonces y hasta nuestros días dichas investigaciones cinematográficas de género centran también su mirada, de manera crítica, en todo lo referido al medio

televisivo el cual refleja de un modo más directo el contexto social en el que nos movemos; y es que los medios son entendidos como industrias culturales fieles discípulos de la representación social.

Se consideran como una fuente de gran importancia que nos enseña a modelar y conformar nuestras propias percepciones sobre los hombres y las mujeres.

Busby en 1975, elaboró un amplísimo informe en el que expone las siguientes conclusiones sobre los medios:

1. No se ha profundizado en algunos de los aspectos referentes a los roles sexuales.
2. Los roles sexuales presentes en los medios de comunicación de masas son tradicionales y no reflejan ningún tipo de alternativa a ellos.
3. Los niños modelan y conforman su comportamiento en función de lo que se les informa a través de los medios de comunicación.
4. En la mayoría de los medios de comunicación son los hombres quienes controlan la información.

Estas conclusiones son fundamentales si tenemos en cuenta lo establecido por Cathcart y Gumpert (1986) quienes hacen referencia al papel primordial que los medios juegan en nuestras vidas. Consideran que éstos son los responsables del cambio que se produce en las relaciones interpersonales siendo además, instrumentos que influyen en la auto-imagen del individuo.

A través de una única lectura y sin posibilidad de contemplar otras perspectivas, los medios se han encargado de reproducir en cada uno de sus discursos el androcentrismo existente en la sociedad sin tener en cuenta la consiguiente representación de estereotipos y determinados roles, asumidos en su mayoría, por un público permeable y carente de un capital cognitivo básico que le permita conocer y diferenciar la realidad de la ficción representada; un público influenciado por los

medios, destinado a elaborar su propia identidad a partir de los modelos representados y que en ningún momento se cuestiona el modo de funcionamiento de éstos quienes solo buscan la mayor captación posible de audiencia a cualquier precio.

El público tiende a interpretar desde su experiencia y entorno antes que leer críticamente, lo cual es entendido como un mecanismo de economía del esfuerzo dado que la televisión nos ha acostumbrado a estar relajados frente a ella. La audiencia se implica más en el producto televisivo sintiéndolo sin razonarlo excesivamente, lo cual es consecuencia directa del juego de poder que se establece en el proceso comunicativo (Núñez Puente, 2005).

Lo que se narra en televisión es “verdadero” y si no se menciona es que no existe. En este sentido, y vinculándolo con el tema “mujeres” por poner un ejemplo de relevancia actual, se ha de señalar que el uso y abuso de la violencia doméstica se ha producido desde siempre pero ha ido incluyéndose dentro de nuestro conocimiento social a partir del momento en el que este tema fue expuesto en los medios, empleados éstos como ventana a través de la cual exponer al mundo la cruda realidad de algunas mujeres.

Es por todo ello, y porque la televisión es considerada una de las principales fuentes que emana información, por lo que dicho aparato ha conseguido hacerse un hueco primordial tanto en nuestros hogares, donde suele ocupar uno de los espacios principales, como en la opinión pública en tanto en cuanto cumple funciones informativas, educativas y de entretenimiento.

Las imágenes proyectadas en las pantallas crean indiscutibles efectos en base al binomio sexo-género, por ello, desde la psicología social se estudia cómo los medios de masas se constituyen como entes fundamentales en la transmisión de una serie de modelos que influyen en el público potenciando una conciencia social bañada en estereotipos e ideas preestablecidas. Así, los medios se configuran como un vehículo perfecto a partir del cual recorrer la realidad y exponerla. Por tanto, la televisión tal y como la han bautizado algunos estudiosos del medio, se ha constituido como todo un “macrodiscurso social dominante”.

Pero, ¿son los medios meros reproductores de la realidad o son éstos quienes la dibujan y la constituyen con sus modos de representación? ¿es la televisión un medio sexista en el que no se cuestiona las connotaciones que puede traer consigo un empleo determinado del género y su representación estereotipada?

Estamos ante una sociedad que poco a poco se ha enriquecido con la presencia cada vez más activa de unas mujeres que se incorporan al ámbito profesional creándose así el concepto de igualdad de oportunidades. Se trata de la puesta en marcha de la mujer que busca establecer su propia identidad. Aunque, como contrapunto, todavía los hombres al haber sido educados desde el convencimiento de superioridad no asumen el papel que las mujeres puedan protagonizar dentro de la jerarquización social.

5.4.1. La ficción televisiva

Actualmente la ficción televisiva seriada es para muchos estudiosos del género el modo de representación más inmediato a través del cual mostrar la evolución que en las últimas décadas ha sufrido la sociedad occidental.

Como reflejo de la posmodernidad, las mujeres han pasado de ser representadas en aquellas estructuras familiares donde eran acotadas al ámbito privado para dibujar un modelo de familia monoparental en el que el papel de ésta se adecua a los tiempos actuales en los que se combina el trabajo, la amistad y lo familiar. “Las crisis de la identidad de la familia y el rechazo a los modelos patriarcales ha hecho evolucionar en las series de televisión lo que fueron esquemas obligatorios para reírse de la propia sociedad. Los roles han cambiado” (Cano, 1999: 81).

Poco a poco, y aunque todas las dimensiones de género están articuladas en una estructura binaria donde lo femenino queda subordinado a lo masculino, cabría señalar la lenta pero a su vez emergente incorporación de determinadas producciones audiovisuales que comienzan a implantar un cambio en cuanto a contenidos y el modo de representación de los discursos rompiendo la estereotipia de género y visibilizando cada vez más la presencia femenina.

De este modo, se hace al público partícipe de la remodelación del sistema corroborando el proceso de socialización de los individuos adquirido desde la televisión; un proceso que aunque muy influenciado por este medio dada su capacidad de captación, depende además de las relaciones provenientes de la educación, del aprendizaje en el seno familiar, los juguetes, la literatura infantil... por ello es por lo que desde los profesionales del medio se debe controlar y limitar los contenidos televisivos que aludan o hagan referencia a la descalificación de la mujer.

Así, las propias mujeres han escapado de las garras del androcentrismo para configurarse como protagonistas en una sociedad cada vez más equitativa. La mujer deja de ser esa princesa que espera ser rescatada por su príncipe azul para definirse como un ser capaz de valerse por sí mismo y adoptar las mismas determinaciones que el personaje masculino.

De manera que nos encontramos con un nuevo modo de representación femenina que ahora combina lo público con lo privado, en palabras de Woodward (1997): “la emergencia de una nueva representación, ‘la madre independiente’, que no es una idealizada figura domesticada que solo se preocupa por el cuidado de los hijos, sino que, antes bien, es una representación que aboga por la independencia y el trabajo de la mujer/madre” (Woodward en Barker, 2003: 172).

Durante 1985, la revista *Broadcasting* lanzó duras críticas hacia la programación televisiva por difundir una imagen invisible de la mujer que si bien no representaba “el papel de drogadicta, no se las secuestra, tortura o asesina, se ven obligadas a ejecutar papeles en los que han de reaccionar violentamente contra alguna amenaza y en defensa propia, o buscar una fuente de protección o ayuda” (Pearson, Turner y Todd-Mancillas, 1993: 367).

Posteriormente, según un estudio realizado por Lichter, Lichter y Rothmann en 1986, se expone que desde mediados de los setenta, en lo referido al ámbito de las series de televisión, las mujeres representaban el 8% de los papeles de médicos, el 18% de los papeles de ejecutivos, y el 25% y 63% en lo referente a la profesión de abogados y profesores respectivamente.

Aun así, la posible causa de estancamiento del discurso puede deberse a que estamos ante un modelo de estructura ficcional reacio a evolucionar en cuanto a sus códigos culturales y estereotipos no arriesgando por un cambio en el modo de producción del discurso narrativo en lo que al género se refiere. Se duda de la no aceptación por parte del público al no proyectar la imagen tradicional hasta ahora concebida del hombre que domina y la mujer que es sometida a determinadas conductas “propias de su género” provocando así la fragmentación de su audiencia. Por todo ello, no conviene olvidar que una de las funciones de la televisión es la de formar al espectador, así como su capacidad de generar modelos idealizados y de conducta que influyen en él y de donde beben sin filtro alguno y sin capacidad crítica hacia todos y cada uno de los productos emitidos.

5.4.2.- La ficción norteamericana vs. española

Las teleseries en su mayoría son creadas para de este modo reflejar la realidad, se centran en construir historias y personajes que representen la cotidianeidad de su audiencia; ahora bien, no solo existen series ficcionales que recogen la descripción de sus personajes basada en la estereotipia tradicional con connotaciones negativas para el sexo femenino, pues si tiramos de videoteca, podemos rescatar series norteamericanas que desde siempre han tendido a no representar historias sujetas al papel tradicional de la mujer. Así se debe reseñar títulos como *Las chicas de oro* (NBC, 1985) o *Sexo en Nueva York* (HBO, 1998-2004) en las que se representa a las mujeres como protagonistas alejadas de estos roles clásicos. Esto puede relacionarse con el hecho de que el modelo de vida norteamericano está muy alejado de nuestra cultura. Si miramos atrás en la historia, la mujer norteamericana siempre estuvo más independizada que la europea, tanto es así que a comienzos del siglo XIX éstas se encargaron de realizar parte del arduo trabajo propio de los hombres, lucharon a su lado e incluso se cotizaron muy alto, puesto que eran un número más reducido que ellos.

Fue tan intensa su lucha por reivindicar un papel más visible dentro de la sociedad que el estado de Wyoming les otorgó el derecho al voto, incluso en Chicago consiguieron reunirse por primera vez en un partido con el fin de liberalizar su sexo, lo cual desembocaría en la conformación del “Partido de las mujeres”. Se considera pues, que en la década de 1980, el mensaje más importante lanzado desde los movimientos feministas fue que “las mujeres debían sentirse libres para alcanzar su realización personal en la vida laboral, así como en los roles tradicionales de la familia”, lo cual debía ser absorbido por la conciencia popular (Heide, 1995: 33).

En el libro *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*, de M^a Isabel Menéndez Menéndez, se encuentra impreso un estudio realizado desde la perspectiva de género en el que se resalta estas dos series norteamericanas como el punto clave a partir del cual boicotear la representación tradicional de papeles femeninos llegando a maquillar ese binomio tan imposible de la edad vs. belleza femenina.

Las chicas de oro (The Golden Girls), emitida por primera vez en 1985, se constituyó en la década de los ochenta como una *sitcom* ya mítica en la que, por primera vez y de manera arriesgada, se apostó por la realización de un producto de ficción televisivo que contaba con la presencia de cuatro mujeres de avanzada edad como protagonistas. Este cambio de rumbo en un discurso ficcional estancado supuso todo un éxito tanto por parte de la crítica como de la audiencia.

Aunque la historia se construye a partir del hecho de que cuatro mujeres deciden compartir la vivienda para ahorrar en costes (una visión que desde una perspectiva de género presenta a la mujer en inferioridad frente al hombre al tener menos posibilidades económicas), y que las tramas narrativas se basan en temáticas universales como la rivalidad que vence frente a la amistad, el sexo, el miedo a envejecer y la belleza, todo ello pasa completamente inadvertido cobrando una mayor relevancia la capacidad de los guionistas de romper con determinados tabúes y convertir por ejemplo, el factor edad en la principal baza sin denotar desprestigio hacia las mujeres; el envejecimiento y la belleza no están reñidos por lo que se presentan

como elementos esenciales en la que se configura como la auténtica columna vertebral de tal producción.

Por su parte, la exitosa serie norteamericana *Sexo en Nueva York*, emitida ya a finales de la década de los noventa, ha supuesto todo un hito en lo que al tratamiento del género femenino se refiere en las series de ficción pues las cuatro jóvenes mujeres que figuran como protagonistas proyectan una nueva imagen de lo que se entiende hoy como una mujer propia del siglo XXI: liberal, independiente y triunfadora (Menéndez, 2008: 80).

Pero esta producción no solo ha logrado romper con los lazos de unión propios del patriarcado, sino que ha sido transgresora en el modo de tratar el tema de la sexualidad, el léxico y las formas populares del habla femenina por lo que ha sido impregnada de continuas críticas al respecto.

En el caso de las series españolas y en lo que al análisis de género de ficción se refiere, también en la década de los noventa se fue introduciendo una nueva tendencia en cuanto a series de ficción en las que se perfilaban nuevas representaciones de la realidad social que iba imperando; las series constituidas como espejo de la sociedad combinan la construcción de una estructura familiar definida como núcleo a partir del cual sobresalen axiomas relacionados con el campo de lo profesional en el que las mujeres copan cargos de responsabilidad anteriormente asignados al hombre.

Surgen así series de renombre como *Farmacia de Guardia* (Antena 3, 1991-1995), *Periodistas* (Telecinco, 1998-2002), *El Comisario* (Telecinco, 1999), *Policías en el corazón de la calle* (Antena 3, 2000-2003), *Hospital Central* (Telecinco, 2000), *Yo soy Bea* (Telecinco, 2006-2009), *Ana y los siete* (TVE1, 2002-2005), *Aquí no hay quien viva* (Antena 3, 2003-2006), *Los Protegidos* (Antena 3, 2010-2012) y *Los misterios de Laura* (TVE1, 2009-2011) entre otras más actuales.

Bien es cierto que algunas de las producciones nacionales a diferencia de las norteamericanas aún abogan por seguir un hilo argumental propio del androcentrismo patriarcal y de la estructura familiar donde en la mayoría de los casos la figura masculina es la que adquiere mayor significación frente a la femenina que se construye

con el fin de constituirse como un objeto de seducción a la mirada masculina subyugado al ámbito privado. Es el hombre el que sigue siendo el sustentador principal de la familia, joven, guapo, valiente y con miras a un exitoso camino profesional mientras que la mujer permanece estancada en las redes tradicionales que la definen: se vislumbran como seres dedicados al ámbito doméstico y profesional; seres que rivalizan con su propio sexo bajo la ideología del romance como directriz elemental para su triunfo personal y que incluso quedan sometidas a las órdenes y/o decisiones de su marido.

La imagen que ofrecen las mujeres en los contextos domésticos contemporáneos es la de unos individuos profesionales e independientes. Las imágenes positivas de las mujeres han influido en las imágenes de los mismos hombres.

En la actualidad, se percibe que los hombres constituyen un auténtico complemento de la mujer, y con ella a su lado forman una pareja que lleva un estilo de vida de doble profesión (Petersen-Perlman, 1989). Con estas palabras, dicha autora hace referencia a series televisivas como *Los problemas crecen* o *El show de Billy Cosby* donde se percibe gran cantidad de interacción entre marido y esposa, así como una resolución de problemas conjunta.

Aún así, y sobre todo las series que se mantienen en un modelo familiar más tradicional son las que captan un mayor índice de audiencia, pues se deduce que dicho resultado se debe a que el espectador encuentra en ellas un reflejo de su propia identidad. Un ejemplo de ello lo encontramos en series como *Cuéntame cómo pasó* (TVE1, 2001-2011) en la que se refleja la más tradicional de las estructuras familiares. Un matrimonio con tres hijos que convive además con la abuela, siendo el padre de familia el sustentador principal. Una familia propia de la década de los cincuenta o sesenta que con el paso de los años muestra la evolución que sufren las mujeres incorporándose tímidamente al mundo laboral.

Según se publicó en el diario El País en octubre de 2005 y en palabras de Ana Duato quien interpreta a Mercedes en la serie afirma que su personaje “es una mujer muy adelantada para su tiempo. Por las circunstancias, ha tenido que dejar aparcadas sus

propias aspiraciones para dedicarse a su familia, pero no cesa en su afán de superarse. Mercedes se ha convertido en un referente femenino. Refleja a un tipo de mujer que educó a la generación que fue a la universidad y que empezó a trabajar para ayudar al marido” (Galán Fajardo, 2007: 37). De hecho, una de las tramas se centraba en la hija mayor de los Alcántara que decide dedicarse al mundo de la interpretación, lo cual desencadena una trifulca familiar ante la negación de su padre por no parecerle ésta una profesión adecuada en el contexto social en el que se encontraban. Como consecuencia de ello, ésta abandona el hogar familiar para poder poner en marcha su sueño, triunfar en el mundo del teatro. A pesar de cosechar cierto éxito profesional, Antonio Alcántara no termina nunca de sentirse orgulloso del reconocimiento de la joven.

Por el contrario y proyectando un nuevo modelo de familia, más actual, la serie *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008) presenta la estructura propia de un núcleo familiar actual, “una familia reestructurada” como así la define Olga Salvador guionista de la serie (Galán Fajardo, 2007: 34) en la que son las mujeres quienes gozan de un nivel cultural alto mientras que ellos carecen de tal formación, y es destacable el que no resulte para nada extraño que sea la figura masculina la que aparezca cuidando de la casa y de la familia sin descuidar su trabajo en el bar.

Otro de los casos más recientes en el que se puede comprobar tal evolución en cuanto a la asignación de papeles se da en el título de *Los protegidos* (Antena 3, 2010), una serie apta para todos los públicos que copó la franja horaria del *prime time* y de la cual se extraen distintas lecturas. Un producto de entretenimiento y magia para los más pequeños, pero toda una manifestación de significados para un público más adulto donde prima la representación de la mujer. Ésta se presenta como un sujeto desarrollado tanto en personalidad como en profesionalidad. Las mujeres presentan un papel de mayor protagonismo frente al desempeñado por los hombres.

El papel de Jimena se caracteriza por desempeñar el rol de mujer y madre trabajadora, figura familiar que sale de casa para trabajar y sacar a su familia adelante.

Es destacable que aunque es madre no está casi nunca en casa permaneciendo alejada de sus hijos; se ha de evidenciar su extraordinaria función como luchadora innata que suele instaurar de un modo más severo las normas de su hogar.

Mientras tanto Mario, el padre, definido por un perfil más enamoradizo en oposición al tópico de la mujer sometida al amor, aunque mostrándose torpe en cuanto a la realización de sus tareas domésticas, se dedica a cuidar de los hijos y de la casa intentando hacerse un hueco en el mundo laboral hasta que finalmente encuentra un puesto de trabajo como profesor en el colegio de sus hijos, sin apartar la mirada de ellos fijando el cuidado de los mismos como objetivo principal.

Asimismo, en España han existido otros títulos ficcionales que han marcado los índices de audiencia y de aceptación pública, se habla de series con el título de *Mujeres desesperadas* emitida originalmente por la cadena norteamericana ABC en 2004 en la que son cinco las protagonistas interpretando cada una de ellas a un tipo de mujer. Siguiendo esta línea argumental y de producción española se ha de mencionar *Con dos tacones* (TVE, 2006) otra de las producciones en la que el protagonismo es exclusivo del género femenino y donde los hombres son la principal fuente de conflicto entre las mujeres (Galán Fajardo, 2007: 31).

En cuanto a la evolución de los perfiles de las mujeres protagonistas encontramos que en la mayoría de los casos son mujeres atractivas de edad media, seguras de sí mismas, con un fuerte carácter y una más que evidente actitud decisiva frente a los problemas que les van surgiendo, además de estar íntimamente ligadas al núcleo familiar como anteriormente se menciona.

Aunque el tema de la belleza como cualidad base para alcanzar el triunfo siga siendo un veterano protagonista de los medios, uno de los cambios a resaltar es el abandono de los comportamientos tradicionales en cuanto al amor como factor clave para alcanzar la plenitud como mujer.

Por lo general, y aunque de manera paulatina, se está logrando hacer desaparecer la invisibilidad de las mujeres en los guiones ficcionales así como los estereotipos convencionales.

El plasmar estos nuevos caracteres en la imagen femenina no es más que potenciar y proclamar en voz alta lo que muchas mujeres han intentado demostrar en su cotidianeidad; realmente una pura manifestación de la realidad actual que tanto está costando consolidarse. “Las mujeres son protagonistas de series porque la mujer es protagonista en el trabajo y en el entorno familiar. Hay familias monoparentales donde ya no necesitan a los hombres y mujeres autosuficientes que viven solas” (Galán Fajardo, 2007: 30).

5.4.3.- De entre bambalinas a escena

En su afán por constituir un estatus en equidad con el masculino, las mujeres han pasado de representar un papel secundario a convertirse en las protagonistas de ámbitos inimaginables en décadas pasadas. Un proceso lento y complejo a la par que alentador para un colectivo que desde siempre se ha visto relegado a una posición invisible en un mundo dominado por el otro sexo.

No solo se han producido cambios en cuanto a la representación de la mujer en la narrativa ficcional emergiendo nuevos paradigmas del tratamiento de género, sino que se ha establecido una estrecha relación de diálogo entre las mujeres y los medios de comunicación. Tanto es así que la relación existente entre mujer-medio se clasifica en torno a relaciones agentes o pacientes para con los medios (Loscertales, Núñez, González, Guarinos, Guerrero, R. Contreras y Vera, 2007: 85).

La primera de estas relaciones citadas son aquellas en las que la mujer se sitúa en la cumbre de la pirámide, convirtiéndose en profesional de los medios desempeñando tareas de gran responsabilidad. En segundo término, también cobran un papel primordial aquellas mujeres que se han incorporado al mundo laboral y que aspiran a la ruptura del tan reconocido y a la vez inaccesible “techo de cristal”; en su mayoría mujeres que enriquecen determinados espacios, modos de tratamientos discursivos, narrativa, temáticas... dando voz a aspectos hasta entonces insensibilizados por el hombre.

Por ello, y a lo largo de la historia en lo que al contexto mediático se refiere, ya se cuenta con un número destacado de mujeres que resaltan por presentar producciones alejadas de la hegemonía masculina.

En cuanto a las relaciones pacientes, se ha de poner en tela de juicio, por un lado, a las mujeres que son objeto de la atención de los medios, pues éstos proponen una serie de modelos que son los que encajarán en una muestra determinada de la población femenina que actuará como receptora; y por otro, a las mujeres consumidoras y público a la vez de los medios. Se definen como la parte menos reconocida aunque la más potencial y determinante para quienes rigen los medios.

5.5. La generación televisiva de estereotipos

5.5.1.- El estereotipo

Como así hiciera referencia Williams y Best (1990), las diferencias biológicas entre hombres y mujeres han adjudicado específicamente una serie de tareas para cada uno de ellos. Una vez que estas diferencias son asumidas, surge la creación de una serie de prejuicios en base a la capacidad de profesionalidad tanto de hombres como de mujeres siendo éstos entendidos como un conjunto de ideas y pensamientos preconcebidos a partir de los cuales clasificar una serie de actuaciones efectuadas por parte de los individuos.

El concepto de estereotipo queda definido por la Real Academia Española como “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”. Analizado desde un punto de vista psicosocial dicho término fue impuesto por Walter Lippman en 1922 considerándolo como un conjunto de productos colectivos e impersonales de carácter anónimo pero constante a lo largo de la existencia del grupo social al que pertenezcan: “los estereotipos son representaciones o categorizaciones rígidas y falsas de la realidad, producidas por un pensamiento ilógico (...)” (Galán Fajardo, 2007: 72).

De este modo, éstos son entendidos como un modo de clasificación de una serie de actitudes propias de una determinada cultura siendo asumidos como comportamientos preestablecidos por los medios. Se configura, por tanto, la estereotipia como un fenómeno social propio de cada uno de sus subgrupos culturales. Todo ello podemos relacionarlo de manera metafórica con el Mito de la caverna de Platón: los medios se constituirían como el elemento a través del cual se proyectarían “las sombras” de nosotros mismos bajo el prisma de la realidad social que nos envuelve.

Las características relacionadas para los distintos segmentos de estereotipos se reducen a la hiper-simplificación de la realidad a la que pertenecen, y por consiguiente, la resistencia al cambio. En primer lugar, dicha hiper-simplificación es referida a la simplificación, valga la redundancia, de una determinada información social ayudando a entender una serie de conductas en ausencia de un principio heurístico. Manteniéndonos en este nivel cognitivo, se ha de tener en cuenta la disminución de la capacidad de recepción del individuo hacia conocimientos más amplios así como la creación de falsas expectativas respecto al ámbito que atañe.

Por su parte, la resistencia al cambio y la inmunidad adherida a los estereotipos ya consolidados se vislumbra como una ardua tarea a la hora de conseguir una modificación de los mismos pues éstos se estructuran en el sujeto como una serie de valores cognitivos quedando configurados como imágenes concretas con las que concebir y anticipar una determinada idea o comportamiento.

5.5.2.- Papeles representados por la mujer en la ficción

Los roles son entendidos como comportamientos propios de un conjunto de individuos y situaciones. Son instancias dinámicas que evolucionan con el tiempo adaptándose al momento histórico pertinente aunque siempre suponen un corsé para la libertad individual que se ve constreñida por las imágenes y representaciones sociales dominantes en una sociedad dada.

Ser hombre o mujer ha cambiado bastante a lo largo de la historia pero el rol femenino actual ha evolucionado en comparación con el concepto de masculinidad.

Virginia Guarinos, en su estudio fílmico expuesto en *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*, presenta una serie de papeles propios a partir de los cuales se intentará encajar a la mujer representada en las series de ficción siendo las mujeres estereotípicas más comunes:

- La chica buena quien se presenta como alguien joven, hermosa, de clase social media-baja y cuyo sueño es convertirse en “señora de” con el que vivir una vida de ensueño.
- El ángel. Chica ambiciosa y capaz de todo por conseguir su propio beneficio, una chica con piel de cordero que esconde todo un lobo feroz en su interior.
- La virgen. *Vigo potens*, mujeres que hacen de su renuncia sexual su principal carta de presentación.
- La beata/solterona. Mujer solitaria que roza los cincuenta años, con vocación religiosa y de personalidad reprimida.
- La chica mala. Chica joven que busca hacerse con un hombre maduro que le satisfaga sexualmente alcanzando el puro divertimento como objetivo primordial.
- La *femme fatale* o *vamp*. Mujer mala por naturaleza, la perdición de los hombres. Se definen como ambiciosas, peligrosas y fatales para el hombre que se encapricha de ellas; mujeres con un alto poder de seducción tomando como arma su belleza y juventud, virtudes que irán desapareciendo al sufrir una enfermedad o la muerte como castigo.
- La *mater amabilis*. Ama de casa feliz, de edad mediana, romántica y atenta del cuidado de su marido e hijos.

A continuación, se añaden algunos ejemplos propios de la representación de la mujer aunque éstos, según su definición, no son muy identificables en la producción de series de ficción nacionales.

- La *mater dolorosa*. Madre sufridora que ve cómo sus hijos son maltratados por la vida.

- Es uno de los pocos tópicos de edad madura que roza la ancianidad.
- La madre castradora. Madre dominante que coarta la libertad de sus hijos, en su caso hijos varones llegándoles a provocar secuelas psicológicas.
 - La madrastra.
 - La madre sin hijos.
 - *La turrís eburnea*. Mujer inalcanzable lo cual la hace ser más deseable. Es un ser frío, fuerte y fetichizable.
 - La reina negra, bruja o viuda negra. Pueden presentarse como mujeres monstruosas o de una belleza embriagadora pero siempre perversas y dispuestas a hacer el mal a cambio de conseguir el dominio sobre algo o alguien.
 - La villana. Combina juventud, belleza, inteligencia y destreza con la que enfrentarse a situaciones comprometidas.
 - La superheroína. Mujer que actúa en servicio de un colectivo.
 - La *dominatrix*. Responsables e independientes que basan su relación con los hombres en relaciones de poder sadomasoquista.

5.5.3.- Estereotipos de género en la producción televisiva

Considerando a los medios como los responsables del fomento y el abuso de los estereotipos que provocan la diferencia de género, se puede establecer que el surgimiento de éstos se da en función del medio social al que se pertenece, de la cultura en la que un individuo se halle imbricado y de la que se asume una serie de normas preestablecidas por los propios procesos de socialización a los que estamos sometidos. Autores como Williams y Best en 1990, afirmaron que el hecho de que existan diferencias biológicas entre hombres y mujeres lleva consigo por parte del receptor el aprehender una serie de roles en función del sexo al que se pertenezca, de las distintas tareas sociales y modos de comportamientos. Por ello, y dado que los estereotipos se manifiestan en diferentes soportes y de distintos modos, establecieron una clasificación dividiéndolos según dos tipos: los estereotipos de rol y de rasgo.

Se denomina estereotipos de rol a aquellos identificados en documentos informativos o en las imágenes representadas transmitiendo un concepto determinado en función al género que representa y al rol social al que están sujetas; por su parte, los estereotipos de rasgo determinan ciertas características psicológicas propias de hombres o mujeres.

Entendiendo que los estereotipos no son más que meras representaciones del medio social que nos envuelve, cierto es que cada una de las distintas culturas han definido claramente la función que se ha de desempeñar según el sexo al que se pertenezca. Pero entre tanta clasificación y tipología, alguna de las cuales rozan la degradación en la imagen femenina, la solución no parece ser inmediata a pesar de que se está luchando por posicionar a la mujer en un nuevo estatus y dotarla de nuevas características, lo cual tendrá o se espera que así sea, una repercusión futura no muy a largo plazo; una nueva concepción de la mujer representada para una nueva sociedad que emerge. Por ello, y para deshacer tales ideales, las mujeres ya desde el pasado siglo XX han ido potenciando una serie de capacidades mostrándose contrarias y superiores a los prejuicios ya establecidos como propios de su carácter biológico; por ello, en el actual contexto social, transformado solo en algunos aspectos, la mujer ha adquirido protagonismo en determinados campos.

Por su parte, los medios, grandes difusores de estereotipos, se han acogido a la representación y potenciación de éstos como una práctica recurrente con la que mostrar una serie de conocimientos y pretensiones ya consensuadas por el público. Pero los *media* no solo han de servir para transmitir connotaciones negativas, sino que dada su capacidad de penetración en las audiencias y haciendo alarde de esa frase que los caracteriza: “si hay algo que no sale en televisión es que no existe” éstos deben contribuir a proyectar sobre la gran masa social una nueva posición de la mujer.

Aun así, y a pesar de la pretensión de los profesionales de forjar un tratamiento equitativo en cuanto a la imagen de ambos sexos, según estudios existentes, todavía hoy percibimos llamativos desequilibrios en aras de una imagen propia del androcentrismo de antaño donde toma preponderancia la figura masculina frente a una imagen femenina estereotipada con connotaciones negativas y prejuiciosas.

Tanto es así que se puede recoger algunos errores básicos incidentes en el tratamiento televisivo del género:

- Desequilibrio cuantitativo entre hombres y mujeres.
- Desigualdad cualitativa entre géneros.
- Distorsión de la imagen social femenina construida en función de la figura masculina (Dirección General de la Mujer, 2003: 253).

A causa de todo ello, los estereotipos vienen siendo estudiados desde perspectivas teóricas diversas. Por un lado, han recibido un enfoque psicoanalítico el cual se consigue mediante la satisfacción de una serie de necesidades asumidas de manera inconsciente. Por otro lado, se pone en marcha un análisis de tipo sociocultural en el que el individuo busca adaptarse a unas normas sociales preestablecidas y por último, un estudio desde la perspectiva socio-cognitiva donde se pone en relación determinados atributos con unos grupos en concreto.

A partir de estas correlaciones empieza a perfilarse una serie de roles reforzados por los estereotipos bajo a la simplificación de caracteres que definen nuestras conductas de comportamientos. Así es que los medios son entendidos como los principales portadores de estos estereotipos muy presentes sobre todo en las *sitcom*. Podemos afirmar que el motivo de la utilización de estereotipos es porque el empleo de éstos lleva implícita una serie de connotaciones y representaciones simplificadas fuertemente asumidas por el espectador de manera que éste concibe de forma rápida las características básicas del personaje que representa. Pero lo que más hace peligrar al estereotipo es que se pueda entender más que como un instrumento de poder como una mera representación de la realidad social que nos rodea.

Es destacable que algunos de ellos pasen desapercibidos por los conocimientos comunes y compartidos, y la concienciación que la ciudadanía manifiesta frente a determinados roles.

Resulta incluso llamativo que dependiendo del nivel cultural del receptor y de su relación con los medios el hecho de asumir tales representaciones icónicas se llevará a cabo de manera diferente.

Tal es la situación que los distintos gobiernos se han encargado de elaborar informes en los que se trata de un modo preciso los problemas de género transmitidos a través de los medios y que interesan desde la mirada femenina. Se realiza esfuerzos para llevar a cabo una imagen equilibrada, no sexista ni estereotipada de la mujer. Para ello se cree necesario proporcionar más formación a los profesionales en cuestiones relacionadas con el género. Así, en países como Jamaica, Womens Media Watch (WMW) trabaja junto con los periodistas para modificar el modo de representación de la mujer en sus pantallas. En los Países Bajos por su parte, se prepara una “Guía para la creación de una imagen de gran efecto” con la que encontrar la manera de generar imágenes más variadas tanto de la mujer como del hombre; Austria, Letonia, Nigeria y Swazilandia se constatan como otros países que luchan contra ello, convocando seminarios de concienciación sobre todo en lo relacionado con el género y los profesionales de la comunicación.

5.5.4. Estereotipos propios de la mujer en la ficción seriada

Tradicionalmente el papel de la mujer se ha visto sometido a una serie de modelos en los que encajar a los distintos personajes, patrones en los que ellas se ven sometidas a las imposiciones exteriores viéndose obligadas a ejercer el papel que le corresponde. Surgen así numerosos estereotipos que engloban la representación tanto del género masculino como femenino.

Partiendo pues, de un estudio realizado desde el Instituto de la Mujer en 2007, así como de un listado de estereotipos definidos por Felicidad Loscertales Abril, se establece una clasificación de aquellos estereotipos que se puede encontrar representados.

Pero antes de describir alguno de los estereotipos más destacados dentro de las series, se ha de señalar que éstos son en su mayoría los más representativos puesto que poco a poco la mujer va equiparándose al perfil desempeñado por el género masculino.

-El primero se describe como la definición de los roles de las mujeres y varones que mezcla indiscriminadamente los determinantes biológicos con los condicionantes sociales.

Se habla de la atribución de una serie de valores a determinados roles sociales vinculados al género: el hecho de que en la mayoría de las ocasiones sea la voz en *off* (indicadora de autoridad), voz masculina.

-En segundo lugar, se debe destacar las diferentes características psicofísicas en cada género: y es que por ser de uno u otro sexo se está abocado a tener una determinada forma de ser y actuar. Así, se plasma la falta de adjetivos como fuerte, ambiciosa, agresiva... en la figura femenina, aunque se ha de incluir, la creación de determinados modelos a los que se acoge el personaje femenino el cual representa otra categoría de adjetivos propios de la mujer en la representación ficcional:

-- El modelo de la mujer infalible se constituye como aquella que presenta cualidades positivas que convierten a la mujer en un ser ideal: el atractivo y la belleza se configuran como claves en el éxito personal, profesional y personal, por ejemplo el personaje de Cayetana en *Yo soy Bea*.

-- El modelo de mujer posesiva en el que prima la existencia de celos atribuidos a los personajes femeninos y que salen a la luz por motivos sentimentales desvelando el carácter más frívolo de la mujer llegando incluso a ocasionarse una rivalidad entre los personajes femeninos mostrándose así como la novia o enamorada del héroe.

-El tercero de los estereotipos sería aquel en el que se establece que el mundo público es para los varones y el mundo privado para las mujeres entendiendo la relación entre los géneros y su adscripción al mundo privado y al público como absolutos. Así se ha de apuntar la existencia de:

-- La mujer casada. La cinematografía ofreció a la sociedad de masas un modelo de mujer basado en el arquetipo de señora casada unida al hogar y al servicio de la familia. El ideal tradicional de matrimonio es el de satisfacer de placer a la mujer, sin embargo, tal arquetipo sufre un alto grado de infelicidad pues, la mujer casada se perfila como esclava de su familia, es abnegada viendo frustrado su desarrollo personal; de este modelo de personaje femenino es hereda la figura de la mujer cenicienta. Dicho modelo entra dentro de los parámetros de una mujer que sigue el patrón de pensamiento basado en la superioridad del varón, una mujer débil, comprensiva, cuidadora a la vez que víctima de una inferioridad y desvalimiento que puede deberse a que se hallen victimizadas por otras mujeres que tratan de hacerse con el amor del protagonista masculino. Una mujer que necesita ser salvada por un hombre con el que desea contraer matrimonio.

-Otro de los estereotipos, y quizás el más reconocido es el de la importancia del cuerpo y de la apariencia externa en las mujeres donde el elemento belleza será el único de impulsión hacia la atracción sexual. A la mujer se le ha definido en términos de su atractivo físico, de su sexualidad y del poder que su cuerpo ejerce sobre el hombre, con ello se define el perfil de la mujer como objeto sexual del que el varón puede valerse, incluso existen personajes de los que ellas mismas se sirven para la consecución de sus propias metas.

-En quinto y último lugar, se ha de mencionar aquel que pone en relación a las mujeres con la infancia y la juventud de las que se nombran enteramente responsables, culpándolas de la educación de la que se puedan nutrir los hijos (Loscertales, 2007: 81-83)

No obstante, no conviene olvidar el incipiente y cada día más potenciado papel de la mujer que se incorpora al trabajo en las series de televisión, una posición todavía un poco reticente a la retina del espectador pues éstas no solo trabajan fuera de sus hogares, sino que a su vez sienten la obligación de hacerse cargo de éstos; una doble labor de profesionalidad y responsabilidad frente al resto.

La evolución del papel de la mujer con signos de independencia tanto laboral como personal comienza a vislumbrarse con las series de policías y médicos. La mujer comienza a desempeñar labores profesionales propias de hombres. Así, las series realizan una llamada de atención sobre la evolución de la sociedad. En Estados Unidos, con la conocida *Ally McBeal*, y en España con la serie *Periodistas* se va dibujando una representación femenina imbricada en un mundo laboral como así lo hicieran de un modo más sutil títulos como *Farmacia de Guardia* y *Médico de familia*.

Como casos más recientes y llamativos, se ha de señalar algunos títulos de entre los ya mencionados anteriormente como *Urgencias* (NBC, 1994-2009), *House* (Fox, 2004-2012), *Anatomía de Grey* (Fox, 2005-2010), *Policías en corazón de la calle* (Antena 3, 2000-2003), *El Comisario* (Telecinco, 1999-2009), *Los hombres de Paco* (Antena 3, 2005-2010) u *Hospital Central* (Telecinco, 2000-2012) entre otras.

Tal y como reflejara Elena Galán Fajardo en su obra *La imagen social de la mujer en las series de ficción*, lo que ha de tenerse en cuenta a la hora de la construcción de un personaje ficcional es el contexto el cual aparecerá impregnado por una serie de influencias culturales según un periodo histórico concreto y unas características personales y profesionales propias determinándose así, la psicología del personaje.

Por lo general, las mujeres representadas en estas nuevas series ficcionales se caracterizan por ser dueñas de un cierto atractivo físico que aunque suponen un gancho para la audiencia, puede desembocar en el rol de mujer bella y atractiva lo cual resulta perjudicial para el constructo personal del espectador y la imagen de lo femenino. Además de la existencia de dichos personajes mujeres que dedican la mayor parte de su tiempo a la vida laboral sin descuidar a la familia, en el caso en que tenga tales responsabilidades, los guionistas contemporáneos apuestan por la construcción de un personaje joven e independiente tanto familiar como económicamente. Personajes seguros de sí mismos y con carácter que evolucionan con respecto al tema del amor en el que ellas mismas son ahora quienes toman la iniciativa.

5.6. Construcción del psiquismo del espectador

Como base teórica al desarrollo del niño y en apoyo a los respectivos cambios conductuales, la Etología se presenta como una disciplina que adquiere relevancia en los años treinta de la mano de Konrad Lorenz y Niko Tinbergen. A raíz de sus investigaciones centradas en los animales, dichos autores extrapolaron los principios etológicos al desarrollo en el niño, pero no fue hasta 1969 por parte de John Bowlby, cuando se aplicó científicamente el modelo etológico al desarrollo infantil.

Según los etólogos, los cambios conductuales tienen dos tipos de causas:

1. Las causas innatas, las cuales son más evidentes e incluyen el entorno en el que la conducta tiene lugar así como las experiencias recientes del sujeto. Las cualidades que caracterizan prácticamente a todas las conductas innatas se clasifican en:

- Existen universales en todos los miembros de la especie.
- Como están generalmente programadas biológicamente para responder a estímulos específicos no necesitan aprendizaje o experiencia.
- Habitualmente son estereotipadas, se producen precisamente en la misma forma cada vez que se presentan.
- Resultan mínimamente influidas por el entorno.

En los seres humanos estas conductas son más evidentes durante la primera infancia. Por ejemplo, la succión se encuentra en todos los bebés y no necesita aprenderse, se produce con una pauta estereotipada y resulta muy poco influida por el entorno.

2. Los determinantes evolutivos se manifiestan como menos evidentes. Presumiblemente la conducta en algún punto contribuyó a las oportunidades del animal de sobrevivir, y debido a ello, es más probable que pasara a lo largo de futuras generaciones mediante el proceso de selección general.

Los etólogos arguyen que los animales están programados biológicamente de tal modo que aprenden ciertas cosas más fácilmente durante periodos concretos del desarrollo.

Uno de los ejemplos más asombrosos de esta relación queda ilustrado en la investigación de Lorenz en 1937 sobre la impronta o troquelado, proceso por el cual los recién nacidos de algunas especies forman un vínculo emocional con sus madres. El estudio se ejemplifica con el hecho de que en muchas especies de aves las crías pueden caminar casi inmediatamente después de salir del huevo, éstas empiezan a seguir a sus madres por donde ella vaya. Lorenz descubrió que una de las influencias más importantes para la impronta era la edad de los polluelos. Si el acto de seguimiento tenía lugar durante un periodo que empezaba horas después de su nacimiento, el vínculo de apego se desarrolla con total seguridad, pero si éste se hacía después de tal periodo, se conseguía poca o nula importancia. Dicho periodo es denominado como “periodo sensible”, que aplicado al caso infantil se corresponde con la adquisición del lenguaje y el desarrollo del papel del género (Money y Anecillo, 1987). De este modo, y extrapolando esto al estudio que en estas páginas se desarrolla, tales experimentos permiten pensar que los niños en sus primeros años toman como modelo aquello que se les presenta como más cercano; el niño adopta como mecanismos de actuación las actitudes que se hallan más inmediatas al entorno en el que más directamente se desarrolla: la familia y la televisión.

Antes de comenzar a establecer interrelaciones entre sujetos y medios de comunicación es necesario ubicar el estudio en el ámbito de la socialización la cual repercutirá de un modo u otro en lo que al consumo e interpretación de contenidos se refiere.

Según Rocher: “la socialización es el proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza en el transcurso de su vida los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra en la estructura de su personalidad bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir” (Rocher, 1985: 133). Por su parte, González Almagro establece cuatro características fundamentales propias del proceso de socialización:

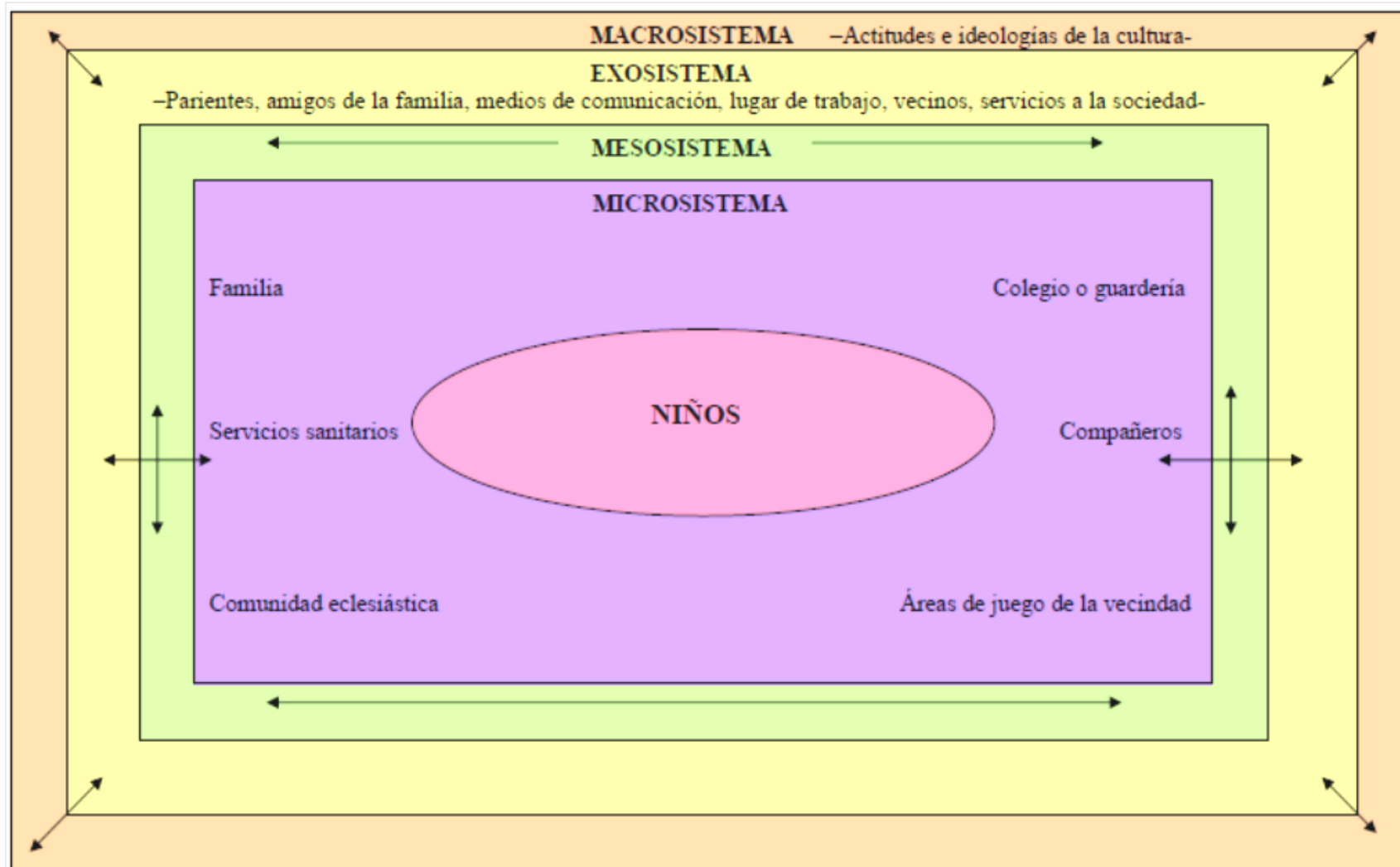
1. Proceso continuo que está presente a lo largo de toda la vida social del individuo, pero resulta más intenso durante la infancia y la adolescencia.

2. Supone la aceptación o el rechazo de las normas y los valores, y su consiguiente interiorización.
3. El papel activo de los adultos influirá en esa aceptación o rechazo.
4. Depende de la capacidad de relación del individuo, que se concreta en la convivencia con los demás y su inserción social por medio del aprendizaje (González, 1994: 216).

La familia, la escuela, el grupo de iguales, las instituciones, los medios de comunicación... todos mantienen una relación de interdependencia y actúan sobre el individuo en todos los procesos vinculados con la socialización. Dependiendo de la naturaleza de estos agentes y de la intensidad con la que se interrelacionen en las distintas experiencias, la socialización resultará más o menos efectiva.

Bronfenbrenner expone un modelo reconocido como Teoría de los sistemas ecológicos⁴ basada en la noción de que para comprender el desarrollo del niño debemos considerar la forma en que las características de éste interactúan con su propio entorno; dicho autor sostiene que niño vs. entorno se influyen continuamente de un modo bidireccional (Bronfenbrenner, 1982).

⁴ *Modelo ecológico del entorno* de Bronfenbrenner. U. Bronfenbrenner, de C. Koop/Krakow, *The Child*, 1982 de Addison-Wesley Publishing Co., Inc., Reading, Massachusetts. P. 648.



Tal autor define cada uno de los estratos socializadores:

Microsistema: espacio más cercano al niño que incluye a las personas que lo rodean, su propia familia, entorno de amigos... Estas personas poseen características que pueden ser importantes para su desarrollo: estatus socio-económico o la cultura de los padres la cual hará que el niño se relacione o no con determinados ecosistemas sociales. El microsistema no es constante, sino que cambia con el crecimiento del niño.

Mesosistema: sistema de relaciones entre los microsistemas del niño. En él se ubica la relación de los padres con el maestro, las relaciones entre niños, etc. Cuanto más interconectados están los sistemas más claro será el desarrollo del niño.

Exosistema: escenario social que puede influir en el niño pero en el que éste no participa directamente.

Macrosistema: cultura y sub-cultura en la que vive el niño. Dicho espacio influye a través de sus creencias, actitudes y tradiciones. Esta fase suele ser más estable que el resto pero también puede cambiar en la forma en que una sociedad evoluciona.

En el diagrama expuesto no aparece representado el paso del tiempo, un factor adicional que debe ser considerado cuando se estudia el desarrollo humano. Las interconexiones que tienen lugar entre los diversos sistemas en el mundo infantil cambian con el tiempo y el crecimiento del niño. Esta fuente de influencia, que Bronfenbrenner denomina cronosistema, añade mayor riqueza y complejidad aún al reto de analizar el desarrollo del niño lo cual lleva consigo una modificación de comportamientos, un aumento del capital cognitivo y con ello, varianzas en sus conductas y pretensiones.

Siguiendo la teoría de Piaget, se entiende que la clave para comprender la conducta infantil radica en cómo se estructura su conocimiento y cómo cambia según crece.

Dicho autor diferencia cuatro etapas del desarrollo cognoscitivo: periodo sensorio-motor, periodo preoperatorio, fase de operaciones concretas y operaciones formales siendo en estas últimas fases en las que se ha de enmarcar el presente estudio por dos motivos: por un lado, porque en el periodo de operaciones concretas se pone en

práctica procesos de razonamiento que se vuelven lógicos aplicándose a problemas concretos o reales. En lo que al aspecto social se refiere, el niño se convierte en un ser verdaderamente social y en esta etapa que oscila entre los siete y once años de edad, aparecen los esquemas lógicos de seriación, ordenamiento mental de conjuntos y clasificación de los conceptos de casualidad, espacio, tiempo y velocidad. Por su parte, en la etapa de las operaciones formales, de los once años en adelante, el adolescente logra la abstracción sobre conocimientos concretos observados que le permiten emplear el razonamiento lógico inductivo y deductivo. Desarrolla sentimientos idealistas y se logra formación continua de la personalidad produciéndose un mayor desarrollo de los conceptos morales.

Por todo lo expuesto, se tornan útiles las teorías anteriormente descritas, que aunque basándose en la construcción del comportamiento infantil desde su nacimiento, vislumbran lo que se consolidará como la base de una construcción hacia el perfil adolescente. El niño se considera receptor-aprendiz desde sus primeros días por lo que va asumiendo como lo realmente existente aquello de lo que se va nutriendo a lo largo de su evolución siendo en la infancia donde va adquiriendo capital cognitivo el cual consolidará y pondrá en relación con su contexto durante la fase de adolescencia.

Es por este motivo por el que fijamos nuestra horquilla de estudio en la pre-adolescencia donde niños entre diez y doce años de edad aproximadamente, perciben, interiorizan y fijan contenidos los cuales han sido aprendidos y aprehendidos al mismo tiempo, y que pondrán en relación con las experiencias vividas en su entorno más inmediato.

5.6.1. La inclusión de los medios en la escena social

Los medios, como un poderoso aparato educativo, forman hacia un estilo de vida transmitiendo una ideología, educando para la creación y manteniendo el tipo de hombre necesario para la estructura dominante. Zires señala que el niño no solo asimila elementos de la televisión, sino de todos los ámbitos que lo rodean (familia, escuela, calle...) pero no todos ellos son comparables y compartibles por sus

compañeros en tanto que “la televisión constituye un mundo generalizable” propiciando identificaciones colectivas (Zires, 1983).

Los primeros contactos del niño con el mundo los establece mediante la familia, institución primaria impregnada de relaciones e influencias con las instituciones dominantes. Algo similar ocurre con la influencia de los medios que alcanzan al niño de manera directa y cada vez más temprana, incluso con programaciones hechas intencionalmente para diferentes edades infantiles, además de un modo indirecto a través de un medio familiar que está impregnado de ello y los revierte sobre sus descendientes transmitiéndoles las formas de vida interpretadas por sus mayores. No obstante, la televisión provoca entusiasmo en la audiencia infantil prevaleciendo en el receptor las imágenes emitidas con un gran poder de persuasión e impacto provocando en la mayoría de los casos identidad con el sujeto proyectado.

La identidad de percepción, ligada al proceso primario muestra una relación directa entre dos o más imágenes. De imagen a imagen se constituye en el sujeto una suerte de prelengua inconsciente e insustancial, a partir de la cual el sujeto logra re-presentar una percepción ligada a la satisfacción de una necesidad. La identidad de pensamiento introduce una conceptualización como complemento de la re-presentación, y por consiguiente, puede considerarse como el primer paso cognoscitivo hacia lo que la lógica llama principio de identidad (De France de Tersant, 1978).

La importancia de los medios en la formación del Yo se mide en cómo contribuyen éstos a dar una visión del mundo exterior.

James Lull identifica tres fases en el proceso de formación de la identidad colectiva:

1. Fase de transculturalidad.
2. Fase de hibridación donde se integran otras expresiones culturales en nuestra cultura de origen.
3. Fase de indigenización con la que se vuelve a la tradición y se reconstruye una identidad cultural propia (Lull, 1995).

En los adultos, los medios intervienen en el aparato psíquico ya estructurado reforzándolo por la reiterativa y estereotipada emisión de contenidos. En cambio, en los niños llegan directamente en su más temprana infancia o etapa formativa penetrando de manera no racional pero sí profunda.

Cuando un niño juega a ser su héroe favorito asume del mismo no solo su apariencia, sino la significación de su conducta y la puesta en práctica de sus acciones aun sin comprender por qué y para qué. “Cada vez más, las profusas programaciones destinadas a niños buscan dos objetivos simultáneos: modelamiento del hombre necesario y hacer que ese proceso continúe fuera del tiempo televisivo” (Guinsberg, 1985: 73).

Un aspecto esencial en el proceso de formación del *Yo*, según el psicoanálisis, está determinado por “identificaciones”, proceso según el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo del otro y se transforma total o parcialmente sobre el modelo de éste. El triunfo implica una alta valoración para los demás y para uno mismo.

Por medio de la comunicación social se amplía el círculo de objetos potenciales de identificación, más allá de eso, el sujeto receptor como ente dotado de fantasía, independientemente del espacio y del tiempo, aspira al encuentro con figuras de identificación que en realidad no existen. Busca seres de leyenda y fábula, al héroe, superhéroe y búsqueda de la imagen y realidad ideal.

No se trata de provocar una admiración racional basada en la calidad objetiva del actor o en sus ideas, sino lograr una integración psíquica de adoración y admiración con carga afectiva que ligue al público con su protagonista, transmisor de un rol y de una situación, lo que implica interiorizar los contenidos y características del personaje asimilando dentro del *Yo* lo que proviene de ídolo (imitación de vestimenta, modos y conductas, costumbres, interiorizando de manera inconsciente elementos de otra personalidad, rasgos ideológicos...), todos ellos, componentes propios siempre presentes y necesarios en la construcción del relato audiovisual.

Para Ferrés: “el relato audiovisual seduce porque permite al espectador el encuentro con las zonas más ignoradas u ocultas de su inconsciente. El interés del espectáculo televisivo se basa en esta capacidad de movilizar los sentimientos más íntimos del espectador, de implicarlo emotivamente en la historia permitiéndole elaborar, a menudo y de manera inadvertida, sus conflictos internos” (Ferrés, 1996: 104).

El poder seductor de la ficción reside en la relación que el público establece con los personajes: “los personajes pueden actuar como modelos de comportamientos y como amigos, hacen compañía, además de representar un modelo de observar el mundo. Se convierten así en uno de los principales vehículos para influir en la audiencia, y el estudio del proceso de relación con los personajes es esencial” (Huertas, 2002: 94).

Meyrowitz, introduce en todo este contexto el concepto de “media-friends”: “...the illusion heightened by television of knowing and interacting with people one has never met” (Meyrowitz, 1985). Horton y Wohl, por su parte, denominaron tal acción como: “... a parasocial relationship and noted that it has the greatest impact on the socially isolated. A new type of research design would have as its goal to consider the television world and the real world as complementary sources of social relationships” (Horton y Wohl, 1956). En todo ello, “el psiquismo del espectador se vuelca intensamente en los personajes, los vive de manera inconsciente como expresión o encarnación de sus tensiones y conflictos, de sus esperanzas, deseos, de sus angustias y temores” (Ferrés, 1996: 105).

Ante tal panorama habrían de señalarse dos conceptos fundamentales en el proceso de identificación, se habla de alienación y enajenación según la interiorización de figuras admiradas o de roles modelos que colocan la propia identidad en aquellas figuras asumiéndolas y haciéndolas propias. Se entiende pues por enajenación el volverse ajeno, identificarse siendo poseído aunque de manera no consciente por el sujeto e incluso sentirse aparentemente feliz de tal posesión. Por su parte, el proceso alineante se concibe como una vía de identificación de diferentes formas a través de los medios.

Junto al sentido de realidad, debe forzosamente agregarse una continua escala de valores de la que el hombre no puede escapar.

Los personajes son modelos imitables por sus perfecciones como, en otros casos, porque salieron como acciones buenas y correctas. Aunque teniendo muy presente los valores y las normas, “los medios de masas constituyen una parte del proceso; sería sorprendente que éstos no desempeñaran un proceso de modelación de nuestras conductas” (Halloran, 1974: 29).

5.6.2. El público infantil como público diana

En la particularización del terreno infantil son inevitables dos puntualizaciones:

- a) Los niños ven más la televisión que los adultos y la ven desde el principio de su vida consciente.
- b) Los niños consumen televisión en una época de formación física, desarrollo mental y creación de hábitos y actitudes.

Es por ello por lo que la capacidad crítica del niño, poco desarrollada, se encuentra neutralizada por el hecho de que no dispone de experiencias reales y personales con las cuales contrastar lo que se propone desde la pantalla.

Así, uno de los estudios más interesantes realizados en Europa es el de los profesores Himmelweit, Oppenheim y Vince quienes propusieron que el simple hecho de mirar la televisión conlleva en el sujeto infantil una actividad mental pasiva, éstos consumen todo lo que aparece y absorben el contenido emitido. A su vez, se han realizado múltiples estudios que explicitan por qué los niños consumen material televisivo; así, tal y como redactan en su obra *Igartua y Humanes*, Greenberg realizó en 1974 un estudio a niños y jóvenes británicos, de edades comprendidas entre los 9 y los 15 años, para investigar las razones por las que éstos consumían televisión.

Tras el análisis de las conclusiones que obtuvieron, los motivos principales fueron el aprendizaje, el hábito, la compañía, la activación, la relajación, el escape y el hecho de pasar el tiempo (Igartua y Humanes, 2004: 318).

Díaz Soloaga, García, Ruiz, De Miguel, Muñiz y Monferrer, por su parte, aluden al que fue uno de los estudios pioneros realizado por Schramm, Lyle y Parker en 1961, donde se mantiene que:

Las tres razones principales que impulsan a los niños a ver la televisión son las siguientes:
a) El placer de estar entretenido. De hecho, la televisión ofrece un mundo de fantasía en el cual el niño puede escaparse de su mundo real y de sus problemas; b) La posibilidad de obtener información, por ejemplo, de cómo vestir, comportarse, etc.; c) La utilidad social, referido a los jóvenes, por ejemplo, la televisión supone en ocasiones una excusa para sentarse juntos muy cerca el uno del otro, para conseguir temas de conversación, etc.
(Díaz Soloaga, García, Ruiz, De Miguel, Muñiz y Monferrer, 2006: 542).

En un experimento más contemporáneo realizado por Igartua, Muñiz, Elena y Elena, se indicó que los motivos por los que los adolescentes consumían televisión serían el entretenimiento, la instrucción socio-moral, el escape, la inducción emocional y compañía, por costumbre o hábito, y por pasar el tiempo (Igartua y Humanes, 2004: 318-319).

El común denominador de todas las investigaciones realizadas es el entretenimiento como función principal. Sin embargo, estos niños y adolescentes no siempre encuentran contenidos ajustados a su edad.

Otro de los motivos que conducen a consumir televisión es el aprendizaje o la información. En un estudio de Hooft y Thunissen (1980) se señala que “la televisión puede proporcionar ideas nuevas, enseñar a hacer cosas y mostrar aquello que está bien o que está mal” (García Galera, 2005: 66).

La televisión ofrece un mundo de fantasía y de imaginación donde no todo lo que se muestra es real propiciando al niño una preferencia por la vida fabricada en detrimento de su propia experiencia, provocándole así una pérdida de iniciativa e incapacitándolo para la vivencia de auténticas emociones. Es difícil para un niño diferenciar qué es verdad y qué es mentira. En cuanto a la realidad de las imágenes “para los niños con edades entre los 0 y 5 años, las imágenes representan cosas reales.

Para los niños entre 5 y 10 años, los actores son reales pero la acción es aparente. A partir de los 10 años la evalúan de forma realista” (Clemente y Vidal, 1996: 69). Estos mismos autores señalan que la interacción entre actor y telespectador cambia con la edad del sujeto:

Entre los 0 y 5 años, hay una interacción real entre ellos. Más adelante, y hasta aproximadamente los 10 años, los actores no pueden ver a los observadores ni, por supuesto, interactuar con ellos. Por otro lado, los niños hasta una edad de 13 años, creen que las emisiones de televisión son para entretener e informar, mientras que a partir de esa edad, los programas se emiten para ganar dinero. Por último, hablando del orden de los elementos del argumento, hasta los 5 años no existen y a partir de ahí, hasta los 10 años, existe un orden ideal y fácil de manejar. A partir de los 10 años se producen variaciones en el orden según lo que ocurre (Clemente y Vidal, 1996: 70).

Del mismo modo, Hodge y Tripp establecen que el proceso de asimilación del mundo real e irreal representado está muy avanzado en los niños de mayor edad: “operan a partir de una estructura más compleja que incluye tanto la televisión como la realidad como un todo sin juntas. Sus construcciones cubren un ámbito más amplio y ligan la televisión a la realidad” (Hodge y Tripp, 1986: 149).

En uno de sus estudios, sometieron a un grupo de nueve niños de entre 6 y 12 años para explorar un cierto conjunto de construcciones, concretamente las que distinguen la televisión de la realidad. Se les pidió que separaran los personajes en dos categorías, más real y menos real explicando los motivos de su elección. Dichos motivos se tomaron como criterios de realidad.

El primer conjunto de distinciones agrupaba elementos de ambos lados de la barrera televisión-realidad (noventa personajes, en conjunto). Podían colocar los personajes en cajones distintos (real o irreal), o en un mismo cajón (igual de reales o irreales). Por lo general los niños consideraron que los personajes de televisión eran menos reales. Pero a medida que aumentaba la edad, el número de juicios favorables a una igual o mayor realidad de la televisión aumentaron.

REALIDAD INTRATELEVISIVA/ VIDA REAL, POR EDADES (porcentajes)			
	6 años	9 años	12 años
Vida más real que la televisión	80	70	56
Televisión y vida igualmente reales	20	30	40
Televisión más real que la vida	0	0	0

(Hodge y Tripp, 1986: 150)

El realismo de los personajes preferidos aumenta con la edad, pero eso no explica el fenómeno de la modalidad inversa, por la que algunos de los niños de 12 años consideraron una pequeña minoría de los personajes de televisión como más reales que los personajes de la vida real.

Esto forma parte de un esquema que surgió cuando se les pidió a los niños que dijeran si unos personajes de la televisión eran más reales que otros, o si eran todos igualmente reales. Eso indica que los niños mayores tienen una tendencia ligeramente mayor a distinguir distintos niveles de realidad en los personajes de televisión, aunque la diferencia no era muy notable.

REALIDAD INTRATELEVISIVA/ VIDA REAL, POR EDADES (porcentajes)			
	6 años	9 años	12 años
Algunos más reales que otros	33	44	44
Igual de reales	67	56	56

(Hodge y Tripp, 1986: 151)

El factor edad, aunque puede considerarse clave en la concepción e interpretación de imágenes, realmente no resulta ser una variable definitoria difiriendo la edad biológica de la edad social donde entra en juego la madurez del sujeto, lo cual repercutirá en la interpretación del contenido.

Así lo constata el sociólogo Pierre Bourdieu: “La âge est une donnée biologique socialement manipulée et manipulable [...] le fait de parler de jeunes comme d’une unité sociable, d’un groupe constitué, doté d’intérêts communs, et de rapporter ces intérêts à un âge défini biologiquement, constitue déjà une manipulation évidente [...]” (Bourdieu, 1988: 144).

La televisión hace jugar un mecanismo sutil de imposición de normas sociales, es ella la que dice al niño lo que debe hacer y cómo debe ser. No persuade a través de consejos morales, sino presentando como normal y natural un mundo en el que un niño semejante al espectador, o un personaje que despierta motivación, presenta tal comportamiento o actitud. Los estereotipos de la televisión no inciden solo en la jerarquía social, en lo que concierne al sexo imponen un modelo extensible a todo el entorno cultural incluso en las emisiones destinadas específicamente a los niños.

La niña llora o recibe una cierta infravaloración mientras el niño resuelve los problemas (si el niño se pone a llorar, se le consideraría sin virilidad).

Las series de animación con héroes de edad semejante a la del niño receptor, o aquellas en las que se despierte empatía hacia personajes adultos por el tipo de comportamiento que éstos representen, ya sea de líder o superioridad frente al resto de personajes, (y teniendo en cuenta las variables culturales) puede hacer que el espectador se identifique con ellos fácilmente poniendo en práctica tales actitudes. Con lo cual, se despierta una inflación de aventuras imaginarias o puestas en escena de acciones denigrantes hacia sus seres más próximos pudiendo conducir a un uso de la televisión en la que ésta se concibe como un fondo sonoro e ilustrado acompañando a la vida de los espectadores, a veces inmiscuyéndose en ellos. Por ello, se sostiene que tales emisiones tendrían mejor provecho si propusieran temas de actualidad tratados con claridad y un lenguaje apto; es bueno que los niños tengan su propio espacio televisivo pero éstos han de ajustarse a diferentes códigos.

Los deslizamientos de la realidad a la ficción existen en la vida del niño independientemente de la televisión. Hasta los ocho años, el niño no diferencia los acontecimientos vividos y los soñados.

La televisión no hace sino suministrar más ocasiones de deslizamientos. Es posible que la televisión alimente estas tendencias proporcionándoles una fuente inagotable de materia por lo que la distinción se hace paralelamente a las experiencias de su vida.

Según otro experimento llevado a cabo por Hodge y Tripp, se propusieron una serie de cuestiones destinadas a niños de entre 6 y 12 años, todos supieron diferenciar entre la violencia y sus consecuencias en televisión y en la vida real (Hodge y Tripp, 1986: 141).

Aun siendo conscientes del tipo de programa que deben de consumir, es cierto que de un modo general parece ser que los niños están interesados en las programaciones para adultos.

MARNIE. Cuanto tenía dos años, me lavé el pelo y me dejaron ver *Cop Shop* (Tienda de polis), y esa noche apuñalé a mi osito de peluche (*Ríe. Dos niños más ríen también*).

ENTREVISTADORA. ¿De verdad?

MARNIE. Sí.

ENTREVISTADORA. ¿Por qué hiciste eso?

MARNIE. No lo sé, me parece que salieron cosas que daban mucho miedo a un niño de dos años y...

ENTREVISTADORA. Ya.

MARNIE. ...así que fui y cogí un cuchillo y apuñalé a mi osito de peluche (*Se ríe. Los otros niños también se ríen o sonrían*).

ENTREVISTADORA. ¿Cómo te sentiste cuando hiciste eso?

MANIE. Pues... (*Pausa*) La verdad es que no es fácil de decir.

ENTREVISTADORA. Inténtalo. Piénsatelo y volveremos a hablar de ello más tarde.

ANGELA. Yo vi un programa de televisión y... era una película, y le cortaban la cabeza a alguien [...] y cuando estaba en la cama, cogí mi muñeca y le arranqué la cabeza de un tirón (*Hace el gesto*).

ENTREVISTADORA. ¿Qué sentiste cuando hiciste eso?

ANGELA. ¡Pues me sentí muy bien! (*Se ríe. Los otros niños también*).

ANGELA. Hay que experimentar. [...] los padres de una amiga se estaban besando en la terraza, y yo voy y beso a mi osito en la terraza (Hodge y Tripp, 1986: 141-143).

Con dicho diálogo perteneciente a un experimento de los autores anteriormente citados, se pone en evidencia que mediante la Teoría del aprendizaje por observación, los niños llevan a la práctica lo consumido en su entorno, a través de los medios, tomando relevancia aquello que no pertenece a su propio mundo como así lo pudieran reflejar los dibujos animados destinados a ello, sino que en busca de nuevas experiencias y ansias por saber, muestran mayor interés por contenidos destinados a un público más adulto con el fin de comprobar y vivir nuevas sensaciones que hasta el momento no se hallan experimentadas en su entorno/etapa infantil.

Ante ello, Himmelweit añade : "celles-ci n'intéressent véritablement que les enfants ayant en dessous de 10 ans. Au-delà de cet âge, ils se tournent volontiers vers les autres programmes. Le fait est que les diverses émissions diffusées par la petit écran ne s'adressent pas toujours expressément à une tranche délimitée du public, adulte ou enfant. Il existe également un choix de programmes susceptibles d'être regardés en famille" (Himmelweit, 1958).

5.6.3. Reconocimiento de patrones

Habiendo localizado un objeto visual, la siguiente tarea es la de identificarlo. No puede decirse que sea fácil, o en última instancia, sensato, hacer una distinción entre las operaciones de selección y reconocimiento. La orientación del aparato selectivo tiene

que ser explicada y parece factible que esto implique la acción e interacción de mecanismos a diferentes niveles en el sistema nervioso; una selección que es sometida a evaluación dependiendo del grado cognitivo o enriquecimiento cultural del espectador.

¿Cómo se pueden depositar impresiones para dar patrones visuales a las imágenes? En el caso de la animación y tomando como referencia la imagen femenina representada, se adquiere como muestra un número determinado de imágenes, siendo fácil hallar diferencias no solo físicas sino sobre todo psicológicas y comportamentales. Desde una perspectiva de género, el receptor recibe e interioriza una serie de *inputs* que constituyen la imagen femenina quedando todos los personajes mujeres tratados de igual forma albergándolas así dentro de un mismo patrón de comportamiento y estandarizando la figura femenina. El reconocimiento de patrones se logra mediante el análisis de las características. De varios visionados animados se puede extraer un conjunto de elementos que se aúnan, en su mayoría, en actividades funcionales similares.

Son numerosos los estudios que demuestran cómo los adolescentes usan los medios, y en particular la televisión, para entender cómo es su sociedad y extraer opiniones sobre los diversos aspectos de la vida, así como para buscar modelos con los que identificarse y patrones a partir de los cuales seguir un comportamiento. “Los modelos que la gente joven elige con el ánimo de parecerse a ellos proceden en su mayor número de los personajes que popularizan los medios de comunicación de masas con los que relacionar su vida cotidiana” (Martín y Velarde, 1996: 213).

Según investigadores americanos como Lemish, Carveth y Alexander y Rubin, establecieron que los adolescentes se involucran como ningún otro público con los personajes y las tramas, lo que conduce a pensar que los seriales televisivos podrían estar actuando como una fuente importante de guía de comportamiento.

Así, y siguiendo a Arnett, los usos que los adolescentes hacen de los medios se pueden agrupar en cinco fases:

1. Entretenimiento.
2. Formación de la identidad.
3. Experimentación de sensaciones.
4. Escapismo.
5. Identificación con la cultura adolescente.

Los detectores que definen al personaje dependen de la orientación cognitiva y socio-comportamental del individuo.

Ya en 1972, autores como Lyle y Hoffman recogieron en su estudio que “la gente de la televisión se parece a gente que conozco” y hallaron un 60% de adolescentes de edades comprendidas entre 12 y 16 años que creían que “los personajes de televisión y las personas reales son parecidas la mayoría de las veces”. Ese mismo año Rosengren y Windahl encontraron entre las variables más influyentes en la relación entre el contenido televisivo en los seriales y la percepción de la realidad, la implicación, la interacción y la identificación.

Actualmente, el espectador está sometido a una continua exposición de títulos animados equiparados en igualdad tanto de contenidos como franja horaria de emisión, esto puede definirse como una representación continua en serie (iguales contenidos en una misma cadena de televisión), o representación en paralelo (iguales contenidos en diferentes cadenas en un mismo tiempo de emisión), por lo que es difícil optar por un escapismo audiovisual en lo que al consumo de animación se refiere. El único aspecto que puede aportar una variación a dicha narrativa animada es el significado que el receptor aporta según su estado social, cognitivo y cultural repercutiendo en el tipo de emisión un juicio sobre lo percibido.

La percepción implica ir más allá de la evidencia inmediata, la evidencia es valorada sobre diversas bases y, por lo general, escogemos la mejor opción: aquella con la que

se está más familiarizado, por ello resulta fundamental los efectos emergentes a raíz de la variable contexto/cultura.

Por todo ello, todas estas teorías y metodologías han sido empleadas a la hora de afrontar y cimentar los análisis del discurso y de contenido además de las encuestas y sus interpretaciones para intentar establecer las conclusiones oportunas con el conocimiento teórico fundado para poder hacerlo, en tanto que este trabajo exigía cubrir el fenómeno de una manera multidisciplinar y, por tanto, pluriteórica.

Bloque II: Análisis empírico. Comprobación del estudio de campo en el ámbito andaluz

Capítulo 6:

Preliminares

Los medios de comunicación, además de recoger y proyectar determinados aspectos de la sociedad, son potentes generadores de opinión, por ello, preocupa que los productos televisivos presenten modelos de identificación que serán imitados por sus audiencias fomentándose así las representaciones estereotipadas. La televisión utiliza estereotipos basándose en la economía del esfuerzo, construye identidades que reflejan el pensamiento de la mayoría de una población inmersa en un mismo código social. Este tipo de clasificaciones muestran al espectador, de forma concisa, cómo es un determinado personaje; y es que la televisión es un negocio que debe captar el mayor número de adeptos por lo que emplea un lenguaje tanto verbal como audiovisual ágil, sencillo, directo y legible para quien lo consume. Por lo general, y centrando la mirada en la representación femenina, a las mujeres se les suele representar ejerciendo como madres, esposas o como objetos de deseo.

Preocupa que la continuación de esta dinámica perpetúe la representación de estos estereotipos como funciones indiscutibles del género femenino.

En el lenguaje audiovisual nada es baladí, por lo que cualquier característica que presenta un personaje ha sido estudiada y pensada para informar al público sobre algún rasgo de su personalidad (Sánchez, Fernández, Gil y Segado, 2012: 20).

6.1. Casos prácticos

6.1.1.- Análisis de las series de animación. La mujer animada

Tras la construcción de todo el entramado teórico, a continuación, y mediante el análisis de contenido, se procederá a corroborar la hipótesis planteada. Pero antes de poner todo ello en pie, ha de entenderse el análisis de contenido como una práctica que se presenta útil ante cualquier estudio en el ámbito de las ciencias sociales. Concretamente en el espacio comunicativo y según expuso Clemente, ha de definirse como “una técnica de recogida de información que debe reunir todos los requisitos científicos necesarios como técnica de medida, más los que se refieren a un sistema de creación de categorías que, empleado dentro del esquema general de una investigación, obtiene información numérica y cuantificable a través del contenido manifiesto de un documento, con lo que permite descubrir aspectos del mismo que no figuran en él de manera directa, evitando el problema de la obstrusividad y que es de gran ayuda para el estudio de todos aquellos procesos en los que está implícita la influencia social” (Clemente y Santalla, 1991: 16). A ello, Bardin añade que en esta investigación intervienen otro tipo de integrantes distintos al código escrito, principalmente la imagen en movimiento, pues se trata de una técnica que es “aplicable a toda forma de comunicación, cualquiera que sea la naturaleza del soporte [...] todo transporte de significaciones de un emisor a un receptor debería poder ser descrito y descifrado por las técnicas de análisis de contenido” (Bardin, 1986: 22).

American Dad.

“... no sé qué le ha dado pero últimamente no es tan fuerte y primitivo como un cavernícola, a lo mejor solo me pega porque me quiere de verdad”

Hayley Smith.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *American Dad*, aunque también se proyecta bajo el título de *Padre Made in USA*.

Dirección y producción.- Serie creada por Seth MacFarlane. La producción ejecutiva varía en función de la temporada emitida. Entre los que han permanecido a lo largo de todas ellas cabe mencionar al propio MacFarlane, Rick Wiener y Kenny Schwartz.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- La primera emisión de la serie se dio en la cadena Fox. En España comenzó a emitirse a través de Fox (España) y posteriormente pasó de Antena 3 a Antena.3 donde se emite actualmente.

Año de la primera emisión.- En Estados Unidos la primera temporada se estrenó el 6 de diciembre de 2005, dos años más tarde comienza a emitirse en España.

Duración de cada capítulo.- 22 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

American Dad parece ser la continuación de la también conocida serie *Padre de Familia* pues no solo comparten la representación de una misma estructura familiar, disfuncional y de origen americano, sino que además, ambas mediante un tono sarcástico, parodian el modo de vida estadounidense, desprestigian o infravaloran al género femenino, incluso se calca el modo de plantear y afrontar los posibles problemas emergentes presos de la ausencia de moral y la razón sobre todo por parte de los personajes masculinos.

Stan Smith es el cabeza de familia y se define como un ser racista, xenófobo y homófono que trabaja como agente de la CIA. Fiel a su bandera y sujeto a un fuerte carácter patriótico vive constantemente en alerta por si se sucedieran posibles ataques terroristas sobre Estados Unidos.

Representa una figura de padre sujeta al papel de héroe protagonista con soluciones, a veces absurdas, para todo. Se muestra como un hombre todopoderoso poniendo en práctica el tópico de que el poder atrae a las mujeres, valiéndose para ello, de su posición laboral en la CIA; según la ideología de este personaje la figura del hombre ha de sobreponerse a la figura femenina: "Tú ganas más que yo, soy un perdedor de hombre" (Capítulo *Niveles de amenaza terrorista*).

Por su parte, se ha de destacar la abundancia y la fuerte presencia de una doctrina conservadurista que a veces roza el racismo y la esclavitud.

Sumiso en sus estrictas normas intenta, sin éxito alguno, trasladar a los suyos una fuerte disciplina en base a su línea política e ideológica. A pesar de presentarse como un personaje sujeto a un cierto estatus o categoría social dada la profesión que desempeña, hallamos en su representación a un ser irracional que plantea soluciones y lanza argumentos sin la razón propia que le habría de corresponder y sin tener en cuenta las posibles repercusiones negativas que éstos puedan llevar consigo.

Su mujer **Francine** se presenta como un personaje mucho más equilibrado, se podría decir incluso que se trata del único personaje con capacidad de razonamiento, lo cual intenta plasmar en cada uno de los miembros de su familia.

En su época de adolescencia, y en cuanto a ideología, Francine era de corte político-liberal pero cambió radicalmente sus costumbres en aras de los pensamientos de su marido, tanto es así, que en la actualidad dedica parte de su tiempo a impartir clases de religión.

Hayley es la hija mayor de la familia Smith. De 18 años de edad, viene a representar al típico personaje adolescente disconforme con el mundo y con todo aquello que le rodea. Su ideología ultra-liberal la hace posicionarse permanentemente en contra de su padre por lo que no es de extrañar que se encuentre en una permanente trifulca con éste. Se trata de un personaje con carácter que parece tener cierta independencia en cuanto a sus asuntos personales sin olvidar su sujeción a las estrictas normas establecidas dentro de su hogar. Se ha de señalar que es el individuo que con mayor frecuencia representa una imagen denigrante de la mujer; se debe hacer constar este hecho en el capítulo *Stan tiene razón* en el que ésta accede a exponerse en un club de *striptease* para conseguir dinero, o en *Bullock contra Stan* en el que mantiene una conversación con su madre, un tanto agresiva, en referencia a su novio; unos diálogos que posicionan al género femenino en la fatalidad del maltrato.

Steve es el hijo menor de 14 años aproximadamente. Éste vive obsesionado por encontrar a una chica pero su persona anclada en el tópico del adolescente *nerd* le impide conseguir determinados objetivos y satisfacer sus deseos. En contraposición con su hermana, Steve se muestra como un personaje algo más ingenuo e influenciado por el *alter ego* que su padre le profesa al sentirse éste como todo un semental que goza de poder logrando así el triunfo con el sector femenino. Como en toda familia americana no podía faltar la incorporación de dos animales de compañía. Por un lado, se ha de presentar a **Klaus**. Se trata de un pez el cual nació como fruto de un experimento fallido de la CIA: se trataba de un saltador de esquí profesional perteneciente a la Alemania del Este a quien la CIA le cambió su cerebro por el de un pez.

Como así sucediera en *Padre de Familia*, Klaus se muestra completamente enamorado de Francine aunque a veces se comporta como la voz de la conciencia de Stan.

Por otro lado, **Roger** es un alienígena que Stan encontró después de que su nave se estrellara en suelo estadounidense. Representa a un personaje afeminado, bebedor, fumador que se decanta por vivir una vida sin esfuerzos y repleta de lujos.

Una vez expuestas las características más generales con las que se definen los personajes fundamentales de la serie se puede apreciar la línea argumentativa y de acción manifestada por los guionistas. Mediante un lenguaje popular, la serie representa la cotidianeidad de una familia “común” americana pero ha de hacerse hincapié en el aspecto humorístico representado; además de figurar como el elemento básico que define a la serie, éste resulta ser muy debatido por parte de otras voces que comentan la disparidad existente entre el humor americano frente al humor hispano. En nuestro entorno y desde nuestra cultura se puede apreciar el humor americano como algo más agresivo y violento basado en lo absurdo; en cambio, la cultura hispana aboga por hacer una verdadera parodia de todo lo relativo a lo cultural, social y político.

El humor, como factor esencial, puede resultar contraproducente en un público permeable como por ejemplo el público infantil, el cual es incapaz de diferenciar dichas tonalidades humorísticas entendiéndolas como potenciación de lo xenófobo, racista y violento.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* de edad adulta dado el elevado nivel sarcástico de sus diálogos y violencia en sus imágenes.

Número total de temporadas.- Cinco temporadas.

Temporada analizada.- Primera temporada para observar la presentación y posterior evolución del personaje.

Título del capítulo a analizar y considerarlo como referencia.- De entre los capítulos visionados conviene destacar que con tan solo el análisis de algunos de los títulos de la primera temporada como *Stan tiene razón*, *Inseguridad nacional* o *Bullock contra Stan*, la serie ya marca los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Se ha de señalar a Francine como personaje destacado que representa el rol de mujer ama de casa.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Francine.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Aunque no se menciona de un modo exacto, Francine ha de tener unos cuarenta años aproximadamente.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Como se ha señalado anteriormente, Francine es una joven madre americana cuyo pasado estuvo influenciado por una ideología liberal. Representa el papel de una mujer que en su día fue independiente y que cambia su estilo para adaptarse al modo de vida matrimonial. En este caso, abandona sus raíces ideológicas en aras de aquellas por las que su marido manifiesta una excesiva exaltación, hecho por el cual éste se sentirá más complacido.

-Conflictos internos.- Aunque aparentemente no lo manifieste, o por el contrario así lo exponga en escasas ocasiones, Francine no muestra

excesivos motivos de disconformidad a pesar de que en ocasiones es consciente de la opresión interior que padece en relación a la sumisión al ámbito familiar. Se ha de destacar además, su actitud de constante apoyo a su marido quien en ocasiones no le responde con el mismo nivel de afecto que ella le manifiesta siendo consciente del grado de descuido y/o maltrato psicológico que éste le profesa a pesar de la insistencia por parte de ella en hacerle razonar, así como limar el perfil de descaro y desconsideración que Stan presenta en determinadas ocasiones.

-Stan: "No estoy llorando, no soy una nena".

-Francine: "Stan, llorar no es de ser una nena sino de ser una persona" (Capítulo *Roger el viejales*).

Pero todo ello parece subsanado mientras que persista el amor y la unión familiar.

-Objetivos y metas.- Aunque no sueña con marcarse grandes objetivos en cuanto a lo profesional se refiere, lo que únicamente persigue Francine es instalar la lógica y la razón en su familia. A pesar de ello, en el capítulo *Niveles de amenaza terrorista*, y tras estar al borde de la muerte por la infección de un virus se lamenta de lo poco que ha hecho a lo largo de su vida:

-Francine: "...cuando pensaba que íbamos a morir me di cuenta de lo poco que he hecho en mi vida y creo que ahora me siento insatisfecha".

-Stan: "¿Insatisfecha? Pero te he dado todo cuanto puedas desear: limpias, cocinas y una vez a la semana yacemos juntos en unión sexual".

Pero a pesar de ello y por lo general, en lo que ésta se centra es en pretender que Stan adquiriera un nivel de raciocinio más comprometido

que el que realmente pone en práctica dejando de lado su afán por aparentar heroísmo por el simple hecho de figurar como un componente importante dentro de su ámbito laboral.

-Francine: “Stan, estás muy estresado ¿quieres que te anime con la boca?” (Capítulo *Stan tiene razón*).

En cuanto a sus hijos, ésta lucha por hacerlos partícipes e integrarlos en la realidad norteamericana para lo que habrán de abandonar sus prácticas y costumbres más particulares incluso potenciar, sobre todo en Hayley, una actitud que supla el complejo de inferioridad y ausencia de superación personal que posee frente al resto de la sociedad.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque no desempeña una profesión laboral cualificada y reconocida se muestra como toda una ama de casa pendiente de todos los detalles para que no les falte de nada a los suyos.

A pesar de que en sus ratos libres imparte clases de religión, algo que resultaría inimaginable en su vida pasada anclada en una línea política de corte liberal, actualmente, y al figurar como la esposa de un agente de la CIA de ideología más conservadora, ha suplido sus orígenes ideológicos para estar en consonancia con su marido que impone tal carácter en el entorno familiar.

-Conflictos externos.- Francine se presenta como una mujer que goza de buenas relaciones con sus amigos y vecinos mostrándose lo más cordial y correcta posible con quienes la rodean, a pesar de destacar la escasa relación que mantiene con éstos; en uno de los capítulos titulado *Inseguridad nacional* Francine le comenta:

-Francine: “Antes tenía amistad con todos los vecinos”.

-Stan: “Ahora también, la lavadora, las sartenes... y ¿por qué ahora no los tienes?”

-Francine: “Por tus normas, leyes... propias de la CIA”.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Francine se presenta como una mujer de edad media e imbricada en un contexto social actual dada la manera de expresar sus pensamientos y modos de actuación muy acentuados en lo que a lo americano se refiere. Aunque se presenta como una mujer de renovados pensamientos, no está inmersa en ningún ámbito profesional, sino que dedica casi la totalidad de su tiempo a cuidar de los suyos. No por ello, Francine deja de buscar la mínima ocasión para sentirse sexy y convertirse en objeto de seducción a ojos del género masculino.

-Klaus: “¿Sabes lo que me excita a mí?, Francine inclinada en el fregadero” (Capítulo *Niveles de amenaza terrorista*).

A ello ha de sumársele, y a modo de crítica, el comportamiento que se expone en el capítulo *Stan de Arabia* donde la mujer pasa de manifestar ciertas libertades a sumergirse en la sumisión impuesta por aquel país frente al dominio y superposición del hombre: “... papá toma decisiones, mamá prepara bocadillos”.

-Rasgos artificiales.- Como bien se ha comentado, Francine se presenta como un personaje adaptado al siglo XXI no solo por sus pensamientos y modos de actuación, sino además por lo que a la indumentaria se refiere. A ella se la caracteriza vistiendo un llamativo y entallado vestido rosa el cual deja entrever sus marcados rasgos femeninos provocando a su paso el alzamiento de miradas masculinas. Por otro lado, y en cuanto a sus rasgos físicos más llamativos se han de señalar tanto la voluptuosidad de sus pechos así como sus pronunciados

labios siempre pintados de carmín; todo ello viene a demostrar el estereotipo de mujer sujeta los cánones de belleza impuestos actualmente en nuestra sociedad.

En cuanto a los ademanes y modo de hablar se muestra como una mujer paciente aunque a veces se deja llevar por la situación, una mujer que dialoga con los suyos con el fin de hacerles entender la realidad de un modo más objetivo y razonado sin imbricarse en actitudes amorales o carentes de razón. Se muestra educada y aunque empleando un vocabulario popular éste resulta adecuado y respetuoso en cada momento en contraposición con las expresiones que Stan pueda dictar en sus parlamentos.

Personaje como rol: Tras el visionado de la primera temporada de dicha producción animada se puede apreciar a simple vista que el papel representado por Francine es el de mujer casada, ama de casa y con hijos que aun siendo consciente del grado de infravaloración al que está sometida por parte de su marido hipoteca su tiempo en el cuidado de su familia. Pero no solo desempeña el rol de ama de casa, sino también el de esposa consejera ante un marido que no controla las situaciones; antepone el poder que su trabajo como agente de la CIA le otorga llevándole a efectuar determinados comportamientos. Ante tales actitudes ella parece permanecer en un segundo plano a expensas de las determinaciones que Stan efectúe. Es concebida como la madre que aguarda al cuidado de sus hijos. En contraposición, la irresponsabilidad del padre de familia representa la figura del antihéroe con altas capacidades de poder de seducción.

Por otro lado, se ha de comentar la posibilidad de clasificarla dentro del rol de mujer esclava de la belleza para atraer al sexo opuesto. A pesar de mostrarse, como se ha comentado anteriormente, como una mujer con características exuberantes Stan no le presta atención y/o no la aprecia del mismo modo como lo hiciera con otras mujeres, es decir, Francine es infravalorada mientras éste clava la mirada en otras poseedoras de los mismos atributos que su mujer;

actitud ésta propia del perfil al que esta clase de hombres están sometidos. Buscan fuera del hogar lo que en él no saben apreciar.

Personaje como actante: En cuanto al análisis actancial se han de señalar los objetivos marcados por la serie. La finalidad de ésta no es más que la de exponer a través de la representación de este personaje, mediante un tono irónico y sarcástico, la función y el trato al que la mujer está sometida por parte de su entorno más inmediato y quien en ocasiones necesita el apoyo de los suyos.

En este caso se remarca el tópico de mujer madre y ama de casa sumisa a las normas y leyes marcadas por quien se cree ser la figura dominante por el simple hecho de ser hombre, ser fuerte y con poder por desempeñar un cargo destacado al servicio del Estado. Parece que Stan daría y haría todo, sin mirar a quien vapulear por el simple hecho de mostrarse como un hombre que ama a su país ante todo.

En cuanto al papel actancial del personaje *per se* su principal objetivo es alcanzar y mantener la felicidad del núcleo familiar conservando así la estructura propia de una familia norteamericana dirigida por la figura del padre a quien todos han de obedecer dado el respeto que le otorga el pertenecer a la CIA y representar a su país.

Una familia y un estilo de vida que puede que no se corresponda con lo siempre deseado por Francine pero eso a ella parece no importarle pues de nuevo el personaje femenino olvida sus orígenes y principios más básicos para someterse por el amor de un hombre a un estilo de vida impuesto.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Hayley Smith.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Periodo de adolescencia.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Como así se expuso en el inicio de dicha descripción Hayley a pesar de estar sumisa en el periodo de adolescencia durante el cual se precisa más atención por parte de sus padres, en cierto modo se muestra independiente en cuanto a sus asuntos más personales, tanto es así que en el capítulo *Bullock contra Stan* se va a vivir con su novio sin el impedimento obligado por parte de la figura tanto materna como paterna.

-Conflictos internos.- Como toda chica de su edad suele encontrar obstáculos en cuanto a la relación con la gente de su entorno, sobre todo con las chicas sintiéndose en inferioridad y tomando relevancia su disconformidad ante su aspecto físico. En cambio tal asunto y en relación con las figuras masculinas no parece representar una problemática tan acusada.

-Objetivos y metas.- Como algo propio del gremio al que pertenece Hayley no sueña con proponerse grandes metas en su vida, o al menos así no lo manifiesta de un modo evidente, lo que únicamente parece importarle es conseguir un físico envidiable con el que sentirse a gusto y con el que atraer la atención del género masculino.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante carente de iniciativas profesionales futuras.

-Conflictos externos.- Se muestra como un personaje solitario en cuanto a amistades femeninas dado que su principal problema es la falta de relaciones con este género por sentirse infravalorada y carente de éxito entre los jóvenes de su edad; cuando tiene una amiga intenta cuidar su relación al máximo.

Dicha situación repercute en su personalidad acrecentando sus problemas internos y manifestándose, por ende, la falta de carisma, tesón e iniciativas propias.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Aunque es muy poco femenina no deja de soñar con poseer los rasgos propios de una chica exuberante. Presa del estereotipo de chica adolescente se muestra disconforme con todo lo que le rodea e intenta imponer sus normas y leyes propias las cuales considera como la solución a sus problemas.

-Rasgos artificiales.- Lejos de parecerse a la típica chica mona de instituto que capta todas las miradas del género masculino Hayley se presenta con un aspecto desaliñado: turbante, colgante hippie, camiseta que deja ver parte de su torso, pantalones vaqueros y sandalias; atuendo propio de una adolescente americana. En cuanto a su modo de hablar, Hayley representa el estereotipo de adolescente empleando vocablos propios de su edad y usados en su entorno estudiantil.

Personaje como rol: Con todo lo hasta ahora expuesto, la figura representada es la de una joven adolescente en desacuerdo con todo. Se muestra independiente y figura en contra de lo establecido con la pretensión de cambiar el mundo implantando sus propias normas en las que deposita toda su fe.

Su comportamiento en general choca un poco con las fuertes normas que su padre pretende inculcarle, lo cual provoca su desconfianza desencadenándose así numerosos enfrentamientos entre ambos personajes llegando éste incluso a amenazarla con una pistola. Además, se ha de destacar la existencia de una acusada falta de respeto en cuanto al trato propio de padre a hija.

Como un acto de rebeldía, en el capítulo *Stan tiene razón* Hayley deja de acudir a una velada familiar para participar en lo que se define como el partido verde llegando a casa con el pelo pintado de tal color.

-Stan (dirigiéndose a Hayley): “Ve a lavártelo, pareces una buscona con peluca”.

Personaje como actante: En cuanto al papel actancial de la joven se ha de señalar el ansia por alcanzar una total independencia para librarse así de las exigencias impuestas por su padre.

Contraposición con los personajes masculinos. El punto de inflexión más llamativo a lo largo de toda la proyección en cuanto a personajes es el binomio Francine-Stan. Ambos se constituyen con personalidades dispares aunque complementadas entre sí. Como se ha podido apreciar a lo largo de toda esta exposición Francine se muestra como un sujeto moral y pausado con capacidad de análisis ante determinadas ocasiones actuando de un modo coherente y racional; en cambio, la figura de Stan representa a la perfección los caracteres propios de un individuo que se mueve por impulsos y que valiéndose del poder que le otorga el pertenecer a la CIA toma como válido aquello profesado por él mismo, por ello, la representación de la figura femenina se constituye como el pilar fundamental sobre el que se asienta una sólida estructura familiar frente a un desequilibrado e irresponsable personaje masculino, hecho que se volverá a poner en evidencia en algunos de los análisis posteriores.

En cuanto a las relaciones con el resto de componentes masculinos el nexo de unión para con Steve es el de mera linealidad madre-hijo.

Francine no efectúa incidencias directas sobre este personaje, tan solo le une el amor que una madre puede proyectar hacia su hijo pero sin encontrar correspondencia evidente por parte de éste. Nada que decir en cuanto a posibles consejos maternos puesto que el joven solo toma como válido todo aquello aportado por parte de su padre en quien ve una figura de éxito: hombre fuerte, con capacidad para haber formado una familia, alguien que desempeña una importante labor profesional y que proclama el amor hacia su bandera; todo un súper-héroe que permanece siempre alerta para salvar a los suyos, entre los que están su familia y su país, ante posibles ataques terroristas; labores que definen el papel de un hombre.

Si a todo ello se le suma la capacidad de atracción hacia las chicas, Steve ve en su padre a la figura de un todopoderoso que invita a la imitación.

Fijando el estudio en la relación con los animales, los cuales revisten de surrealismo la narración, se ha de comentar que el tratamiento de Francine ante ellos es como si de dos hijos más se tratara aunque ha de señalarse que ambos personajes en ocasiones dictan expresiones que resultan nocivas para el género femenino.

Finalmente, y centrando la atención en la relación madre e hija, tampoco aquí puede decirse que Francine encuentre apoyo alguno puesto que ambas suelen mostrarse contrarias en opiniones dado el periodo de adolescencia por el que atraviesa Hayley, una etapa complicada para cualquier joven, sobre todo en lo que a la relación con sus padres se refiere.

A pesar de considerarse ésta como una serie producida y emitida en un contexto actual, y a pesar de la situación de inferioridad que aún representa la mujer en la sociedad, todavía se aboga por representarla en la sumisión del ámbito doméstico cuya prioridad es potenciar la capacidad de mantener el cuidado hacia la familia; aun así, ésta se ubica en un segundo plano mientras el marido copa la estructura narrativa con una mayor importancia puesto que es él quien se encarga de mantener a la familia en cuanto a lo económico se refiere, lo cual, y desde un punto de vista bañado en el machismo, adquiere mayor relevancia frente a la función desempeñada por el rol de madre cuidadora pendiente de la familia.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Tanto el sarcasmo como la ironía revisten de interés dicha producción. Ambos elementos se constituyen como base en el mecanismo de la construcción del discurso en el que se expone, mediante una crítica ácida, el modo de vida y la sumisión a la que están sujetas las mujeres dentro de su entorno más inmediato. En este caso, una realidad imbricada en los sentimientos norteamericanos: exaltación a su bandera y su patria.

La intencionalidad de los creadores de la serie se basa en la persecución de la fidelización por parte de una audiencia que busca el entretenimiento, y es ahí, en esta pretensión, donde entra en juego la peligrosidad de tales contenidos. Se justifica la diversión a través de diálogos y representaciones bañadas en sarcasmo e ironía llamando a la provocación e imitación por parte de los receptores que hallan en su personaje principal todo un ídolo a seguir. Por ello, resulta esencial señalar que dependiendo del nivel de lectura audiovisual el receptor asumirá de un modo u otro el mensaje emitido.

Tales producciones, y eso se observará en los sucesivos análisis, han de entenderse no solo como una proyección de entretenimiento animada sino que se ha de llevar a cabo una segunda y exhaustiva lectura respecto a los mensajes emitidos ya que éstos pueden penetrar en las mentes permeables de los receptores ejerciendo influencia en sus modos de conducta según el capital cognitivo de cada individuo. Entre los públicos más débiles ante tales contenidos nocivos figura el público infantil.

En cuanto a las frases y expresiones propias del diálogo de la serie las cuales causan controversia e impacto por su contenido, así como por su forma de expresión, se han de señalar los siguientes ejemplos:

Capítulo primero.

-Stan: "Las mujeres nunca tienen razón".

En el capítulo segundo se hace una crítica bastante acentuada hacia el maltrato del género femenino así como una imagen denigrante del mismo.

-Stan: “Cómete los guisantes para ser fuerte y rechazar las proposiciones indecentes del presidente Clinton”.

-Hayley: “Trabajo haciendo *striptease* para conseguir dinero”.

Capítulo quinto.

-Stan: “Hijo, sentimientos tienen las mujeres, salen de los ovarios”.

Capítulo sexto.

-Jef a Hayley: “Voy a comprarme una moto así que más vale que aprendas a limpiarla”.

-Francine: “Vaya, ¿Jef ha cambiado mucho no hija?”

-Hayley: “¿No es genial?, no sé qué le ha dado pero últimamente no es tan fuerte y primitivo como un cavernícola, a lo mejor solo me pega porque me quiere de verdad”.

-Francine: “Y porque a lo mejor tú hablas demasiado”.

-Hayley: “Sí, sí, es verdad”.

-Francine: “Oh, diremos que has tropezado con una puerta”.

-Hayley: “Es perfecto, gracias mami”.

Conclusiones. Tras todo el recorrido anteriormente expuesto con el que se ha ido perfilando el carácter al que está sujeta la producción que ahora se trata, se puede plasmar, a modo de inferencias, que ésta se trata de una serie en la que la pretensión principal de sus creadores es la de exaltar el nivel de patriotismo y compromiso que un hombre puede sentir hacia su país, pero el hecho de potenciar tales sentimientos de la mano de la figura masculina no es por casualidad; si además se le añade la capacidad

de poder de la que presume Stan puede apreciarse una estrecha correlación entre: poder + superposición + capacidad de defensa a los EE.UU. + EE.UU. como un ente poderoso, todo ello sumado se traduce en la fuerza y el poder del que goza el hombre frente a todo su entorno. Tanto es así que extrapola comportamientos violentos y de defensa en su ámbito familiar sospechando incluso de los suyos, sobre todo de su propia hija.

Este *american way of life* forma parte de lo que en Teoría Feminista Fílmica se denomina “cine patriarcal”, un cine ideológicamente marcado por el androcentrismo, marca que se extiende a otros productos de las industrias culturales, en este caso la televisión, pero que también puede verse en la literatura infantil y juvenil aunque el terreno audiovisual cobre mayor impacto y repercusión por la potencialidad, influencia y capacidad de persuasión que llevan consigo las imágenes.

En cuanto al comportamiento manifestado se ha prestar especial atención al personaje femenino siendo éste el que mayor desconfianza le provoca. Tras estudiar los comportamientos y características de cada uno de ellos se debe constatar que tal actitud puede ser incitada, además de por incompatibilidad de caracteres, por el hecho de que ambos están anclados a ideologías, pensamientos y modos de entender la vida diferentes. Stan ha podido controlar a Francine reconvirtiéndola según sus criterios: estado de sumisión en el ámbito doméstico e inmersa en el espacio interior debiendo de estar siempre al servicio de los suyos.

En cambio, en la figura de Hayley se encuentra a una joven que a pesar de encontrarse en el complicado periodo de adolescencia ha de añadirsele el hecho de que pertenezca a otra generación poco influenciada, luchadora y fiel seguidora de sus ideologías; puede decirse que este es el motivo por el que Stan trata a su hija con desconfianza. Se ha de recordar el capítulo en el que ésta es amenazada por su padre con una pistola al negarse cambiar de color de pelo, o cuando es cacheada por él al entrar en casa como si de una terrorista se tratara. Stan se cuida de que no penetre en su hogar, un lugar bañado por sus normas e ideología, nada que proceda del exterior manchado de diferentes opiniones a la suya propia.

En cuanto a la relación con el sexo masculino que le rodea los modos comportamentales de Stan son, como se ha comentado más arriba, los propios de un héroe a quien imitar por parte de su hijo con el que sí parece tener cierta complicidad puesto que en él si encuentra una perfecta masa moldeable a su imagen y semejanza.

Todo ello no viene a representar más que una crítica de la realidad, en este caso norteamericana, que a modo de entretenimiento y envuelto en humor despista la atención del espectador; por este motivo es por lo que resulta necesario albergar un nivel de lectura audiovisual tal con capacidad para efectuar una segunda lectura sobre determinados contenidos de modo que los espectadores no se dejen llevar por los aspectos más superficiales, como es este caso, siendo el tema que más preocupa el trato de desprecio hacia el género femenino por parte de la figura masculina en el entorno familiar.

Bob Esponja.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Bob Esponja.*

Dirección y producción.- Serie creada por Stephen Hillenburg y producida por United Plankton Pictures, Inc.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- Bob Esponja es una serie original de la cadena Nickelodeon pero actualmente se emite en todo el mundo. En España es proyectada en el canal Clan TV.

Año de la primera emisión.- El primer año de emisión fue 1999 emitiéndose hasta la actualidad.

Duración de cada capítulo.- 12 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Bob Esponja Pantalones Cuadrados se presenta como el personaje protagonista de la serie. Se dibuja bajo la apariencia de una esponja amarilla, alegre, simpática y dinámica; suele ubicarse bien en su casa en forma de piña, o en su lugar de trabajo desempeñando la función de cocinero. Es muy amigo de Arenita y juntos comparten aficiones como el kárate aunque lo que más le gusta es cocinar cangreburgers.

Patricio Estrella. Es uno de los mejores amigos de Bob Esponja. Él es una estrella de mar de color rosado. Se presenta como un personaje bobo y con poca inteligencia rozando a veces la estupidez, es por ello por lo que su presencia supone una mala

influencia para Bob Esponja pues lo incita a realizar actividades peligrosas que en ocasiones provocan el giro de la trama.

Calamardo Tentáculos es una especie de calamar, vecino de Bob y Patricio que trabaja como cajero en el Crustáceo Cascarudo. Aunque estos lo consideran como su amigo, Calamardo se muestra reacio a mantener una estrecha relación de amistad. Su sueño es llegar a ser un reconocido músico.

Don Cangrejo. Como su nombre bien indica este personaje viene representado bajo la apariencia de un cangrejo. Él es dueño del Crustáceo Cascarudo y se caracteriza por su carácter tacaño. Siempre está pensando en ahorrar todo el dinero que va ganando. Aunque nunca se ha evidenciado que Don Cangrejo ha tenido una esposa éste tiene como hija a una ballena, Perla Cangrejo.

Arenita es la mejor amiga de Bob Esponja. Ella es una ardilla, es científica y se caracteriza por su gusto por la ciencia y el deporte extremo, de hecho es uno de los personajes que más fuerza tiene entre todos sus compañeros.

Gary. Él es un caracol, mascota de Bob Esponja. Suele dibujarse como la voz de la razón de su dueño ayudándole, a veces, a resolver problemas.

Plankton. Éste se perfila como el villano de la serie. Aunque desde siempre fue amigo de Don Cangrejo actualmente se encuentran enfrentados por la receta de las cangreburgers. A pesar de ello, en la mayoría de los capítulos muestran una actitud amable incluso se ayudan mutuamente. Aunque a veces intenta llevar a cabo planes maléficos, éstos se ven frustrados ante la intervención de Bob Esponja y Don Cangrejo.

Sra. Puff. Es un pez globo cuya función principal es impartir clases de automovilismo a Bob Esponja. Es un personaje amable y tranquilo que en alguna ocasión se ve irritado ante la incapacidad de concentración de Bob en sus clases prácticas.

Perla Cangrejo es una chica de unos dieciséis años de edad, hija de Don Cangrejo. Destaca por su gran tamaño y por su actitud de adolescente: caprichosa, con gusto por la moda y conocida por sus numerosas conquistas.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- Ocho temporadas.

Temporada analizada.- El objetivo es analizar la primera temporada para poder observar la presentación de cada personaje, así como su desarrollo a lo largo de los capítulos.

Título del capítulo a analizar y considerarlo como referencia.- *¡Se busca ayuda!, La aspiradora y Tomemos el té.*

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- El personaje femenino a destacar como uno de los principales es Arenita.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Arenita Mejillas.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Dieciocho años.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Arenita se define como un personaje femenino con un buen carácter y muy presumida. Sus pasiones son la ciencia y los deportes extremos. Se caracteriza por ser el personaje de Fondo de Bikini más fuerte a pesar de no poseer un cuerpo atlético.

-Conflictos internos.- No parece presentar conflicto interno alguno.

-Objetivos y metas.- Tomando como base su afición por la ciencia se puede exponer que uno de los objetivos de Arenita es fusionar a Bob Esponja y a Patricio con un artilugio elaborado por ella misma para posteriormente separarlos con un rayo separador molecular.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Científica.

-Conflictos externos.- No presenta conflicto externo alguno.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Arenita, originaria de Texas, es el único mamífero que vive en el fondo del mar. Es amiga de Bob Esponja y se la define como una ardilla a la que le atrae la ciencia y es experta en kárate. Se trata de un personaje atento, paciente y amigo de sus amigos, de hecho en varios capítulos se puede apreciar cómo enseña cosas tanto a Bob como a Patricio resultando a veces misión imposible.

-Rasgos artificiales.- Al poseer características propias de un animal terrestre, Arenita aparece ataviada con un traje especial con el que poder sobrevivir y con un casco que le permite respirar bajo el agua. Como detalle que evidencia su feminidad siempre aparece con una flor rosa pegada al casco. En cuanto a sus ademanes y modo de comportamiento se presenta como un personaje educado, dulce y sensible.

Personaje como rol.- Tras todo lo comentado se puede exponer que el personaje de Arenita se dibuja bajo el rol de niña dulce, coqueta, atenta y amable con quienes les rodea.

Personaje como actante.- Arenita se presenta como la antítesis del resto de los personajes. Ella aporta la coherencia y responsabilidad a las disparatadas actividades llevadas a cabo por sus grandes amigos: Bob y Patricio.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

- Nombre.**- Sra. Puff.
- Sexo.**- Mujer.
- Edad.**- Cuarenta y cuatro años.
- Estado civil.**- Soltera.

Dimensión psicológica:

- Personalidad.**- La señora Puff se caracteriza por ser una mujer alegre, amable y paciente a quien le gusta la enseñanza.
- Conflictos internos.**- No aparenta tener conflictos internos.
- Objetivos y metas.**- Lograr que sus alumnos aprendan con sus clases.

Dimensión sociológica:

- Ámbito profesional.**- Profesora de autoescuela.
- Conflictos externos.**- Los posibles conflictos externos que presenta son los continuos enfrentamientos con Bob Esponja cuando suspende el examen de conducción.

Personaje como persona:

- Rasgos indiciales.**- Su labor principal es impartir clases de conducción aunque a veces ofrece lecciones sobre ortografía y matemáticas. A pesar de su carácter tranquilo a veces pierde los papeles con Bob Esponja por la poca capacidad de atención que éste presta en sus clases.
- Rasgos artificiales.**- Este personaje femenino se caracteriza por ser un pez globo con los labios pintados de color rosa y pelo rubio.

Aparece ataviada con un sombrero azul, un top azulado y una falda en tonos rojizos a juego con sus zapatos de tacón. En cuanto a sus modales, la Sra. Puff se muestra cauta manteniendo un comportamiento correcto dada su labor de educadora. Por tanto, emplea un vocabulario muy cuidado.

Personaje como rol.- La señora Puff se presenta bajo el rol de mujer educadora.

Personaje como actante.- La función actancial asignada a este personaje es la de aportar un comportamiento que roza lo maternal, sobre todo en referencia al personaje de Bob Esponja.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Perla Cangrejo.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Dieciséis años aproximadamente.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Aparentemente es una chica simpática, despierta, presumida y con gusto por la moda aunque a veces se muestra caprichosa.

-Conflictos internos.- La posición económica de su padrastro.

-Objetivos y metas.- Conseguir que su padrastro modifique sus modos de comportamientos.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- No parece presentar conflicto externo alguno destacable.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Perla Cangrejo es hijastra del Señor Cangrejo. Es una ballena adolescente que presenta los rasgos propios de su edad: es fan de una banda de música y le gusta ir a la moda; se ha de destacar su gusto refinado, ser popular y conquistar a chicos aunque a veces muestra una actitud poco ruda. A menudo le avergüenza la posición económica de su padrastro obligándole a éste a que cambie de actitud.

-Rasgos artificiales.- A pesar de su gran tamaño se entiende como un personaje coqueto y adicto a la moda. Se presenta con una coleta rubia y labios pintados de color rosa al igual que su vestimenta y aparece ataviada con el equipamiento propio de una animadora.

Personaje como rol.- Rol de joven adolescente impulsada por la moda, la música y que se avergüenza de su figura paterna.

Personaje como actante.- El papel actancial asignado a estos personajes es el de aportar a la trama un cierto tono de rebeldía. Mostrándose como el personaje de menor edad, todos muestran atención sobre ella intentando agradarla al extremo. Así se puede observar en el capítulo *El cumpleaños de una ballena*.

Contraposición con los personajes masculinos. En este caso se ha de señalar la escasa aparición de los personajes femeninos en escena frente a la continua presencia de los masculinos; a pesar de que Arenita es considerada como el único personaje femenino principal su interpretación es relegada a un segundo plano frente a personajes como

Patricio o Calamardo (no se pone en comparación con Bob Esponja puesto que él se ubica en la clasificación de personaje principal de la serie).

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Con respecto a la posición de la mujer cabe mencionar que el papel que los personajes femeninos representan en dicha serie no tienen relación alguna con actividades propias del género femenino salvo que alguno de ellos son personajes que aportan razón y coherencia y se definen como personajes coquetos adictos a la moda.

Conclusiones. Tras analizar a cada uno de los personajes principales de la serie se obtiene una serie de inferencias, entre ellas se ha de destacar el personaje de Arenita. Siendo un personaje femenino se le perfila como un personaje cuya profesión es ser científica, este hecho debe resultar interesante ya que desde siempre, y en otros títulos animados se puede apreciar, esta ha sido una profesión asignada al género masculino; es importante señalar que los personajes femeninos que aparecen en escena, con ocupación laboral, desempeñan trabajos entendidos tradicionalmente como propios de los hombres, sea así el caso de Arenita descrito anteriormente, o el de la Sra. Puff cuyo trabajo principal es ser profesora de autoescuela. En cambio, la función de Bob Esponja es trabajar de cocinero en una hamburguesería, algo propio del sexo femenino: binomio mujer-cocina.

No por ello se ha de criticar que en esta serie se representa el estereotipo de personaje masculino estúpido, despistado y a veces irresponsable frente a una actitud de raciocinio y responsabilidad del género femenino. Aún así, es importante resaltar que *Bob Esponja* no se entiende como una serie en la que se superponga el género masculino sobre el femenino; ambos se representan en una misma línea de actuación aunque con matices en lo que a la construcción de los personajes se refiere.

Doraemon.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Doraemon.*

Dirección y producción.- Producto audiovisual dirigido por Mitsuo Kaminashi y producido por la compañía Asahi TV.

País de origen.- Japón.

Cadena original de emisión.- NTV. En España comenzó emitiéndose en distintas cadenas autonómicas como La 2, Canal Sur, Canal Sur 2, Canal 9, Aragón TV, TV Canarias, entre otras. Actualmente se emite en Boing.

Año de la primera emisión.- Serie legendaria, su primera emisión se remonta a 1979.

Duración de cada capítulo.- Doce minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Doraemon es un robot con apariencia de gato que es enviado desde el siglo XXII por los descendientes de Nobita para ayudarle a modificar sus hábitos y actitud de manera que pudiera mejorar el futuro de sus descendientes. Doraemon se caracteriza por poseer un bolsillo en su abdomen del que extrae artículos del futuro con los que finalmente ayuda a Nobita a salir de diversas situaciones comprometidas.

Nobita Nobi. Nobita es el co-protagonista de la serie. Se trata de un niño holgazán y torpe tanto para los estudios como para afrontar diversas situaciones cotidianas. Es despistado y desobediente pues cuando Doraemon le presta alguno de sus artículos para asuntos serios él los utiliza para sus propios intereses.

Nobita se dibuja como un niño con baja autoestima que se infravalora y teme a sus propios amigos Gigante y Tsuneo, aunque hay ocasiones en las que pone en peligro su persona para ayudar a otros.

Tamako Nobi es la madre de Nobita. Ella siempre se muestra gritando a su hijo dada la desobediencia de este cuando le impone realizar tareas como ir a la compra, ordenar la habitación y hacer los deberes.

Nobisuke Nobi. Él es el padre de Nobita y se caracteriza por ser un poco despistado. No está nunca en casa salvo cuando regresa del trabajo.

Shizuka Minamoto. Shizuka es el único de los personajes infantiles femeninos que aparece en la serie. Es amiga de Nobita y se presenta como una niña responsable, lista, dulce y enamoradiza a la vez que despierta pasiones entre sus amiguitos.

Gigante. Takeshi Goda, más conocido como Gigante. Se describe como el chico malo de la escuela, éste encuentra apoyo en Tsuneo y juntos juegan malas pasadas a Nobita. Gigante es un niño que le gusta cantar y dada la imposición que presenta frente a sus amigos les obliga a que éstos asistan a sus recitales. Aunque se pinta como un personaje bruto no duda en prestar ayuda a sus amigos cuando estos la necesitan.

Tsuneo. Este personaje se presenta como un niño rico que continuamente presume ante sus amigos de todos sus juguetes. Aunque se siente superior al resto de los niños, suele dar la razón a Gigante por temor a que este le pegue al igual que hace con los otros niños. Tsuneo también siente cierta atracción por Shizuka.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- La serie animada *Doraemon* se presenta recogida en un total de tres temporadas compuesta por más de mil capítulos; se entiende como una de las series más largas de la historia de la animación.

Temporada analizada.- Centrados en los capítulos más recientes, se procederá al visionado de algunos de ellos de modo que se pueda observar el comportamiento de los personajes representados y posible evolución.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- *La carta de amor perfecta, Pito de mascota y Pelota de siete colores.*

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Se toma a Tamako Nobi, madre de Nobita y a Shizuka como personajes femeninos principales.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Tamako Nobi.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Cuarenta años aproximadamente.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Tamako se presenta con el apellido de su marido: Tamako Nobi. Aparentemente es una mujer de carácter pausado pero cuando fija la atención en su hijo se torna malhumorada pues intenta que Nobita cumpla con las tareas de la casa recogiendo su habitación e intenta que éste se centre en las obligaciones escolares.

-Conflictos internos.- En cuanto a los conflictos internos que la señora Nobi pueda manifestar se han de señalar aquellos enfrentamientos marcados por el comportamiento desobediente de Nobita así como la falta de apoyo de su marido en algunas ocasiones.

En cuanto a sí misma, este personaje no suele mostrar conflicto interno alguno, se entiende como una mujer consciente de sus posibilidades dentro del ámbito familiar sin necesidad de miras a un mundo exterior.

-Objetivos y metas.- El principal objetivo de este personaje es la lucha continua por conseguir el triunfo de Nobita tanto en el ámbito escolar como personal.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque no desempeña una profesión laboral cualificada y reconocida se muestra como una mujer ama de casa pendiente de todos los detalles para que no les falte de nada a los suyos.

-Conflictos externos.- Tamako no se presenta como una mujer que desempeñe una vida social activa que le pueda ocasionar conflictos con quienes les rodea, solo aparece relacionándose en el mercado con algunas vecinas, o cuando recibe contadas visitas a casa. Su mayor conflicto lo presenta frente a Nobita por su actitud y continua desobediencia.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- La personalidad de Tamako se entiende como alguien ingenuo y sin iniciativa propia pero a medida que se desarrolla el personaje ésta se presenta como una mujer madura de costumbres japonesas, pendiente en todo momento del entorno familiar y la educación de su hijo; aunque ella tampoco fue buena estudiante intenta que Nobita se esfuerce en sus estudios. A pesar de no confiar en su hijo, sí lo hace en Doraemon a quien a veces encomienda el cuidado de éste. Una señora atenta con todos los que la rodean y en especial con su marido a quien atiende correctamente cuando éste llega casa tras una larga jornada de trabajo.

-Rasgos artificiales.- Como bien se ha expuesto anteriormente Tamako se perfila como una mujer que no ve más allá de las tareas domésticas. En lo que a su vestimenta se refiere siempre aparece con enormes gafas y ataviada con un vestido de largura media, a la altura de la rodilla y de color rosa; de este modo se presenta como una madre tradicional. Rara vez se le ve sonreír pues siempre manifiesta un rostro serio, enfadado e incluso incomprendido.

Por su aspecto no puede decirse que se trate de una mujer moderna ni activa como así pueda suceder por ejemplo con Misae en la serie de *Shin-chan*.

Haciendo referencia al modo de hablar y al vocabulario empleado Tamako se muestra siempre en la misma línea, sin embargo, cuando le hacen enfadar, eleva el tono de voz; una voz aguda un tanto desagradable. En la mayoría de los diálogos se muestra educada, pausada y empleando un tono sosegado aunque cuando mantiene diálogos con Nobita inmediatamente se torna en un tono más autoritario, exigente e impositivo.

Si nos referimos a sus ademanes y modos de comportamientos se ha de indicar que ésta se define como una madre paciente que intenta dialogar con su hijo para hacerle diferenciar entre lo que está bien y lo que está mal, intención que se ve frustrada ante la actitud incoherente, irracional y fantasiosa de Nobita.

Personaje como rol: Tras el visionado de dicha producción animada, sin duda alguna se puede afirmar que el rol que desempeña Tamako es el de mujer casada, ama de casa y con hijos que se ocupa del cuidado de su familia. Una mujer que es consciente del sometimiento del que es víctima sin obtener a cambio reconocimiento alguno. Pero no solo desempeña el rol de ama de casa, sino también el de esposa y madre que intenta aconsejar a un hijo que se caracteriza por las continuas travesuras y una acentuada insensatez.

Una madre que ha de enfrentarse sola a la educación de éste puesto que su marido siempre se encuentra trabajando y cuando está en casa se dispone a descansar.

Ante todo este caos fomentado por el género masculino de la serie es ella quien ha de enfrentarse a situaciones conflictivas madre-hijo. De nuevo, la mujer vuelve a configurarse como el personaje responsable y racional que intenta mantener la coherencia en la familia. Se puede entender la figura paterna como la de antihéroe lejos de representar el papel del padre luchador que garantiza protección.

Personaje como actante: En cuanto al análisis actancial de este personaje se ha de incidir en su principal objetivo: alcanzar y mantener la felicidad de su familia aunque sea ella misma quien lleve a cabo tal reto sin encontrar apoyo alguno.

Tamako no se relaciona directamente con el típico personaje visto en otras series animadas que lo deja todo por marcharse junto a su marido para formar una familia a la que dedicarle todo su tiempo, pero sí se concibe como una mujer japonesa que atada a sus costumbres, y nos referimos a ello puesto que la composición de este personaje data de la década de los setenta del siglo XX, se casa con su esposo con la única intención de formar una familia y dedicarse de pleno al cuidado de esta.

Prevalece en ella la atención puesta sobre su familia a pesar de los continuos quebraderos de cabeza que la invaden se arma de fuerza y entereza para afrontar las diversas vicisitudes que se puedan ocasionar en la familia.

Mantiene el tesón con su hijo contra el que lucha insistentemente para que no rompa las normas establecidas siendo ella sola quien soporta tales comportamientos a lo largo de todo el día.

Se señala una vez más, desde una óptica femenina, que es la mujer quien hipoteca su tiempo con los suyos a cambio de nada, y no solo eso, sino que en relación con los personajes masculinos el asunto toma otros tintes pues

además de prestar toda su atención y su tiempo es ella quien se encarga al cien por cien de la educación de su hijo mientras que la figura paterna solo entiende de trabajo y de encontrar el plato sobre la mesa en un hogar “alejado del mundanal ruido” cotidiano.

En este caso el papel actancial es el de remarcar el tópico de la mujer, madre y ama de casa sumisa a las tareas del hogar y a la educación de su hijo.

Como en cada una de las series aquí analizadas, fijando como *target* a la audiencia infantil y mediante la animación, se cuentan historias marcadas por el rol de esposa-madre-sumisa.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Shizuka.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Nueve años aproximadamente.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Se trata de un personaje que encarna a una niña dulce, sensible, amable, atenta con todos, responsable y muy buena estudiante. Entre sus aficiones, además de jugar con sus amigos, Shizuka toca el violín y el piano.

-Conflictos internos.- No presenta ningún tipo de conflicto interno.

-Objetivos y metas.- Ser buena estudiante.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- No presenta ningún tipo de conflicto externo.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Shizuka se dibuja como una niña que a pesar de su corta edad muestra una madurez destacable frente al resto de sus amigos. Consciente de que el trabajo es la base para alcanzar los objetivos propuestos se muestra centrada en sus estudios y en una de sus pasiones: la música. En alguna ocasión sueña con ofrecer grandes conciertos de piano. Se presenta como la única niña dentro del grupo de amigos del barrio compuesto por Nobita, Doraemon, Tsunee y Gigante, entre los más conocidos; es destacable que aunque Shizuka acompaña la mayoría de las veces a los chicos en sus ratos libres nunca participa cuando éstos tratan de jugar al fútbol o al béisbol, por ejemplo. Cuando recibe a sus amigos en casa, en la mayoría de las ocasiones, les invita a comer tarta o incluso plantea actividades más femeninas alejadas de los gustos masculinos. Este hecho demuestra cierta relación entre la figura femenina y el desempeño de actividades pasivas y de interior en contraposición con las propuestas por los personajes masculinos quienes en todos los capítulos viven aventuras.

-Rasgos artificiales.- Centrados en los rasgos artificiales de este personaje ésta se presenta transmitiendo una imagen femenina a la par que infantil vistiendo un vestido con tonos pasteles lo cual denota la dulzura propia de su carácter. En cuanto al modo de hablar Shizuka emplea un tono dulce y un vocabulario cuidado consiguiendo transmitir una sensación de paz y tranquilidad propia de su personalidad.

Personaje como rol: El personaje de Shizuka se presenta bajo el rol niña inteligente y responsable aunque no por ello deja de involucrarse en los juegos de sus amigos con los que vivirá miles de aventuras.

Personaje como actante: La función actancial marcada por sus creadores se basa en plasmar con este personaje una más que evidente contraposición con los personajes masculinos los cuales se muestran como seres irresponsables e irracionales frente a la coherencia de la figura femenina. Una joven que (y continuando con las diferencias varoniles) se marca múltiples objetivos los cuales va cumpliendo gracias a su esfuerzo, responsabilidad y tesón. A pesar de su corta edad intenta cambiar y hacer razonar los modos de actuación de los chicos. Conviene destacar que aunque siempre esté rodeada de sujetos masculinos Shizuka no muestra una actitud masculinizada.

Contraposición con los personajes masculinos. Teniendo en cuenta el análisis de los dos personajes femeninos principales de esta serie se puede exponer diferencias entre éstos y los personajes masculinos que se encuentran dentro de sus mismas funciones. Es decir, habiendo analizado la figura de Tamako como mujer, madre de Nobita y ama de casa hallamos ciertas diferencias con su homónimo masculino, el padre de Nobita: Nobisuke Nobi. A pesar de que ambos habrían de desempeñar las mismas funciones para evitar posiciones de sometimiento y sumisión Nobisuke se perfila como un personaje masculino que solo se preocupa de su trabajo y de que todo esté en orden cuando llegue a casa para poder descansar, desentendiéndose, por tanto, de la educación de su hijo excepto cuando Tamako desesperada pide apoyo a su marido para que Nobita se comporte. Dicho personaje aparece ligado al gusto por los cigarrillos y la bebida, dos acciones muy masculinizadas. El hecho de presentar a este personaje bajo tales características no hace más que fomentar el estereotipo de padre de familia que solo se preocupa por trabajar y disfrutar de sus vicios.

Por otro lado, y haciendo referencia al personaje de Shizuka, como se ha expuesto anteriormente en alguna ocasión, aunque ésta se ve envuelta en las aventuras de sus

amigos no deja de potenciar su actitud femenina. En muchas ocasiones se suele ver a dicho personaje en la ducha lo cual puede incitar al gusto por la belleza y el cuidado femenino frente a unos comportamientos menos delicados por parte de sus amigos varones.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Una vez comentados los aspectos anteriores, en este caso, solo conviene resaltar la diferencia entre el personaje de Tamako y el de Shizuka. Aunque ambas son personajes femeninos se pueden apreciar ciertas diferencias en cuanto a su construcción. Tamako queda imbricada en el ámbito interior, sumisa al cuidado de su familia mientras que Shizuka se presenta como una niña independiente con aspiraciones futuras. Con esto se quiere subrayar, y posicionándonos en el lugar de la audiencia, el consumo de dos modelos diferentes. Para quienes consumen dicho producto entenderán al personaje de Shizuka como un sujeto sin grandes diferencias de género con respecto a sus amigos; en cambio, la figura de madre sí seguirá consolidando como la de mujer ama de casa subyugada al cuidado de la familia sin aspiraciones personales.

Conclusiones. Una vez analizados cada uno de los personajes y vistas las características de cada uno de ellos puede decirse que dicha producción refleja el estereotipo de una mujer que se presta al servicio de su marido y familia ubicándose en la mayoría de las escenas yendo a la compra, en la cocina o bien sirviendo de modo alguno a cualquier componente de la familia.

Merece una crítica que producciones animadas originales de décadas pasadas donde el género femenino ocupaba una posición de inferioridad frente a la de su marido sigan proyectándose en tiempos actuales en los que las mujeres han avanzado en su lucha por la igualdad. De este modo, se continúa acentuando la imagen de la típica mujer madre y ama de casa sin posibilidad de enfrentarse al mundo exterior.

Inazuma Eleven.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Inazuma Eleven.*

Dirección y producción.- Dicho producto salió al mercado tras el éxito en formato de videojuego. La nueva versión fue producida por Oriental Light and Magic y distribuida por Europa a través de Arait Multimedia S.A.

País de origen.- Japón.

Cadena original de emisión.- Actualmente se emite en Boing.

Año de la primera emisión.- 2008.

Duración de cada capítulo.- 22 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general⁵

Entre los personajes más destacados de la serie analizada, se ha de señalar los siguientes como componentes principales del equipo de fútbol protagonista, el equipo Raimon.

Mark Evans se presenta como capitán y portero del equipo Raimon. Se caracteriza por su entusiasmo y pasión por el fútbol. Es el personaje masculino que mayor expectación despierta en el sexo femenino.

Como delanteros del equipo se cita a: **Ishido Shuuji** considerado como el goleador estrella del equipo además de ser uno de los personajes más racionales. **Kevin Dragonfly** y **Bobby Shearer** como jugadores iniciales del equipo Raimon; **Shawn Frost**

⁵ La descripción de los personajes ha sido extraída de la dirección web:
<http://www.inazumaeleven.tv/#/personajes/>

se presenta por tener una personalidad muy tranquila. Él cree que un equipo no llegará a ser fuerte si no tiene una buena defensa.

Xavier Foster, Jim Shadow como un personaje algo misterioso. Se unió al equipo para que todos le prestasen atención aunque siempre se muestre deprimido en el fondo siempre está feliz y emocionado. **Sue Hartland** es una chica muy alegre y romántica. Permanece en el equipo para quedarse cerca del chico que le gusta. **Victoria Vanguard** es hija del primer ministro de Japón. Su gran habilidad en el fútbol se debe a que practica todos los días con los guardaespaldas de su padre. Se une a Raimon para rescatar a su padre que fue secuestrado por el Instituto Alius. Por último, se ha de mencionar a **Scott "Scotty" Banana**, a **Harley Kane** quien a pesar de no haber jugado nunca al fútbol ha demostrado en varias ocasiones tener un destacable talento para ese deporte, **Thor Stubber** y **Archer Hawkins** quien al principio no era capaz de patear un balón pero con ayuda lo logra. El hecho de que tenga una gran fuerza en las piernas fue la razón por la que el equipo apostó por él.

Entre los mediocampistas se ha de señalar al sub-capitán **Jude Sharp** miembro perteneciente al Royal Academy. Finalmente se une al equipo Raimon donde le apodan como el "Genio de la estrategia" dada su rapidez en formular nuevas estrategias de manera casi instantánea. **Nathan Swift** calificado como defensa y mediocampista desde siempre estuvo ligado al equipo de atletismo pero finalmente fue convencido por Mark para que formase parte del equipo de fútbol. Suele presentar una personalidad débil ante situaciones adversas pero termina enfrentándose a ellas con éxito y **Jack Wallside** quien lejos de aparentar ser una persona fuerte por su altura presenta un carácter tímido. A veces, Mark se compromete a ayudarlo a superar sus temores. **Steve Grim, Timmy "Tim" Sander, Sam Kincaid, Erik Eagle** y **Darren LeChance** como mediocampista y portero. Les siguen **Max Carson** quien demuestra grandes dotes futbolísticas a pesar de no haber jugado nunca al fútbol; **David Samford, Jordan Greenway, Leeze, Caleb Stonewall, Austin Hobbes** y **Byron Love** personaje que se une al equipo tras observar las ganas y el gran esfuerzo de sus componentes por vencer a sus rivales.

Como personajes complementarios se describe a **Nelly**, hija del presidente de la junta escolar del instituto Raimon, quien se perfila con un carácter autoritario; **Silvia** quien se encarga de llevar a cabo las actividades propias como gerente del equipo de fútbol de su instituto además de cuidar a los miembros del equipo, y finalmente el personaje de **Celia**. Ésta también se convierte en gerente del grupo para ayudarles en todo lo que les sea necesario.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- Seis temporadas.

Temporada analizada.- Se ha procedido al visionado de los primeros capítulos de la primera temporada modo que se permita conocer a todos sus personajes y observar el comportamiento manifestado por cada uno de estos.

Título del capítulo a analizar y considerarlo como referencia.- *¡Juguemos al fútbol!, ¡Aquí está la Royal Academy! y ¡Una nueva técnica especial!*

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Se ha de precisar que aunque a lo largo del desarrollo de los capítulos aparezcan personajes femeninos ninguno de ellos se presenta como personajes principales quedando relegados a una intervención más secundaria.

Personajes secundarios femeninos.- Entre los personajes femeninos posicionados como secundarios se ha de señalar a Sushed Harlan, Victoria, Nelly, Silvia y Celia,

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Sushed Harlan.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Catorce años aproximadamente.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Sushed Harlan, conocida como Sue, es una chica muy alegre y romántica.

-Conflictos internos.- Aunque es un personaje que poco se sabe de él, uno de sus principales conflictos internos es conseguir a Erik como pareja.

-Objetivos y metas.- Poder jugar al fútbol y alcanzar el amor junto a Erik.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- No presenta ningún conflicto externo.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Chica alegre y romántica que está enamorada de Erik aunque no sea recíproco. Su gran talento en el fútbol se debe a sus duros entrenamientos con el equipo Épsilon pero finalmente se decanta por jugar en el Raimond para estar cerca de su amado. Posteriormente, abandonará el equipo para incorporarse en la cuarta temporada. Para referirse a Erik lo llama “querido” o “cariñín”.

-Rasgos artificiales.- Sue en la mayoría de las ocasiones aparece ataviada con ropa de deporte. Sus rasgos faciales son destacados: ojos grandes, azules, al igual que su pelo de una largura media y labios bien perfilados. En cuanto a sus ademanes Sue se muestra como una chica de buenas maneras, una niña activa a la que le gusta el deporte.

En referencia a su modo de hablar emplea un vocabulario correcto en todo momento.

Personaje como rol: Debido a su escasa presencia en la primera temporada el único rol atribuible a este personaje es el de chica adolescente enamoradiza que es capaz de llegar a pertenecer a un grupo para estar cerca del chico que le atrae físicamente.

Personaje como actante: La función actancial marcada por sus creadores se basa en dibujar a una chica cuya presencia en su equipo de fútbol se debe más a temas de amor que por su buen quehacer deportivo presentándose pues como un componente no esencial para el equipo.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Victoria.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Catorce años aproximadamente.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Es una chica dulce, simpática y enamoradiza. Siente gran atracción por Mark pero no llega a reconocerlo públicamente alegando que es un buen amigo.

-Conflictos internos.- Deseo de luchar contra el Instituto Alius quien secuestró a su padre.

-Objetivos y metas.- Derrotar al Instituto Alius.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- El único conflicto externo destacable en este personaje, además de la lucha personal mantenida contra el Instituto Alius, es de carácter romántico; y es que varias chicas también sienten atracción física por Mark.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Victoria, también conocida como Tori, es hija del ministro de la ciudad de Inazuma. Su gran habilidad en el fútbol se debe a que practica todos los días con los guardaespaldas de su padre. Ésta se incorpora al equipo Raimon para rescatar a su padre que fue secuestrado por el Instituto Alius, tras recuperarlo mantiene una continua lucha contra dicha escuela.

Se presenta como una chica luchadora a la par que reservada pues no desvela sus sentimientos hacia Mark, el chico que le gusta. Tras la primera temporada Victoria abandona el equipo para posteriormente acompañarlo en la cuarta.

Rasgos artificiales.- Se presenta como un personaje femenino y de apariencia alegre. Lleva el pelo rojo, largo y los ojos de un color grisáceo. Porta una gorra azul y una banda blanca en el pelo. En cuanto a su vestimenta no deportiva suele ataviarse con prendas femeninas pero en la mayoría de las ocasiones se viste con la ropa del Raimon. Victoria Vanguard presenta un vocabulario cuidado.

Personaje como rol: Puede clasificarse como un personaje femenino que asume el rol de adolescente deportista; una niña activa, con fuerza y con una actitud de luchadora para conseguir los objetivos que se propone.

Personaje como actante: Este personaje se ve posicionado en un segundo plano aun presentando una buena disposición y capacidad para jugar al fútbol como el resto de sus compañeros.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Nelly.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Catorce años aproximadamente.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Se presenta como toda una señorita. Aunque en un principio manifestara una actitud autoritaria ante los chicos, poco a poco, y conmovida por el espíritu deportivo de éstos, termina haciéndose amiga de ellos ayudándoles en todo lo que fuera posible.

-Conflictos internos.- No se manifiesta conflicto interno alguno.

-Objetivos y metas.- Encargarse de la gestión administrativa del equipo del instituto.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- A veces se aprecian ciertos conflictos entre ella y los componentes del equipo Raimon puesto que ésta les aconseja que mejoren las características del equipo o de lo contrario se verá obligada a hacerlo desaparecer dado los gastos que éste conlleva.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Nelly Evans es hija del presidente de la junta escolar del Instituto Raimon y presenta un carácter autoritario ante el resto de los alumnos. Se presenta como toda una señorita con muy buenas notas y con un aspecto muy cuidado. Al principio trataba a Mark y al resto con frialdad pero poco a poco, y conmovida por el espíritu deportivo de los chicos, termina haciéndose amiga de éstos ayudándoles en todo lo que fuera posible.

-Rasgos artificiales.- Personaje con un aspecto muy femenino. Viste camisa blanca con un lazo color rojizo a juego con su falda. Nelly es de tez morena y pelo oscuro largo ondulado. En cuanto a sus ademanes, como bien se señala más arriba, presenta un comportamiento correcto y un vocabulario muy cuidado.

Personaje como rol: En un principio Nelly no parece estar sujeta a ningún rol.

Personaje como actante: Dicho personaje, como actante, más allá de involucrarse en el tema central de la propia serie, recibe la tarea de poner orden en la organización del equipo de su instituto.

Descripción del personaje

Dimensión física:

- Nombre.**- Silvia.
- Sexo.**- Mujer.
- Edad.**- Catorce años aproximadamente.
- Estado civil.**- Soltera.

Dimensión psicológica:

- Personalidad.**- Es una chica alegre, simpática, luchadora y generosa a la que le gusta mucho jugar al fútbol aunque nunca se ve practicándolo. Fan incondicional del equipo Inazuma Eleven y el Raimon.
- Conflictos internos.**- A pesar de gustarle el fútbol nunca lo practica a raíz de un horrible accidente que sufrió un amigo suyo con el compartía tal afición.
- Objetivos y metas.**- Impulsar y motivar a los jugadores.

Dimensión sociológica:

- Ámbito profesional.**- Estudiante.
- Conflictos externos.**- No destaca conflicto externo alguno.

Personaje como persona:

- Rasgos indiciales.**- Fue la primera gerente del equipo Raimon y posteriormente de Inazuma Japón. Está en segundo curso y es compañera de clase de Mark. Silvia se comporta como si se tratase de la hermana mayor de todos los componentes del equipo de modo que se percata al instante cuando alguien del club está preocupado por algún motivo.

-Rasgos artificiales.- Silvia tiene el pelo corto con un tono verdoso y siempre suele llevar una horquilla de color rosa. En cuanto a su vestimenta suele ataviarse con una camisa blanca con un lazo verde y una falda de color gris oscuro a juego con sus medias y zapatos. En otras ocasiones, Silvia aparece con un chándal blanco con franjas anaranjadas. Se presenta como una chica de buenos modales.

Personaje como rol: Puede decirse que Silvia Woods presenta el rol de “madre protectora”.

Personaje como actante: La función actancial asignada a este personaje se reduce a cuidar del equipo de fútbol del que es fan.

Descripción del personaje

Dimensión física:

- Nombre.-** Celia.
- Sexo.-** Mujer.
- Edad.-** Catorce años aproximadamente.
- Estado civil.-** Soltera.

Dimensión psicológica:

- Personalidad.-** Se define como una chica lúcida aunque a veces habla tanto que invalida su apodo de “chica callada”. Le gusta mucho indagar sobre determinados temas de manera que consigue aportar datos reveladores sobre jugadores de otros equipos.
- Conflictos internos.-** No parece presentar conflicto interno alguno.
- Objetivos y metas.-** Ayudar a los chicos del equipo.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- No presenta conflicto externo alguno.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Se encuentra estudiando en primer curso. Pertenece al club de periodismo de la escuela y se hizo hinchada del equipo Raimon a quien dedica la totalidad de su tiempo libre y revela datos relevantes sobre los jugadores de otros equipos. Decidió formar parte del equipo Raimon constituyéndose como gerente del mismo.

-Rasgos artificiales.- Celia tiene el pelo corto en un tono azulado igual que sus ojos. Aparece con el uniforme propio del centro y con gafas.

Personaje como rol: Al personaje de Celia no puede atribuírsele ningún rol.

Personaje como actante: La función actancial de este personaje es la de mostrarse, como el resto de los personajes femeninos, como cuidadora del equipo apoyándolos y ayudándolos.

Contraposición con los personajes masculinos. Más allá de lo evidente, un mayor número de personajes masculinos frente al reducido número de cuatro personajes mujeres, se ha subrayado la escasa importancia en cuanto a la presencia femenina en el argumento de esta serie animada. Aunque se pretenda incluir algunos personajes femeninos ejerciendo las mismas actividades que los masculinos (ser jugadoras de fútbol en el equipo del instituto), el papel de estas es efímero.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Habiendo señalado anteriormente la escasa importancia de la figura femenina para el desarrollo

de las tramas no conviene olvidar las características comunes que representan. Son personajes mujeres que la mayoría de ellas contienen un denominador común: cuidar del equipo y/o de los jugadores de un modo u otro. Todas ellas se presentan como personajes sensibles, delicados y movidos por el amor propio de los adolescentes.

Conclusiones. Tras el visionado de algunos de los capítulos de la serie que en estas líneas se describe, y una vez analizados a los personajes que en ella aparecen, conviene redactar la intencionalidad de los creadores de la serie por incluir al menos a dos de los personajes femeninos en la misma línea de acción que los masculinos (jugadores y jugadoras de fútbol). Con ello, la propuesta por definir a personajes tanto masculinos como femeninos en igualdad parece ponerse en alza pero lo que parecía haberse conseguido se desmorona al comprobar la importancia, en cuanto a presencia, de estos personajes frente a sus contrarios. Ellas a pesar de ser minoría, no se proponen como personajes indispensables para el desarrollo y triunfo del equipo, tanto es así que como ya se ha mencionado anteriormente éstas no vuelven a aparecer hasta la cuarta temporada. Por tanto, se vuelve a evidenciar la importancia del género masculino en detrimento del femenino ante determinadas actividades.

Se ha de resaltar la pasividad de los personajes femeninos frente a una actitud más activa de los masculinos otorgándosele a los primeros funciones “propias de su género”: la mayoría de ellas se encargan de atender al equipo y mantenerles; tal descripción se pone en relación con el rol de madre que se presta a su familia para darles apoyo y mantenerlos unidos.

Padre de Familia.

*“...me paso el día limpiando y cuidando de mi familia y nadie me aplaude,
cantar y tocar el piano es lo único que me distrae...”*

Lois Griffin.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Padre de Familia (Family Guy).*

Dirección y producción.- Obra creada por Seth MacFarlane pero que a lo largo de toda su trayectoria contó con varios productores, entre ellos su mismo autor, Lolee Aries, David A. Goodman, Daniel Palladino y David Zuckerman, además de contar con otros tantos directores como Dan Povenmire, Pete Michels y Peter Shin; en la producción ejecutiva, la cadena norteamericana Fox.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- Cadena norteamericana Fox. En España en un primer momento fue emitida a través de Fox España pero posteriormente La Sexta adquirió todos los derechos de emisión retransmitiendo desde la primera temporada el primero de abril de 2006 hasta el sexto del mismo mes de 2010.

Año de la primera emisión.- La emisión del primer capítulo fue el 31 de enero de 1999 aunque posteriormente dicha producción fue retirada de manera progresiva en el año 2000 y 2002 por la cadena Fox. Debido a un cambio de dirección en la cadena, a la alta demanda de la audiencia y al incremento de ventas de los DVD's de la serie en 2005 se procede de nuevo a su re-emisión en el *prime time*; en 2009 comenzó la emisión de la octava temporada.

Duración de cada capítulo.- 22 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Tras su vuelta definitiva a las pantallas *Padre de Familia* ejerció influencia en otros programas televisivos realizados por MacFarlane con títulos como *American Dad* con el que comparte el mismo mundo ficcional, así como otras producciones en *live action* como *The Winner* donde se da un mismo carácter cómico con la diferencia de que en este caso no obtuvo buenos comentarios por parte del sector crítico.

Esta serie está protagonizada por una peculiar familia que desarrolla su vida diaria en la ciudad de Quahog.

Peter Griffin pone nombre a la figura paterna. Se caracteriza por ser un personaje completamente irracional, sin miedo a decir todo aquello que se le ocurre y aunque a veces reacciona con coherencia se mueve y actúa básicamente por impulsos. Peter, perteneciente a una clase social media, ha trabajado como chico de las toallas en un club social donde se enamoró de Lois quien actualmente es su esposa, posteriormente en una fábrica juguetera y ahora se dedica a la pesca aunque presta gran parte de su tiempo a sus dos grandes aficiones: la cerveza y la televisión. Se caracteriza por ser un hombre tranquilo, de aspecto descuidado que intenta complacer a su esposa sin demasiado éxito llegando incluso a despreciarla, a veces, por su aspecto físico; en algunos de sus parlamentos bien reales u oníricos cumple con el tópico masculino de imaginarse a varias chicas exuberantes a su alrededor.

Lois Griffin es la señora de la casa, descendiente de una adinerada familia de Quahog que abandona sus inquietudes intelectuales de manera voluntaria para casarse con Peter de lo cual no se arrepiente. Profesora de piano de gusto refinado y exquisito se muestra completamente opuesta en cuanto al carácter de su pareja. Es un personaje moderno, racional y entregado por completo a su familia; Lois presta especial atención y complace a su pareja en todo momento haciéndola razonar en cuanto a actitudes y actuaciones.

Organizadora y paciente cuida todo al detalle para el beneplácito de su familia profundizando en los problemas, aportando la parte racional de la pareja y superponiendo el amor a los suyos ante todo.

De la unión matrimonial de ambos personajes nacen sus tres hijos: Chris, Meg y Stewie.

Chris es el mayor de todos los hermanos. Es un adolescente que parece vivir en su propio mundo. Se vislumbra como un personaje tranquilo y algo despistado.

Físicamente puede sacársele cierto parecido a su padre en cuanto a la dejadez de su cuerpo. Entre sus aficiones se ha de señalar el consumo de televisión y videojuegos aunque, y de un modo oculto y poco valorado por su familia, el joven presenta grandes dotes para el dibujo.

Meg es una joven adolescente que aunque se esfuerza por conseguir ser popular en su instituto nunca lo consigue. De aspecto desaliñado se muestra infeliz e insegura de sí misma lo cual le ocasiona ser la protagonista de un sub-mundo de inferioridad para con el resto.

Stewie es el menor de los Griffin y se trata de un personaje que genera cierta controversia en el espectador. Nunca dice a su madre “mamá”, sino mujer o madre lo cual ya marca un cierto desprecio y desapego a ella. Se caracteriza por su amplia capacidad intelectual configurándose como uno de los individuos más inteligentes de toda la familia aunque tales valores se tiñen de oscuro al observar su adicción por la violencia, sobre todo el ansia por matar a su propia madre. De hecho, dentro de su entrañable muñeco de peluche Ruper guarda un arma con la que amenaza cuando no comparte las ideas de la otra persona; entre otro de sus objetivos a desempeñar para sentirse realizado figura el hecho de querer conquistar el mundo, un perfil algo discutible en cuanto a valores y posibles repercusiones sobre el espectador. Es este personaje representado en un cuerpo de niño el que tiñe a la serie con un tono de “humor negro” propio de un público más adulto pues ya en la conciencia de un personaje infantil se manifiesta la “maldad” adulta.

Brian es la mascota de la familia Griffin, dados sus parlamentos y modos de actuación se constituye como el ser más coherente y racional de la familia. A pesar de su pasado oscuro y de haber estado trabajando de limpiar coches en la calle, lugar de donde lo rescató Peter, Brian se muestra como todo un ser culto que siente gusto por la música clásica, por la lectura y por la buena vida.

Peter Griffin Junior es el hijo fallecido de Peter y Lois. Cogiendo por sorpresa a todos sus fieles seguidores, en el episodio *O.J. anda suelto* perteneciente a la séptima temporada, se habla por primera vez de la existencia de éste que murió por causas desconocidas; según Peter lo sacudió fuerte porque tan solo pretendía que dejase de llorar.

Una vez descritos cada uno de los personajes protagonistas se puede alzar la vista para dibujar con una idea clara cómo se constituirá la estructura narrativa y de acción de la serie.

Mediante un lenguaje popular y a veces obsceno los guionistas de tal ficción pretenden reflejar en las pantallas el estilo de vida de una familia, en este caso norteamericana, en la que la madre y la figura de un perro son los que otorgan coherencia y racionalidad al diálogo.

En el caso de Lois, a la figura femenina materna se le concede la capacidad de responsabilidad y razón mientras que en la figura de Meg se despierta el deseo por ser atractiva alcanzando así la aceptación por parte de todos. Por su parte, se le confiere a los personajes masculinos el beneficio del placer y el desinterés por los problemas comunes familiares.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* de edad adulta.

Número total de temporadas.- Ocho temporadas.

Temporada analizada.- Primera temporada para observar la presentación y posterior evolución del personaje.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- De entre los capítulos visionados se ha de destacar que con tan solo el análisis del primer y tercer capítulo, *La muerte tiene una sombra* y *Cuestión de matarlo*, la serie ya marca los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Lois Griffin como personaje protagonista.

Descripción del personaje:

Dimensión física:

-Nombre.- Lois.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Aunque no se menciona de un modo exacto, Lois ha de rondar la mitad de la treintena.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- A pesar de pertenecer a una de las familias más pudientes de Quahog no mira atrás para lamentarse de su actual situación, sino que el amor hacia su familia supera toda clase de obstáculos aportándole la felicidad que necesita.

-Conflictos internos.- Como se ha mencionado anteriormente Lois no presenta algún tipo de problema que le haga lamentarse de su actual situación, pero en su interior es consciente de lo que está viviendo: sabe que es una mujer a veces maltratada psicológicamente por su marido a través de comentarios despectivos y ve en Peter a una persona inválida

en cuanto a raciocinio y escasez de valores. Pero todo ello carece de importancia mientras exista el amor hacia su familia.

-Objetivos y metas.- Hacer que su marido plantee los problemas de un modo más coherente pero su finalidad máxima es alcanzar la felicidad familiar para lo que ha de enfrentarse con los problemas que se le vaya planteando, muchos de ellos propiciados por su esposo.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque no desempeña una profesión laboral cualificada y reconocida se muestra como toda una ama de casa pendiente de todos los detalles para que no les falte de nada a los suyos. En sus ratos libres imparte clases de piano, una de sus mayores aficiones; es lo único que conserva de su vida pasada como niña rica perteneciente a la clase social alta.

-Conflictos externos.- Lois no se presenta como una mujer que mantenga malas relaciones con sus amigos y/o vecinos, es más, siempre se muestra lo más cordial y correcta posible con quienes la rodean. A veces incluso se encarga de solventar errores que su marido ha cometido para con otros personajes puesto que éste actúa por inercia sin pensar en las repercusiones que pueda tener su comportamiento.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Lois se presenta como una mujer joven de edad media e imbricada en el contexto social actual dada la manera de expresar sus pensamientos y modos de actuación ante las situaciones adversas, entendiéndose tal comportamiento como propio de alguien de renovados pensamientos. Se presenta como una mujer que sin quitar la vista de los suyos se quiere a sí misma y cuida de su cuerpo para llegar a ser un atractivo de belleza para los hombres.

-Rasgos artificiales.- Como bien se cita en el párrafo anterior, Lois se perfila como una mujer propia del siglo XXI. En cuanto a su vestimenta se refiere se presenta con pantalones, prenda impensable para una mujer ama de casa en la década de los cincuenta y con una camisa ajustada que deja entrever su figura femenina. Tan solo con el modo de vestir se puede apreciar el tipo de persona de la que se trata así como sus pensamientos e ideales. Una mujer libre que goza de cierta independencia en cuanto a modos de enfrentarse a la realidad que la rodea.

Centrados en el modo de hablar y el vocabulario empleado Lois se muestra siempre en la misma línea, sin embargo, cuando le hacen enfadar eleva el tono de voz, una voz aguda un tanto desagradable. En la mayoría de los diálogos se muestra educada y aunque empleando un vocabulario popular es adecuado a cada momento, algo propio de la educación a la que fue sometida en su infancia en contraposición con las expresiones que pueda pronunciar Peter. Si nos referimos a sus ademanes y modos de comportamientos se ha de indicar que ésta se define como una madre paciente que se sienta a dialogar con su marido e hijos para resolver los posibles problemas familiares; se trata de una mujer serena y pausada que sabe actuar de un modo preciso ante los embrollos en los que pueda verse envuelto su marido.

Personaje como rol: Tras el visionado de dicha producción animada sin duda alguna se puede apreciar que el papel que desempeña Lois a lo largo de toda la serie es el de mujer casada, ama de casa y con tres hijos que se ocupa del cuidado de su familia. Una mujer consciente del sometimiento del que es víctima que trata de sacar tiempo libre para dedicar parte del día a una de sus mayores aficiones, impartir clases de piano. Éste puede convertirse en un detalle importante si se mira desde la óptica del género pues es en el mismo espacio donde además de ejercer las labores domésticas realiza sus labores de ocio; una mujer que desarrolla su vida a raíz del estrecho vínculo que mantiene

con el hogar. Pero no solo desempeña el rol de ama de casa, sino también el de esposa consejera ante un marido que no controla las situaciones y que le resulta indiferente las posibles connotaciones que pueda llevar consigo el llevar a cabo determinados comportamientos. Es ella quien ha de mediar ante las espontáneas situaciones provocadas por Peter de manera que se inmiscuye en tales problemas de los que finalmente sale victorioso; mujer heroína que sorprendentemente pone remedios ante la irresponsabilidad del padre de familia que representa la figura del antihéroe lejos de ser el padre luchador.

Finalmente, se ha de señalar asimismo la posibilidad de ubicarla dentro del rol de mujer esclava de la belleza para gustar al sexo opuesto. Lois, muy de vez en cuando, se viste con ropa de noche de manera que se siente una mujer más atractiva siempre a los ojos de su marido, nunca con la pretensión de reclamar la mirada a otros hombres; todo ello a pesar de saber que Peter la infravalora como mujer en determinadas ocasiones.

Personaje como actante: Ahora bien, en cuanto al análisis actancial de este personaje se ha de incidir en su principal objetivo: alcanzar la felicidad de su familia. Una familia ansiada desde siempre y por la que ha luchado sin descanso sin tener en cuenta su actual modo de vida en comparación con la que podría haber tenido. Lois lo dejó todo por amor, a su familia, el desarrollarse como persona cualificada, el gozar de una vida más cómoda y con todo lujo de detalles a su servicio. Por ello, es por lo que este personaje femenino se arma de fuerza y entereza para afrontar las diversas vicisitudes que se puedan ocasionar en la familia.

Mantiene el tesón con su marido para sacarlo una y otra vez de los problemas en los que éste se mete sin él mismo darse cuenta; es ella sola quien lucha por conseguir una educación adecuada para sus hijos puesto que la posición que su marido presenta al respecto es imparcial. En cuanto a Meg, su única hija, hace por convencerla empleando la psicología para que aprenda a valorarse; su propio padre no se toma en serio los problemas de la joven adolescente ahondando a veces en sus heridas.

Y sobre todo es a Stewie a quien dedica la mayor parte de su tiempo para que se desarrolle con la educación y los valores oportunos que imperan en la sociedad. Es interesante señalar desde este estudio que la mujer una vez más hipoteca parte de su tiempo con los suyos a cambio de nada, y no solo es eso, sino que en relación con los personajes masculinos el asunto toma otros tintes. Por poner un ejemplo evidente, tal y como se acaba de mencionar, Lois presta toda su atención y su tiempo hacia su hijo más pequeño para que se forme desde la infancia pero éste no asume de un modo obediente las indicaciones de su madre proponiéndose como objetivo el matarla.

En cuanto a los objetivos marcados por la serie, se ha de apuntar que la pretensión de ésta no es más que la de evidenciar a través de la construcción de Lois como personaje principal, a veces a modo de parodia y mediante un tono irónico y sarcástico, la función y el trato a los que la mujer está sometida por parte de su entorno más inmediato, aquellos a quienes dedica la mayor parte su tiempo o que incluso ha hipotecado su vida para servirles. En este caso el papel actancial es el de remarcar el tópico de la mujer, madre y ama de casa sumisa a las tareas del hogar a través de un tono de humor con el que ganar adeptos.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Meg Griffin.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Periodo adolescencia.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Adolescente con aspecto desaliñado que parece no encontrar su espacio en el mundo. Realmente Meg no desarrolla un papel fundamental para el desarrollo de la serie sino que más bien se expone como un personaje que proyecta problemas típicos dentro del gremio estudiantil; niñas que aspiran a ser las más bellas y atractivas considerando éstas como armas propias con las que conseguir integrarse y ser líderes entre los suyos. De este modo y bajo la frustración de este personaje nuevamente se expone de manera indirecta la sumisión de la mujer, en este caso desde una edad prematura, por la lucha a favor de una belleza estereotípica.

-Conflictos internos.- Se trata de una joven con numerosos complejos fomentados por su nula relación con los demás adolescentes de su edad, si a ello se le añade su afán por conseguir ser la más popular del instituto sin obtener resultados se acrecienta el problema disminuyendo su autoestima e infravalorándose a sí misma provocándole una profunda depresión personal.

-Objetivos y metas.- El objetivo primordial para Meg es el de conseguir captar la atención de aquellos que la rodean. Su fin es hacerse popular en su colegio para de este modo sentirse integrada y ganar en personalidad y seguridad para consigo misma.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante aunque carente de iniciativas profesionales futuras.

-Conflictos externos.- Meg se muestra como un personaje solitario puesto que su principal problema es la ausencia de relaciones con los jóvenes de su edad.

Dicha situación repercute en su personalidad acrecentando sus problemas internos y manifestándose por ende, falta de carisma, tesón e iniciativas propias lo cual convierte su situación personal en un círculo vicioso en el que no se vislumbra salida alguna.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Meg se presenta como la típica joven adolescente para quien no existe más mundo que el suyo propio. Ubicada en un contexto estudiantil presenta los comportamientos propios de este periodo: disconformidad con todo y con todos cuyas únicas pretensiones son las de cambiar el mundo y cambiarse ella misma para conseguir triunfar entre sus compañeros captando así la atención del sector masculino.

-Rasgos artificiales.- Como bien se ha comentado anteriormente, Meg reúne las características propias de lo que conocemos como adolescentes lo cual repercutirá en sus ademanes, comportamientos y modo de vestir (siempre en pantalones vaqueros y camisetas dibujando el estilo *hippy*).

En cuanto al modo de hablar y vocabulario empleado Meg recurre al estilo propio de su gremio: en ocasiones malas contestaciones hacia sus mayores así como firmeza y seguridad en cuanto a sus parlamentos como si lo que ella planteara fuera lo definitivamente correcto.

Personaje como rol: Con todo lo hasta ahora expuesto el rol del que Meg es prisionera es el propio de la joven adolescente en desacuerdo con todo lo que tiene, incluso con su persona y modos de comportamientos; se muestra en contra de lo establecido con la pretensión de cambiar el mundo implantando sus propias normas las cuales cree lógicas.

Personaje como actante: El papel actancial que representa es el de conseguir cambiar su apariencia para de este modo ir de acuerdo a los cánones de belleza

establecidos. Estas intenciones se plasman en uno de los capítulos en el que quiere aumentarse el tamaño de sus labios para así estar más atractiva. El objetivo principal de la joven es el de cambiar su aspecto para conseguir destacar entre las chicas de su edad y despertar así la atención de los varones que la rodean; todo ello se traduce en aumento de autoestima y por consiguiente éxito y satisfacción personal.

Contraposición con los personajes masculinos. El caso más llamativo en el que encontramos incipientes diferencias en cuanto a personajes es entre en el propio matrimonio Lois&Peter. Ambos se manifiestan con personalidades dispares y caracteres chocantes pudiéndose decir que Lois encuentra en Peter su antítesis particular. Es ella quien aporta a la relación el conocimiento, la razón y la coherencia mientras que él se presenta como un personaje neutro sin manifestar valores ni defender una personalidad propia; es una persona vulnerable y representa un cierto comportamiento infantil en el cuerpo de un adulto.

Tras el desarrollo de todo este análisis de personajes femeninos se puede extraer una serie de conclusiones, y es que en este caso la mujer se constituye como el pilar fundamental dentro de la estructura familiar.

En cuanto a su relación con el resto de personajes masculinos se ha de señalar el caso del hijo mayor. Con respecto a él la relación que mantiene es de igual dedicación que para con el resto de los componentes de la familia aunque se aprecia, y a ello contribuye la personalidad de éste, su predisposición de dejadez así como el carácter de pasotismo que éste manifiesta. Se intuye un cierto distanciamiento entre ambos puesto que este personaje afianza más lazos de unión con la figura paterna viendo en él todo un modelo a seguir. Ahora bien, si estudiamos la función que juega Stewie en todo este entramado de relaciones, la situación de insultos y desprecio hacia Lois se acrecienta. Es por este personaje por el que Lois se desvive dada su corta edad y la atención que precisa, en cambio, todo ello no se corresponde con los comportamientos e intenciones manifestados por éste los cuales resultan impropios

para alguien de su edad. Con ello, lo que se intenta reflejar es la conciencia machista y de desprecio que desde la infancia se va cultivando en el carácter masculino cuando se tiene por modelo a un padre irracional que infravalora a la mujer.

A pesar de todo ello es con el personaje del perro con el que Lois encuentra mayor afinidad puesto que recibe por parte de él todo el cariño y atención que ésta le profesa; pero toda esta situación de halagos no se justifica de otro modo más que por el amor que siente por Lois. Resulta curioso que ésta solo encuentre apoyo y valoración por parte de un animal en lugar de por quienes se dibujan como su familia. Y es que ni con su propia hija comparte actitudes. Meg, al estar inmersa en el periodo de la adolescencia muestra siempre su disconformidad no solo frente a las atenciones de su madre quien intenta curtirla en cuanto a valores y moral se refiere, sino que se manifiesta rebelde con el mundo en general no hallándose puntos en común entre los dos únicos personajes femeninos; por todo ello, se puede deducir que Lois se constituye como un personaje solitario y despreciado en cuanto a carencia de apoyo por parte de los suyos.

Tras considerarse ésta como una serie contemporánea aún se aboga por representar a la mujer dentro del ámbito doméstico con la entereza y capacidad de guiar a la familia mientras el marido solo se encarga de salir a trabajar y llevar dinero a casa, desentendiéndose de los problemas familiares; en este caso en particular, no es que simplemente se desentienda sino que es él mismo uno de sus mayores causantes.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. La letra de cabecera de cada uno de los capítulos indica las características e intencionalidad de la serie: “Parece que en la actualidad lo único que vemos es violencia gratuita en las películas y sexo en televisión. Pero aún persisten esos anticuados valores en los que solíamos creer. Por suerte, hay un padre de familia. Por suerte existe un hombre capaz de hacernos reír y llorar. Es un padre de familia”.

Dicha serie no solo cuenta con sus personajes como principales protagonistas sino que el sarcasmo y la ironía también cobran relevancia.

Ambos elementos se constituyen como base en el mecanismo de la construcción del discurso en el que se expone mediante una crítica ácida el modo de vida y la sumisión a la que están sujetas las mujeres dentro de su entorno más inmediato. Pero la intencionalidad de la serie se bifurca en dos: por un lado, se propone conseguir a través de este discurso una actitud positiva y de aceptación por parte del receptor el cual capta el mensaje, o por el contrario lo que se produce es el efecto espejo en el que éste se ve reflejado bien en los personajes masculinos o femeninos representados.

El espectador puede decantarse por una de las dos direcciones pero ambas estarán condicionadas por factores como el capital cognitivo del receptor, la categoría social a la que pertenezca y sobre todo la intencionalidad con la que se disponga a visionar tal producto.

Los capítulos suelen tener una misma estructura narrativa: comienzan con un pequeño *sketch* protagonizado por algún personaje famoso lo cual hace que sea este momento el único en el que toda la familia se reúne en el salón, lugar familiar por tradición, intercambiando comentarios al respecto; a veces al finalizar el capítulo se produce la misma situación quedando la historia enmarcada en una estructura circular. Al configurarse dicha estructura de construcción narrativa se evidencia el esquema propio de las *sitcom* de animación.

En cuanto a la relación entre Peter y su hija esta es una relación de indiferencias, aunque a veces muestra cierta preocupación parece resolverle los problemas de manera que ésta quede satisfecha a sabiendas que tal actitud no es la más adecuada por parte de un padre.

Frente a ello, la relación de Peter con su esposa es totalmente contraria puesto que es ella quien le reporta beneficios tanto sexuales como personales.

En contraposición, en cuanto a las relaciones con los personajes masculinos, conviene señalar que todos parecen compartir las mismas maneras conductuales, como si pertenecieran “a una misma especie”. La relación de Peter con su hijo presenta mayor afinidad que con el género femenino, tanto es así que lo que verdaderamente

pretende es construir en la personalidad del joven un esquema sujeto a su propio modelo de mundo.

Más allá de constituirse como un mero producto de entretenimiento, y aunque bajo la apariencia de dibujos animados, se lanzan mensajes que precisan de cierta estabilidad mental pudiendo dañar el constructo cognitivo de un público infantil. Se ha de señalar que realmente no se trata una serie de animación para niños sino más bien para adultos lo cual puede permitirse el llevar a la pantalla determinados contenidos aunque en ningún caso la discriminación, la perversidad, frivolidad e insensibilidad de éstos quedan justificadas.

En cuanto a las frases y expresiones propias del diálogo de la serie las cuales causan controversia e impacto por su contenido, así como por su forma de expresión, se han de señalar las siguientes:

En el primer capítulo, nada más comenzar el diálogo, Meg abre la escena con un comentario que marcará la línea del capítulo:

-Meg: "Mamá tengo los labios muy finos ¿puedo inyectarme colágeno 'porfa'?"

-Lois (con un tono un tanto sarcástico): "Peter va a una despedida de solteros..."

-Peter: "Lois, trabajo duro durante toda la semana para mantener a la familia, soy el hombre de la casa".

La conciencia de Peter en un momento determinado del capítulo le dice: "Miéntele, a ellas se les puede mentir no son personas como nosotros".

El tercer capítulo refleja la situación de sumisión a la que Lois está sometida por lo que constantemente se evade de la realidad y sueña que da un concierto de piano con el que obtiene el reconocimiento que tanto añora; se evidencia la situación de una ama de casa frente a la impotencia de llegar a realizar su sueño. A lo largo de todo el capítulo Peter lanza frases tales como:

-Peter se encuentra rodeados de sus amigos en un día de pesca y les comenta: “A las mujeres les gusta disfrutar de su tiempo libre igual que a nosotros y es entonces cuando hacen esas cositas que tanto les gusta”. Acto seguido aparece una imagen de Lois realizando las tareas del hogar.

En otra escena Peter llega de pescar y pone la casa patas arriba.

-Lois: “Peter, llevo todo el día limpiando la casa y ahora llegas tú y la pones como un estercolero”.

-Peter: “Lois me encantaría ayudarte pero soy muy torpe para esas cosas, recuerda cuando intenté poner la lavadora”.

Incluso se niega a ayudar a su esposa con sus hijos ya que él acaba de llegar de pasar el día con sus amigos de pesca, contando chistes y divirtiéndose y que ahora que llega a su casa quiere tiempo para él.

-Peter: “Lois las cosas que te gustan como limpiar y cocinar las tienes aquí en casa, qué suerte tienes”.

-Lois: “Esas cosas no las hago porque me gustan sino por el amor que siento por mi familia”.

Conclusiones. Una vez analizados cada uno de los personajes y vistas las características de cada uno de ellos puede decirse que dicha producción refleja el tópico de una mujer que abandona todas sus posibilidades por estar al servicio de su marido y familia. En este caso Lois renunció a sus orígenes pudientes, renunció a desarrollarse intelectualmente y poder desempeñar una profesión de la que sentirse orgullosa y que le reportara satisfacciones tanto personales como profesionales, así como al estilo de vida llevado a cabo. Superó barreras como la familia quien se negaba a que la joven compartiera su vida con un chico de un estatus social inferior el cual no le reportaría nada. Renunció a todo por amor.

Como se puede comprobar en unos de los capítulos Lois afirma no arrepentirse de la determinación que tomó en su momento, sacrificó una vida de lujos y posibilidades por crear a una familia junto al hombre al que amaba. A pesar de la felicidad de la que goza ella es consciente de la sumisión en la que está imbricada. No solo se trata de un sometimiento en el espacio interior, sino en cuanto a su relación matrimonial y/o personal para con el resto. Esto se pone en evidencia en el capítulo en el que Peter organiza un bar en el sótano de su casa para él y sus amigos y en el que de manera inesperada Lois participa como cantante y tocando el piano, una de sus debilidades. Peter, observando la aceptación que ésta provocaba en el público y los halagos que se pronunciaban hacia su aspecto físico prohibió a su esposa que volviera a actuar.

De esta acción se pueden sacar varias lecturas que definen la obra: por un lado, se han de evidenciar los límites a los que la mujer está sometida así como la ausencia de relación con todo aquello que no sea su familia; por otro lado, prohibición por parte del género masculino a que la mujer se exponga ante otras miradas varoniles, ambas efectuadas con una única intencionalidad: impedimentos y coacción con los que se encuentran muchas mujeres cuya única pretensión es la de salir de la monotonía doméstica a las que están sometidas.

Tanto los productores como los guionistas son conscientes de lo que en la realidad se acontece de modo que la producción de tal serie puede entenderse de dos modos diferentes, por un lado, no es más que un modo de hacer crítica a una realidad que aún no ha terminado de evolucionar en cuanto a equiparación de posibilidades masculinas y femeninas, aunque por otro lado, cabe la posibilidad de que dicha serie sea expuesta con la intencionalidad de reflejar una serie de personajes que quedan dibujados y caracterizados por actitudes y actividades propias de su género.

Los padrinos mágicos.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Los padrinos mágicos.*

Dirección y producción.- Serie animada creada por Butch Hartman y producida desde 2001 por George A. Goodchild, Frederator Studios, y desde 2008 por Billionfold Inc., una empresa fundada por el propio Hartman para la red de cable de Nickelodeon.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- La primera cadena en emitir la serie fue Nickelodeon. En España fue emitida en Disney Channel.

Año de la primera emisión.- Su primera emisión tuvo lugar en 2001.

Duración de cada capítulo.- 11 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Timmy Turner es el protagonista de la serie, un niño de unos diez años de edad aproximadamente. Puesto que tiene unos padres muy ocupados los cuales no le prestan mucha atención le fue asignado unos padrinos mágicos que pueden otorgarle deseos ilimitados. Aunque no es un chico muy astuto consigue resolver los conflictos creados a raíz de la petición de unos deseos que no suelen augurar un buen resultado.

Cosmo y Wanda son los padrinos mágicos de Timmy. Son personajes que aunque comparten intenciones son muy dispares entre sí. Cosmo se presenta como un ser ingenuo mientras que Wanda aporta la razón y la responsabilidad a la pareja aunque a veces se muestre algo alocada.

Sr. y Sra. Turner son los padres de Timmy. Ambos se conocieron en la Universidad donde él era conserje y ella una conocida estudiante. Puesto que nunca están en casa deciden contratar a Vicky, una niñera que se encargará de cuidar de Timmy aunque desconocen el maltrato de ésta hacia su hijo; tampoco saben de la existencia de los padrinos mágicos.

Vicky es la niñera de Timmy. Se caracteriza por gustarle mucho el dinero, se muestra como un personaje dulce que cuando está al cuidado del pequeño se torna cruel y malvado.

Denzel Crocker. Él es el profesor de Timmy y vive convencido de la existencia de los padrinos mágicos, de hecho, tiene un laboratorio en el que investiga sobre ellos. Durante su infancia también tuvo como padrinos mágicos a Cosmo y Wanda pero puesto que desveló su existencia actualmente no se acuerda de ellos.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- Ocho temporadas.

Temporada analizada.- Primera temporada de modo que se pueda observar la presentación y evolución de los personajes.

Título del capítulo a analizar y considerarlo como referencia.- De entre los capítulos visionados se ha de destacar que con tan solo el análisis de algunos de los títulos de la primera temporada como *El gran problema*, *El videojuego* y *Un peligro del espacio* la serie ya marca los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Como personaje femenino principal solo se puede señalar a Wanda, la madrina mágica de Timmy.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Wanda.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- No se puede especificar la edad puesto que son mágicos. Lleva miles de años como esposa de Cosmo.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Es un personaje responsable y aunque destaca por su capacidad de raciocinio a veces se muestra un poco alocada.

-Conflictos internos.- No presenta conflicto interno alguno.

-Objetivos y metas.- Hacer realidad los deseos de Timmy.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Madrina mágica.

-Conflictos externos.- No manifiesta conflictos externos.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Wanda se dibuja como un personaje femenino con una actitud divertida y a veces un poco desenfadada. Ante las incoherencias propias de su marido y de su ahijado Wanda actúa como la voz de la razón.

-Rasgos artificiales.- En cuanto a sus rasgos artificiales este personaje se describe como un ser de tamaño diminuto y con capacidad para volar. Wanda tiene el pelo rosa, al igual que el color de sus ojos y labios y aparece ataviada con una pequeña corona dorada, camiseta

amarilla y pantalones negros; además, siempre aparece acompañada de su varita mágica.

Personaje como rol: Cuando muestra su parte más racional queda directamente relacionada con el rol de mujer sensata, racional y responsable frente a actitudes inoportunas por parte de los personajes masculinos.

Personaje como actante: Como actante Wanda aporta a las tramas, además de alegría y diversión, un cierto aire de racionalidad ante los comportamientos estúpidos de Cosmo y Timmy.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-**Nombre.**- Sra. Turner.

-**Sexo.**- Mujer.

-**Edad.**- Cuarenta años aproximadamente.

-**Estado civil.**- Casada.

Dimensión psicológica:

-**Personalidad.**- Personaje alegre e incluso un poco disparatado.

-**Conflictos internos.**- No representa conflicto interno alguno destacable.

-**Objetivos y metas.**- Dada su escasa presencia, y lo poco que se conoce del personaje, no se puede explicitar objetivo alguno.

Dimensión sociológica:

-**Ámbito profesional.**- Vendedora de casas.

-**Conflictos externos.**- No presenta conflictos externos.

Personaje como persona:

-**Rasgos indiciales.**- La Sra. Turner se entiende como una señora independiente y poco familiar puesto que nunca está en casa. La atención que presta a su hijo es mínima.

-**Rasgos artificiales.**- Se presenta con una apariencia propia del siglo XXI: media melena castaña, camiseta azul y unos ajustados pantalones blancos. En cuanto a sus ademanes conviene señalar que parece no saber llevar a cabo su labor de madre; siempre presenta una actitud agitada y algo nerviosa. Parece un personaje poco centrado.

Personaje como rol: No se le asigna rol alguno.

Personaje como actante: Dicho personaje, dada la fugacidad de sus intervenciones, no recibe una función actancial destacable. Solo puede atribuírsele la función de madre la cual no sabe desempeñar puesto que no mantiene una relación profunda con su hijo.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-**Nombre.**- Vicky.

-**Sexo.**- Mujer.

-**Edad.**- Veinte años aproximadamente.

-**Estado civil.**- Soltera.

Dimensión psicológica:

-**Personalidad.**- Aunque aparenta ser dulce, Vicky es ambiciosa y malvada con Timmy.

-**Conflictos internos.**- Ambición por el dinero.

-**Objetivos y metas.**- Ganar dinero cuidando niños y fastidiar a Timmy.

Dimensión sociológica:

-**Ámbito profesional.**- Niñera.

-**Conflictos externos.**- Enfrentamientos constantes con Timmy.

Personaje como persona:

-**Rasgos indiciales.**- Vicky es conocida como una reputada niñera que cobra importantes cantidades de dinero por cuidar de los niños. Como cuidadora de Timmy se muestra como una chica dulce pero cuando los padres de éste desaparecen se vuelve cruel.

-**Rasgos artificiales.**- En cuanto a su aspecto físico destacan sus marcados rasgos. Vicky es alta y delgada, su pelo es de un tono anaranjado recogido siempre con una coleta. Aparece ataviada con una pequeña camiseta verde y unos ajustados pantalones negros.

En lo referido a sus ademanes se presenta como una niña maleducada e impertinente.

Personaje como rol: Vicky representa el rol de niñera malvada.

Personaje como actante: De forma contraria a como suele darse en los títulos animados en este caso la función de personaje maléfico es encarnada por una chica joven, en apariencia dulce y con pasión por los niños; algo atípico en los cuentos tradicionales.

Contraposición con los personajes masculinos. En este caso se ha de señalar que los personajes femeninos no presentan contraposición alguna con los masculinos.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Una vez analizados los personajes más representativos de esta serie animada se puede concluir que los personajes femeninos dibujados se representan en la misma línea de acción que los masculinos sin manifestar superioridad entre ellos, ni sumisión alguna por parte de los femeninos.

Conclusiones. Se puede concluir afirmando que *Los padrinos mágicos* puede calificarse como una serie de entretenimiento en la que los personajes masculinos y femeninos no presentan desigualdad en la representación del género. Desde una perspectiva crítica, la única diferencia entre géneros es el carácter de responsabilidad que se sigue asignando a los personajes femeninos frente a una posición desinteresada y desconcertante del personaje masculino. Nos referimos al carácter responsable de Wanda frente al comportamiento más infantilizado de su esposo.

Phineas y Ferb.

“...no soy nadie sin carmín”

Candace Flynn.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Phineas y Ferb.*

Dirección y producción.- Serie creada por Dan Povenmire y Jeff “Swampy” Marsh, y producida por Disney Channel Original Productions.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- Disney Channel.

Año de la primera emisión.- En España se emitió por primera vez el día 1 de febrero de 2008.

Duración de cada capítulo.- 15 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Phineas Flynn. Phineas es uno de los personajes protagonistas de la serie. Es un niño de unos doce años de edad que intenta hacer de cada día de verano una aventura para recordar. Se caracteriza por su ingenio y habilidad con las ciencias. Además de llevar a cabo numerosos inventos con los que encontrar la diversión su relación con Candace es un tanto peculiar puesto que ella trata de fastidiar los inventos de sus hermanos,

pero él, irónicamente, nunca se percató de ello de modo que termina llevando a cabo sus intenciones ayudando a su hermana cuando se ve inmersa en situaciones adversas.

Ferb Flecher. Ferb es junto con Phineas el segundo de los personajes protagonistas. Hermanastro de Phineas y Candace nada tiene que ver con ellos. Se caracteriza por su escasa intervención en los diálogos (aunque a veces interviene con pensamientos profundos que Phineas nunca logra entender) y por su inteligencia, de hecho, en cada uno de los inventos que proponen siempre se encarga de la parte mecánica de los proyectos.

Candace Flynn. Considerada el personaje femenino con mayor relevancia dentro de las tramas. Se presenta como una chica adolescente, de unos dieciséis años de edad, cuya pretensión primera es la de dejar en evidencia a sus hermanos, ante su madre, por las peripecias que éstos llevan a cabo; nunca lo consigue.

Linda Flynn es la madre de Phineas, Candace y madrastra de Ferb. Es una señora casada que mantiene una gran paciencia con Candace ante su histerismo continuo y entiende a Phineas y Ferb como dos niños encantadores; siempre ajena a los experimentos que los pequeños llevan a cabo.

Lawrence Fletcher. Marido de Linda y de profesión arqueólogo. Presenta cierto compromiso con sus hijos: por ejemplo a Candace intenta enseñarle a pescar, además de colaborar con Phineas y Ferb en alocados inventos convencido de que éstos tienen el permiso de su madre para poner en práctica tales actividades.

Perry el Ornitorrinco se presenta como una mascota que lleva una doble vida. Trabaja para una organización secreta donde su misión es detener los maléficos planes de Heinz Doofenshmirtz.

El Dr. Doofenshmirtz. Se caracteriza por ser un científico loco y malvado que toma tal actitud como consecuencia de su trágica infancia. Su lugar de “trabajo”, desde donde confecciona sus fatídicos, se encuentra en un edificio ubicado en el centro de la ciudad, lo cual, según las críticas de la serie, resulta paradójico ya que la mayoría de los villanos sitúan sus guaridas en lugares lúgubres alejados del mundanal ruido.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* de edad infantil.

Número total de temporadas.- Cuatro temporadas.

Temporada analizada.- Primeros capítulos para observar la presentación y posterior evolución de los personajes.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- Entre los capítulos visionados se han de señalar *¡Viva Halloween!*, *Doble personalidad* y *El acuario de Phineas y Ferb*, con tan solo el análisis de estos títulos de la primera temporada se puede conocer cómo se van marcando los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir propias de la serie.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Se ha de señalar a Candace como personaje femenino fundamental en las tramas.

Descripción del personaje:

Dimensión física:

-Nombre.- Candace.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Dieciséis años.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Candace se presenta como una niña con comportamientos propios de su edad: le gusta la moda, comienza a sentir atracción por los chicos del sexo contrario, se muestra rebelde

ante ciertas situaciones e incluso puede definirse como una chica un poco histérica.

-Conflictos internos.- El principal conflicto interno que presenta es su afán por querer destacar sobre los demás y conseguir todos los caprichos con la pretensión de no ser menos que sus amigas. Aunque conviene resaltar sus peripecias para poder concertar una cita con el chico que le gusta.

-Objetivos y metas.- El objetivo principal que se propone este personaje es dejar en evidencia a sus hermanos, ante su madre, de modo que ésta impida que los niños lleven a cabo sus inventos, a veces, un poco caóticos.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiante.

-Conflictos externos.- El principal conflicto externo es la pelea continua que mantiene con sus hermanos en su pretensión de boicotear los juegos de éstos.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Candace se presenta como una joven adolescente presumida que manifiesta los comportamientos propios de esta edad. Aunque fanática de la ropa, de los grupos de música y usuaria potencial del teléfono móvil, no deja de lado el tema amoroso; se perfila así, la construcción de un personaje de escasa edad que comienza a mantener vínculos con la estereotipia de los personajes femeninos: adicción por la moda, la belleza y el deseo de atracción por el sexo contrario. Estos aspectos pueden llegar a manchar la inocencia propia de una niña cuya pretensión primera es fastidiar los juegos de sus hermanos.

-Rasgos artificiales.- Dicho personaje se dibuja con un aspecto cuidado: pelo sano y peinado recogido con una diadema a juego con su falda y una camiseta roja ceñida. Aunque cuida al detalle su imagen e intenta ir a la moda no deja de ser un personaje un poco masculinizado en cuanto a sus acciones poco delicadas, además de ser un poco desaliñado si se compara con Isabella un personaje femenino mucho más dulcificado que Candace.

En cuanto a los ademanes y modo de hablar se muestra como una niña poco sensible y muy impaciente que llega a desestructurar todo para llegar a conseguir lo que ella se propone. Una niña que en la mayoría de las ocasiones no oye a quienes pretenden aconsejarla sobre cualquier tema. Se muestra educada aunque a veces destaca por su impertinencia. Emplea un vocabulario popular resultando adecuado y respetuoso en todo momento.

Personaje como rol: Con todo lo hasta ahora expuesto la figura de Candace, considerada antagonista de la serie, se concibe como la de una joven adolescente que aunque comienza a llamarle la atención aspectos relacionados con los cánones de belleza impuestos su presencia destaca por la parte de inocencia que caracteriza también a los adolescentes: revelar a su madre las travesuras de sus hermanos.

Personaje como actante: En cuanto al papel actancial de la joven se ha de señalar el ansia por dejar en evidencia a sus hermanos. Su día a día transcurre tratando de cogerles *in fraganti* con los inventos que construyen; cuando la madre acude al lugar de los hechos para comprobar que lo manifestado por Candace es cierto sorprendentemente todo transcurre correctamente.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Linda.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Aunque no se especifica, se puede presuponer que Linda tiene unos cuarenta años de edad.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Poco se sabe de este personaje. Aunque es protagonista de escasas escenas se entiende como una mujer tranquila, ama de casa que se mantiene al cuidado de sus hijos.

-Conflictos internos.- No se evidencia conflicto interno alguno.

-Objetivos y metas.- No expone en ningún momento sus objetivos fijados.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- En un principio Linda formó parte de un grupo musical y aunque actualmente comparte esta afición con sus amigas se dibuja a este personaje como una ama de casa.

-Conflictos externos.- No presenta conflicto externo alguno.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Linda se presenta como una madre, ama de casa, de hecho la mayor parte de las veces aparece ubicada bien en el recinto familiar, en el supermercado o portando paquetes desde el coche hasta

su casa. Se entiende como un personaje femenino estereotipado sujeto al rol de madre ama de casa con hijos pero que no deja en evidencia la constante atención prestada hacia estos como así pueda suceder en otros títulos como *Los Simpson* o *Shin-chan*.

-Rasgos artificiales.- Linda aparece ataviada con el pelo recogido, camisa, jersey y pantalones ceñidos. Aunque no se vislumbra como un personaje sensual, con tal vestimenta deja entrever su curvada silueta.

En cuanto a los ademanes y modo de hablar se muestra como una mujer tranquila y comprensiva pendiente de su familia. Una mujer propia del siglo XXI que compagina sus aficiones con el cuidado de la familia. Se muestra educada y empleando un vocabulario adecuado en cada momento.

Personaje como rol: El rol que desempeña es el de mujer ama de casa.

Personaje como actante: Ahora bien, en cuanto al análisis actancial de este personaje, y entendiendo a Linda como ama de casa, se ha de incidir en que entre sus objetivos figuran el continuar con su carrera musical y permanecer al cuidado de su familia. Se dibuja como una mujer comprometida tanto con su familia como con asuntos de relevancia social. Por tanto, de nuevo, se aprecia el personaje femenino sensible y racional.

En cuanto a los objetivos marcados por la serie resulta interesante apuntar que la pretensión de ésta no es más que la de evidenciar a través de la construcción de Linda como personaje femenino materno las características propias de las mujeres del siglo XXI: mujer casada, con hijos y con capacidad para desempeñar sus labores profesionales con el cuidado de la familia.

Descripción del personaje

Dimensión física:

- Nombre.**- Isabella.
- Sexo.**- Mujer.
- Edad.**- Diez años aproximadamente.
- Estado civil.**- Soltera.

Dimensión psicológica:

- Personalidad.**- Niña pequeña, de diez años aproximadamente y amiga íntima de Phineas. Se presenta como un personaje delicado líder de la tropa de las “Niñas exploradoras”. En el capítulo *La montaña rusa*, se explicita que está enamorada de Phineas cuando al saludarle en sus ojos se dibujaron dos corazones.
- Conflictos internos.**- No presenta conflicto interno alguno.
- Objetivos y metas.**- Ayudar a Phineas en sus experimentos.

Dimensión sociológica:

- Ámbito profesional.**- Estudiante.
- Conflictos externos.**- No presenta conflicto externo con ningún personaje.

Personaje como persona:

- Rasgos indiciales.**- Niña responsable, meticulosa y de carácter apaciguado que se muestra en un mismo nivel de acción que sus amigos Phineas y Ferb sin presenciar discriminación alguna entre las actividades desempeñadas; un personaje sensible y delicado que sin importarle su condición femenina lleva a cabo las mismas actividades de sus amigos.

Isabella se muestra como un personaje femenino racional, enamorado y más atractivo entre su grupo de amigas.

-Rasgos artificiales.- En lo que a los rasgos artificiales se refiere Isabella aparece ataviada con un lazo en la cabeza de color rosa a juego con su vestido y zapatos. En cuanto a sus ademanes y vocabulario empleado la pequeña se muestra siempre educada y respetuosa, diálogos acertados.

Personaje como rol: No se pone en relación con un rol en concreto.

Personaje como actante: En lo que a lo actancial se refiere sus objetivos no son otros que los de divertirse inventando historias. Centrada la atención en la pretensión manifiesta por parte de los productores y creadores de la serie su objetivo no es más que el de construir un espacio de entretenimiento para los más pequeños a través del cual inculcarles una actitud creativa.

Contraposición con los personajes masculinos. En este caso se puede afirmar que no existen situaciones que evidencien superioridad entre el sexo femenino y el masculino.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. En la presente serie analizada se observa una nueva posición de la mujer, esto se evidencia de manera acentuada a través de los personajes femeninos más infantiles aunque la figura de Linda también adopta nuevas posturas frente al tradicional estereotipo de mujer ama de casa.

Conclusiones. Como resultado del visionado de los primeros capítulos de la serie se han extraído conclusiones diversas pero la inferencia más importante obtenida es la evolución observada en la representación de los personajes femeninos más infantiles, aquellos con los que la audiencia se siente más identificada.

Cabe la posibilidad de que quienes observan a estos personajes tenderán a imitarlos, en este sentido, al no llevar consigo una estereotipia arraigada en la tradicional imagen del personaje femenino se forjará en la conciencia infantil una nueva construcción de la representación femenina en cuanto a comportamientos y actividades llevadas a cabo. Por el contrario, no sucede lo mismo con el personaje materno, aunque se representa inmersa en su carrera musical, se le continúa relacionando con el nuevo estereotipo de ama de casa de este siglo: mujer madre que divide su tiempo entre las tareas domésticas y profesionales se cuentan historias cuya pretensión es el entretenimiento; al menos en los episodios visionados no se manifiesta.

Shin-chan.

“...no te mereces a una madre como yo”

Misae Nohara.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Shin-chan.*

Dirección y producción.- En un principio se trató de una serie manga dirigida por Yoshito Usui, publicada semanalmente por la revista Weekly Manga Action y editada por Futabasha. Posteriormente en la versión animada, la serie fue dirigida por Mitsuru Hongo, Keishi Hara y Yuju Muto para el estudio SHIN- EL ANIMATION Co., Ltd.

País de origen.- Japón.

Cadena original de emisión.- La cadena de televisión originaria encargada de su difusión fue TV Asahi (Producción), más tarde tal producto fue difundido por televisiones de todo el mundo. En España comenzó a emitirse en TV3 en catalán de la mano de la productora Luk Internacional en el año 2000. Tras ello, comenzó su periplo con una difusión exitosa por otras cadenas como Canal 9, Telemadrid, Canal Sur, Castilla-La Mancha Televisión...

Año de la primera emisión.- Centrados en la animación televisada, la serie tomó el 13 de abril de 1992 como fecha inicial de emisión hasta la actualidad.

Duración de cada capítulo.- 7-8 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

Las aventuras de Shin-chan en un principio fueron representadas como dibujos manga de carácter costumbrista y que tras pasado más tarde a la animación cuenta la historia de Shinnosuke Nohara conocido popularmente como Shin-chan, un niño de unos cinco años de edad que hace de sus travesuras el elemento fundamental para el desarrollo de las tramas.

Las aventuras narradas se desarrollan en la ciudad japonesa de Kasukabe, en base al núcleo familiar de la familia Nohara. Se muestra a unos personajes que representan la típica familia de clase media japonesa configurándose cada uno de ellos como los pilares fundamentales de la historia.

El protagonista principal es **Shin-chan** que a pesar de su corta edad presenta un carácter bañado en picardía y descaro. Un personaje que potencia lo erótico, lo picante y el morbo. Uno de los rasgos que lo definen es el descaro que proyecta haciendo halago de su miembro varonil definiéndolo y jugando con él como si de la trompa de un elefante se tratara. Su manifestación es totalmente natural provocando el escándalo en los personajes femeninos de la serie.

-Shin-chan: “Eh... pero mira qué tía más buena...” (Capítulo *Nos vamos a buscar conchas*).

Éste se define como un niño que detesta ir a la guardería, grosero, maleducado y con auténtica fijación por los cuerpos femeninos esculturales, de hecho, su madre es objeto de continuas burlas y críticas por parte de éste en cuanto al aspecto físico que ella presenta. Entre sus aficiones se ha de destacar su admiración por los súper-héroes, siendo fiel seguidor de su serie favorita “Ultra Héroe” emitida por televisión y a quien intenta imitar.

Misae es el personaje femenino principal que se dibuja como madre y esposa, representa el papel de la típica ama de casa que pasa todo el día pendiente de los suyos y aunque en ocasiones es algo despistada se desvive por el cuidado de la casa para que todo esté a punto y nada les falte.

Hiroshi es el padre de Shin-chan y esposo de Misae. Éste se halla sujeto al rol de padre que trabaja fuera del hogar cuya pretensión es encontrar paz y tranquilidad al llegar a casa, algo que le resultará imposible por el comportamiento que su hijo presenta. Su única fijación es la de ahorrar para poder pagar la hipoteca y mantener a su familia. Su mayor afición es jugar al golf y persigue que Misae, quien se encarga de administrar la economía familiar, le aumente la paga personal encontrando en este motivo algunos enfrentamientos, además de que la mayoría de las veces se deja influenciar por Shin-chan.

Himawari es la hija pequeña de los Nohara y a pesar de ser todavía un bebé ya manifiesta comportamientos impropios de su edad, una actitud algo pícara parecida a la de su hermano a quien toma como modelo. Le atraen los chicos guapos, le fascinan los objetos brillantes y un aspecto destacado es su adicción a las joyas verdaderas pues las detecta fácilmente de las que no lo son, por ello, su principal pretensión es la de hacerse con el collar de perlas de Misae.

Por último, se ha de mencionar a **Nevado** quien así se denomina por poseer un parecido similar a un muñeco de nieve. Es un perro, mascota de la familia, inteligente, quien siempre intenta estar al cuidado de ésta a pesar de que a veces es víctima de numerosos descuidos e impropiedades de sus dueños así como de las continuas gamberradas de Shin-chan.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- *Shin-chan* no es una serie que se emita ni esté sujeta a un número determinado de temporadas, sino que más bien se trata de una producción que se va emitiendo por capítulos contando actualmente con más de trescientos cincuenta y con proyección a aumentar.

Temporada analizada.- Por lo que se acaba de comentar, en este caso se procederá al visionado de algunos capítulos que permitan observar la presentación y posterior evolución de los personajes.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- De entre todos los capítulos relativos a esta serie, se ha de señalar algunos títulos como *Shin-chan se va de compras*, *Mamá trabaja* y *Mamá hace régimen*, entre otros, a través de los cuales se puede entender los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Misae Nohara como personaje femenino principal.

Descripción del personaje:

Dimensión física:

-Nombre.- Misae Nohara.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Veintinueve años.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Aunque su apellido de soltera fuera Koyama ahora se presenta como la señora Nohara, esposa y ama de casa que a pesar de estar siempre pendiente de los suyos intenta buscar hueco para realizar una de las cosas que más le gusta: dormir la siesta. Entre otra de sus aficiones destaca el cotillear con las vecinas e ir a buscar las mejores ofertas del súper; aspectos los cuales dibujan a la perfección el perfil de la señora ama de casa.

-Conflictos internos.- En cuanto a los conflictos internos que Misae pueda manifestar se han de señalar aquellos enfrentamientos marcados

por la desobediencia de Shin-chan, así como la incomprensión por parte de Hiroshi ante algunos temas.

En cuanto a sí misma, este personaje se muestra en inferioridad frente a otros sujetos femeninos por la carencia de valoración personal en lo que a la validez su cuerpo se refiere.

En relación con el resto de los personajes y fuera del ámbito doméstico la única perturbación que molesta a Misae es la impotencia ante la imposibilidad de disponer de dinero para saciar sus caprichos.

-Objetivos y metas.- Poder hacerse con un mayor nivel de ahorros para poder permitirse así mayores lujos tanto a nivel personal como familiar. Pero lo que verdaderamente pretende esta madre luchadora es conseguir un cierto equilibrio tanto en armonía familiar como en afectos para alcanzar así el reconocimiento y beneplácito de los suyos.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque no desempeña una profesión laboral cualificada y reconocida se muestra como toda una ama de casa pendiente de todos los detalles para que no le falte de nada a su familia.

-Conflictos externos.- Misae no se presenta como una mujer que mantenga malas relaciones con sus amigos y/o vecinos, es más, siempre se muestra lo más cordial y correcta posible con quienes la rodean; en ocasiones, es ella quien paga los platos rotos fruto de las incompetencias y travesuras de su hijo a las que a veces se le suma Himawari, incluso su marido quien incitado por Shin-chan manifiesta una actitud infantilizada.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Ella se presenta como una mujer joven, de edad media e imbricada en el contexto social actual lo cual se evidencia en la

manera de expresar sus pensamientos y modos de actuación ante las situaciones adversas.

Se presenta como una mujer que sin quitar la vista de los suyos intenta cuidar de su cuerpo para llegar a ser un atractivo de belleza para los hombres pero cuando parece haberlo conseguido un comentario mal intencionado por parte de Shin-chan o de su marido hace que baje su moral y autoestima. Quizá sea éste el motivo de sus variaciones en cuanto al estado emocional ya que resulta fácil hacerle perder los estribos, algo que a su hijo le encanta y que consigue fácilmente a través de burlas en relación a su edad, arrugas en el rostro y al tamaño reducido de sus pechos.

-Rasgos artificiales.- La relativa novedad de tal producto televisivo se ve manifestada en el modo de representación y conformación de las tramas animadas. Como ya se ha citado en el párrafo anterior, y como así se puede comprobar en series que comparten el mismo corte, Misae se perfila como una mujer moderna propia del siglo XXI. En lo que a su vestimenta se refiere, aunque suele aparecer ataviada con falda cuando la ocasión lo requiere, se dibuja con pantalones, una prenda de vestir impensable para una mujer que representaba su mismo rol allá en las décadas pasadas; una mujer por ende, más libre y de renovados pensamientos que goza de cierta independencia en cuanto a modos de enfrentarse a la realidad.

Haciendo referencia al modo de hablar y al vocabulario empleado Misae se muestra siempre en la misma línea, sin embargo, cuando le hacen enfadar eleva el tono de voz, una voz aguda un tanto desagradable. En la mayoría de los diálogos se muestra educada, pausada y empleando un tono sosegado con el que hacer reflexionar a los más pequeños aunque parece perder un poco los papeles cuando ha de emplear tal psicología con Shin-chan.

Si nos referimos a sus ademanes y modos de comportamientos se ha de indicar que ésta se define como una madre paciente que intenta sentarse a dialogar con su hijo para hacerle diferenciar entre lo que está bien y lo que está mal.

Personaje como rol: Tras el visionado de dicha producción animada sin duda alguna se puede afirmar que el rol que desempeña Misae es el de mujer casada, ama de casa y con dos hijos que se ocupa del cuidado de su familia. Una mujer que a pesar del frenético ritmo de vida que lleva es consciente del sometimiento del que es víctima sin obtener reconocimiento a cambio. Pero no solo desempeña el rol de ama de casa sino también el de esposa y madre que aconseja a un niño que se define por las continuas travesuras, el descaro y la mala educación; y a un marido que a veces parece adquirir la mentalidad de un niño sin controlar las situaciones y sin tener en cuenta las posibles connotaciones que pueda llevar consigo el llevar a cabo determinados comportamientos.

Ante todo este caos fomentado por el género masculino de la serie es ella quien ha de mediar entre ellos. De nuevo, la mujer vuelve a configurarse como una heroína que pone remedios a las irresponsabilidades, algo que resulta llamativo sobre todo en el personaje del padre en quien se representa la figura del antihéroe lejos de interpretar el papel del padre luchador que garantiza protección, pues cuando menos se espera, se deja llevar por los impulsos sobre todo en lo que a la relación con el cuerpo femenino se refiere.

No menos importante es señalar la posibilidad de ubicar a Misae dentro del rol de mujer esclava de la belleza para gustar al sexo opuesto a pesar de ser continuamente infravalorada como mujer por parte de los sujetos masculinos más allegados a ella y por quienes lo da todo; pero no solo ha de hablarse de un sometimiento en lo que al culto al cuerpo se refiere, sino también de una continua obsesión por las compras compulsivas en su gusto por lo exquisito: joyas, ropa de marca, cremas lujosas... De hecho, en el capítulo *Mamá trabaja*, sin consultar con nadie previamente, decide ponerse a trabajar para poder

comprarse un abrigo carísimo del que había quedado prendada, ante el descubrimiento por parte de Hiroshi de su nueva ocupación se ha de destacar el siguiente diálogo:

-Hiroshi: “Si ahora te pones a trabajar, ¿quién hará las tareas de casa, eh?”

-Misae: “Las haré yo igualmente”

-Hiroshi: “¿Qué insinúas que con lo que gano yo no tenemos suficiente?”.

Personaje como actante: En cuanto al análisis actancial de este personaje se ha de incidir en su principal objetivo: alcanzar la felicidad de su familia aunque esto aparezca entrelazado con el llegar a sentirse a gusto consigo misma. Misae no se relaciona directamente con el típico personaje que lo deja todo por marcharse junto a su marido para formar una familia a la que dedicarle todo su tiempo. Al tratarse ésta de un personaje más actual y novedoso en lo que a datación de productos animados se refiere, y a pesar de dedicar la mayoría del tiempo a su familia, aún pretende buscar un poco el beneficio propio y puesto que ninguno de los personajes harán por gratificarla y hacerla sentir reconfortada es ella misma quien busca, a veces desesperadamente, el gusto de darse un capricho.

Aun así, prevalece la conciencia sobre el ahorro económico, el cuidado y la atención puesta sobre su familia a pesar de los continuos quebraderos de cabeza que la invaden; se arma de fuerza y entereza para afrontar las diversas vicisitudes que se puedan ocasionar en la familia.

Mantiene el tesón con su hijo contra el que lucha insistentemente para que no rompa las normas establecidas siendo ella sola quien soporta tales comportamientos a lo largo de todo el día puesto que la figura del marido solo es ubicada en el ámbito profesional, del confort y descanso una vez que llega a casa.

Puede decirse incluso que es a Shin-chan al personaje al que dedica mayor atención y parte de su tiempo en contraposición con Himawari en quien parece confiar algo más. Resulta interesante señalar desde una óptica femenina que es la mujer una vez más quien hipoteca su tiempo con los suyos a cambio de nada, y no solo eso, sino que en relación con los personajes masculinos el asunto toma otros tintes pues por plasmar un hecho evidente, Misae, además de prestar toda su atención y su tiempo, es quien se encarga al cien por cien de la educación de los hijos mientras que la figura paterna solo entiende de trabajo y de encontrar el plato sobre la mesa en un hogar alejado del mundanal ruido cotidiano.

Por todo ello, y en cuanto a los objetivos marcados por los responsables de la serie se ha de apuntar que la pretensión de ésta no es más que la de evidenciar a través de la construcción de Misae como personaje femenino principal, a veces a modo de parodia y mediante un tono irónico y sarcástico, la función y el trato a los que la mujer está sometida por parte de su entorno más inmediato, aquellos a quienes dedica la mayor parte su tiempo.

En este caso, el papel actancial es el de remarcar el tópico de la mujer, madre y ama de casa sumisa a las tareas del hogar a través de un tono de humor y picardía manejado por Shin-chan, el sujeto protagonista con el que la serie gana audiencia. Con ambos personajes se evidencia la existencia de dos estereotipos comunes en las series animadas actuales: niño-malvado-travieso-gracioso vs. esposa-madre-sumisa.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Himawari.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Se presenta como un bebé de solo unos meses.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Lo que más impacta de este bebé es su obsesión por la joyas y los chicos atractivos, algo más propio de un sujeto con cierta capacidad de raciocinio. A pesar de presentarse con tales características, Himawari como todo bebé que se precie necesita de las atenciones y cuidados por parte de sus mayores. En este caso, este personaje recibe más atenciones por parte de la figura materna.

-Conflictos internos.- No parece hallarse ningún conflicto interno que perturbe la persona de este bebé. Lo que sí puede verse alterado es su afán por hacerse con cosas que para ella son inalcanzables como las joyas o los chicos cachas que ve en la televisión y en las revistas.

-Objetivos y metas.- El objetivo principal de Himawari es hacerse con tales objetos o conseguir la compañía de algún chico guapo.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Ninguno.

-Conflictos externos.- Posibles enfrentamientos con los que coaccionar las posibilidades de que Himawari consiga sus pretensiones.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Aunque aún no habla y hace poco tiempo que gatea, Himawari presenta deseos propios de un sujeto femenino más maduro. Deseos de atracción por el sexo opuesto y una fijación extraordinaria por todos aquellos objetos de material brillante, aspectos éstos que a pesar de su corta edad, la definen como una futura *femme fatale*.

-Rasgos artificiales.- De acuerdo a la edad que representa, Himawari aparece ataviada con pijama de color amarillo, quizás en relación al significado de su nombre “girasol”, y con unos grandes y resaltados ojos que la definen como una niña alegre y despierta.

Personaje como rol: El rol que manifiesta no está muy definido, lo que únicamente puede destacarse es su papel de bebé el cual precisa de numerosas atenciones aunque yendo más allá, y como ya se ha podido señalar anteriormente, todas las características que la definen vienen dibujando el rol de mujer fatal.

Personaje como actante: Por lo general, se han de señalar objetivos inocentes aunque bañados por un carácter de mujer ambiciosa.

Contraposición con los personajes masculinos. El caso más llamativo en el que encontramos incipientes diferencias en cuanto a personajes es entre Misae y su marido Hiroshi. En cada uno de ellos se observa una acentuada disparidad en cuanto a la asignación de funciones en cuanto al género representado: Misae se representa inmiscuida en el espacio interior mientras que Hiroshi se entiende como la figura legendaria del hombre varonil que sale de casa para trabajar y que al volver a esta intenta obviar los posibles problemas familiares existentes quedado toda la responsabilidad en manos de la figura materna; una responsabilidad que alberga la educación de sus hijos, el cuidado del marido, el mantenimiento de la casa y el ahorro en cuanto a la economía.

No obstante, y por si tal disparidad no fuera remarcada, el personaje de Shin-chan acentúa el desequilibrio de funciones. Ante este personaje, y estudiando todo el entramado que construye la relación para con su madre, la situación de insultos y desprecio hacia Misae se torna protagonista. Es por este personaje por el que ella se desvive dada su corta edad y la atención que precisa, en cambio, todo ello no se corresponde para nada con los comportamientos e intenciones manifestados por éste los cuales resultan impropios para un niño, pero su inocencia va más allá.

Tras una lectura exhaustiva podría decirse que el personaje de Shin-chan revive y potencia la conciencia machista y de desprecio que desde la infancia se va cultivando en el carácter masculino cuando se tiene por modelo a un padre carente de autoridad que cuestiona la representación femenina.

Por consiguiente, de nuevo vuelve a ser la figura masculina, en este caso revestida de niño travieso de apenas unos cinco años de edad, quien atrae un arduo trabajo y compromiso por parte de la madre como sujeto base para el mantenimiento de la estructura familiar.

La suma de estos dos personajes masculinos y la persona de Misae configuran el equilibrio copando un mayor porcentaje en importancia la coherencia, la razón y el conocimiento sobre la irresponsabilidad e incompatibilidad en los comportamientos del sexo masculino.

Una vez más, y a pesar de la reciente creación de la serie, aún se aboga por dibujar a la mujer como portadora de la parte del raciocinio, lo ético y moral residiendo en ella el pilar fundamental de la estabilidad.

A pesar de todo ello es con el personaje de Nevado con el que ésta encuentra, aunque no de un modo directo, cierto apoyo; más que apoyo podría definirse como cierta comprensión y afecto respecto a la situación de esfuerzo y desprecio que sufre Misae.

En cuanto a la relación mantenida con Himawari no puede decirse que sea sólida dada la escasa edad de la niña pero en ocasiones encuentra apoyo en ella pues ambas comparten gustos y “aficiones femeninas” como la atracción por las joyas y los productos de lujo.

Aun así, se puede deducir que Misae se constituye como un personaje solitario, despreciado y carente de apoyo por parte de los suyos quien solo encuentra alivio realizando compras compulsivas.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. En cuanto a las frases y expresiones halladas dentro del diálogo de la serie y las cuales causan controversia e impacto tanto por su contenido como por su forma de expresión provocando sobre todo el desprestigio hacia el sujeto femenino, se han de señalar:

En el capítulo: *Eh, que tengo un profesor particular...*

- Misae: “Hoy los niños han de llegar a primaria sabiendo leer y hacer cuentas, Hiroshi”.
- Hiroshi: “¿Y por qué no le enseñas tú a hacer eso, a ver?”
- Shin-chan: “Si es una profesora sexy sí...”.

En el capítulo: *Eh, hacemos un vídeo para papá*, se aprecia claramente la función que diferencia a cada uno de los personajes.

Mientras Misae espera impaciente el regreso de su marido permanece en casa al cuidado de Shin-chan y con ilusión preparan un vídeo el cual enviarán a Hiroshi. Mientras tanto, éste aprovecha sus ratos libres fuera del trabajo para emborracharse y disfrutar de las noches junto con sus amigos, incluso plantea el ampliar su estancia un par de días más para seguir disfrutando del viaje.

Mientras duerme Misae junto a Shin-chan se oyen unos ruidos en medio de la noche:

- Misae: “Shin-chan han entrado a robar”
- Shin-chan: “Uy, pues si le enseñas la cara embadurnada en cremas huirá”.

Capítulo: *Yo quiero otra mamá.*

- Hiroshi: “Tienes suerte Shin-chan, tu nueva mamá es linda y callada y no pierde los tornillos cada cinco minutos, ja ja ja”
- Misae: “Cásate con ella por qué no, si es perfecta para ti, una muñeca linda y callada... ¿es lo que quieres Hiroshi, en lugar de una esposa que te quiere, te ama y te da hijos?”.

Capítulo: *Mamá trabaja*, ante la negativa de Misae de dar a Shin-chan lo que este pretendía, comienza a insultar a su madre:

- Shin-chan: “Mi madre es una agarrada y nunca me quiere comprar un libro y aún hay más: mi madre es una histérica y cada vez tiene más arrugas en la cara, tiene los pechos minúsculos y la barriga le sobresale, además ya hace días que no va de vientre...”.

Aunque el diálogo que a continuación se expone haya aparecido en páginas anteriores es ahora el momento de extraer de él su significado más profundo.

- Hiroshi: “Si ahora te pones a trabajar, ¿quién hará las tareas de casa, eh?”

- Misae: “Las haré yo igualmente”

- Hiroshi: “¿Qué insinúas que con lo que gano yo no tenemos suficiente?”.

Y es que con tan solo estas tres frases la lectura extraída resulta ser muy enriquecedora en cuanto al significado de la serie. Se puede observar la todavía sumisión de la mujer al espacio interior frente a la negativa de su marido de que se dedique al desempeño de una profesión cualificada y reconocida.

Por otro lado, y ante la respuesta de ella se entiende la imparcialidad e incapacidad de la mujer, ante la figura masculina, para defender sus intereses y decisiones. Finalmente con la frase “¿qué insinúas que con lo que gano yo no tenemos suficiente?”, se vuelve a replantear la superioridad del hombre ante el género femenino.

En relación a ello, en el capítulo *Mamá hace régimen...*

- Misae: “Limpiaré más para hacer más ejercicio y así de paso ahorraremos dinero, tendremos la casa más limpia y yo perderé unos cuantos kilos”.

Conclusiones. Una vez analizados cada uno de los personajes y vistas las características de todos ellos puede decirse que dicha producción vuelve a plasmar el rol de una mujer actual dedicada solo al cuidado de la familia, dicho reflejo resulta ser

contradictorio en un contexto en el que se lucha por erradicar la discriminación femenina aún existente. Pero en todo ello existe un grado de concienciación y responsabilidad.

Tanto los productores como guionistas son conscientes de lo que en la realidad sucede de modo que la producción de tal serie no es más que un modo de hacer crítica a una sociedad que aún no ha terminado de evolucionar en cuanto a equiparación de posibilidades masculinas y femeninas; un modo de expresión contaminado y exacerbado por lo nocivo y perjudicial pues en tal guión prevalece el empleo de insultos y desprecio hacia la figura femenina materna. De ello emerge la comicidad de la serie, mediante un personaje de escasa edad que trata de correr un tupido velo con sus travesuras. Ingredientes todos ellos que atraen a una audiencia que carente de una alfabetización audiovisual consume de manera inconsciente productos que bañados en un humor ácido dañan la imagen femenina.

Para finalizar, resulta interesante destacar una notable evolución de la serie desde los primeros capítulos hasta los más recientes, se habla de un cambio en cuanto a la exhibición de las partes varoniles de Shin-chan y de algunos comentarios subidos de tono y fuera de contexto por parte de tal personaje. En cambio y en cuanto a la representación y al tratamiento que se tiene para con los sujetos femeninos se sigue manteniendo una misma línea de representación.

Los Simpson.

“...tu hijo te idolatra y si te ve usando a las mujeres como si fueran objetos va a pensar que eso está bien...”

Marge Simpson.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- Los Simpson (*The Simpsons*).

Dirección y producción.- Creada y producida por Matt Groening, formando además parte de la producción ejecutiva junto con Al Jean, James L. Brooks y Sam Simon.

País de origen.- Estados Unidos.

Cadena original de emisión.- *Los Simpson* es una serie originaria de y para la cadena Fox Broadcasting Company, posteriormente ha sido emitida a través de numerosas cadenas televisivas de distintos países; en el caso de España actualmente es proyectada por Antena 3 televisión.

Año de la primera emisión.- La primera emisión se dio el 17 de diciembre de 1989 contando ya con veinte años de emisión.

Duración de cada capítulo.- 22 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general

La familia Simpson es una familia disfuncional creada por Groening quien tomó como base a su propia familia nombrando a los personajes en honor a ésta y sustituyendo su propio nombre por el de Bart.

En un principio se estrenó como una serie de cortos de animación producidos por James L. Brooks pasando posteriormente a formar parte de *El show de Tracey Ullman*, pero tras tres temporadas se decidió convertirlos en una serie fraccionada en episodios presentada en la franja horaria de mayor audiencia convirtiéndose así en una de las series más exitosas de la producción animada de Estados Unidos de la temporada 1992 y 1993.

Tal peculiar familia viene a representar el modo de vida americano de clase media. Desarrollada en Springfield, la familia Simpson está compuesta por **Homer Simpson** uno de los personajes principales que representa la figura de un padre de familia de unos treinta cinco años de edad, aunque por su aspecto físico puede representar una edad algo más avanzada. Desempeña una labor profesional como inspector de seguridad en el sector 7G de la planta nuclear de Springfield, un puesto de trabajo de destacada responsabilidad que contrasta con su personalidad lenta, torpe, descuidada, despistada y bufonesca. Una de sus mayores características es su carácter infantil además del grado de irresponsabilidad del que dispone. Tanto es así que su mayor obsesión es pasar el máximo tiempo con sus amigos bebiendo cerveza y obviando la responsabilidad tanto en el trabajo como hacia su familia.

Marge Bouvier Simpson se ajusta al estereotipo de ama de casa. Se trata de un personaje moderno aunque a veces siente cierto pudor ante determinadas circunstancias; una mujer racional y entregada por completo a su familia. En cuanto a su relación de pareja Marge presta especial atención y complace en todo momento a su marido haciéndolo razonar cuando en ocasiones manifiesta un comportamiento impropio. Organizadora y paciente, cuida todo al detalle para el beneplácito de su familia profundizando en los problemas, aportando lo moral y superponiendo el amor a los suyos ante todo.

Bartholomew J. Simpson es más conocido como Bart. Con tan solo unos diez años de edad figura como el mayor de los hijos. Se caracteriza por ser un personaje poco exitoso en los estudios y algo vándalo atentando contra su vecindario y contra la tranquilidad y armonía de la que se rodea su hermana Lisa.

Entre sus mayores aficiones se ha de destacar su pasión por el *skate* siendo el principal fan del payaso Krusty al que considera su mayor ídolo.

Elisabeth Simpson es popularmente conocida como Lisa o Litz. Este personaje encarna el rol de niña perfecta, brillante estudiante que comparte afición por la música, de hecho forma parte de una banda musical donde toca el saxofón; fanática del *jazz* y el *blues* tiene como ídolo a Murphy más conocido como “encías sangrantes”, todo un profesional de este tipo de música. A pesar de todas estas actitudes se muestra como una figura inconformista, defensora del poney, la comida vegetariana y partidaria de que los días de colegio aumenten en horas.

Margaret Simpson, conocida como Maggie, es el personaje que más atención solicita por parte de su madre al tratarse de un bebé de apenas un año de edad. Su chupete y sus juguetes son sus mejores aliados.

El **pequeño Santa Claus** figura como el perro familiar al cual no se le suele prestar mucha atención aunque a su llegada a la casa Simpson fue recibido como un miembro más de la familia y con el que se deshacían en halagos y cuidados. Con el paso del tiempo fue quedando relegado en un segundo plano presentándose como un perro flaco al que “todo se le vuelven pulgas”.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* de edad infantil aunque la temática vaya destinada a un colectivo más adulto.

Número total de temporadas.- Veintiuna temporadas.

Temporada analizada.- Primera temporada para observar la presentación y posterior evolución del personaje.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- De entre los capítulos visionados, se ha de destacar que con tan solo el análisis de capítulos como *Hogar, Agridulce hogar; Jacques, el rompecorazones o Homer se va de juerga* es posible

deducir los parámetros, la ideología y la línea de actuación a seguir por los guionistas de tal producto.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Marge Simpson como personaje femenino protagonista.

Descripción del personaje:

Dimensión física:

-Nombre.- Marge Bouvier Simpson.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Treinta y cinco años.

-Estado civil.- Casada.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- A pesar de haber abandonado muchos de los objetivos con los que soñaba, como por ejemplo poder ejercer la profesión de periodista, Marge no mira atrás para lamentarse de su actual situación sino que el amor hacia su familia le hace olvidar todo aportándole la felicidad que necesita.

-Conflictos internos.- Como se acaba de mencionar Marge no presenta problema alguno que le haga lamentarse de su actual situación pero en su interior es consciente de la sumisión a la que está sometida; sabe que es una mujer poco valorada por su marido a pesar de las múltiples atenciones que ésta le presta con la única pretensión de inculcar en él el raciocinio y los valores morales.

-Objetivos y metas.- Hacer que su marido plantee y asuma los problemas de un modo más coherente, pero sobre todo persigue alcanzar la felicidad y paz familiar para lo que ha de ir solventando circunstancias conflictivas que pueden afectar a su familia.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque en un pasado haya desempeñado profesiones como las de policía, actriz o vendedora de casas, por lo general, no desempeña una profesión laboral fija cualificada sino que se muestra como toda un ama de casa pendiente de todos los detalles para que no les falte de nada a los suyos.

-Conflictos externos.- Marge no se presenta como una mujer que mantenga relaciones conflictivas con quienes le rodean, siempre se muestra atenta y cordial e incluso en ocasiones y a pesar de las posibles trastadas que Homer haya podido ocasionar a algunos de los vecinos, ya que actúa por inercia sin considerar las posibles repercusiones que puedan ir adheridas a tal comportamiento, su esposa es quien ha de solventar los posibles conflictos ocasionados.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Al igual que sucediera con otros personajes animados de las mismas características, Marge se presenta como una mujer joven de edad media e imbricada en el contexto social actual dado el modo de expresar sus pensamientos y formas de actuación ante las situaciones adversas entendiéndose tal comportamiento como propio de gente de renovados pensamientos. Se presenta como una mujer que sin quitar la vista de los suyos se quiere a sí misma y cuida de su cuerpo para sentirse valorada personalmente y llegar a ser un atractivo de belleza para los hombres.

-Rasgos artificiales.- Como así se citara en el párrafo anterior, el compromiso contemporáneo que Marge mantiene con la sociedad no solo se refleja en sus pensamientos y modos de actuación sino también en lo que la apariencia física se refiere. Ésta por lo general aparece ataviada con un vestido que, aunque no de un modo insinuante, marca las curvas femeninas, pero a su vez y cuando la ocasión así lo requiera, la madre de los Simpson recurrirá a un tipo u otro de vestimenta, pasando del traje de chaqueta más típico, como por ejemplo un traje de *Chanel* del cual se enamoró y posteriormente, y aunque perseguida por un remordimiento de conciencia elevado dado el precio del mismo, terminó comprándose; hasta el atuendo más campestre cuando sale de picnic con su familia.

En cuanto al modo de hablar y vocabulario empleado se mantiene siempre en la misma línea. En la mayoría de los diálogos se muestra educada y aunque empleando un vocabulario popular éste es adecuado a cada momento cuidando además los ademanes más propios femeninos.

Si nos referimos a sus modos de comportamientos se ha de indicar que ésta se define como una madre paciente que se sienta a dialogar con su marido e hijos para resolver los posibles problemas familiares; se trata de una mujer serena y pausada que sabe actuar de un modo preciso ante situaciones críticas.

Personaje como rol: Tan solo con el visionado de toda la primera temporada sin duda alguna se puede apreciar que el rol que desempeña Marge a lo largo de toda la serie es el de mujer casada, ama de casa y con tres hijos que se ocupa del cuidado de su familia y que defiende a su marido dueño de un acentuado carácter infantilizado. Ante ello intervienen sus hermanas quienes intentan hacerle ver la actitud de irresponsabilidad que presenta Homer dibujándose como un tipo que ella no merece; de ahí el odio manifestado hacia éste.

-Selma: “Ya cumples treinta y cuatro Marge y creo que ya es hora de que rehagas tu vida con otro hombre”.

Una mujer que, aunque solo lo manifiesta cuando ya se siente demasiado presionada, es consciente del sometimiento del que es víctima.

Pero Marge no solo desempeña el rol de ama de casa, sino también el de esposa y amante. Esposa en cuanto a la dedicación continua que le profesa a su marido y de amante porque, aunque en contadas ocasiones, se puede observar, a pesar de que le impregna una enorme preocupación por abandonar a los suyos. Homer y ella buscan cualquier excusa para disfrutar fuera del hogar el uno del otro, alimentando así un amor que diariamente se va deteriorando por los continuos conflictos familiares. Así, Marge se presenta como la esposa que asume como suyos los errores provocados por su marido teniendo que aportar las soluciones precisas que éste es incapaz proponer. Homer con esta actitud, lejos de adecuarse al papel de padre de familia luchador y protector de los suyos, se inmiscuye en la figura del antihéroe narrativo por excelencia.

Finalmente, se ha de señalar asimismo la posibilidad de ubicar una vez más al género femenino dentro del rol de mujer esclava de la belleza no solo para gustarse a sí misma con el propósito de sentirse por unos momentos más a gusto con su propio cuerpo olvidándose de las tareas más comunes cotidianas que la envuelven constantemente, sino también para gustar al sexo opuesto.

Personaje como actante: En cuanto al análisis actancial de este personaje se ha de incidir en que su principal objetivo es mantener la felicidad de su familia la cual ha sido fruto de su sacrificio personal, aunque quizás ésta no se constituya con las bases propias de una modélica e idílica estructura familiar que en un principio pudiera desear.

Marge dejó de cumplir su sueño de ir a la universidad y licenciarse como periodista por decidirse a vivir el resto de su vida sumisa al espacio interior junto a Homer Simpson. Por ello, y porque es ella quien se encarga de solventar todos los problemas, es por lo que este personaje femenino puede definirse

como toda una heroína que se arma de fuerza y entereza para afrontar las diversas vicisitudes que se puedan ocasionar en la familia.

No toda su atención recae sobre Homer, pues son Maggie y Bart quienes cobran protagonismo en cuanto al reclamo de atenciones. Es ella en solitario quien lucha por conseguir una educación adecuada para sus hijos puesto que la posición que su marido presenta al respecto fomenta los malos hábitos sobre los más pequeños.

Al igual que en el resto de las series en las que la estructura familiar copa la base de la trama resulta interesante señalar que la mujer una vez más hipoteca parte de su tiempo con los suyos a cambio de nada.

Todo ello es el resultado de una serie de pretensiones a manifestar por parte de los creadores de la exitosa serie. A través de la construcción de Marge como personaje femenino principal, y mediante un tono sarcástico, se refleja la función y el trato de desprecio e inferioridad al que la mujer está sometida por parte de aquellos a quienes ésta presta toda su atención.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Lisa Simpson.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Ocho años.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Litz se describe como una niña inteligente y con un alto grado de responsabilidad para su escasa edad.

Sumamente perfeccionista, intenta tenerlo todo controlado al milímetro aunque a veces intente maquillar su personalidad con una actitud más rebelde para así generar una mayor popularidad no como la Lisa “cerebrita” sino como la colega Litz. Pero tales cualidades hacen que ésta halle ciertas dificultades a la hora de mantener relaciones de amistad, de hecho, a lo largo de todos los capítulos se puede apreciar que Lisa mantiene un mayor contacto con los personajes masculinos que femeninos.

-Conflictos internos.- Lisa se siente satisfecha de la personalidad que representa aun siendo consciente que de cara al resto de sus compañeros existe una cierta distancia lo cual, en ocasiones, le perturba interiormente pues ansía ser aceptada e integrada en un grupo llegando a copar el liderazgo como así lo hiciera Bart.

-Objetivos y metas.- Ambición por superarse en cuanto al saber para llegar algún día a ser alguien importante para su país. Así, Lisa sueña con ser una joven científica e incluso llegar a la presidencia de EE.UU.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Aunque aún está en edad escolar, como más arriba se expone, Lisa ya se marca altos objetivos profesionales.

-Conflictos externos.- Como fruto de su personalidad y cualidades, el mayor conflicto que puede hallar en el exterior es en relación a la falta de aceptación entre sus compañeros, sirviendo incluso como objeto de burla así como la incompreensión sufrida a veces por parte de su familia, sobre todo por parte del género masculino.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Lisa se presenta como la típica niña centrada en enriquecerse cognitivamente, obediente y responsable; una niña que sueña con cambiar las cosas negativas del mundo. Junto al personaje de Marge ambas se dibujan como los dos únicos sujetos cabales de toda la serie.

-Rasgos artificiales.- En cuanto a los atributos conseguidos para la creación del personaje de Lisa y teniendo presente que se trata de una niña de unos ocho años de edad ésta se presenta ataviada con un pequeño vestido rojo que la caracteriza, además de acompañarlo con un collar de perlas, propio de edades más adultas, detalle con el que se puede venir evidenciando el grado de madurez al que está sujeta; un detalle que puede resaltar la semejanza con su madre quien también aparece con otro pero en este caso de color rojo. Todo ello puede equipararse además, al comportamiento y actitudes de ésta, moviéndose ambas en una misma línea propia del género femenino.

En cuanto al modo de hablar, Lisa emplea un vocabulario a veces muy elaborado y cuidado resultando coherente en los momentos en los que habla bien con su madre o en el entorno escolar al dirigirse hacia profesores a la par que chocante en el contexto familiar que la envuelve.

Personaje como rol: Con la descripción hasta ahora plasmada sobre este personaje se puede constatar que el rol que Lisa representa es el de niña inteligente con ambición por conocer compartiendo ciertas características con el rol de *nerd* aunque físicamente no se represente con iguales atributos sí son coincidentes en cuanto a las relaciones de aceptación mantenidas con el resto de personajes. Un personaje que no logra hallar la aceptación social de la que gozan sus semejantes más cercanos.

Personaje como actante: La función actancial marcada por sus creadores se basa en plasmar con este personaje una evidente contraposición con los personajes masculinos los cuales se muestran como seres amorales, irresponsables e irracionales frente a la coherencia de una niña de tan ocho años. Una joven que (y continuando con las diferencias varoniles) se marca múltiples objetivos los cuales va cumpliendo gracias a su esfuerzo, responsabilidad y tesón; además de ser ésta quien a pesar de su corta edad intenta hacerles razonar y cambiar sus modos de actuación.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Maggie.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Un año.

-Estado civil.- Soltera.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Dada su reducida edad aún no se pueden apreciar muchos rasgos de su personalidad; ésta se ve complacida cuando sus mayores le prestan una mayor atención y sobre todo cuando tiene a su alcance su chupete y juguetes.

-Conflictos internos.- Ninguno destacable.

-Objetivos y metas.- Ninguno.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Ninguno.

-Conflictos externos.- Falta de comprensión dada su incapacidad de manifestar de manera clara su estado.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Se trata de un personaje que como todos los bebés necesitan de sus mayores para mantenerse asistidos. En ocasiones Maggie sirve de excusa o incluso asume culpas impropias en la persona de un bebé.

-Rasgos artificiales.- Debido a su reducida edad tan solo se puede poner de manifiesto el atuendo que ésta presenta. Aparece ataviada con ropa propia de un bebé y acompañada en todo momento por su inseparable e incondicional chupete rojo.

Personaje como rol: Sin poder incidir sobre un comportamiento que evidencie la función propia de un rol en concreto solo puede plasmarse que el rol que este personaje representa es el propio de un bebé incapaz de valerse por sí mismo y que por tanto necesita de todas las atenciones, cuidados y mimos posibles por parte de otros.

Personaje como actante: La única función actancial de Maggie es la de configurarse como un personaje el cual requiere los cuidados propios de una madre y un padre, potenciándose, en este caso, un mayor compromiso y preocupación por parte de la figura materna; la figura del bebé como un componente esencial dentro de la sumisión que representa el ámbito doméstico.

Contraposición con los personajes masculinos. La pareja de personajes en la que se encuentran más acentuadas diferencias es la conformada por Homer y Marge, cada

uno de ellos presenta características y atributos propios que lo definen como personajes dispares aunque con capacidad de aunarse y compenetrarse salvaguardando diferencias en aras del amor que se profesan.

Es ella quien aporta solidez a la relación, conocimiento y razón mientras él se presenta con un carácter infantilizado sin manifestar valores ni defender una personalidad propia. Además, se ha de centrar la atención sobre el otro personaje masculino con el que mayor contacto tiene, su hijo mayor Bart.

Con respecto a él la relación que mantiene es de igual dedicación que con Homer pues ambos se presentan con los mismos caracteres; Bart ve en la figura de su padre a un amigo con el que a veces prolongar sus gamberradas. Existe cierta compenetración entre los personajes masculinos desvinculados a su vez de los femeninos, y es que si centramos la atención en el personaje de Lisa se observa que ésta también encuentra contraposición con el género masculino, en cambio, existe una perfecta compenetración con el sujeto maternal.

A pesar de que en el resto de los análisis en los que se exponen las mismas características en cuanto al modo de vida de una familia disfuncional, de corte americano en el que las hijas adolescentes no figuraban como el apoyo hacia el personaje materno por el simple hecho de pertenecer al mismo género, en este caso sucede todo lo contrario, lo cual parece justificarse por el hecho de que el modelo de personaje de Lisa no encuentra parecido alguno con el de Meg o Hayley. En este caso no se habla de una joven adolescente disconforme con el mundo, sino todo lo contrario, se habla de una niña de ocho años con las ideas muy claras presentando un alto coeficiente intelectual el cual le permite llevar a cabo comportamientos propios de un adulto. Se constituye el personaje de Lisa como el punto de apoyo materno en momentos de histeria familiar.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Se ha de comenzar exponiendo que la serie se presenta en formato de comedia de situación. Se trata de una sátira de la sociedad estadounidense centrandó la narración en el modo

de vida de una familia a partir de la cual evidenciar la posición de sumisión a la que está sometido el género femenino, más concretamente la mujer sujeta al rol de ama de casa.

Al igual que sucediera en *Padre de Familia*, la mujer protagonista deja de lado sus sueños para pasar a un segundo plano en el ámbito familiar. En la primera temporada se ha de detener la atención sobre todo en tres capítulos fundamentales en los que el papel femenino juega un protagonismo destacado. En el capítulo titulado *Jacques, el rompecorazones* se plasma a modo de crítica la liberación de Marge como mujer en un apasionado romance. Ésta se vuelca por completo en quien parece haberle devuelto la ilusión y con quien había conseguido sentirse bien consigo misma, además de potenciar su capacidad de atractivo.

Pero tras varios encuentros en los que compartían románticas veladas y momentos inolvidables Marge se replantea la situación por la cual había dejado abandonados a sus hijos y marido, sopesó la felicidad que éstos les reportaba viéndose por ende, obligada a terminar la relación con aquel hombre que de nuevo le hacía sentir.

Acto seguido, se expone el capítulo titulado *Homer se va de juerga* en el que éste es captado con una cámara fotográfica cómo se divertía junto a una exuberante bailarina siendo difundida la foto por toda la ciudad hasta llegar a manos de Marge que alarmada por la situación acudió de inmediato a pedir explicaciones a Homer.

- Homer: “Perdóname Marge, lo siento... lo siento porque estoy hambriento, mi ropa apesta y estoy cansado”.

Finalmente ésta volvió a provocar en él la recapitación y tras un momento de reflexión Homer pide ayuda a Marge para solventar el asunto siendo ella quien una vez propone la solución sugiriéndole que puesto que Bart le idolatra, tratara de explicarle que no se ha de tratar a las mujeres como objetos.

- Homer: “Quiero dar una lección a mi hijo de cómo no tratar a una mujer como objeto [...], quiero que mi hijo sepa que detrás de todas esas plumas y lentejuelas hay una mujer que piensa y tiene sentimientos”.

A partir de entonces Homer comienza a actuar.

- Homer: “Quiero decirles algo a todos los hijos que hay aquí, a todos los hijos, a todos los hombres, a todos nosotros, es sobre las mujeres. Ellas no son simples objetos con curvas que nos vuelven locos, no, son nuestras esposas, nuestras hijas, hermanas, tías, sobrinas... son nuestras madres, ¿y saben una cosa?, por muy ridículo que parezca, me produce más sensación en la cama el dulce aliento de mi mujer en los pelillos de la nuca que andar metiendo billetes de dólar en el tanga de una extraña”.

Por tanto, es de obligado deber poner en relación estos dos capítulos en los que se expone la liberación de ella frente a la liberación de él, dos capítulos proyectados de manera sucesiva dentro de la primera temporada para equiparar en igualdad ambas actitudes.

Pero en todo ello existe una pequeña a la par que importante diferencia, y es que en el caso en el que Marge parece comenzar a enamorarse abandona esta nueva situación en aras de mantener la situación familiar que aunque a veces la descolocan, realmente la complace; mientras que en el capítulo en el que Homer aparece junto a la exuberante bailarina éste parece rectificar pero no por voluntad propia ni porque valore más su situación familiar, sino porque una vez más Marge es quien le hace razonar y recapacitar.

El mencionado capítulo encuentra semejanza con otro perteneciente a *Padre de Familia*, en ambos son los maridos quienes salen de fiesta ante la inconformidad de sus esposas algo que ninguno de los dos personajes consentirían o con fuertes restricciones cederían, en el caso en que fueran sus esposas quienes tomaran tal iniciativa; se dibuja éste como un problema común y propio de tales estructuras familiares.

Ahora bien, en cuanto a un tercer capítulo se ha de resaltar el titulado *Hogar, agridulce hogar* en el que de un modo sorprendente es Homer quien toma las riendas con el fin de conseguir una familia unida frente a una irreconocible y despreocupada Marge por

tal situación pues considera que su familia no tiene solución pero aún así aboga por ella.

Conclusiones. Una vez analizados cada uno de los personajes y vistas las características de cada uno de ellos puede decirse que en dicha producción se refleja el tópico de una mujer que abandona todas sus posibilidades por estar al servicio de su marido y familia, ubicándose en la mayoría de las escenas bien en la cocina o sirviendo de modo alguno a cualquier componente de la familia.

A pesar de todo ello, por lo general, puede decirse que ésta se trata de una serie algo más neutra en relación al tratamiento hacia los personajes femeninos frente a otras series que presentan una misma estructura tanto narrativa como de contenidos pero no olvida la sumisión femenina, así como una mirada tendente a proseguir con tales estereotipias pues el personaje de Lisa va encaminado a ello dadas las actitudes que presenta. Se ha de plantear una llamada de atención a todas las mujeres para que no pasen de ser una Lisa Simpson, alguien con grandes dotes para el triunfo, para convertirse en Marge Simpson quien renunció a todo ello para pasar al cuidado y sumisión de la familia.

Por otro lado, se puede apreciar que en los capítulos de la primera temporada los personajes secundarios no cobran protagonismo en las tramas, es decir, no consiguen que el capítulo se escriba entorno a ellos como así suceda en temporadas posteriores. El motivo de tal apreciación sea porque en un principio la serie fuera destinada a un entorno más familiar. Dada la amplia repercusión de su éxito se ampliaron fronteras y penetró en un volumen de público de mayor tamaño viéndose obligada a aumentar, por tanto, la incidencia narrativa en otros personajes; mayor picardía e ironía para un público con nuevas características y motivaciones que hallar en el visionado de tal producción.

No obstante y para finalizar, se ha de remarcar que este producto en concreto cuenta con cuantiosas pinceladas de moral de modo que no se atenta de manera abusiva contra la figura femenina (de ahí el reducido número de expresiones incidentes contra

el género femenino) como así se diera en series como *Padre de Familia* o *American Dad* las cuales nacieron dañando la imagen femenina con el objetivo de evadir al espectador provocando la risa, la ironía en sus diálogos, la sumisión, infravaloración y ridiculización del género femenino.

Las Suprnenas Z.

“...otra crisis fue evitada gracias a las chicas superpoderosas”

Miss Bellum.

DATOS TÉCNICOS

Género.- Animación.

Nombre de la serie.- *Las Suprnenas Z* (Powerpuff Girls Z).

Dirección.- Serie animada dirigida por Hiroyuki Kakudou y Megumu Ishiguro.

País de origen.- Japón (Tokio).

Cadena original de emisión.- TV Tokio, posteriormente se emitió en otras como Cartoon Network y FDF y Boing entre las privadas españolas.

Año de la primera emisión.- La primera emisión de la serie se produjo el 1 de julio de 2006.

Duración de cada capítulo.- 10 minutos aproximadamente.

Personajes que dibujan el contenido general⁶

En los capítulos originales de *Las Suprnenas*, las chicas principales eran hermanas creadas por el Profesor Utonio. En esta nueva versión (*Las Chicas Superpoderosas Z*), son tres chicas, de unos 13 años de edad, compañeras de clase. La historia, en esta nueva versión, se desarrolla en la ciudad de Nueva Saltadilla. Con la finalidad de detener un desastre ecológico, el hijo de Profesor Utonio, Ken Kitazawa, haciendo uso

⁶ La descripción de los personajes principales ha sido extraída de la página web:
<http://www.cartoonnetwork.com.ph/minisite/ppgz/index.php>

de unos productos químicos denominados Z, incorpora a la sustancia original del profesor, químico X, un nuevo elemento, dando lugar a un nuevo componente: la sustancia química Z. El impacto de la misma sobre la ciudad produce varios rayos de luz blancos y negros. Tres chicas se ven envueltas por las luces blancas otorgándosele poderes y convirtiéndolas en heroínas; sin embargo, las luces negras inciden sobre otros adquiriendo la fuerza del mal. Las Chicas Superpoderosas Z, tienen que hacer uso de sus súper poderes para proteger a su ciudad de los villanos como Mojo Jojo.

De entre los personajes principales más importantes, se ha comenzado describiendo a cada una de las tres superheroínas que conforman y dan sentido a la serie.

Bombón es una niña hiperactiva con una fascinación por los dulces y un buen ojo para los chicos lindos. Cuando se transforma, ella lucha contra su enemigo portando un yoyó como arma.

Burbujas. Calificada como la más dulce y delicada de las tres superheroínas. Burbujas vive con su abuela. Al igual que su homólogo de PPG tiene la capacidad de hablar con los animales y cuando se transforma utiliza un tubo de gran tamaño que le permite soplar burbujas enormes, tanto para fines ofensivos como de rescate.

Bellota es el miembro más fuerte. Se presenta como una chica poco femenina fascinada por el deporte pero que odia todo lo femenino, especialmente faldas. Ella vive con su familia.

Profesor Utonio Kitazawa. Es el científico más inteligente de la ciudad. A diferencia de la versión original, el Profesor Utonio no creó a las chicas ni las adoptó como a sus hijas, sino que este tiene un hijo propio. Él ayuda a las chicas en cada una de sus misiones, también encontró la manera de revertir los efectos de la sustancia Z. Tiene una esposa que es astronauta aunque la presencia de ésta en las tramas es escasa.

Ken Kitazawa. Es el hijo del Profesor Utonio, de unos ocho años de edad. A diferencia de la serie estadounidense, este personaje sale exclusivamente en esta versión. Se presenta como un chico muy listo graduado con honores y desinteresado por ir a la

escuela; se hace amigo de las tres chicas. Se siente como una persona adulta pero en su mayoría se comporta como un niño de su edad.

Poochie es un nuevo personaje. Aparece como un perro robot que también fue alcanzado por un rayo blanco Z, lo que provoca que pueda hablar y transformar a Las Chicas Superpoderosas Z cada vez que las llama. Está basado en el perro que habla de la serie original.

Señor alcalde es el personaje masculino que más depende de las chicas. Se trata de un señor que a pesar de su posición de relevancia profesional carece de inteligencia y autoridad en el momento de actuar ante cualquier emergencia o contra cualquier vandalismo sucedido en Nueva Saltadilla teniendo que recurrir a Las Supernenas Z para que éstas salven al pueblo.

Miss Bellum es la asistente personal del alcalde la cual nunca se separa de él debido a la incompetencia de este personaje ante la alcaldía, siendo ella quien le aconseja sobre cómo ha de actuar y ante qué circunstancias. Nunca se le ve el rostro, solo se puede apreciar de ella una más que remarcada figura femenina envuelta en un ceñido vestido rojo.

Señorita Keane.- Es la profesora de la clase de las chicas. De ella poco se sabe, pero lo que más destaca dentro del ámbito de trabajo es su exigencia a la par que atención y pasividad frente a sus alumnos.

Una vez descritas y plasmadas las características más destacadas de cada uno de los personajes más relevantes, se puede alzar la vista para dibujar con una idea clara cómo se constituirá la estructura narrativa y de acción de la serie. Se ha de hacer constar que en este caso las figuras femeninas, además de ser las que mayor presencia tengan, son éstas las que mayor fuerza ejercen en cuanto a relevancia de papeles a interpretar; son ellas quienes figuran como superheroínas aportando consejos sobre los modos de actuación de alguno de los personajes masculinos.

Público objetivo.- Serie animada dirigida a un *target* infantil.

Número total de temporadas.- Seis temporadas.

Temporada analizada.- Primera temporada para observar la presentación y posterior evolución de los personajes.

Título del capítulo a analizar y considerado como referencia.- Se toma como referencia el primer y segundo capítulo para conocer la presentación y evolución de los personajes: *Powerpuff Girls to the Rescue* y *The secret of the Powerpuff Girls*.

MUJERES EN ACCIÓN

Número de mujeres principales que aparecen.- Las Supernenas Z, tres personajes individuales que actúan como si de uno solo se tratara.

Descripción del personaje:

Dimensión física:

-Nombre.- Las Supernenas Z: Bombón, Burbuja y Bellota.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- 13 años aproximadamente.

-Estado civil.- solteras.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Este trío de chicas se presenta con dos aspectos dispares en cuanto a personalidades. Por un lado, y en determinados momentos del día, se presentan con comportamientos propios de la adolescencia: debilidad por los chicos guapos, la rebeldía mostrada ante el hecho de tener que inmiscuirse en unos cánones de belleza por el simple hecho de ser chica..., mientras que por otro lado, y en

contraposición con la actitud anterior, éstas abandonan tales prácticas para dedicarse a salvar, con sus superpoderes a la nueva ciudad de Saltadilla ante los villanos.

-Conflictos internos.- No suelen presentar conflictos internos continuos, sino que más bien, y según lo requiera la ocasión, pueden mostrarse disconformes con algún hecho puntual, como por ejemplo en el caso de Bellota, su disconformidad ante el hecho de tener que vestir con determinadas prendas femeninas así como el sometimiento a actitudes propias de este sexo.

-Objetivos y metas.- En cuanto a objetivos, realmente Las Suprnenas Z no se marcan objetivos concretos excepto salvar a la ciudad de aquellas criaturas o situaciones que pueda perjudicar a sus conciudadanos.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Estudiantes.

-Conflictos externos.- Los únicos y posibles conflictos externos que éstas puedan mantener sea la disconformidad contra los comportamientos de aquellos personajes malvados que presentan actitudes con las que intentan sabotear al pueblo y que acabarán derrotando.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- A pesar de poseer características propias de niñas de su edad, cuando reciben la llamada telefónica del alcalde solicitándoles ayuda, se manifiestan como seres totalmente responsables capaces de salvar a su ciudad; contraposición entre los miedos propios infantiles vs. la capacidad heroica con poderes.

Se presentan como niñas pertenecientes a un contexto actual, por el modo propio de comportamiento que representan así como por los pensamientos que manifiestan, en el que para ellas no existe la

superposición del género masculino sobre el femenino. De hecho, y de ahí el interés despertado por la serie, son los personajes femeninos los que poseen poderes con los que salvar en este caso a la ciudad de Saltadilla, actitud que desde siempre ha estado más vinculado al género masculino.

Ellas toman tal actitud con total naturalidad sin plantearse lo que realmente supone.

-Rasgos artificiales.- Como bien se ha comentado anteriormente, se trata de tres niñas de unos trece años de edad aproximadamente, que en su contexto diario representan comportamientos propios de su edad. En cuanto a su atuendo, al convertirse en superheroínas se atavían con faldas que remarcan su feminidad.

Las tres aparecen vestidas de la misma manera aunque con diferentes colores; puede decirse que cada uno de ellos va en relación al nombre propio de cada una.

Bombón se presenta como una chica pelirroja, vestida siempre de color rosado, de hecho sus ojos también son del mismo color, y cuenta con una melena súper larga sobre la que lleva un gran lazo del mismo tono el cual, en ocasiones, usa a modo de bomba.

Bellota por su parte, tiene el cabello más corto y tanto sus ojos como su vestimenta es de color verde. Odia que se burlen de ella y que la consideren cursi o refinada. Burbuja en cambio, y sea por el color de su atuendo, parece como la más infantil y dulce de todas; de pelo rubio y con dos coletas, aparece vestida de un tono celeste. El sentir debilidad por la moda así como el mostrar una actitud delicada, son hechos que califican a este personaje como el más femenino de los tres.

En cuanto a sus ademanes y modo de hablar, éstas usan un lenguaje popular, aunque lo que más sorprende son los modos de actuación y capacidad de razonamiento impropias de alguien de trece años.

Se configuran pues, como tres niñas adolescentes que cuentan no solo con la capacidad de tener superpoderes, sino con la capacidad y la razón propias de alguien más maduro a su edad.

Personaje como rol: Tras la minuciosa descripción que se viene presentando sobre el protagonismo de tales personajes, se puede apreciar claramente lo atípico del rol que representan Las Supernenas Z. Éstas aun en cuerpo de mujer se encuentran sujetas a un rol que desde la mitología queda anclado en el hombre como héroe, con superpoderes y del que todos dependen para evitar contratiempos.

La mujer como heroína es un papel muy poco representado en la literatura pues desde siempre se ha asignado las características de la fuerza y el poder a la figura masculina. Se habla pues, de un tipo de rol poco cotidiano en lo que a las representaciones animadas se refiere, figuras femeninas que gozan de poderes algo más propios del género masculino en la ficción compartiendo pues, elementos como la fuerza y la destreza para combatir propias del hombre. Mantienen una continua lucha física entre contrincantes, olvidándose de todos aquellos comportamientos propios de la adolescencia, corporales y/o comportamentales referidos a una actitud más femenina.

Personaje como actante: Desde el punto de vista del guión, la pretensión de los creadores de la serie no es otra que la de mostrar al espectador que la figura femenina puede llevar a cabo las mismas actividades y puede desempeñar las mismas funciones que un varón.

En cuanto a los objetivos marcados por Las Supernenas Z, se ha de señalar las pretensiones de cumplir con la misión encargada por parte del alcalde, pero siempre teniendo en cuenta que en ningún momento ellas se sobrevaloran por el hecho de tener tales poderes y salvar la vida de los ciudadanos de Saltadilla,

obteniendo siempre la victoria pero nunca el reconocimiento por parte del pueblo.

Con todo ello, se evidencia la normalidad (ante el público espectador) en cuanto a niñas heroínas con capacidad de poderes.

Personajes secundarios femeninos

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Señorita Bellum.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Treinta años aproximadamente.

-Estado civil.- En ningún momento se explicita su estado civil.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Aunque se conoce poco acerca de este personaje, tan solo se puede hacer alusión a su capacidad de atención y paciencia para con el alcalde.

-Conflictos internos.- Ninguno aparentemente.

-Objetivos y metas.- Este personaje no parece proponerse ningún objetivo en particular aunque, y dada la importancia de su función en relación al personaje del alcalde, ésta parece mantenerse desempeñando sus objetivos: atender a las peticiones del señor alcalde.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- La señorita Bellum trabaja como asistente del alcalde de la nueva ciudad de Saltadilla aconsejándole en todo momento sobre cómo debe actuar ante determinadas asuntos.

-Conflictos externos.- Ninguno en apariencia.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Volviendo a incidir sobre la ausencia de relevancia en cuanto a este personaje, se ha de resaltar la escasez de recursos para definirla detalladamente, solo se conoce su constancia en la atención hacia el alcalde, además de un cuidado casi maternal hacia Las Supernenas Z.

-Rasgos artificiales.- En este campo se ha de señalar que a pesar de no conocerse el rostro de la señorita Bellum, podemos describir el cuerpo que ella presenta; mujer de larga y voluminosa melena pelirroja, largo cuello y estilizada silueta, envuelta en un ceñido traje rojo y subida a unos vertiginosos zapatos de tacón; en cada uno de los planos en los que ella aparece, un objeto tapa su rostro.

En cuanto a sus ademanes y modos de comportamiento, se perfila como un personaje sofisticado, de voz dulce a la par que pausada, sensual y sugerente, centrado en otorgar todas las atenciones y consejos posibles al gobernador.

Personaje como rol: Aunque en un lugar más secundario, este personaje también está sujeto a un tipo de rol, en su caso se puede decir que se constituye como la figura femenina que da consejos al género masculino. Su interpretación puede leerse, aunque con una imagen más sofisticada y sensual, como la propia de los personajes de Lois Griffin y Marge Simpson quienes aconsejan y les hace ser partícipes del uso de la razón a sus maridos, volviéndose a plasmar la figura femenina como la de la mujer, esposa o madre

consejera ante la incapacidad de raciocinio y el despiste masculino. En este caso más que ausencia de razón, se da ausencia de recursos y un carácter decidido y valiente.

Por otro lado, y a modo de pincelada, este personaje femenino se configura como todo un sujeto de referencia sobre el que “cobijarse” en determinadas ocasiones Las Supernenas Z, pudiendo presentar el rol de “madre” protectora cuando las niñas se hallan inmersas en sus misiones.

Personaje como actante: En cuanto al análisis actancial de este personaje poco se puede decir por permanecer siempre a la sombra del alcalde. En cambio, y dado el punto de vista de sus creadores, se presupone que el dibujo de tal figura se constituyó con la intención de despertar y manifestar la conciencia, la lógica y la capacidad de permanecer pendiente del género masculino.

Descripción del personaje

Dimensión física:

-Nombre.- Señorita Keane.

-Sexo.- Mujer.

-Edad.- Treinta años aproximadamente.

-Estado civil.- No se especifica.

Dimensión psicológica:

-Personalidad.- Dado el trabajo que desempeña, la señorita Keane se muestra como una persona afable y atenta, aunque no por ello deja de ser exigente con sus alumnos. De personalidad independiente, vive sola en un apartamento.

-Conflictos internos.- Este personaje no parece manifestar ningún tipo de conflicto interno, social ni personal.

-Objetivos y metas.- Como consecuencia de su profesión, ésta pretende alcanzar y por ende, mantener un comportamiento razonado y comprensivo hacia sus alumnos, formándoles para ser individuos aptos y tolerantes en una sociedad nociva.

Dimensión sociológica:

-Ámbito profesional.- Maestra de las niñas.

-Conflictos externos.- Ninguno.

Personaje como persona:

-Rasgos indiciales.- Se presenta como una chica joven que dedica su tiempo al cuidado de los más pequeños, de ahí su carácter pausado, sosegado y tranquilo, aunque de vez en cuando y cuando sus pupilos no obedecen ésta se enoja hasta provocar el enfado.

-Rasgos artificiales.- Con tan solo el aspecto físico, la señorita Keane representa una imagen típica de profesora. Con un aspecto más cotidiano, pelo corto, camiseta larga, pantalones y zapatos sin tacón, se muestra como la antítesis a Bellum siempre más cuidada y despampanante. Pero aunque muestran apariencias físicas totalmente contrarias, ambas comparten los mismos ademanes: paciencia y comprensión ante los más débiles.

En cuanto al lenguaje empleado como propio de la profesión que desempeña y como teniendo en cuenta el tipo de gente que se rodea, éste resulta ser muy cuidado.

Personaje como rol: Aun formando parte de los personajes secundarios, ésta puede quedar sujeta un tipo de rol femenino, y es que dadas sus características encaja a la perfección en el rol de mujer con sentimientos maternales para el cuidado de los más pequeños, y si además se tiene en cuenta el hecho de que la mayoría de quienes se dedican a esta profesión son mujeres, se vuelve a

verificar el rol de mujer imbricada en el ámbito profesional hacia el cuidado infantil.

Personaje como actante: En cuanto al papel actancial desempeñado por este personaje, poco hay que añadir tras la declaración de intenciones expuestas anteriormente, más que desde un punto de vista propio, la señorita Keane persigue el objetivo de continuar dedicando su tiempo al cuidado y educación de los más pequeños.

Contraposición con los personajes masculinos. El caso más llamativo en el que encontramos destacadas diferencias en cuanto a la representación de personajes se da en el binomio supernenas-alcalde. Se observa la contraposición en cuanto a personalidades, mientras que las primeras cumplen el papel de superheroínas, el alcalde manifiesta una posición pasiva, aspectos inusuales en relación a géneros; de manera tradicional, lo que siempre ha predominado y calado las mentes receptoras era la figura del varón como un ser fuerte y decidido con el que se hallaba la seguridad quedando la mujer dependiente y relegada en un segundo plano más imbricado en lo sumiso, lo íntimo, con atributos más sutiles, personajes más delicados y sensibles. Ahora, se produce una inversión de valores y en este caso es el hombre el que depende de las féminas para defender la ciudad ante una actitud indefensa por parte de éste.

Otra de las contraposiciones se da en personajes más secundarios, tanto es así que centramos la atención entre los personajes femeninos de la señorita Bellum y la señorita Keane. Ellas se muestran como mujeres actuales, con una dedicación laboral profesional en el espacio exterior, algo que hasta hace relativamente poco tiempo resultaba ser impropio del género femenino.

Ahora no solo son malvados los personajes masculinos, sino que estos mismos se tornan débiles y sensibles.

Por otro lado, no se puede obviar la importancia del personaje de la señorita Bellum frente al papel del alcalde. Como se ha comentado, al mostrarse éste como un personaje indeciso y carente de disciplina e iniciativa, de nuevo necesita de la figura femenina en este caso para aconsejarle sobre cómo ha de actuar, con ello vuelve a constatarse la figura de la mujer como pilar fundamental en base a la razón, la reflexión y el consejo.

Aunque ante todo ello, es dato de relevancia el poner en relación las profesiones desempeñadas tanto por parte de la señorita Bellum y la señorita Keane como profesiones “propias de lo femenino”, secretaria y maestra respectivamente; como en el caso masculino donde desempeñan profesiones más propias de este género: científico y alcalde.

No obstante, parece ser que a través de la proyección de tal producción, *Las Supernenas Z* son las protagonistas de un nuevo contexto y práctica social.

Otras consideraciones generales respecto a la posición de la mujer. Las Supernenas como personajes destacan por la representación de sus funciones, sea este hecho por el avance del contexto al que pertenecen donde se intenta inculcar una equidad entre hombre y mujeres, o bien se trate por el hecho de que éstas fueron creadas de modo accidental y por ello se presentan con el aspecto de niñas con la fuerza y actitud propia de un hombre.

Conclusiones. Si se piensa en la vulnerabilidad de la audiencia infantil y teniendo en cuenta que los dibujos animados se configuran como el producto con mayor demanda, aquellos cambios de estereotipos sociales reflejados en sus personajes se instauran como todo un hito retroalimentario; una relación que acentúa el permitir enfocar la atención en un cambio más profundo en las relaciones y los valores sociales, un cambio que afecta por consiguiente y de un modo global, a todos los productos audiovisuales.

Tras el análisis realizado y en comparativa con otras series más tradicionales, al parecer, con dicha producción se trata de romper el tópico hombre-héroe para extrapolarlo a la imagen femenina.

Mediante el entretenimiento hacia los más pequeños, pero con todo un trasfondo a modo de crítica, se plasma la dualidad existente entre las figuras masculinas y femeninas y cómo los caracteres masculinos, fruto de una tradición cultural, se sobreponen a los femeninos.

De este modo, y desde una serie de animación, se penetra en la conciencia infantil a partir de la cual ir cultivando un nuevo concepto equiparador entre funciones del género masculino y femenino. Una nueva imagen para todo un contexto más propio de lo masculino.

A continuación, y mediante gráficos, se puede observar las diferencias existentes entre los personajes hombres y mujeres en cuanto a aspectos destacables del análisis.

Figura 1: personajes por sexos

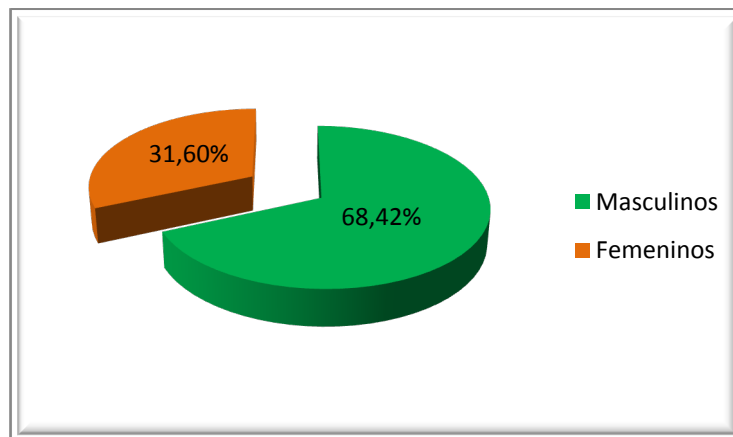


Figura 2: tipo de personajes

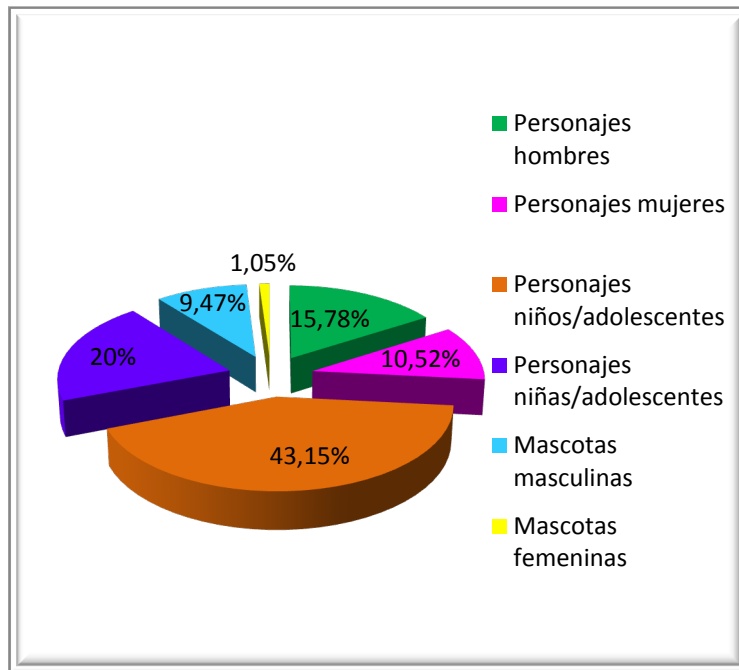


Figura 3: número de personajes por edades

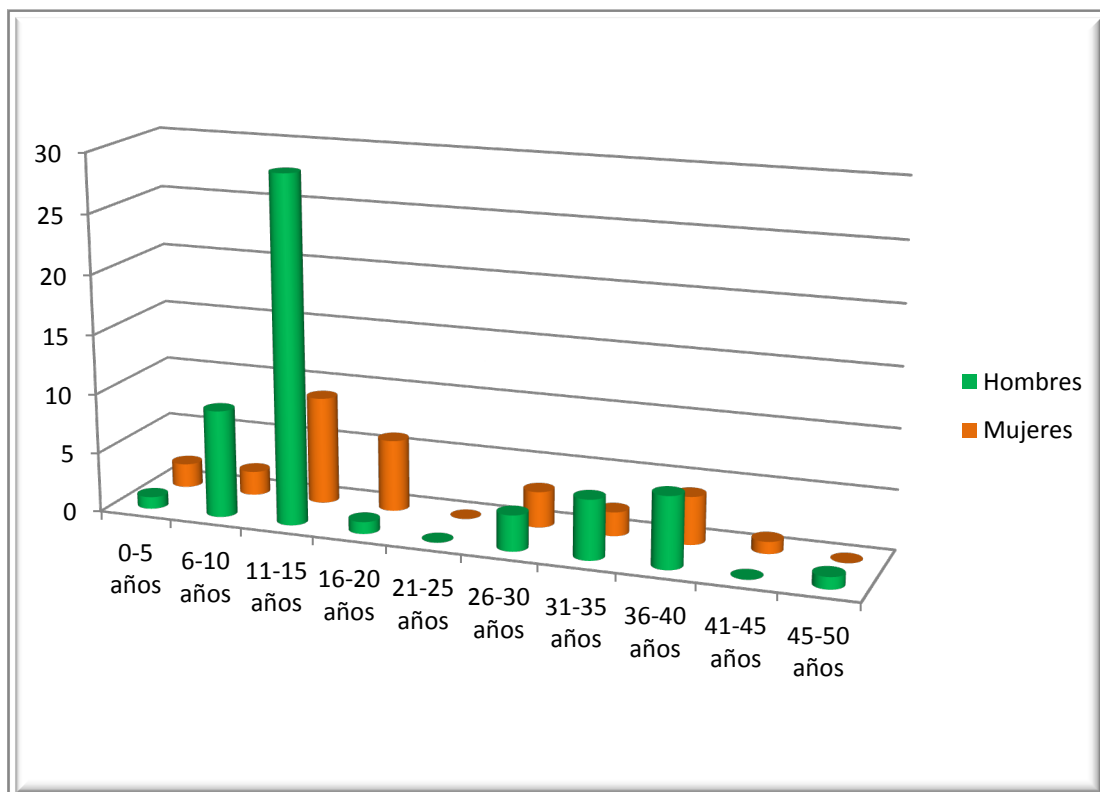


Figura 4: características que llevan consigo diferencia de género entre personajes adultos

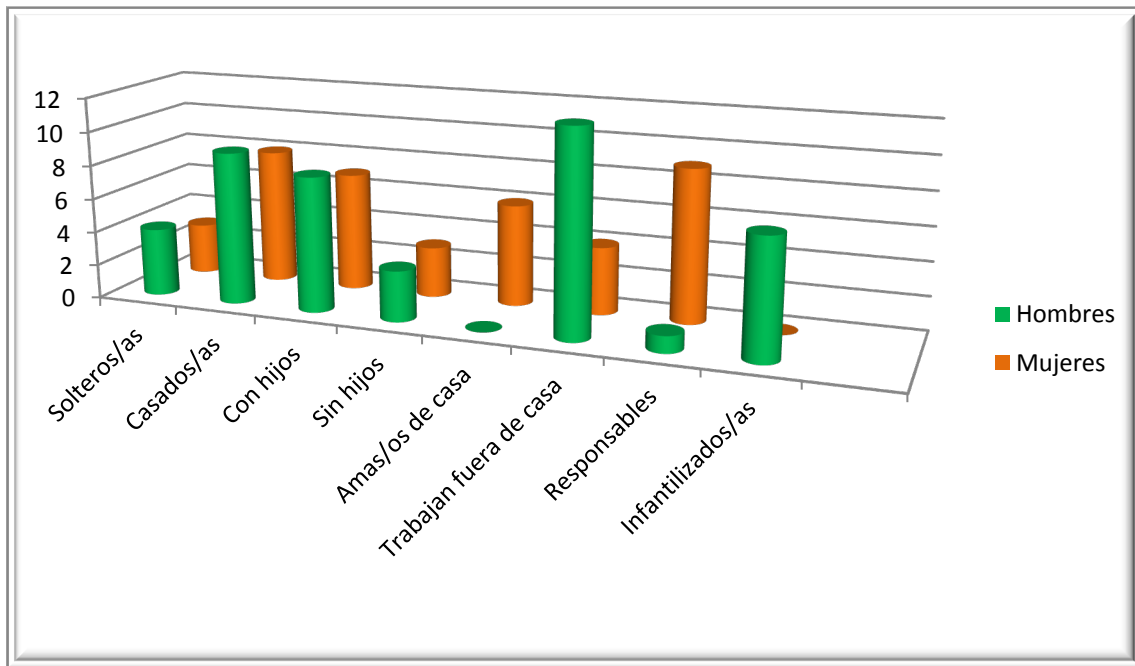


Figura 5: número de personajes que sufren violencia, en cualquiera de sus variantes, en las series analizadas

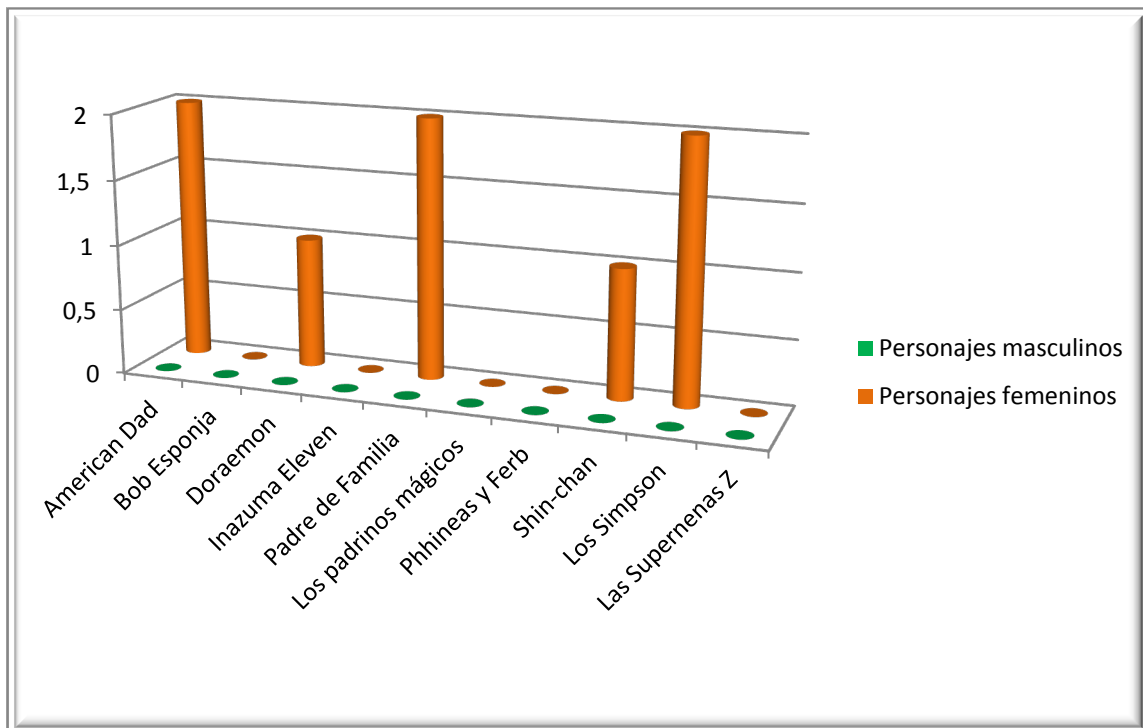
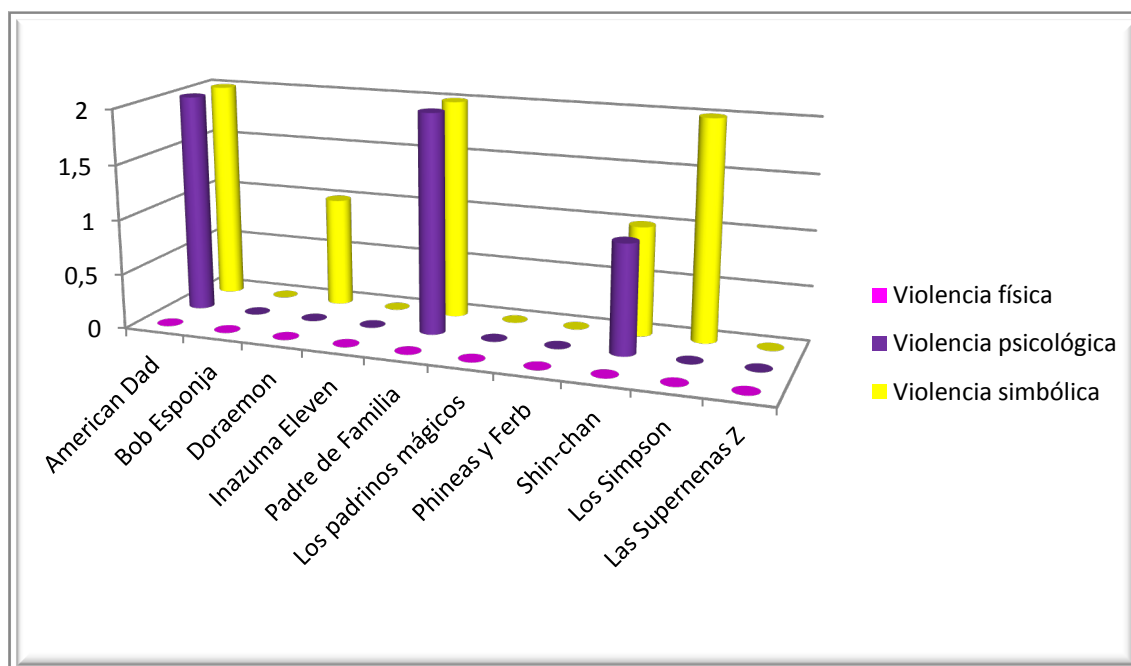


Figura 6: número de personajes mujeres que sufren violencia en las series expuestas



6.1.1.1. Conclusión

Los conceptos de jerarquía, de dominio, así como el posicionamiento de género son términos que siguen redactando relatos, ya sean en soporte escrito o audiovisual.

El cuerpo de la mujer, siempre objeto de estudio, se ha establecido como un escenario simbólico con el que satisfacer las posiciones de poder masculino. La repercusión ocasionada por el trato desigual de género es entendida como un problema social por todas aquellas connotaciones y repercusiones que pueda traer consigo. Como así lo dictó Loscertales: “los medios juegan un papel sensibilizador sobre la violencia femenina, pero a su vez asisten a un peligroso proceso de demonización” (Loscertales en Fernández Arribas y Noblejas, 2007). Es por ello por lo que desde los medios audiovisuales, y dada su gran capacidad de influencia y penetración, esta imagen amasada desde el pasado y proyectada en el presente cala en el público provocando así la construcción de un imaginario fomentado por el tipo de espectador y la cultura en la que se halle.

Si consideramos que el componente cultural influye en la construcción y desarrollo de los individuos frente a tales comportamientos, Manuel Garrido (2003) expone:

La progresiva desacralización de la violencia, la constitución de sociedades fundadas sobre la prevención egoísta, la creciente frustración en segmentos humanos castrados en su desarrollo socioeconómico, así como la facilidad para el aprendizaje de pautas de comportamientos violentos en el seno de subculturas de violencia, son factores que explican buena parte de los actos violentos actuales en el seno de la vida familiar, en el entorno más próximo o incluso entre culturas limítrofes (Garrido, 2003: 52).

Y es que las audiencias no son entidades pasivas, sino que trabajan dando sentido a lo emitido; aprenden a averiguar los códigos, a aprehender los convencionalismos de los medios y a leer de alguna manera el mensaje otorgándole un significado.

El gusto por las formas y los contenidos de los documentos audiovisuales cambian a medida que se avanza en edad, los enunciadores lo saben y tratan de llegar a los receptores como individuos independientes y como audiencia (Aparici, 1993: 29-30), pero se ha de prestar especial atención a los distintos tipos de materiales que aparecen envueltos en una determinada forma de producto que nada tiene que ver con su contenido.

Habría que aludir así al género de la animación que bajo este título en ocasiones presenta un contenido impropio para el tipo de público al que por su apariencia ha de ir destinado. Se trata del consumo de una producción que nada tiene que ver con la inocencia propia de este tipo de contenidos. Tanto es así, que tras el análisis de los títulos seleccionados, en apariencia infantiles, se ha extraído una serie de imágenes y construcciones narrativas que conllevan negativas significaciones para este tipo de producto considerado como de entretenimiento y apto para los niños como público objetivo.

Lo que capta mayor atención es la representación del papel femenino bajo modelos estereotipados que exceden y caricaturizan la realidad social en beneficio de la preponderancia del personaje masculino.

Como consecuencia directa, los niños son incapaces de apreciar el significado, el tono de ironía y el sarcasmo con el que revisten a este tipo de personajes estereotipados por lo que de manera inconsciente van forjando en su conciencia la asimilación de tales imágenes como lo realmente válido y existente. Por ello, y como así señaló Hellín Ortuño en 2003 en su artículo “De Heidi a Las Supernenas”, ha de dársele suma importancia a lo dictado por Huesmann en 1998 quien afirmó que los niños entienden el comportamiento agresivo a partir de los dos años de manera que a los seis ya lo manifiestan en su entorno no siendo hasta la adolescencia cuando potencian dichas pautas aprendidas a raíz de la influencia que en él ejerce sus grupos de referencia.

Así, todos aquellos escenarios en los que se refleja tanto la violencia como el uso estereotípico del personaje femenino repercutirá en el espectador produciendo tres tipos de efectos: por un lado, y afectando a lo emocional, se llama a una desensibilización del receptor ante contenidos y actitudes violentas para con su enclave cotidiano. En cuanto a lo cognitivo cabría destacar que la emisión continua de violencia y desequilibrios de géneros dibujan nuestro entorno como un lugar amenazante e inseguro; y por último, en lo que a lo conductual se refiere, se ha de incidir en la provocación de un modelado de las conductas personales mediante la técnica de la observación.

Todo este entramado de intenciones no hace más que desorbitar, en cierto modo, la percepción de la realidad adquiriendo de la misma una proyección de renuncia ante la situación en la que se halla sumisa la imagen femenina. Una situación inadecuada, a su vez, por la falta de concienciación ante su consumo lo cual lleva a la provocación de conductas relacionadas con la ausencia de madurez y la falta de juicios críticos tras el forjamiento de una conciencia colectiva emergida del medio televisivo como creador de modelos conductuales e imitables a través del elemento imagen como causante de un gran impacto emocional. Los medios, en este caso, se entienden como generadores de violencia a la vez que portavoces y espejos que reflejan y denuncian lo que la realidad acontece. Pero para el buen uso y funcionamiento de éstos es necesario adecuar cada uno de los contenidos al tipo de público al que vayan destinados adaptándose según el *target* un modo de representación apropiado para una apta

asunción de contenidos. Es decir, si tras el análisis de tales títulos se expone que uno de los objetivos es el de remarcar, a modo de denuncia, la posición que protagoniza socialmente la mujer, ésta ha de ser representada según los parámetros cognitivos propios del público al que se dirige. No es adecuado un reclamo de auxilio a la figura femenina dibujándose ésta como sumisa, en una posición inferior a la del género masculino dominante y sin portar solución alguna; habría de presentarse tales diferencias pero moviéndose cada uno de los sujetos en una línea paralela en cuanto a protagonismo y posibles soluciones para salvaguardar y sacar a flote la posición de inferioridad bajo la que se halla la mujer.

Tal presentación de contenidos desencadena una serie de problemas que no solo deben ser abordados por los agentes tanto sociales como educativos, sino sobre todo por el núcleo familiar desde donde se ha de establecer una serie de pautas ante el consumo infantil de dichos programas. Ámbito desde donde se adquiriera la responsabilidad de enseñar a “ver y leer” los medios de comunicación ya que en ocasiones figuran como generadores de violencia a la vez que portavoces y espejos que reflejan y denuncian lo que la realidad acontece; sea éste el aspecto sobre el que habría de hacerse especial hincapié para penetrar en la conciencia del espectador haciéndolo conocedor de la situación androcéntrica que se continúa representando. Pero cabe la posibilidad de producirse un vacío en cuanto al entorno más inmediato del niño receptor, pues la desestructuración familiar y la falta de una adecuación de valores provocan trastornos de comportamientos que repercuten en el modo de asunción del contenido y su posterior actuación.

En entornos de tales características se suele concebir la violencia como un modo de triunfo que, al no tener asumidos ciertos valores universales, es fácil la adopción de una postura agresiva y de discriminación como forma de resolver cuestiones personales frente a otros y sentirse supra-valorado.

Por todo ello, y centrando la mirada en las series animadas analizadas, se ha de redactar una serie de inferencias que evidencian la posición e imagen que se expone de la mujer en el contenido animado.

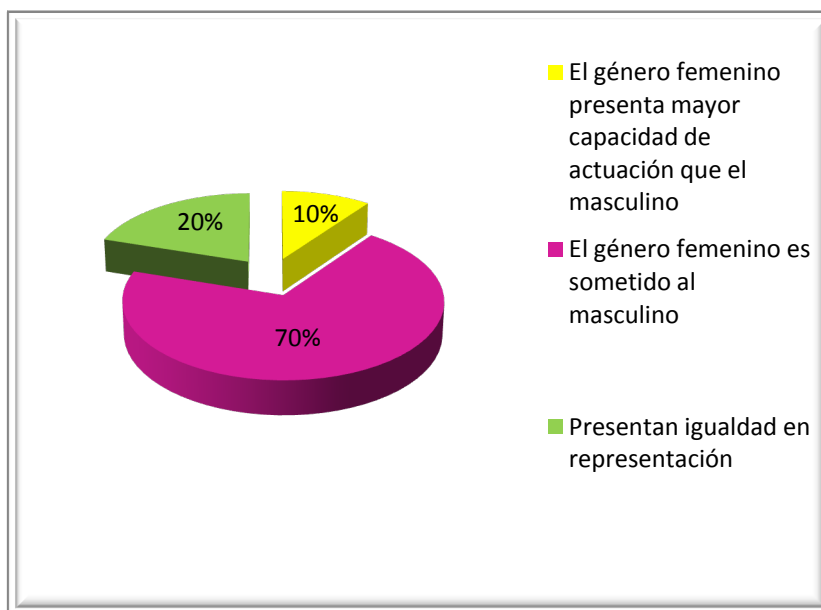
1. En primer lugar, es importante señalar que el cien por cien de la programación estudiada es de carácter de entretenimiento, por tanto, cuando los pequeños se disponen a consumir contenidos animados con la finalidad de evadirse de la realidad más inmediata se exponen a ciertos relatos audiovisuales contaminados por una imagen estereotipada de la mujer en sus roles más arcaicos.
2. Se puede establecer que al menos en el 50% de la producción animada analizada mantiene una misma estructura tanto en historias narradas como en la construcción de personajes mujeres: un mismo perfil femenino, mismo sometimiento al espacio interior, sumisión del género femenino frente al masculino.... lo cual evidencia el arraigo en el pasado y por ende, la prolongación y el futuro acatamiento de tales aspectos propios de la cultura patriarcal androcéntrica.
3. En el 60% de los títulos estudiados, los personajes femeninos más relevantes para la trama se dibujan dentro de una estructura familiar; suelen ser madres y/o hijas, siendo las primeras víctimas de una fuerte estereotipia. El 40% restante, presenta a personajes femeninos que adquieren la misma importancia en acciones llevadas a cabo que los personajes masculinos. Aun así, es el 90% de las series las que muestran a algún personaje masculino como principal protagonista frente a un escaso 10% cuyos personajes principales son chicas bajo el rol de superheroínas.
4. Por lo general, se aprecia la inferioridad del género femenino frente a la superioridad del *otro*, así como un menosprecio potenciado por un tono sarcástico e irónico. En relación a ello, se ha de destacar series como *American Dad* o *Padre de Familia* que aunque van destinadas a un público mayor de trece años, son emitidas dentro de la franja horaria protegida.
5. En cuanto a las estereotipias manifiestas, se ha podido observar la persistencia de la imagen de mujeres que ejerciendo el papel de madres se limitan al cuidado de la familia y del hogar. Dicha descripción es llevada a cabo en series como *Padre de Familia*, *American Dad*, *Shin-chan*, *Los Simpson* y *Doraemon*.

6. Es curioso destacar la asignación de un mayor grado de raciocinio a los personajes femeninos frente a una actitud desinteresada de los personajes hombres, de este modo, se pone en alza el estereotipo de mujer casada racional que intenta solventar los problemas frente a la infantilización del personaje masculino que se torna antihéroe en la trama. Esto resulta palpable en series como *Los Simpson* o *Padre de Familia*.
7. Por otro lado, y fijando la atención en series como *Inazuma Eleven*, *Los padrinos mágicos*, *Phineas y Ferb*, *Las Suprnenas Z* y *Bob Esponja*, se puede exponer que en ellas se mantiene un equilibrio entre el sexo masculino y el femenino en cuanto al modo de representación de sus personajes; se vislumbra lo que podría denominarse como nuevas feminidades.
8. Por su parte, los personajes femeninos expuestos en edad infantil no presentan sumisión alguna con respecto a sus compañeros masculinos, por tanto, se observa que son los personajes mujeres en edad adulta los más perjudicados en lo que a la esclavitud estereotípica se refiere. La única diferencia hallada entre los personajes femeninos infantiles y los masculinos es que son ellos quienes se superponen a ellas en protagonismo y que éstas a su vez suelen llevar a cabo actividades consideradas como “propias del género débil”.
9. Como conclusión final, se ha de corroborar la extracción de rasgos que verifican la continuidad del sometimiento del “sexo débil” aunque tímidamente se perfila una escasa innovación en cuanto a contenidos que van dibujando una equiparación entre géneros. Tan solo en el caso de *Las Suprnenas Z* se aprecia un impulso por dar a conocer a los más pequeños la existencia de mujeres con mayor capacidad de poder que los hombres constituyéndose como heroínas que rompen el tópico tradicional de hombre fuerte todopoderoso. Se debe hacer especial mención a series más recientes como *Los padrinos mágicos* o *Bob Esponja* en las que se da igualdad de acciones y representación entre los personajes femeninos y masculinos.

10. Pero en todo ello existe un aspecto que tiñe de negro la posible erradicación de tales comportamientos y es que los contenidos animados no solo son emitidos en nuestro país, sino que son traducidos a varios idiomas produciéndose una estandarización de comportamientos por todo el mundo aumentando la peligrosidad evolutiva de las actitudes patriarcales.

Se concluye pues reafirmando que el perfil femenino presente en las series analizadas oscila en representación. De los diez títulos que constituyen la muestra solo en uno de ellos, *Las Supernenas Z*, se representa a las mujeres como sujetos protagonistas con mayor capacidad de actuación que los hombres. De las series restantes, son *Los padrinos mágicos* y *Bob Esponja* quienes presentan a las mujeres en igualdad de condiciones frente a sus contrarios. Entre los otros títulos se dibuja al género femenino sujeto a cualquiera de las variantes de lo que consideramos violencia (física, psíquica o simbólica) o bien preso de sumisión alguna; con ello nos referimos a *American Dad*, *Padre de Familia*, *Los Simpson*, *Shin-chan* y *Doraemon*. Finalmente, *Inazuma Eleven* y *Phineas y Ferb* presentan a los personajes masculinos con mayor preponderancia que a los femeninos aunque éstos no sufren una discriminación muy acusada.

En el siguiente gráfico se recoge la posición que ocupan las mujeres frente a los personajes varones en las series analizadas. Se ha de señalar que del 70% de series donde la mujer queda en inferioridad frente al género masculino, un 20% corresponde a series que presentan tal infrarrepresentación aunque no se da manera acusada.



Por su parte, los personajes femeninos en edad infantil no presentan tanta diferencia con los masculinos en lo que al modo de representarlos se refiere, en cambio, es en los personajes femeninos más maduros donde se proyecta una mayor estereotipia: los personajes que llevan a cabo el rol de madre. Éstas suelen ser sujetos morales con una gran capacidad de raciocinio que se dedican al cuidado pleno de su familia reconduciendo, a veces, el comportamiento infantil e irracional de quien se presenta como “cabeza de familia”, lo cual se da en el 60% de los casos analizados (*American Dad, Padre de Familia, Los Simpson, Shin-chan, Doraemon y Phineas y Ferb*).

6.2. Estudio de campo

Una vez obtenido un perfil determinado acerca de las mujeres representadas en la animación televisiva, resulta interesante para el estudio conocer si tales tipos de representaciones influyen y de qué modo en el público infantil que las consume de manera que a través de ellas se pueda construir conceptos sobre el género femenino basado en las estereotipias manifiestas en tales contenidos.

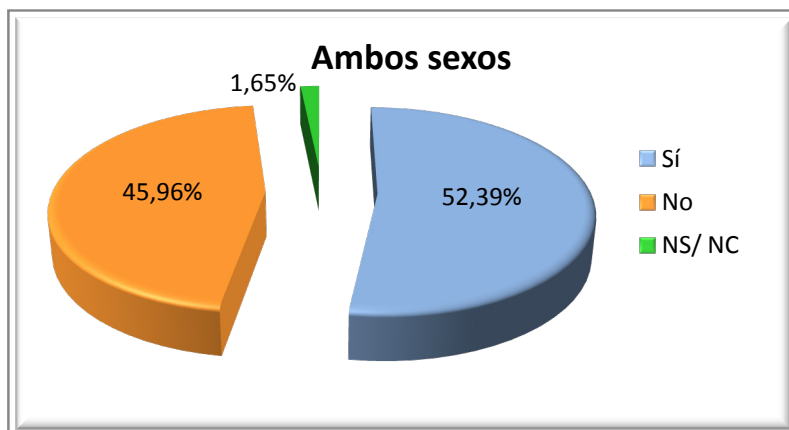
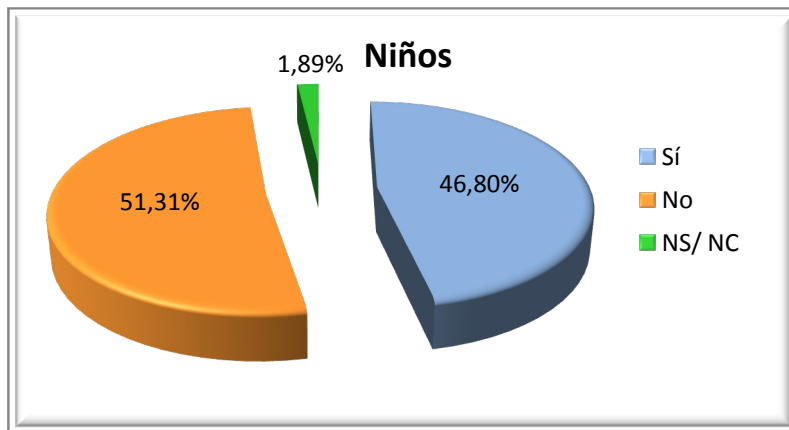
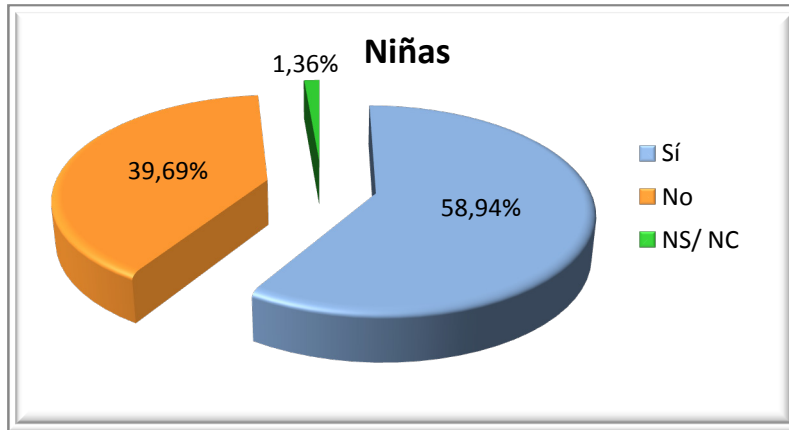
Para ello, tal y como se pudo exponer anteriormente, el objetivo de esta investigación versa en conocer qué imagen tienen de la mujer los niños y niñas pre-adolescentes de

la comunidad andaluza a raíz de los contenidos animados visionados a través del medio televisivo.

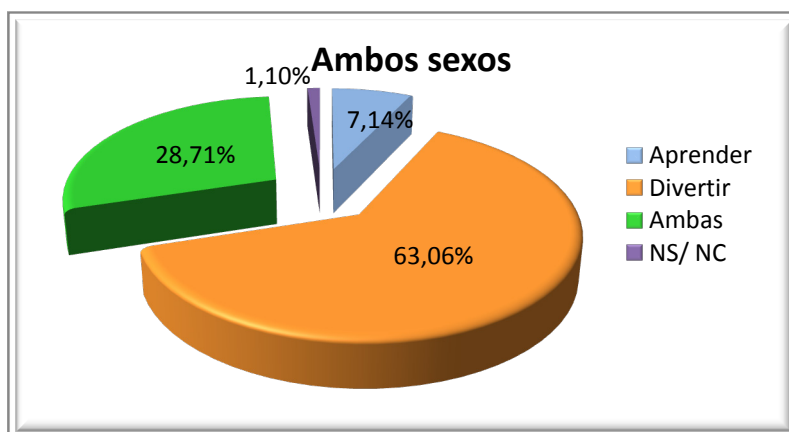
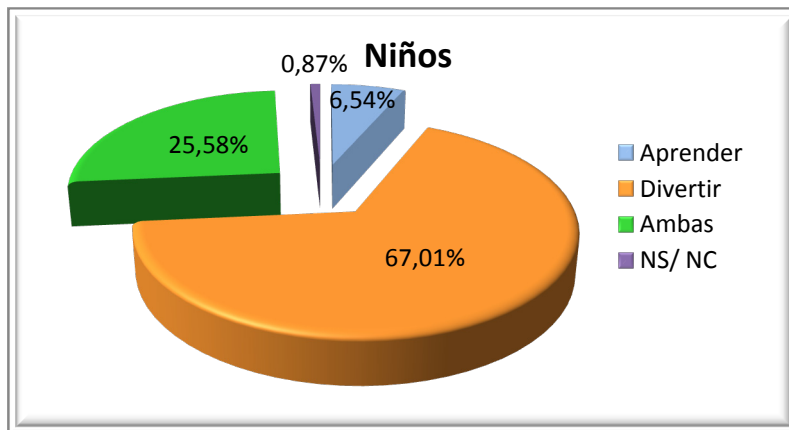
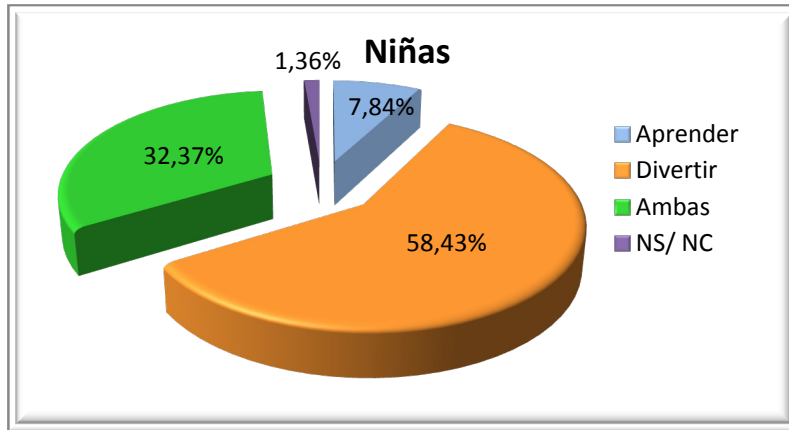
Para la obtención de tal información, el cuestionario realizado se elaboró con la finalidad de mostrar, por un lado, el contexto familiar en el que se ubica el niño a partir del cual podamos poner en relación si el compromiso de sus padres en torno a su educación audiovisual influye en el tipo de productos que consumen; por otro lado, se redacta una serie de preguntas en relación a los títulos animados que visionan de modo que se pueda analizar qué puntualidades destacan tanto de los personajes como de los comportamientos que éstos manifiestan; de esta manera, se puede observar qué aspectos son los que quedan adheridos en la concienciación infantil llegando a convertirse en datos que forjarán el capital cognitivo del niño. Por último, y con el objeto de poner en relación lo consumido con prácticas reales, se perfila una serie de cuestiones con la intención de evidenciar qué opinión tienen en relación a la posición que las mujeres ocupan frente a los hombres.

Por todo ello, se ha procedido a seleccionar dieciocho variables que intentan llevar a cabo la intencionalidad del estudio. A continuación se exponen mediante datos porcentuales de tal manera que se pueda conocer las opiniones vertidas tanto por el género masculino como femenino.

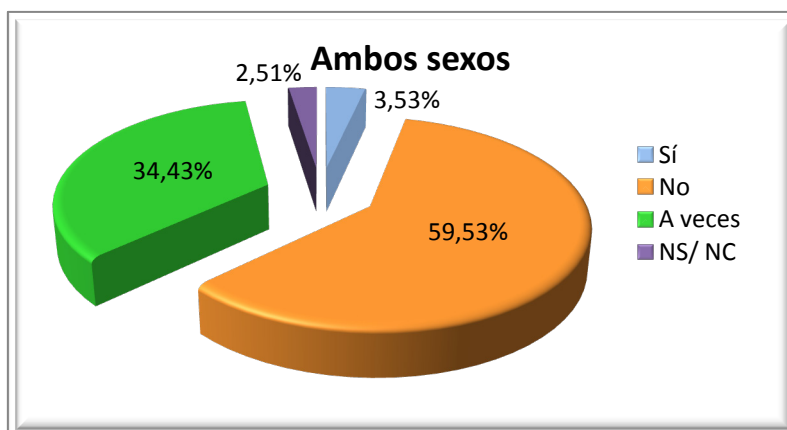
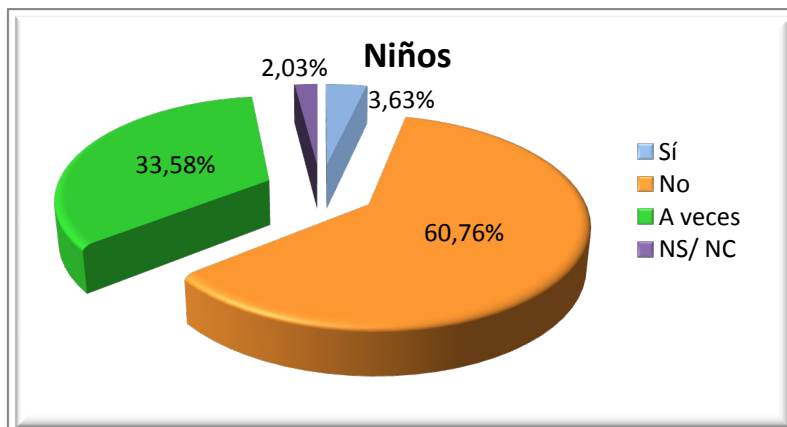
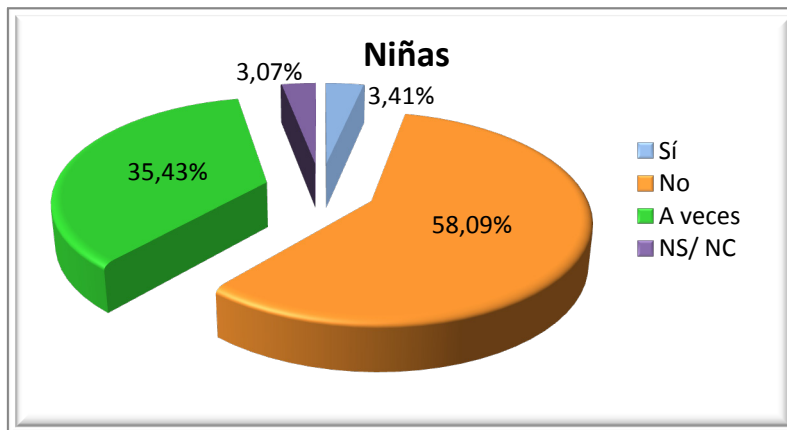
Variable 1.- Con la intencionalidad de comprobar si el entorno familiar, entendido como la institución primera educadora, se encuentra comprometido con la alfabetización del niño se plantea la siguiente cuestión: ¿aconsejan los padres sobre los dibujos animados que deben ver?



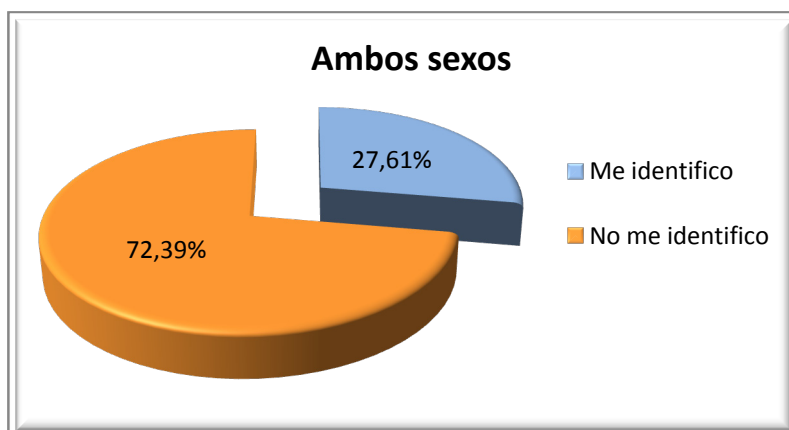
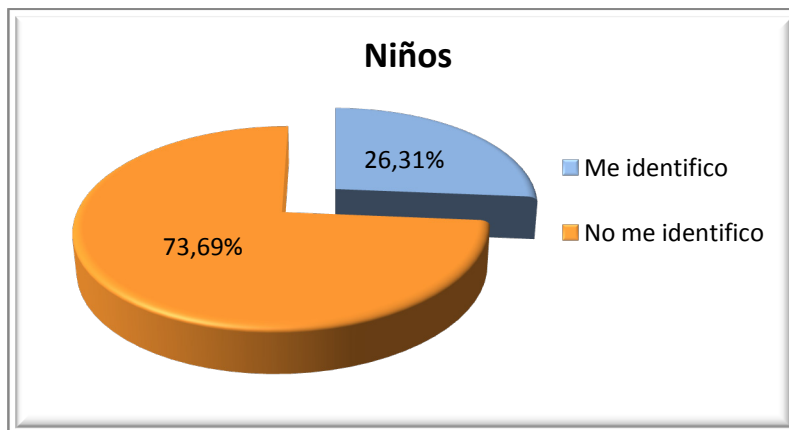
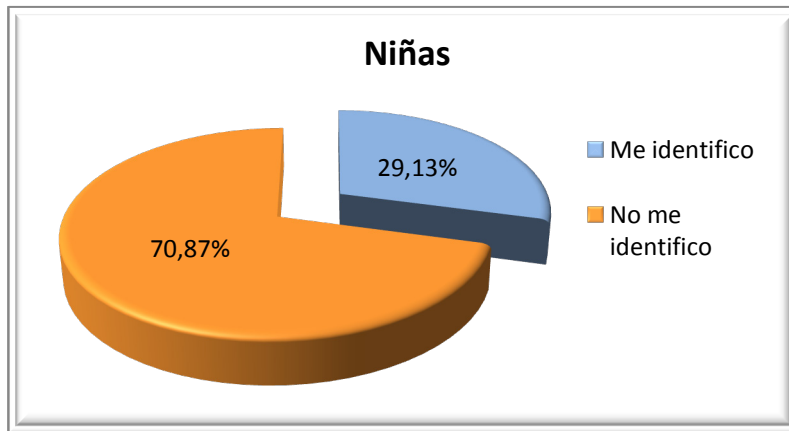
Variable 2.- La televisión, como objeto primordial dentro de la mayoría de los hogares, se entiende como un medio fundamental para adquirir información del exterior, un medio formativo y de entretenimiento; pero en referencia al uso que los niños hagan de ella, ¿encienden la televisión para aprender o para divertirse?



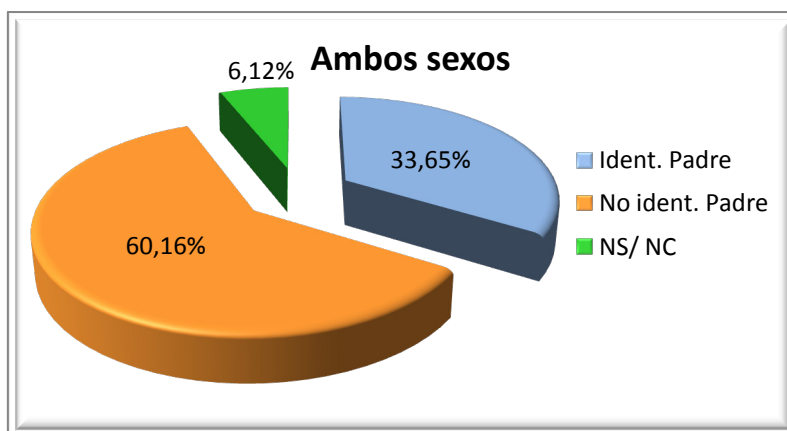
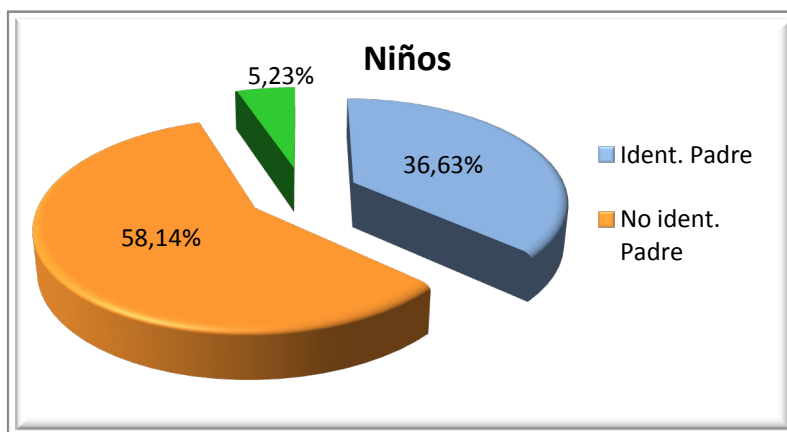
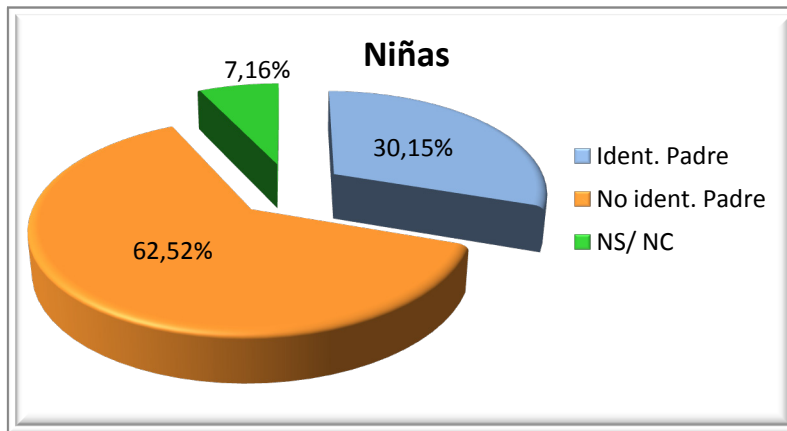
Variable 3.- La característica común de muchos de los títulos animados es la verosimilitud que presentan con la realidad. A partir de tales semejanzas se confeccionan personajes y situaciones que sirven de reflejo e identificación para quienes las consumen, es por ello por lo que resulta interesante conocer si los niños hallan verosimilitud en las historias narradas: ¿son reales las historias que se cuentan en los capítulos animados?



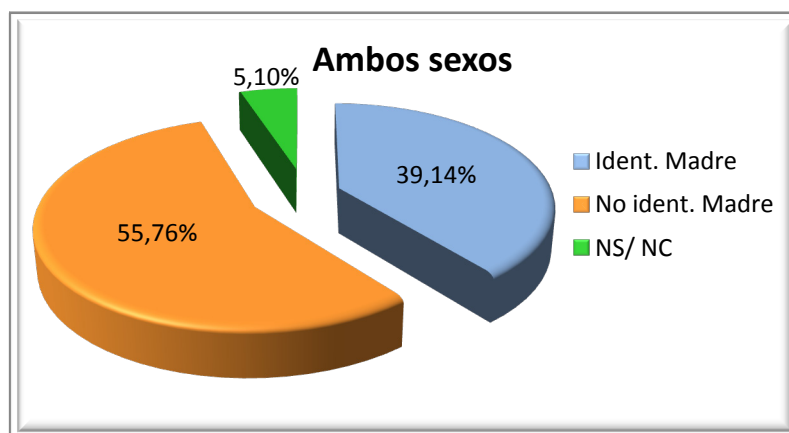
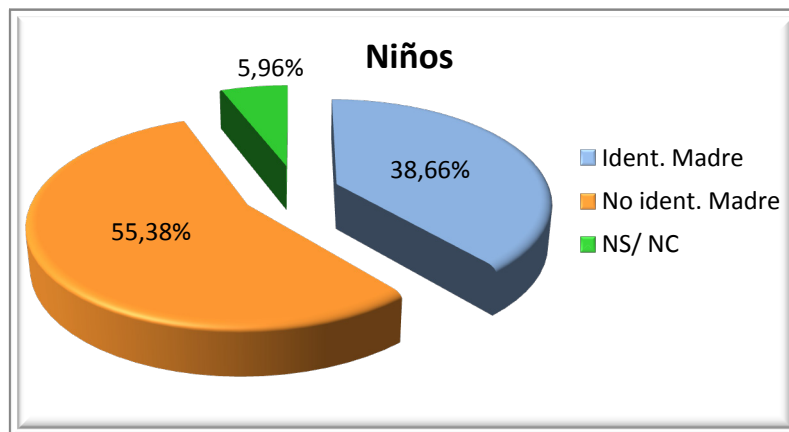
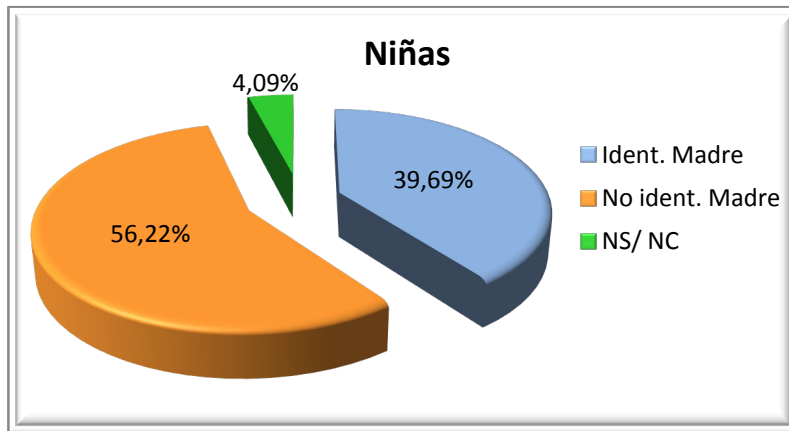
Variable 4.- ¿Se identifican con algún personaje animado?



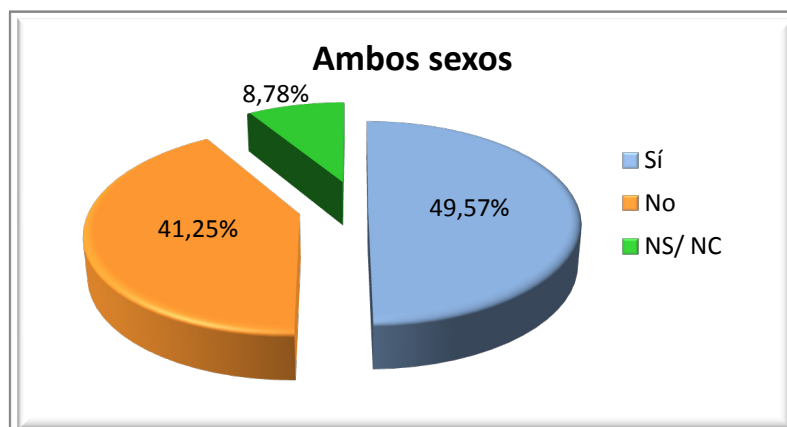
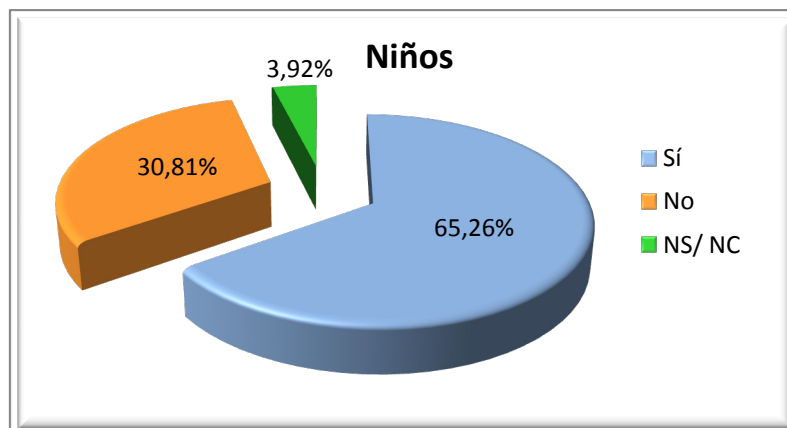
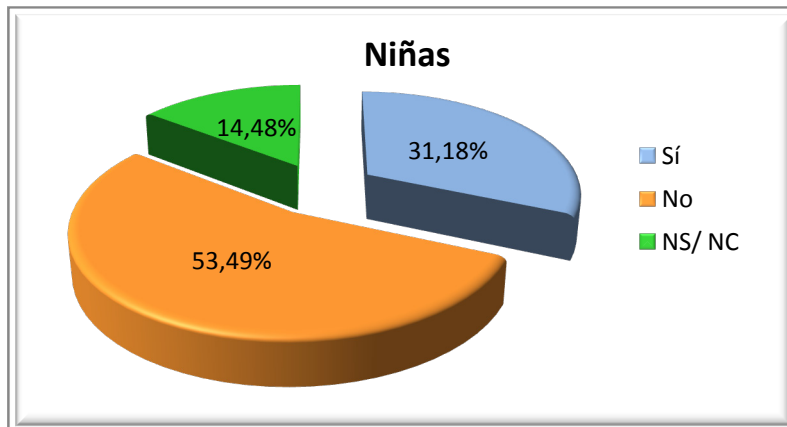
Variable 5.- ¿Identifican algún personaje masculino con su padre?



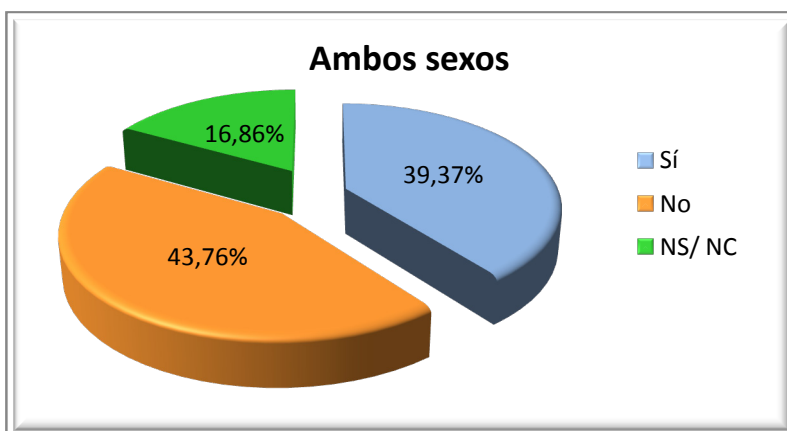
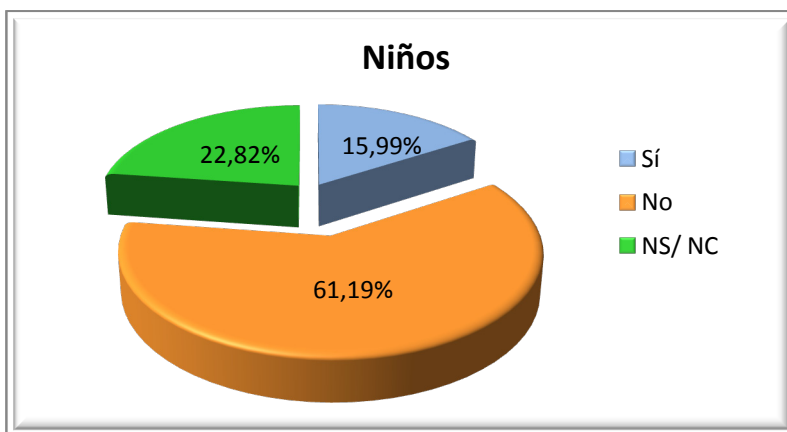
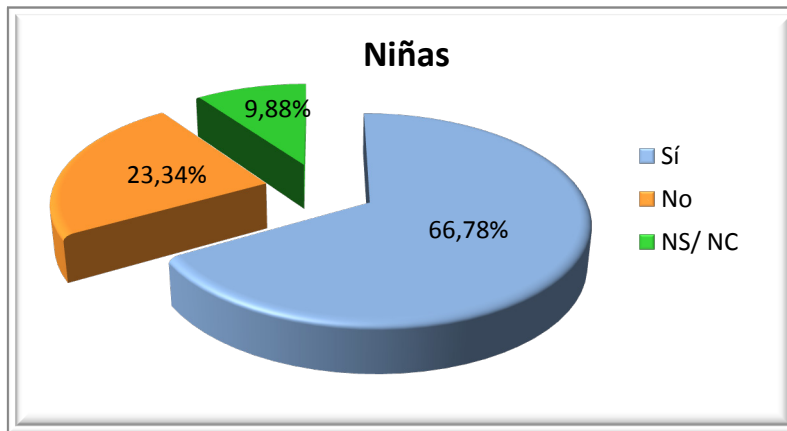
Variable 6.- ¿Identifican algún personaje femenino con su madre?



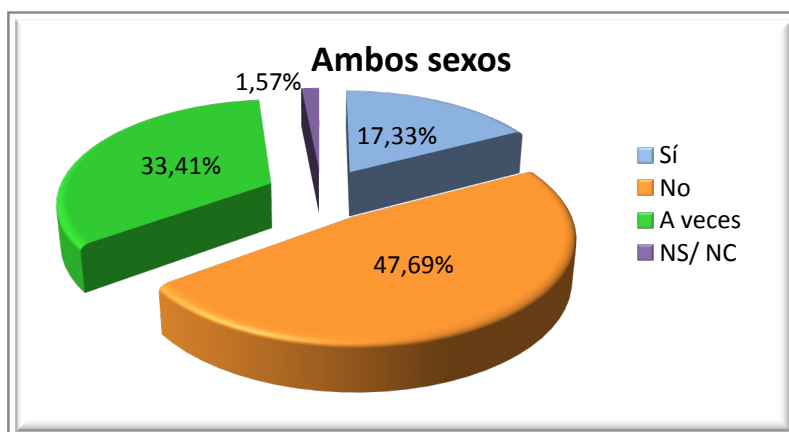
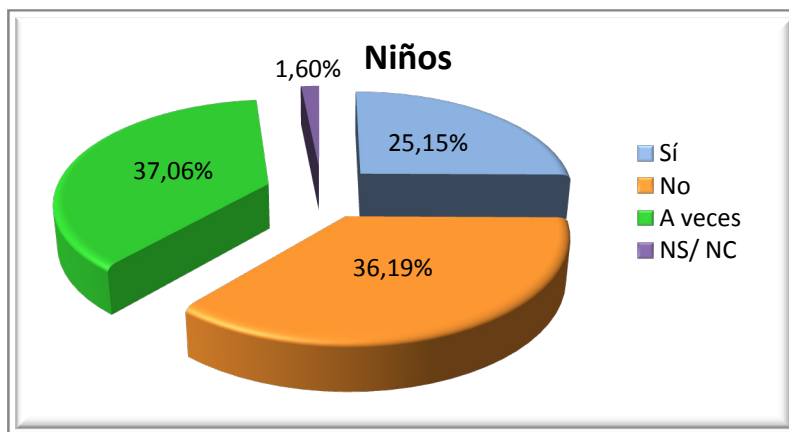
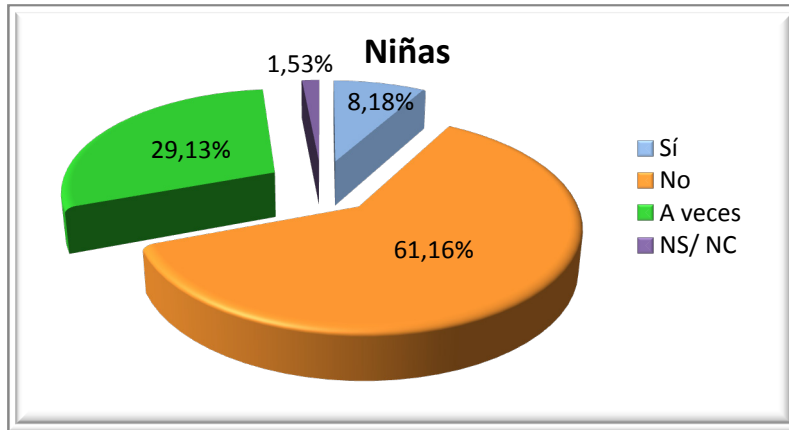
Variable 7.- En este caso, no se busca tanto la capacidad del niño en poner puntos en común entre lo visionado y la realidad, sino que más bien se pretende poner a prueba el deseo de imitación en referencia a sus ídolos que destacarán por definirse como seres superiores y distintos al resto de los personajes ya sea por motivos de liderazgo, poder o heroísmo. En tal caso, ¿les gustaría parecerse a su personaje masculino favorito?



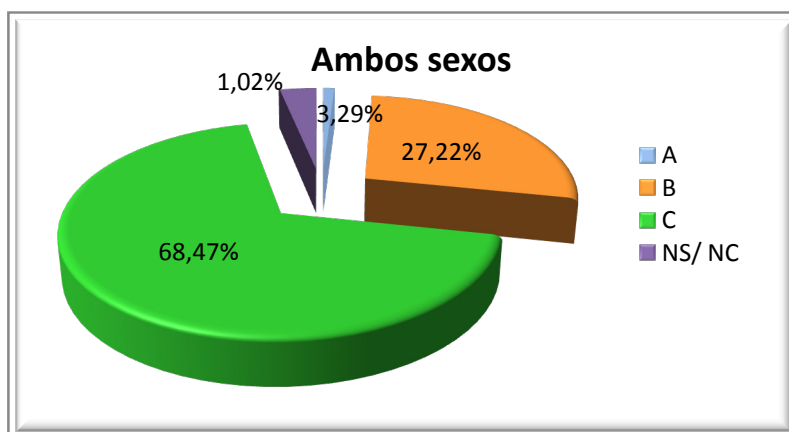
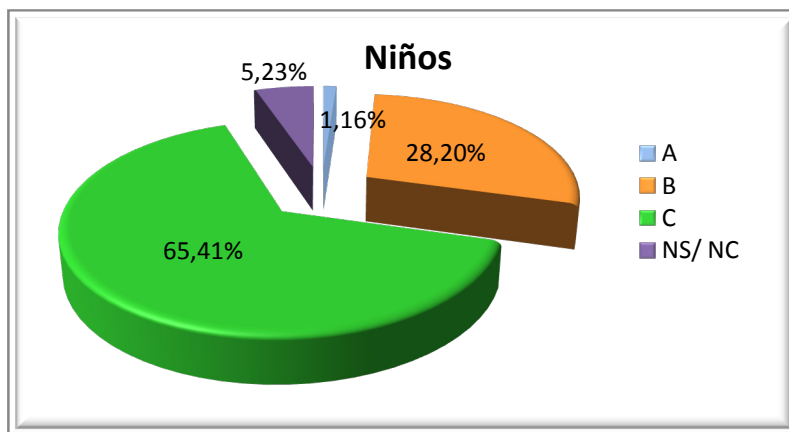
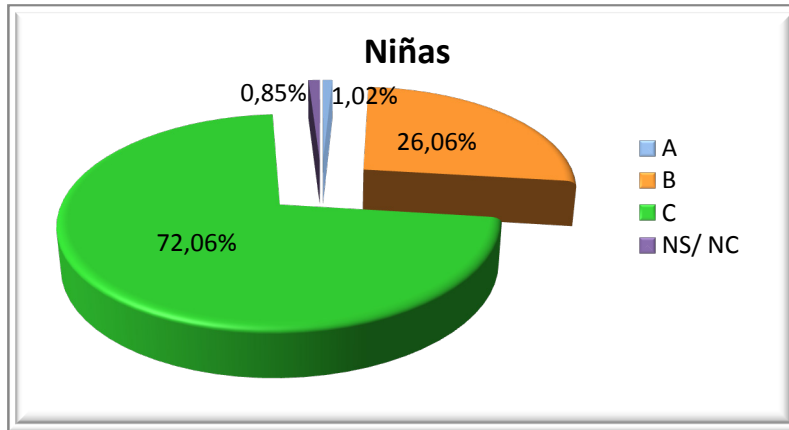
Variable 8.- ¿Les gustaría parecerse a su personaje femenino favorito?



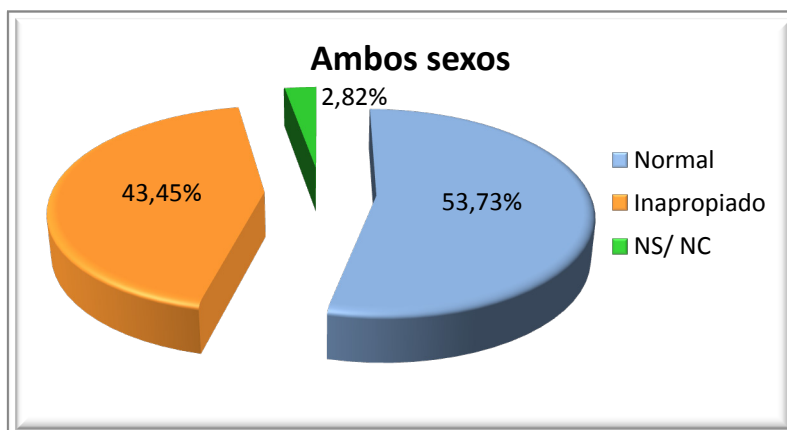
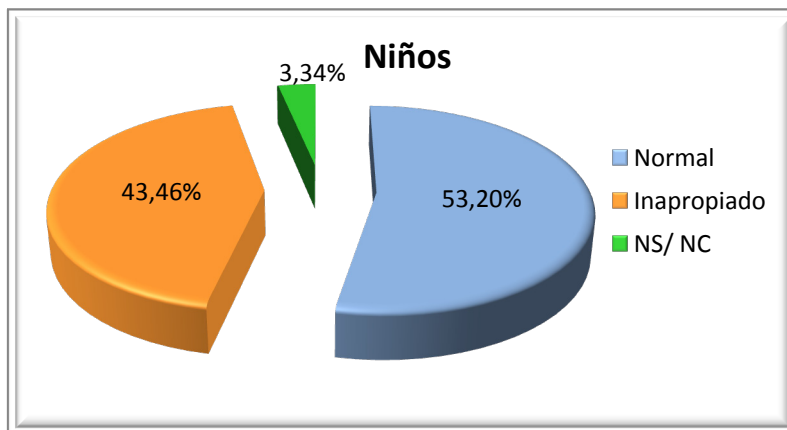
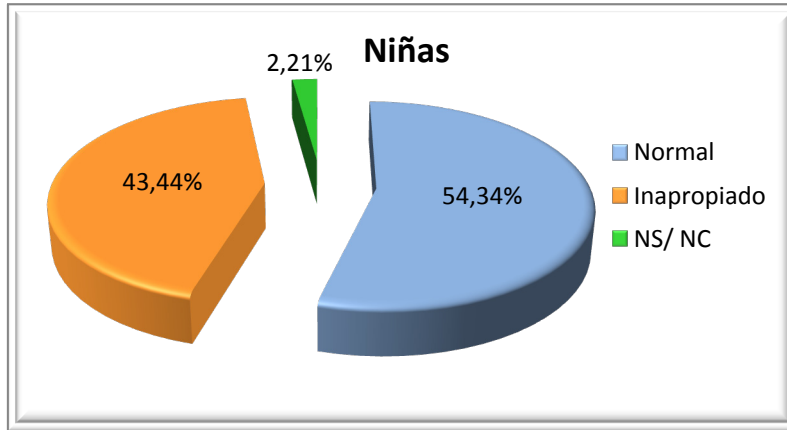
Variable 9.- Ahora bien, con el objetivo de conocer si el niño consumidor de determinados títulos animados es consciente o no de que ciertos contenidos llevan implícitos aspectos violentos sea cual fuere el tipo de violencia expuesta, ¿son violentos los dibujos animados que ven?



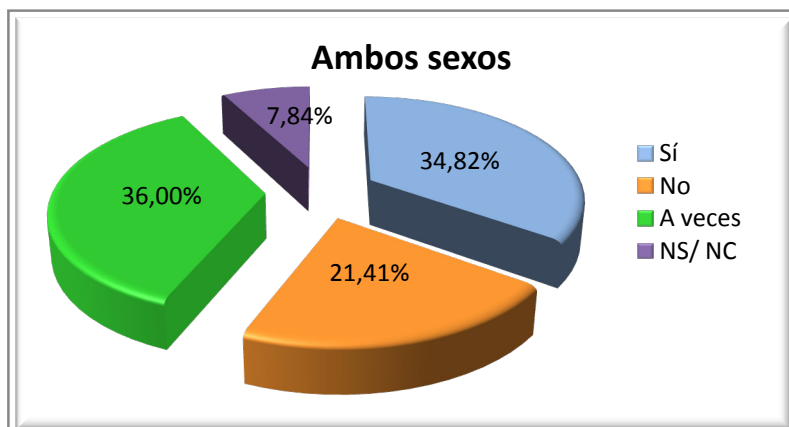
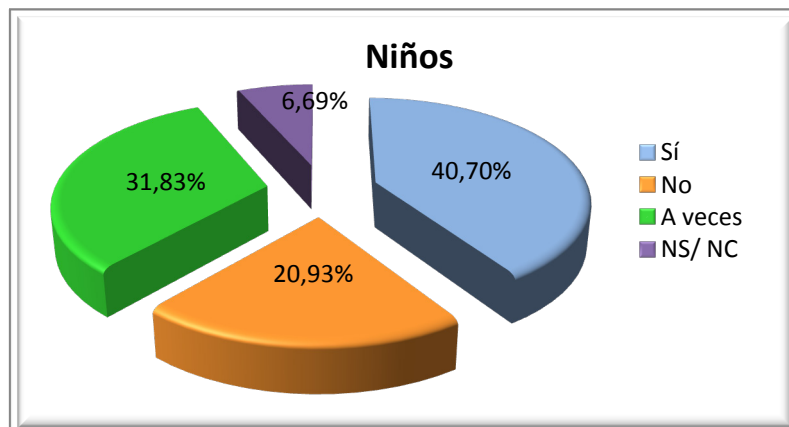
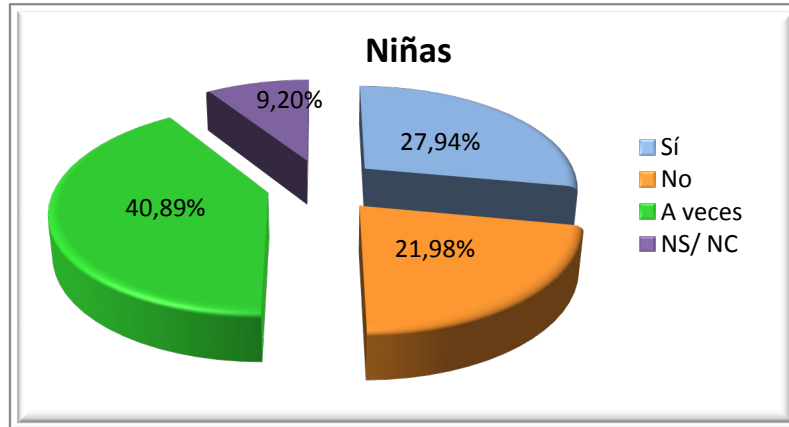
Variable 10.- Habiendo detectado o no, cualquier tipo de violencia presente en los dibujos animados que consumen, ¿qué definen como maltrato? Entiéndase la respuesta A como 'pegar a un hombre', la opción B 'pegar a una mujer' y C 'tratar mal a alguien de palabra u obra'.



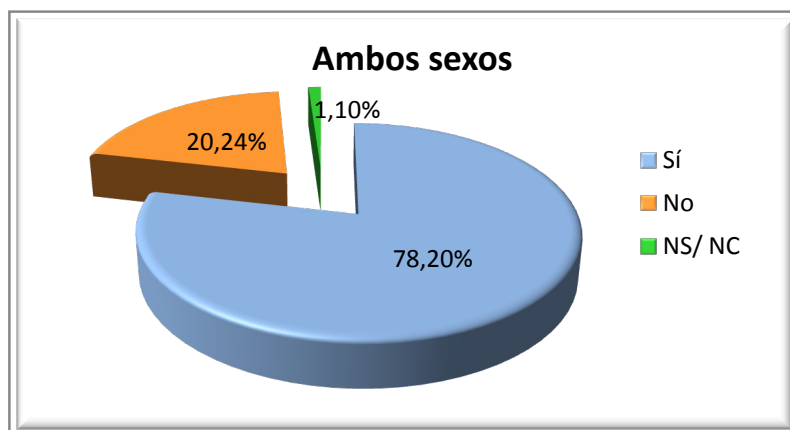
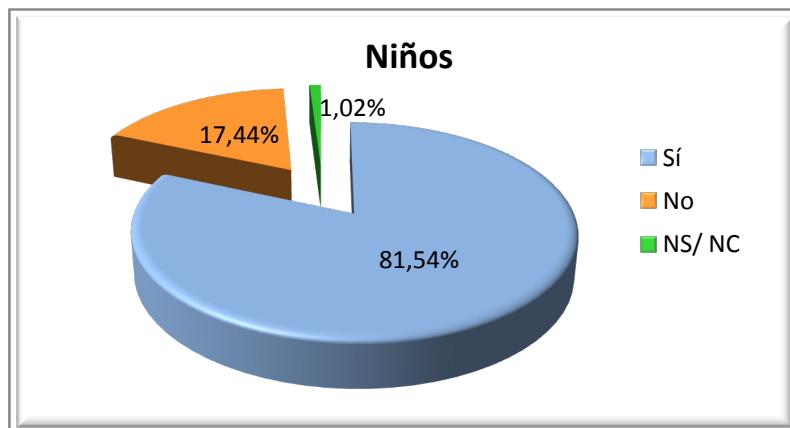
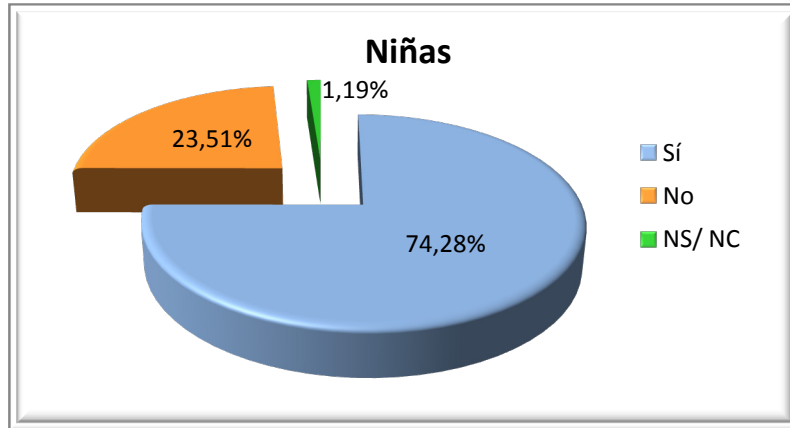
Variable 11.- ¿Consideran normal o inapropiado el comportamiento de los hombres hacia las mujeres en la animación actual?



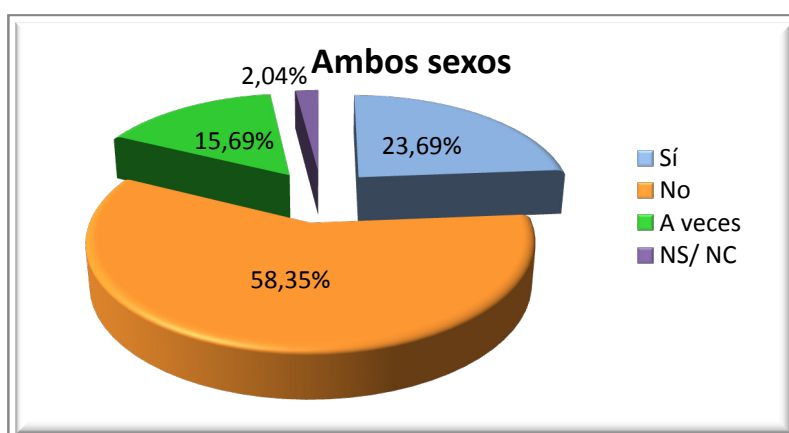
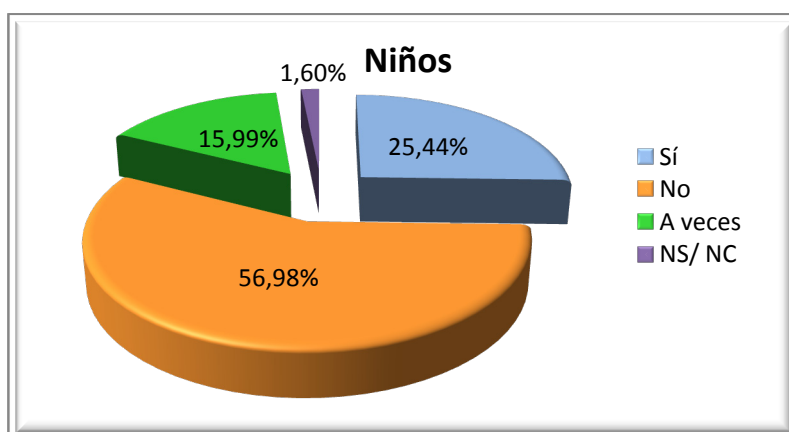
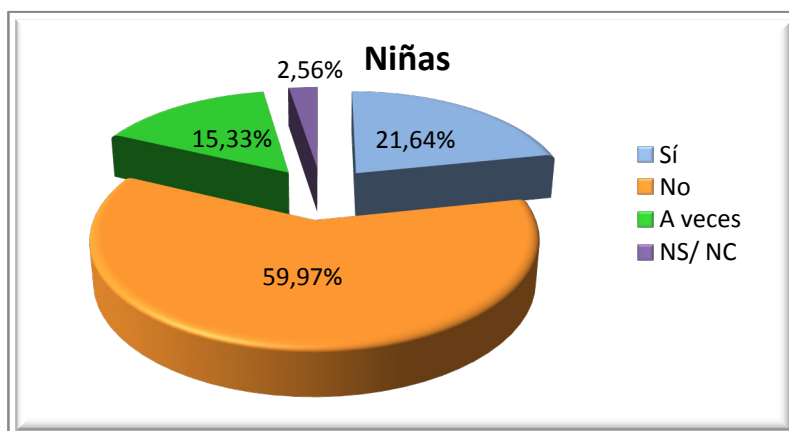
Variable 12.- ¿Son maltratadas las mujeres que aparecen en los dibujos animados como *American Dad*, *Padre de Familia* y *Los Simpson*?



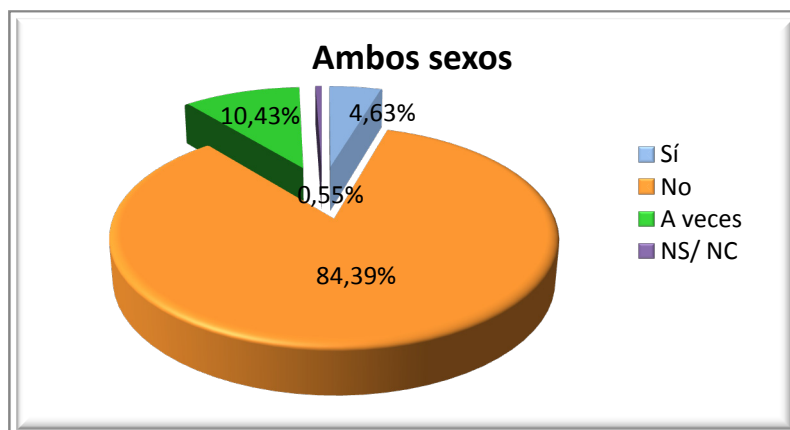
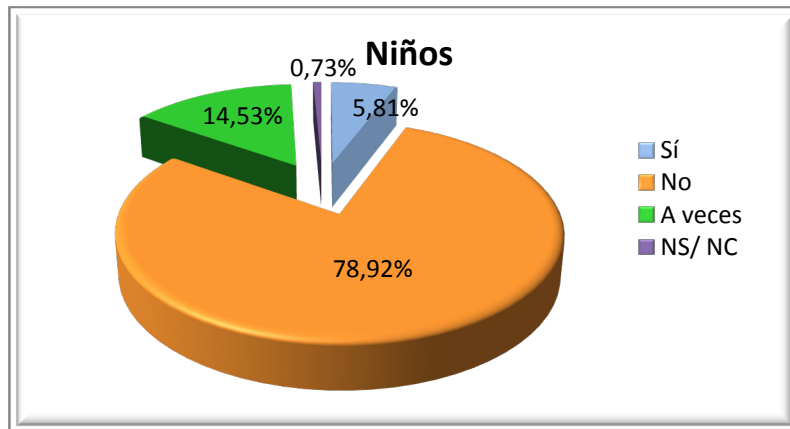
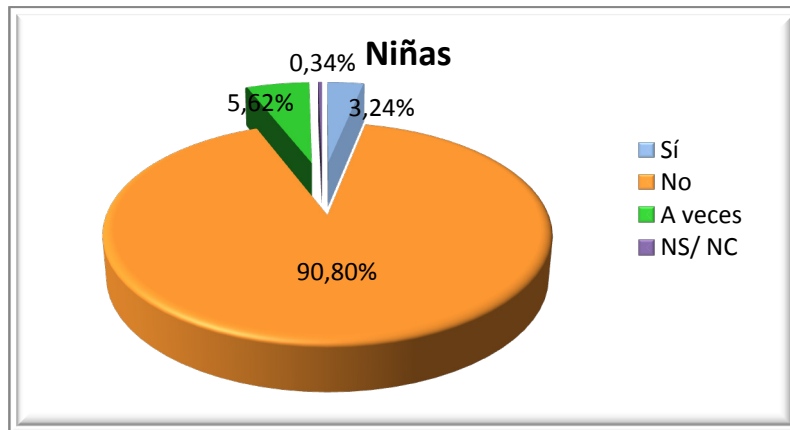
Variable 13.- ¿Consideran maltrato hacia los personajes femeninos cuando los masculinos les insultan y/o desprecian?



Variable 14.- ¿Ven violencia del hombre hacia la mujer en la animación actual?

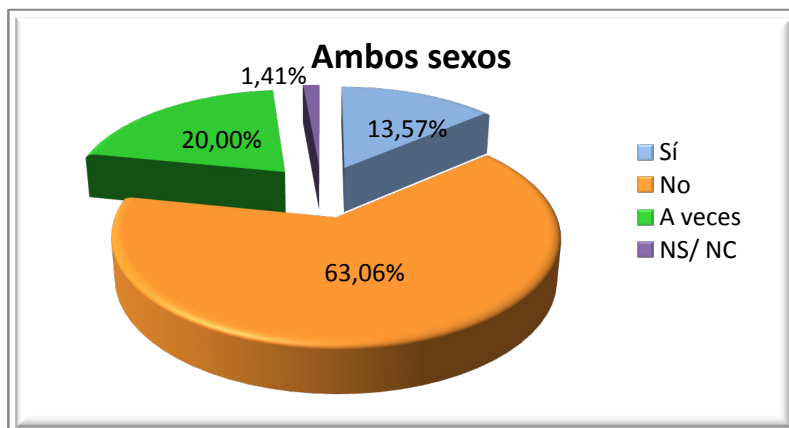
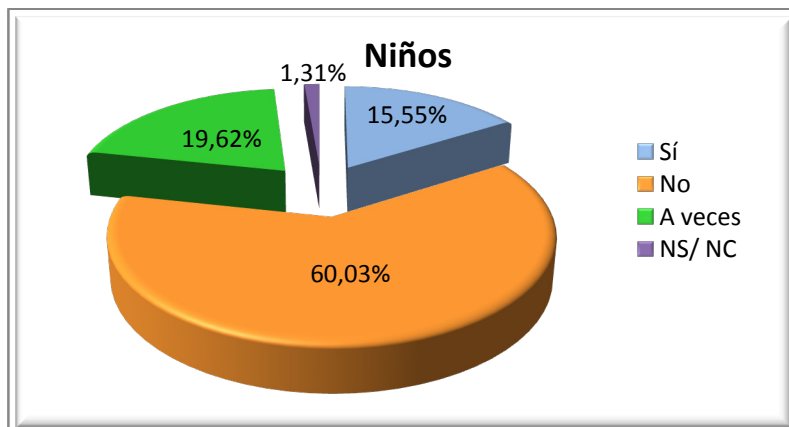
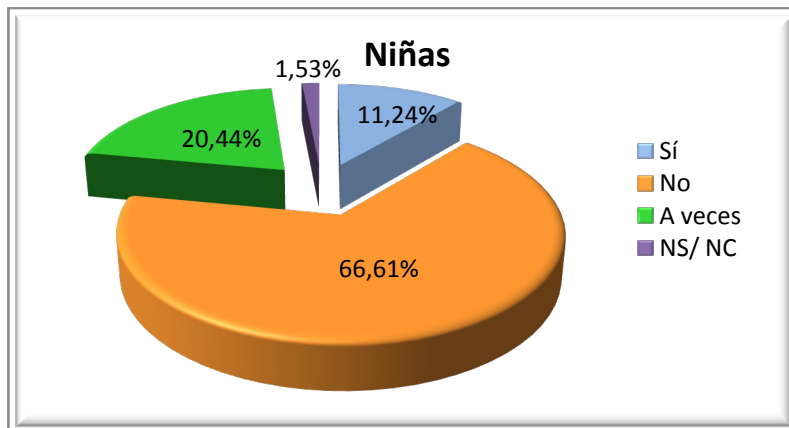


Variable 15.- ¿Creen que los hombres han de comportarse de manera violenta con sus mujeres porque éstas les desobedezcan?

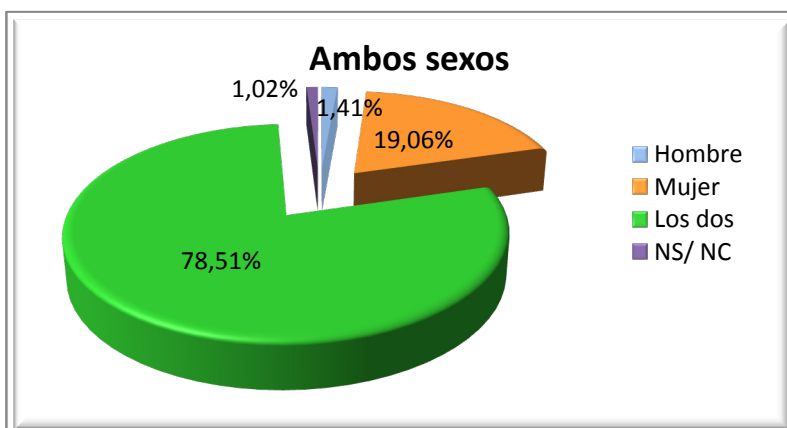
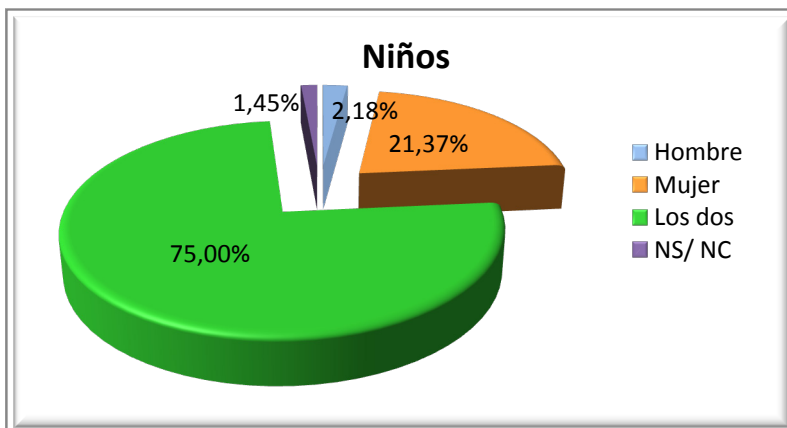
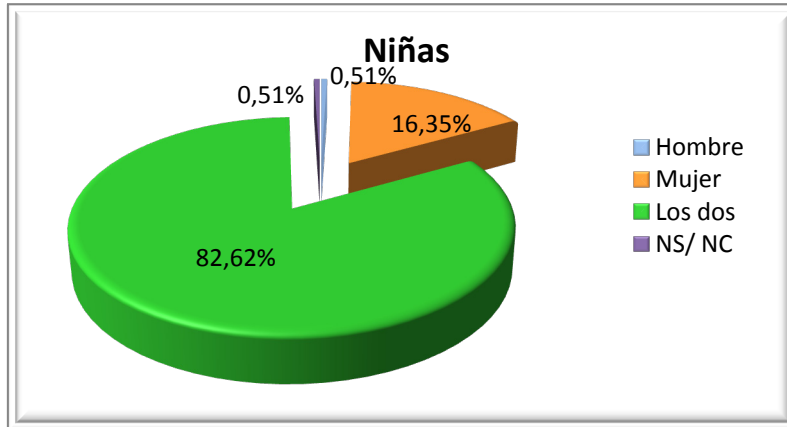


Una vez reconocidos los tipos de productos animados que consumen así como los aspectos relacionados con la violencia en cualquiera de sus manifestaciones hacia los personajes femeninos, se plantea qué opinión presentarán acerca de la sumisión femenina frente a la figura masculina. Para ello se plasman las siguientes variables.

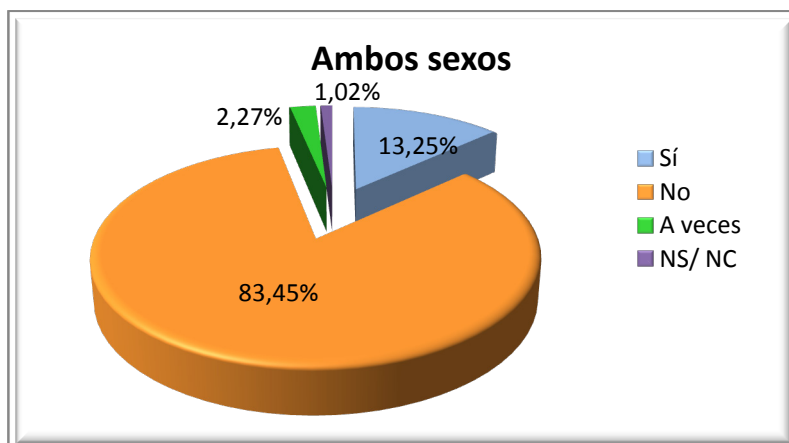
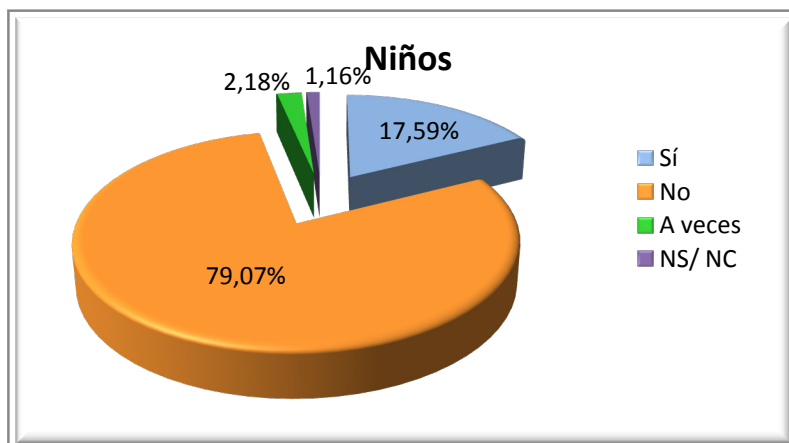
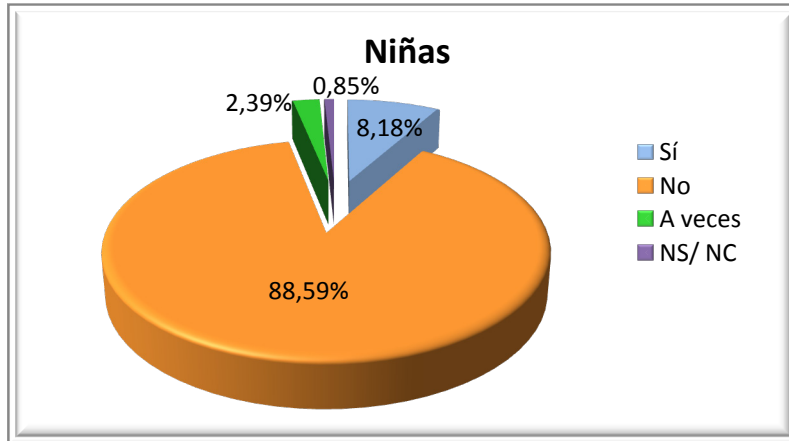
Variable 16.- ¿Tienen las mujeres que hacer caso a sus maridos aunque no estén de acuerdo con sus decisiones?



Variable 17.- ¿Quién debe encargarse de cuidar a los niños y realizar las tareas domésticas un hombre o una mujer?



Variable 18.- ¿Creen que una mujer puede abandonar su sueño de ser médico, abogada, profesora... cuando se enamora, encuentra al hombre de su vida y pasa a dedicarse al cuidado pleno de su marido, su hogar e hijos?



6.2.1. Conclusiones

Habiendo hallado porcentajes en función a la opinión que los niños y niñas andaluces tienen respecto al consumo y el contenido animado emitido en televisión, se extraen las siguientes inferencias:

1. Puede decirse que los padres aconsejan sobre los dibujos animados que deben ver a un 52,39% del total de los niños estudiados siendo el género femenino el más recomendado: el 58,94% de las niñas afirma ser aconsejadas por sus padres frente a un 46,80% de niños que asegura recibir recomendaciones sobre qué tipo de animación deben consumir. ¿Pero influye la posición cualificada de los padres con respecto a su puesto laboral en la alfabetización de los pequeños? Según se ha podido concluir a raíz del estudio de campo llevado a cabo, de los 1198 niños que fijaron la profesión de sus padres, el 36,2% de éstas corresponde a padres con un cierto nivel de estudios siendo solo el 20,98% quienes aconseja a sus hijos sobre los dibujos animados que deben ver.
2. ¿Con qué pretensión encienden los niños andaluces la televisión? El 63,06% de la muestra asegura encender la televisión con la intención de divertirse, un 28,71% pretende divertirse y aprender, y solo el 7,14% expone encender la televisión para aprender. Analizando dichos porcentajes por sexos, un 67,01% del sexo masculino busca la diversión mientras que dicho porcentaje se reduce a un 58,43% en el caso de las niñas. En cuanto al hecho de recibir diversión y aprendizaje por parte la televisión son las niñas quienes superan en porcentaje a los niños: el 32,37% frente a un 25,38%. Finalmente, y en lo que al aprendizaje se refiere, un 7,84% de niñas y un 6,54% de los niños manifiesta encender la televisión solo para aprender. Por todo ello, se puede afirmar que los niños buscan más la diversión que las niñas pudiendo posicionar a éstas bajo el rol del sexo responsable, con una posición correcta e intelectual. Patrones comportamentales que pueden encontrar relación con Bart y Lisa, personajes propios de una de las series televisivas más visionada y reconocida por el público estudiado y en la que éstos se basan continuamente para hallar semejanzas y establecer comparaciones: *Los Simpson*.

3. Sabiendo que la pretensión primera de los niños y niñas es hallar la diversión en los contenidos animados televisivos se ha de llevar a cabo un proceso de selección de los programas a visionar. El decantarse por un tipo de programa u otro viene dado por la empatía que éstos puedan despertar en el niño pudiéndose inmiscuir en la historia representada de tal modo que llegue a entenderla como la suya propia. Quienes dan vida a los personajes los construyen de manera que provoquen una conexión directa con su público dotándoles de una serie de características tanto física como actitudinales que despierten el interés y la identificación en quienes los consumen. Aún así, se ha extraído que solo el 27,61% de la muestra se identifica con algún personaje, siendo el sexo femenino el que mayor afinidad encuentra. El 29,13% de las chicas afirma identificarse con algún personaje frente al 26,31% del sexo contrario. Se puede concluir afirmando que las niñas son quienes mayoritariamente buscan o directamente encuentran a personajes que mantienen algún tipo de semejanza con ellas incluso pueden llegar a idealizarlos. Se corrobora el estereotipo de mujeres, que desde niñas, basan su construcción personal en función a los modelos femeninos televisados encontrando en ellos un referente a imitar.
4. Como bien se ha comentado anteriormente, para que el producto audiovisual tenga éxito entre su audiencia debe presentar una serie de características que ponga en relación a ambas partes; se crean personajes y contextos que mantengan algún tipo de semejanza con la realidad. Para ello, el espectador, siendo conocedor de los perfiles animados, llega a establecer comparaciones entre los personajes y las situaciones con su realidad más inmediata. En este caso se buscaba saber si los niños televidentes establecían algún tipo de comparación entre sus padres y los personajes animados.
En cuanto a la figura paterna, el 33,65% del total identifica a su padre con algún personaje animado siendo los niños (36,63%) quienes hallan más semejanzas. Entre los motivos que alegan destacan: “el parecido físico”, “la inteligencia”, “arregla cosas”, “riñe”, “es gracioso”, “es fuerte y tiene pistolas”, “lucha”, etc.

- 4.1. Por su parte, el 39,14% de niños y niñas declara identificar a sus madres con algún personaje femenino animado; en este caso, aunque con una diferencia escasa, son las niñas las que establecen más parecidos con sus madres que los niños (39,69% niñas y 38,66% niños). Según manifestaron ellas sus madres se asemejan a los personajes femeninos animados en “el parecido físico”, “por el maquillaje”, “va a la compra”, “es dulce y buena”, “si le pido algo viene”, “es la única normal”, “riñe”, “me obliga a hacer los deberes y se enfada con las malas notas”, “trabaja en casa”, etc.

Observando tales comparaciones, los niños y niñas andaluces encuentran mayores semejanzas entre sus madres y los personajes femeninos pudiéndose añadir que los rasgos que éstos captan son características que los pequeños recogen de sus personajes, poniéndolos en relación directa con la realidad y creándose, por tanto, lo que para ellos se construye como real: sus figuras de referencias, tanto reales como animadas, presentan iguales características y comportamientos, por ende, entienden tales situaciones como modelos y modos de comportamientos que imperan en la realidad. Se evidencia la continuidad de las estereotipias masculinas y femeninas.

5. Tal y como se viene exponiendo, el establecer vínculos de identificación con los personajes animados es fundamental para que el espectador consuma un determinado producto y a partir de ahí pueda incluso construir una realidad propia. El 49,57% de la población infantil estudiada afirma querer parecerse a su personaje masculino favorito. Estableciendo comparaciones por sexos, al 65,26% de los varones les gustaría parecerse a su personaje masculino favorito frente al 31,18% de las niñas. Los motivos que exponen son los siguientes: los niños pretenden “pertenecer a la CIA”, “ser valiente”, “triunfar en el fútbol”, “ser veloz”, “ser guay”, “boxear”, “ser fuerte”, “ser travieso”, “lanzar truenos y rayos”, “ser un superhéroe”, etc. A las niñas les gustaría parecerse a ellos porque “son modernos”, “son graciosos”, “son divertidos”, “son famosos”, etc.

6. ¿Te gustaría parecerse a tu personaje femenino favorito? En este caso, solo a un 39,37% del total les gustaría siendo las niñas quienes albergan el porcentaje mayor (66,78%) en comparación con el 15,99% de los niños que opina querer parecerse a sus personajes femeninos favoritos. Ante el motivo de por qué querer parecerse a ellas, los niños responden: “es buena jugando al fútbol” y “vive aventuras”; las niñas por su parte manifiestan querer parecerse porque “es una sirena”, “es guapa”, “es alta”, “tiene fama”, “baila bien”, “sabe kárate”, “me gusta su estilo”, etc.

Una vez obtenidas tales respuestas, se corrobora fehacientemente las estereotipias tanto femeninas como masculinas aún vigentes en los personajes animados lo cual lleva consigo el que los niños y niñas crezcan bajo tales conceptos.

7. Pero a pesar de todo ello, el 59,53% de niños y niñas considera que las historias que se cuentan en los capítulos animados no son reales; el 34,43% opina que a veces se produce alguna semejanza con la realidad y el 3,53% restante cree que éstas sí son reales.
8. Ahora bien, entre todos los títulos animados que los niños y niñas consumen, ¿entienden que estos son violentos? El 47,69% considera que los contenidos que visionan no son violentos, un 33,41% opina que solo a veces y el 17,33% reconoce que los dibujos animados que ven sí son violentos. Por géneros, es el masculino el que más contenidos violentos consume, un 25,15% frente a un reducido 8,18% de niñas que afirma consumir tales tipos de productos. Justifican ver tales series “porque me gustan”, “porque son graciosos”, “son divertidos”, “me gusta la lucha”, “me gustan los superhéroes”, “hay armas de fuego, explosiones, matan”, “para aprender a luchar”, “me gusta la violencia” e incluso algunos exponen no saber por qué consumen tal tipo de contenidos. Con estos datos, se puede concluir que la mayoría no entiende la violencia más que como actos físicos (luchas, combates...) sin percatarse de la existencia de violencia psicológica e incluso simbólica tal y como se expone tras las conclusiones halladas a raíz del análisis de las series animadas más consumidas por la muestra estudiada; no conciben la sumisión femenina en cualquiera de

sus ámbitos como un tipo de violencia. Y lo que puede resultar más grave aún es el hecho de no saber por qué consumen tales contenidos. De este modo, se crea un tipo de espectador acrítico, sin capacidad de decisión que consume aquello que se le presenta y que posteriormente, al igual que la mayoría, pone en relación y/o en práctica con su entorno más inmediato.

9. Inmiscuidos en el ámbito de la violencia, y puesto que en algunos de los títulos analizados esta se manifiesta en cualquiera de sus variantes (física, psicológica y simbólica), ¿qué es el maltrato para los niños? Ante tal cuestión se revela que el 68,47% de los niños y niñas encuestados entiende que el maltrato es tratar mal a alguien de palabra u obra, un 27,22% cree que se trata de pegar a una mujer y un 1,02% opina que consiste en pegar a un hombre. Analizando los datos por sexos y en referencia a la opción “pegar a una mujer”, un 26,06% de las niñas apoya esta definición junto a un 28,20% del sexo opuesto. En cuanto a la opción “tratar mal a alguien de palabra u obra” hay un mayor número de niñas que de niños que aprueban esta respuesta: 72,06% y 65,41%, respectivamente. Puede resultar alarmante que exista cierta igualdad, aunque con un escaso dos puntos de diferencia entre niños y niñas, cuando piensan que el maltrato solo consiste en pegar a una mujer.
10. Teniendo en cuenta tales aportaciones y poniendo en relación dichas opiniones con lo que éstos consumen a través de la animación, el 53,73% del total considera que el comportamiento de los hombres hacia las mujeres en la animación actual es normal siendo el sexo femenino el que con un 54,34% apoya tal concepción. Se ha de señalar que ninguno de los dos sexos percibe ciertos comportamientos de maltrato psicológico y simbólico hacia la figura femenina dibujada.
11. En cambio, cuando se les alude de manera directa al maltrato de las mujeres que aparecen en series con gran afluencia de espectadores como *Los Simpson*, *American Dad* o *Padre de Familia*, un 36% de la muestra total considera que son maltratadas “a veces”, un 34,82% aprecia maltrato hacia tales personajes y el 21,41% restante no ve ningún tipo de indicio de maltrato.

Entre quienes consideran que las mujeres son maltratadas en tales títulos, existe una destacada disparidad entre sexos: el 40,70% de los niños considera que las mujeres son víctimas de los malos tratos frente al 27,94% de las niñas que apoya dicha hipótesis. Realizando una lectura crítica, se puede establecer que es el mismo sexo maltratado el que no se percata de ello; tal actitud puede traer consigo que las mujeres, en este caso niñas aún, entiendan como normales tales comportamientos siendo por ello que muestran este bajo índice porcentual frente al sexo masculino. Se puede establecer dos conclusiones: si se les expone casos concretos sí hallan indicios de maltrato, en cambio, si se les pregunta de un modo indirecto no adoptan una postura crítica. El que las niñas perciban menos muestras de maltrato que los niños puede interpretarse como que ellas, quienes llegan a ser las víctimas, no se percatan de que están siendo maltratadas suponiendo pues que entienden la situación sin peligrosidad alguna; en cambio, los niños sí que detectan malos tratos, esto puede justificarse por el hecho de que son ellos los autores de éstos y entienden dichas respuestas violentas como las acciones a poner en práctica ante la situación que ellos consideren.

12. A pesar de encontrar violencia por parte de los personajes masculinos hacia los femeninos en determinados títulos animados, por lo general, el 58,35% opina que los dibujos animados que consumen no muestran violencia en este sentido. Así, se ha obtenido resultados muy similares entre ambos sexos: el 59,97% de las niñas y el 56,98% de los niños considera que en la animación que consumen no se da la violencia de este modo mientras que un 23,69% cree que sí existe violencia del hombre hacia la mujer en la animación actual. Entre las diferentes ejemplificaciones sobre qué es lo que ven violento se resume algunas como “mandar a las mujeres a hacer las cosas de casa”, “pegar y gritar a las mujeres”, “matarlas”, “insultarlas”... Vuelve a evidenciarse que son los niños quienes perciben más violencia hacia el sexo femenino que las niñas: 25,44% y 21,64% respectivamente; se corrobora que el sexo femenino no aprecia de igual modo que el masculino la presencia de violencia hacia su mismo género.

13. Llegados a este punto y sabiendo qué aprecia y qué no, dentro del plano audiovisual, tanto el sexo femenino como el masculino, la pretensión es observar qué concepto tienen sobre las posiciones de poder del hombre sobre la mujer.

13.1. De muchas de las escenas animadas analizadas se ha podido extraer diálogos en los que el personaje masculino insulta y/o desprecia al femenino pero, ¿los niños perciben tales acciones como maltrato? Pues bien, el 78,20% afirma que tales comportamientos sí denotan maltrato hacia la mujer. Por sexos, el 81,54% de los niños apoya tal afirmación mientras que el porcentaje de niñas que opinan lo mismo es de un 74,28%.

13.2. En cuanto al hecho de si un hombre ha de comportarse de manera violenta con sus mujeres porque estas les desobedezcan, resulta importante señalar que los niños creen que un hombre sí ha de comportarse de manera violenta con sus mujeres siempre o en algunos casos. Un 5,81% de los niños opina que sí frente a un 3,24% de las niñas que se mantiene en la misma afirmación. El 14,53% de los niños piensa que solo a veces el hombre ha de comportarse de manera violenta con sus mujeres junto al 5,62% de las niñas que revela la misma opinión. Quienes declaran que el hombre no debe comportarse de tal manera es el 90,80% de las niñas y el 78,92% del género masculino. Por tanto, resulta preocupante que los niños apoyen tal comportamiento así como la aceptación por parte de las niñas que, aunque en menor porcentaje, llegan a justificarlo en algún momento.

13.3. ¿Quién debe encargarse de cuidar a los niños y realizar las tareas domésticas? Ante esta pregunta aún existe un 16,35% de niñas y un 21,37% de niños que afirma que tales actividades son tarea de la mujer.

13.4. Siendo conocedores de estos datos se ha de proclamar en voz alta que todavía tanto a las instituciones educativas, a los medios

como sobre todo a las familias nos queda mucho trabajo por hacer en materia de igualdad. Se ha de reseñar pues, que los niños y niñas que conformarán la sociedad del mañana continúan manteniendo vigente determinados esquemas patriarcales. Existe aún un 17,59% de la población pre-adolescente masculina andaluza y un 8,18% femenina pensando que una mujer debe abandonar su sueño de desarrollarse profesionalmente para pasar al cuidado de su familia. Sean estos datos, en parte, fruto del concepto que se construye en el imaginario infantil sobre la asignación de determinadas actividades, según el sexo, las cuales todavía se mantienen en los productos audiovisuales animados destinados a un *target* infantil.

Tras todo ello, se puede ratificar la hipótesis de partida. Habiendo evidenciado las estereotipias femeninas aún vigentes en las series animadas emitidas en televisión y dada la capacidad de persuasión y de “absorción” de éstas sobre su público, se puede decir que los niños varones pre-adolescentes andaluces detectan más violencia en los dibujos animados que el género femenino el cual no la califica de un modo alarmante ni otorga importancia a las situaciones de sumisión y violencia en las que se presentan algunas de sus homónimas animadas. Las niñas pre-adolescentes andaluzas se hallan sumergidas en una especie de micro-cosmos en el que no detectan ni son conscientes de que existen ciertas situaciones que resultan ser violentas para su propio género otorgando normalidad a aquellas que el presente estudio ha calificado de violentas para el género femenino. Sea esta situación el resultado de lo que éstas viven en su contexto más inmediato fomentado además, por las situaciones animadas representadas en su afán por proyectar un nuevo *Yo* mediante la evasión del niño en la búsqueda de un entretenimiento protagonizado por nuevos modelos y héroes a los que imitar.

Capítulo 7:

Inferencias. ¿Cómo influyen los contenidos animados en la muestra pre-adolescente andaluza?

Con la pretensión de hallar el entretenimiento, los más pequeños se sientan ante el televisor para consumir productos audiovisuales que les proporcionen diversión. Como programación apta para un público infantil debería mostrarse con un carácter didáctico con la finalidad de crear contenidos que nutran el capital cognitivo de su audiencia. Desde una perspectiva de género se investiga la imagen que se proyecta de la mujer a través de los productos consumidos por los niños de manera que se pueda comprobar si la imagen y el concepto que los pequeños tienen de ella es potenciado por lo que puedan visionar a través de éstos.

Una vez realizado el análisis de contenido en aquellas series más vistas por los niños y niñas de Andalucía, y estudiadas sus respuestas en relación al visionado de dibujos animados, se puede destacar las siguientes inferencias.

1. De una muestra de diez series animadas emitidas en televisión, las más reconocidas y visionadas por los niños andaluces, se establece que existe un 50% de series donde se expone a una mujer estereotipada frente al resto de títulos en los que ésta presenta una evolución en cuanto a sus rasgos artificiales.
2. A pesar de observarse una cierta evolución en lo referido a la representación femenina de las series más novedosas en pantalla (*Inazuma Eleven, Los padrinos mágicos, Bob Esponja...*) las niñas han manifestado en sus respuestas una actitud de sumisión frente a la figura masculina. Por ejemplo, ante la pregunta que se les planteó: ¿son maltratadas las mujeres que aparecen en los dibujos animados como por ejemplo *American Dad, Padre de Familia* o *Los Simpson*?, solo un 27,94% de las niñas reconoce el maltrato frente a un 40,70% de los niños que percibe maltrato en tales títulos. Esta diferencia de percepción de violencia entre ambos sexos se vislumbra llamativa puesto que es el propio género femenino quien no detecta la violencia de sus homólogas dibujadas. Lo alarmante es que suceda lo mismo en su contexto real no percatándose de que estén siendo maltratadas y entendiendo, por ende, la situación como normal.
 - 2.1. Tal actitud puede deberse a que en ellas se está forjando un concepto sobre el trato hacia la mujer basado en estas series estereotipadas, además de estar influidas por el contexto familiar en el que se desarrollan.
3. Según las respuestas de las niñas andaluzas estudiadas, se muestran datos que resultan alarmantes y es que las respuestas de éstas parecen estar influenciadas por las estereotipias manifiestas y las funciones que las mujeres dibujadas representan. Otro ejemplo que corrobora esta inferencia se da cuando un 74,28% de las niñas no entiende el insulto y/o el desprecio hacia los personajes femeninos estudiados como un tipo de maltrato. En cambio, hay un 81,54% del sexo masculino que sí lo define como tal.
4. Se ha podido comprobar que en varias ocasiones los propios alumnos denominaban las series como *American Dad* o *Padre de Familia* como

- demasiado violentas pero que las veían o las habían visto alguna vez porque les resultan divertidas.
5. Se puede establecer dos apreciaciones en cuanto a las respuestas de los sujetos analizados: si se les expone casos concretos sí hallan indicios de maltrato, en cambio, si se les pregunta de un modo indirecto no adoptan una postura crítica. El que las niñas perciban menos muestras de maltrato que los niños puede interpretarse como que ellas, siendo las víctimas, no se percatan de que están siendo maltratadas suponiendo pues que entiendan la situación sin peligrosidad alguna; en cambio, los niños sí que detectan malos tratos, esto puede justificarse porque ellos, autores de los mismos, entienden dichas respuestas violentas como las acciones a poner en práctica ante la situación que ellos consideren.
 6. Aún se sigue clasificando ciertas actividades como propias del sexo masculino y femenino. Y es que los niños y niñas ante la pregunta: ¿te gustaría parecerte a Marge Simpson o a Lois Griffin que se caracterizan por dedicarse a las tareas domésticas y a cuidar de sus maridos e hijos?, tanto niños como niñas solían preguntar: “¿esta cuestión también debe ser respondida por los chicos o solo por las chicas?” Es concluyente que los niños y niñas asignan tales tareas al sexo femenino.
 7. Existe un mayor número de niños que de niñas que afirman que el dedicarse a las tareas domésticas y cuidar de la familia es tarea de la mujer. Pero aún resulta más preocupante que las niñas continúan pensando que es tarea exclusiva de las mujeres.
 8. Conviene señalar que las niñas encuentran más dificultades que los niños en cuanto al consumo de dibujos animados, ellas optan por el visionado de series como *Hannah Montana*, *Los magos de Waverly Place* o *ICarly* como series propias de una adolescencia más avanzada. El motivo de ello puede que se deba al deseo de imitación de sus protagonistas femeninas como chicas coquetas, bellas, enamoradizas... de ahí que las niñas aparezcan ataviadas y representen comportamientos propios de una edad más avanzada.

9. Los niños se muestran seguidores de sus personajes masculinos favoritos buscando el triunfo, bien mediante poderes, siendo más fuertes, triunfando como héroes o como buenos jugadores de fútbol; las niñas por su parte, persiguen a sus referentes femeninos con la pretensión de ser guapas y simpáticas como ellas. De modo que se verifica una clara diferencia entre las aspiraciones masculinas y femeninas, posiciones ambas ancladas en lo que se puede definir como “actividades propias de cada sexo”: belleza y simpatía por parte del género femenino y fuerza, poder y triunfo en el género contrario.
10. En televisión nada es casual, por lo que la construcción de un personaje resulta ser una ardua tarea en su finalidad por representar lo que se pretende; aún así, se puede confirmar la persistencia de estereotipias tanto femeninas como masculinas aún vigentes en los personajes animados lo cual lleva consigo, por permisión de los creadores del dibujo, que los niños y niñas crezcan bajo tales conceptos.
11. A modo de cierre conviene resaltar que la mayoría de los niños y niñas ante la pregunta ¿por qué ves dibujos animados? confesaban no saber por qué lo hacían. De este modo se evidencia la inconsciencia de éstos ante lo que deciden ver en televisión, además de un acentuado carácter acrítico respecto a lo que consumen.

Bloque III: Conclusión general del estudio realizado

Capítulo 8:

Conclusión final

Tras el estudio realizado se puede constatar según la hipótesis planteada las estereotipias manifiestas en los personajes femeninos animados, así como su aceptación por parte de las niñas analizadas sin considerar que tales personajes están siendo víctimas de algún tipo de violencia. Por ello, y por constituirse éstos como mensajes que oscilarán en cuanto a modos de interpretación, se expone una serie de inferencias que evidencian la intencionalidad en la construcción de dichos mensajes, a la par que la función y peligrosidad que tales contenidos traen consigo en el proceso de recepción y posterior enriquecimiento cognitivo y personal del consumidor.

Desde siempre, por la función y/o características pertenecientes a la narrativa, las imágenes proyectadas se han dotado de significaciones varias. El discurso televisivo se concibe como un sistema articulado de diferentes elementos (imágenes, planos, diálogos...) que dispuestos por sí solos se entienden como unidades objetivas pero agrupados, constituyen un todo que conforma una historia y por ende, nuevas interpretaciones subjetivas según el receptor.

Así, Jean Mitry dota a la imagen de un primer sentido antes de adherirse a un conglomerado en el que junto a otras adoptará una interpretación diferente; como resultado de ello se provocará la creación de un discurso que definido por Greimas se asimila como una suma articulada creadora de sentido. Por tanto, la narración se puede definir como un proceso a través del cual se ofrecen historias sobre las que el espectador, en la fase de recepción, aplica sus esquemas en función a su cognición y reconstruye la historia.

La audiencia participa intencionadamente seleccionando entre las alternativas disponibles y en respuesta a sus expectativas, de este modo, lo expuesto a través de la pantalla de televisión provoca la identificación del espectador llegando a considerarse éste protagonista de la historia. Las teleseries se crean para reflejar la realidad centrándose en construir historias y personajes que representen la cotidianidad de su audiencia, provocando la identificación del público y por tanto, la fidelización del mismo. Y es que resulta muy persuasivo que el espacio en el que se ubica el espectador al recibir el contenido sea referido al ámbito de la cotidianidad también reflejada en los contenidos audiovisuales emitidos, lo cual hace que se establezcan vínculos con el individuo de manera que se inmiscuya en la historia haciéndola suya.

Como provocadoras de desiguales lecturas, las causas por las que el receptor adopta diferentes interpretaciones del mensaje emitido sea por su capital cognitivo forjado a través de un contexto y una cultura determinada; un saber hacer del autor frente a un saber interpretar por parte del receptor. Ya Lasswell estudiaba el acto de la comunicación incidiendo sobre el impacto público, individual y colectivo, afirmándose, allá por la década de los treinta que la variabilidad de los efectos dependía en cierto grado de los factores externos a los *media*.

La mirada del espectador fijada ante los contenidos pasa a ubicarse dentro de uno de los tres tipos de lecturas definidos por Stuart Hall en su artículo sobre "Encoding and Decoding". Dicho autor establece que en primer lugar, el receptor ante la visualización de una exposición narrada se acoge a un determinado modo de asimilación de contenidos, ante ello se plantea una posible lectura dominante en la que el espectador aprehende los contenidos asumiendo la ideología y la subjetividad que se proyecta;

por otro lado, éste puede desempeñar una lectura de carácter negociado siendo juzgado lo emitido de un modo crítico según la situación personal en la que se halle el sujeto espectador manteniendo tal aspecto un estrecho vínculo con la Teoría de la catarsis aplicada a un determinado modo de enfrentarse a los productos audiovisuales. Finalmente, cabría darse una denominada lectura resistente en la que adquiere preponderancia la conciencia activa del receptor frente a la ideología transmitida. Como así afirmara Katz en 1959: “bajo circunstancias ordinarias, un mensaje mediático no puede influir en una persona para quien ese mensaje no tenga utilidad”.

Ahora bien, ante toda la proyección visual a la que el espectador se expone, el concepto de diferencia sexual se desmarca como un elemento que despierta interés desde los estudios de género. Tal concepto, existente a lo largo de toda la historia y presente en muchos discursos, se constituye como la piedra angular sobre toda narración, y por tanto, sujeto paciente de múltiples interpretaciones; diferentes visiones y modos de entender y evaluar el grado de repercusión negativa que pueda provocar en el sexo femenino. Pero tal diferenciación sexual agrava los desequilibrios existentes entre la representación de ambos sexos. Se trata pues de un concepto que será entendido según el tipo de receptor e interpretado en función del nivel cognitivo así como el alto grado de lectura audiovisual que se posea; una actitud crítica ante tan destacadas variaciones.

La combinación y resultado de la enunciación también es paciente de la cultura del autor aunque éste cuente con el privilegio de poder representar tanto lo que copa sus ideales como aquello que se presenta como lo adverso aunque en ocasiones, y como fruto de la conciencia e ideología de dicho autor, sus obras y significados pueden hallarse atrapados en determinados esquemas tradicionales. A su vez, existen varias vías subjetivas de entendimiento receptivo: la concebida según la construcción personal de cada receptor o determinados modos de denuncias impalpables por la audiencia quedándose, en ocasiones, en la superficie de lo representado sin ahondar en el significado. Los que diseñan, producen y distribuyen el contenido de los medios quizás no pretendan que sus representaciones del comportamiento humano sirvan como modelos para otros.

Los que adoptan las formas de conducta que han aparecido o se han mostrado en los medios posiblemente no hayan buscado deliberadamente la exposición a pautas de comportamientos con el propósito de copiarlas de los modelos pero lo hacen, sea de manera consciente o inconscientemente.

Como base de los discursos, las lenguas cambian, aparecen nuevas realidades y con ellas nuevas palabras pero, ¿es la lengua la responsable, y por ende sus acepciones, traducción e interpretación que la cultura occidental tiene de una palabra o imagen, de las connotaciones perjudiciales añadidas a estas? ¿se ha de culpar a la narrativa del aspecto denigrante de la mujer que determinadas imágenes llevan a evocar en todo este entramado? Todo es narrativa y para su desarrollo en el audiovisual son necesarias imágenes con significados propios; la intencionalidad del autor ante lo manifestado pudiera ser la causante de efectos nocivos. No obstante, el autor bien ante el papel o la toma de diferentes planos goza de total libertad para plasmar sus intenciones y crear opinión. La responsabilidad en sí recae sobre el propio receptor a la hora de la asunción consciente de determinados contenidos.

Se genera pues cierta controversia en cuanto al acceso de determinados productos; irresponsabilidad tanto por parte de los órganos reguladores que proyectan, como del mismo consumidor.

Las reflexiones hasta ahora plasmadas albergan mayor “trayectoria curricular” en la práctica literaria y una mayor relevancia en lo que a lo cinematográfico se refiere, pero como heredera de todo ello figura la televisión que aunque joven en tal escenario reúne mayores desencadenantes y por tanto, un incremento de responsabilidad dada la cercanía, accesibilidad, familiaridad y repercusión persuasiva influyente en sus numerosos adeptos. Tanto es así que el medio televisivo es considerado como un macrodiscurso social dominante en la concienciación colectiva. La clave desencadenante es, en cualquiera de los medios, la actitud androcéntrica aún hoy vigente.

El motivo de la no erradicación de las estructuras audiovisuales estereotipadas que se vienen describiendo puede hallar su respuesta en el miedo, a nivel de negocios, a

implantar un nuevo producto con el que la audiencia no se sienta identificada, por ello, y dado que la finalidad básica en el mundo televisivo es conseguir en un tiempo determinado un elevado número de audiencia, se pone en práctica lo conocido como “economía del esfuerzo”, una práctica fuertemente arraigada a la concepción previa establecida culturalmente en los individuos. Como una segunda causa que justifique el hecho, sea porque su exposición vaya bañada de una intencionalidad crítica, a modo de denuncia, ante la situación de desequilibrio entre géneros, es en este punto donde reside el principal problema, en la incapacidad por parte del sujeto receptor de concebir la finalidad del producto como tal. De este modo, el espectador vira pues hacia una asimilación de contenidos sin filtro alguno en un público totalmente permeable aludiendo de nuevo a lo ya planteado anteriormente: nivel cognitivo, contexto cultural, nivel crítico consciente ante determinados productos y la ideología como la principal protagonista con una mayor capacidad de influencia, entre otras variables.

Imbricados ya en el terreno de los productos televisivos, el escenario de las nuevas tecnologías sufre continuas transformaciones pero no tanto el contenido de sus productos. Los mensajes producidos por los *media* son responsables, en gran medida, de eliminar la formación y el fomento de los estereotipos existentes. Aun así, y desde una perspectiva de género, poco a poco ha ido vislumbrándose una lenta a la vez que emergente incorporación de determinadas producciones audiovisuales que comienzan a implantar un cambio en cuanto a contenidos y el modo de representación de los discursos rompiendo las estereotipias de género y visibilizando cada vez más la presencia femenina implicada incluso en el desempeño de nuevas actividades alejadas de las “propias del sexo débil”. En España, y fruto de la concienciación colectiva, tal avance se califica como más pausado, siendo la década de los noventa el periodo de mayor auge con títulos como *Farmacia de Guardia* (Antena 3, 1991), *Periodistas* (Telecinco, 1998), *El Comisario* (Telecinco, 1999), así como *Policías en el corazón de la calle* (Antena 3, 2000) y *Hospital Central* (Telecinco, 2000) entre otras posteriores.

En el caso de las producciones de series animadas, el asunto escasea en variaciones. Se trata de un género que preocupa especialmente puesto que su objetivo principal es el público infantil. Los niños en sus primeros años toman como modelo aquello que se les presenta como más cercano.

El niño adopta como mecanismos de actuación las actitudes que se hallan más inmediatas al entorno en el que más directamente se desarrolla: la familia y la televisión entendida como un espacio de entretenimiento. Tal y como plasmara Guinsberg: “cada vez más las profusas programaciones destinadas a niños buscan objetos simultáneos: necesario modelamiento del hombre y hacer que ese proceso continúe fuera del tiempo televisivo” (Guinsberg, 1985: 73).

Los personajes pueden actuar como modelos de comportamientos y como amigos, hacen compañía, además de representar un modelo de observar el mundo. Se convierten así, en uno de los principales vehículos para influir en la audiencia siendo esencial el proceso de relación con los personajes.

Entre las series analizadas en el presente estudio se observa que a pesar de su datación relativamente reciente, el personaje femenino predomina por su adhesión a los roles y estereotipos inculcados tradicionalmente.

Ahora bien, como resultado de todo lo expuesto y elaboración de todo el análisis presentado, se ha obtenido una serie de inferencias que complementan a la par que enriquecen la situación que actualmente ocupa el cuerpo femenino dentro del escenario público comunicativo.

1. Obviando la procedencia de las mismas, se puede afirmar que el 50% de la programación analizada presenta una imagen femenina estereotipada más acusada que en el resto de los títulos. Señálense títulos tales como *American Dad*, *Padre de Familia*, *Shin-chan*, *Los Simpson* y *Doraemon* siendo la sumisión el rasgo característico principal de los personajes femeninos. Por su parte, el resto de las series (*Los padrinos mágicos*, *Phineas y Ferb*, *Inazuma Eleven*, *Las Supernenas Z* y *Bob Esponja*) han sido creadas para inculcar nuevos valores en lo que a la representación femenina se refiere.

2. Por lo general, en la mayoría de las series, los personajes que se presentan ejerciendo la función de madre siguen anclados en el estereotipo de mujer, esposa y con hijos cuya característica principal es la sumisión familiar.
3. La mayoría de los títulos seleccionados, de origen norteamericano, se ubican dentro de lo considerado como de entretenimiento dibujando a la mujer fruto del patriarcado imperante en la sociedad, una visión de la misma con dificultad para discernir entre lo puramente cómico del papel sumiso al que están sujetas; se acrecienta la peligrosidad en el fácil acceso del público infantil ante tales contenidos tomándolos así, como lo realmente válido, existente y real.
4. Desde siempre la animación ha sido definida como un producto destinado a un público infantil basado, por tanto, en valores educativos y morales, y bañados a su vez por un cierto tono persuasivo a través del entretenimiento. Pero hoy día tal concepción está siendo absorbida, en muchos casos, por un carácter obsceno y desenfadado tanto en las historias narradas, en las imágenes como en sus diálogos.
5. Se ha de comentar que de la muestra de las diez series animadas más vistas por los niños, no existe ni una sola de producción española; todas ellas se dividen entre producciones bien norteamericanas o japonesas (60% y 40% respectivamente).
6. Por todo ello, y ante tal desorbitación de los productos televisivos básicos ofertados para quienes conformarán la base social del mañana se habrían de establecer restricciones más severas por parte de aquellas instituciones que otorgan poder al medio y desde donde se controla la emisión y colocación en parrilla de los diversos contenidos ajustándolos a las medidas que contemplan la protección infantil.
7. No se trata de suprimir la producción de tales materiales pues, desde una mirada amasada en lo crítico, éstos sirven como reclamo de auxilio para la posición en la que se halla inmiscuido el género femenino aún en el siglo XXI, sino que más bien se ha de establecer barreras de emisión al mercado más restrictivas para los mencionados títulos y los todavía venideros, así

como subrayar el remedio considerado como más tajante: se ha de comenzar estableciendo un mayor control desde los núcleos más inmediatos del menor quien en ocasiones llega a ser consciente de la gravedad de la representación de las imágenes manifiestas. Es necesaria una concienciación infantil apta para el consumo de este tipo de contenidos. Resulta de interés destacar tal hecho en uno de los capítulos perteneciente a la producción *Los Simpson* titulado “Lisa contra Stacy Malibú”, en el que ésta a pesar de la devoción manifestada hacia tal juguete se muestra contraria a la ideología potenciada por la creadora de la misma reclamando así la igualdad de la mujer; de este modo se evidencia una llamada de atención hacia el sector infantil aportando un cierto conocimiento de la relegación a un segundo plano en el que se halla el género femenino el cual queda subyugado a los típicos tópicos de mujer inmersa en un espacio interior y relacionada directamente con el fiel arraigo a la figura masculina.

8. Aunque los contenidos audiovisuales van incorporando el componente de igualdad de género con la pretensión de alcanzar una sensibilización social, todavía se siguen apreciando ciertos aspectos de vulneración tanto en los modelos que se transmiten a través de la figura masculina como femenina bajo el manto del entretenimiento. Tan dañino para la concienciación infantil resulta la representación de un modelo de una mujer sumisa como de un hombre simple e irracional, como así se puede apreciar en series de gran audiencia como *Los Simpson*, *Padre de Familia* o *Shin-chan*.
9. La realidad concebida comunicacionalmente es ficcionalizada; con estas nuevas producciones el sujeto infantil sufre, intelectualmente, un desplazamiento de la realidad otorgándosele relevancia a lo presentado en las pantallas y activando aquello de que todo lo que sale en televisión es lo válido y únicamente existente por lo que se va implantando la imposición de un determinado comportamiento conductual. Por lo general, la sociedad actual convive con nuevos productos alejados de la añorada y tradicional

creación de historias provocadoras de una fantasía soñada propia de generaciones anteriores.

10. Como posibles soluciones planteadas fruto de una visualización de la disparidad de géneros visionada, se ha de poner en marcha cierto protocolo de equiparación y erradicación final. Por un lado, se ha de potenciar un destacado equilibrio en cuanto al número de personajes tanto masculinos como femeninos, así como un mismo protagonismo y desempeño de las distintas funciones mientras que, por otro lado, se ha de patentar una mejora en el lenguaje empleado sobre todo en lo referente al sexo masculino, para finalmente, prestar una especial atención a la sexualidad de las relaciones entre el género femenino y masculino.
11. Por todo ello, se debe prestar especial atención a la aparición de canales temáticos como Clan, Disney Channel o Boing, cuyo máximo porcentaje de programación es animada. Dichos canales pueden considerarse como una importante fuente emisora de estereotipias tanto femeninas como masculinas.
12. No obstante, la mayoría de los títulos más reconocidos por el público (*American Dad*, *Padre de Familia*, *Los Simpson*, *Shin-chan...*) hallan su base en la agresividad, el menosprecio y desprestigio en aras de una superposición masculina provocándose así, efectos visuales dramáticos que podrían justificar de algún modo la ideología y por consiguiente, el comportamiento agresivo y violento impregnado en las edades más tempranas el cual se irá reforzando con el desarrollo individual y el contacto social propio del contexto más inmediato; una construcción de sujetos basada en los patrones de actuación cultivados desde el origen virgen del intelecto receptor.
13. Los medios son dispositivos ideológicos de convencimiento y domesticación. La cultura profesional de la industria mediática es la principal responsable de una transformación de la realidad en espectáculo circense e irreal. Se ha de potenciar así la idea de no asociar ni presentar todos los productos animados como de inmediato consumo infantil, sino

más bien se habría de adaptar la exposición de los mismos para un público objetivo adecuado; medidas de control que debieran llevarse a cabo, en primer lugar y de manera estricta, por los órganos reguladores del audiovisual, además de por el entorno familiar del niño en su permisividad o no ante el consumo de determinados programas.

14. Según el psicoanálisis, en el proceso de recepción, las identificaciones con los personajes resulta ser un aspecto esencial en el proceso de formación del *Yo* según el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad o cualquier atributo del otro y se transforma total o parcialmente. El triunfo implica una alta valoración para los demás y para uno mismo: superioridad del *Yo* frente al resto de mis iguales. Dicho proceso es el resultado de la Teoría del aprendizaje por observación, el poner en práctica determinadas conductas lleva consigo un reforzamiento como consecuencia de una recompensa, es decir, una experiencia agradable por haber tenido un determinado comportamiento como respuesta a un estímulo. Si la adopción de tales comportamientos produce realmente consecuencias positivas es probable que esta forma concreta de actuación persista como una parte más o menos permanente del repertorio del individuo. Extrapolando todo ello a los personajes analizados, en el caso de la figura femenina la recompensa a la sumisión por actividades domésticas es traducida en afecto por parte de la familia; por el contrario, el comportamiento autoritario por parte del hombre provoca en el individuo sensación de poder social e idolatría ante sus compañeros. Además de considerar a los productos emitidos como estimulantes de una respuesta, el sentirse inducido a imitar la violencia tiene mucho que ver con la ausencia de juicio crítico del consumidor. Pero en todo este entramado de construcción, emisión y recepción de contenidos el aspecto que más preocupa es la violencia manifiesta en cualquiera de sus ámbitos, así como la interpretación que la audiencia, en este caso infantil, haga de la misma. Resulta importante entender que los contenidos violentos en los medios de comunicación son un factor de riesgo en la violencia que sufre la infancia y en sus propias conductas violentas,

pero no son su única causa. Es falso y reduccionista decir que la televisión produce violencia, pero sí es cierto que la puede favorecer y que no está asumiendo responsabilidad clave para acabar con la violencia contra la infancia (Horno en Fernández y Noblejas, 2007: 103).

15. Tal es el hecho, que según la muestra de niños y niñas pre-adolescentes estudiada, se puede concluir con que la mayoría no entiende la violencia más que como actos físicos (luchas, combates...) sin percatarse de que el maltrato psicológico e incluso simbólico expuesto en los títulos animados también es violencia; no conciben la sumisión femenina en cualquiera de sus ámbitos como una variante de ésta. Y lo que puede resultar más grave aún es el hecho de afirmar no saber por qué consumen tales contenidos, en cualquier caso lo argumentan afirmando que les parece divertido. Se evidencia pues, la existencia de espectadores acrílicos, sin capacidad de decisión que consumen aquello que se le presenta y que posteriormente, ponen en relación y/o en práctica con su entorno más inmediato. Se corrobora de este modo lo afirmado por McQuail, Blumler y Brown en 1972 quienes exponían que la diversión se constituía como una de las principales intenciones existentes entre los *media* y la audiencia.
16. Es necesario exponer que aunque los medios no están provistos de una serie de referencias que engrosen el elenco de posibilidades de acción que tiene el receptor, sí se pueden entender éstos como agentes de socialización influidos por un conjunto de factores y de condicionantes que finalmente llevarán al individuo a adoptar determinadas actitudes. Un mismo mensaje puede generar efectos diferentes cuando se mide su impacto en individuos con diferentes características e intereses, aún así, como apunte de relevancia, según los datos extraídos, se puede afirmar que el sexo femenino no aprecia de igual modo que el masculino la presencia de violencia y sumisión hacia su mismo género, por tanto, se aprecia cierta alienación y desensibilización por parte del género femenino con la imagen estereotipada de la mujer.

17. Resultaría interesante, que en el medio televisivo tanto para series ficcionales como animadas, se procediera a la inclusión del pictograma informativo “Especialmente recomendada para el fomento de la igualdad de género”⁷, actualmente vigente para la categoría cinematográfica, de modo que los espectadores tengan conciencia del grado de tratamiento otorgado a los personajes en materia de igualdad de género.
18. Se puede sostener que la animación actual estereotipada influye, en mayor o menor medida, en la formación del capital cognitivo del infante.
19. Como dato enriquecedor a todo lo anteriormente comentado, y permaneciendo en el ámbito televisivo, se ha de señalar, según lo expuesto por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2011⁸, lo siguiente:
 - 19.1. Coincidiendo con lo manifestado por la muestra pre-adolescente estudiada, el motivo principal por el que se ve la televisión en Andalucía es el entretenimiento, seguido por la información y la posibilidad de “desconectar” o “relajarse” (p.54).
 - 19.2. Ante la pregunta: ¿qué es lo “peor” o lo que más le preocupa de la televisión? solo un 5,6% indica que lo peor de la televisión es la falta de educación y civismo (p.58); siendo el género femenino el que supera la media en esta opción (7,8%), (p.59).
 - 19.3. Por otro lado, y en cuanto la opinión que las mujeres tienen de sus homónimas televisadas, éstas tienen porcentajes más altos que la media en su total acuerdo con que se proyecta una imagen de mujer “ama de casa” (16,6%), utilizada por su atractivo físico (66%) y subordinada al hombre (19,5%). Por edades, la población de 55 años o más tiene un alto acuerdo con que se proyecta una imagen de mujer independiente y decidida, utilizada por su atractivo físico, comprensiva y

⁷ Boletín Oficial del Estado. Nº 286. Lunes 28 de noviembre de 2011. Sección III. Página 126682. Ministerio de Cultura.

⁸ Barómetro Audiovisual de Andalucía 2011. Consejo Audiovisual de Andalucía.

negociadora y desempeñando labores de responsabilidad. Los más jóvenes (de 16 a 24 años y de 25 a 34 años) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las afirmaciones de la proyección de una mujer “ama de casa” (31,4% y 32,6% respectivamente), independiente y decidida (33,9% y 36,0%), subordinada al hombre (32,5% y 33,4%), comprensiva y negociadora (41,4% y 40,4%) y desempeñando labores de responsabilidad (27,8% y 24,9%), (p.117).

20. Se observa pues, una sutil evolución de la figura femenina tanto en las series de animación televisadas en España (tal y como el presente estudio revela), como en las series ficcionales nacionales lo cual es corroborado en un informe realizado por la Universidad Internacional de la Rioja *Las mujeres en la ficción televisiva española de prime time* (2012).

Centrados de nuevo en el género de animación televisada, y corroborando la hipótesis sobre la que se sustenta el estudio, se concluye exponiendo que en buena parte de las series analizadas se puede apreciar en los personajes femeninos estereotipos patriarcales pero se ha de especificar que existe disparidad entre niños y niñas en cuanto a la forma de percibirlos y es que las niñas no la detectan del mismo modo que los niños.

A pesar de existir un destacado porcentaje de las series analizadas en que la mujer no sufre violencia alguna ni es esclava de cualquier tipo de sometimiento, las que siguen marcando la ideología de género en los más pequeños, concretamente sobre las niñas, son aquellas en las que la mujer sigue presa de un comportamiento estereotipado. En su mayoría, son los personajes femeninos que asumen el rol de madre quienes cargan con tal representación. Aunque los varones sí observan más asiduamente situaciones de violencia a las que están sometidas las mujeres dibujadas en dichas series, las niñas, en cambio, no presentan la misma posición. Éstas arrojan datos mediante los que exponen no detectar ciertas situaciones de violencia hacia el sexo femenino, parecen tener asumido que las mujeres han de estar sometidas a una serie de situaciones de modo que cuando consumen aquello que forja su capital cognitivo lo atestiguan

entendiéndolos como comportamientos normales; y es ahí donde radica el problema. Si al hecho de ser testigos de ello en sus realidades cotidianas se le añade el consumirlo en aquellos productos cuyo fin son el entretenimiento se afianzan dichas posturas sin la posibilidad de presentárseles y, por ende, ver y conocer otros modos de ser, de comportarse y de construirse como mujeres.

De este modo, se eleva a tesis la hipótesis planteada en la introducción estableciéndose como conclusión final de la investigación que todavía en la televisión, y concretamente en las series de animación, se sigue dando una acentuada disparidad entre géneros proyectándose una representación femenina subyugada a la superposición del género masculino. Dicha representación alimenta el imaginario colectivo infantil que carente de una visión crítica no detecta la subordinación a la que está siendo sometido el género femenino.

Bloque IV: Nuevas líneas de investigación

Capítulo 9:

Investigaciones derivadas

Tras la investigación en estas páginas plasmada y una vez obtenidos resultados, se podría ampliar el campo de estudio por diferentes vías. Siendo el núcleo central de todas las posibles investigaciones las estereotipias femeninas en las series de animación más actuales, así como la violencia explícita en las mismas en cualquiera de sus variantes, cabría desembocar el presente estudio en nuevas perspectivas adyacentes.

Como estudios más cercanos en cuanto a intereses, se enumerarán a continuación distintos puntos con miras a posibles trabajos futuros los cuales resultarían enriquecedores tanto para el trabajo que ahora se desarrolla como desde un punto de vista social:

1. En primer lugar, se ha de señalar la pretensión de ampliar la investigación a nivel español e incluso europeo de modo que se pueda evidenciar la repercusión que en la población infantil ocasionan las series de producción

estadounidense, japonesa e incluso europea, pudiéndose hallar posibles diferencias entre ellas, en caso de que existieran, en cuanto al modo de representación de sus personajes.

2. Por otro lado, resultaría de especial interés teniendo como referente el estudio de “El muñeco Bobo”⁹ de Albert Bandura y sus colaboradores, comprobar mediante prácticas neurológicas si existe la posibilidad de una activación en alguna parte del cerebro en individuos infantiles al consumir contenidos violentos, calculando así el tiempo de duración de la adopción de cierto carácter agresivo en el sujeto en el caso que se produjese una imitación de lo emitido.
3. Otro proyecto a poner en práctica podría consistir en la puesta en marcha de la técnica del *focus group*. Consistiría en estudiar a un grupo concreto de niños durante un periodo de varios años (infancia-adolescencia) de modo que se pudiera observar una posible evolución/posición crítica desde una perspectiva de género en función a una muestra de series animadas previamente seleccionadas por éstos.
4. Continuando con el género de animación, se ha de señalar la posibilidad de hacer un barrido, en cuanto al minutado, por las series de animación de mayor reconocimiento para ver qué porcentaje de intervención tienen los personajes hombres frente a las mujeres definiendo, del mismo modo, las pautas comportamentales manifiestas por éstos de manera que se pueda vislumbrar qué personajes (masculinos o femeninos) persuaden a la audiencia y de qué modo lo llevan a cabo.
5. Finalmente, y como un estudio paralelo al presente, se podría centrar la mirada en el cine de ficción para niños. El objetivo versaría en analizar las estereotipias femeninas e incluso masculinas manifiestas pudiéndose hallar nuevas masculinidades en los sujetos varones infantiles.

⁹ Bandura, Ross y Ross (1963). Estudio realizado para corroborar la Teoría del aprendizaje por observación o modelado.

Bloque V: Documentación

Capítulo 10:

Bibliografía

AGUADED, J. I. (1999). *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona. Ed. Paidós.

AGUADED, J. I. (2002). "Nuevos escenarios en los contextos educativos. La sociedad posmoderna, del consumo y la comunicación" en *Agora digital*, 3, pp. 47-66.

AGUADED, M^a C. (2008). "La familia ante el consumo de la TV de sus hijos: orientaciones y propuestas" en *Comunicar*, 31, pp. 293-298.

ALVARADO MIQUILENA, M. (2008). "Aprender a ver TV: de lo virtual a la especialización en el uso creativo de la TV" en *Comunicar*, 30, pp. 503-511.

ALVIRA, F. (1983). "Perspectiva cualitativa-perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica" en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 22, pp. 53-75.

ANTÓN FERNÁNDEZ, E. (2001). *La socialización de género a través de la programación infantil de televisión*. Castilla y León. Dirección General de la mujer e Igualdad de oportunidades.

APARICI, R. [coord.] (1993). *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid. Ed. De la Torre.

ARANDA-JUÁREZ, D. (2005). "El espectador excesivo (fan) y las comunidades on-line: estudios de recepción y educación mediática en 'Gran Hermano'", en *Comunicar*, 25.

ARMIÑÁN, J. (1963). *Guiones de televisión*. Madrid. Ed. Rialp. S.A.

ARNETT, J.J. (1995). "Adolescents' uses of media for self-socialization" en *Journal of Youth and Adolescence*, 5, pp. 519-533.

ARRIAGA FLÓREZ, M.; BURGOS DÍAZ, E.; CABALLERO WANGÜERMENT, M.; MARTÍN DÍAZ, E.; RAMÍREZ GÓMEZ, C.; VICENTE ARREGUI, G.; VIÑUELA SUÁREZ, L. (2004). *Las mujeres en la cultura y los medios de comunicación*. Sevilla. ArCiBel Editores S.L.

ATKINS, C; GREENBER, B. S.; KORZENNY, F. y McDERMOTT, S. (1979). "Selective exposure to televised violence" en *Journal of Broadcasting*, vol. 21, pp. 5-13.

BABER, P. J. y LEGGE, D. (1980). *Percepción e información*. México. Compañía editorial continental, S.A.

BANDURA, A.; ROSS, D. y ROSS, S.A. (1963). "Imitation of Film-Mediated Agressive Models" en *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, pp. 3-11.

BANDURA, A. (1982). *Teoría del aprendizaje social*. Madrid. Ed. Espasa-Calpe.

BARDIN, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid. Ed. Akal.

BARKER, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona. Ed. Paidós.

BATON-HERVÉ, E. (2000). *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations*. París. Ed. L'Harmattan.

BAUTISTA ROMERO, J. y DEGRADO, M^a D. (2008). "Recepción de telenovelas y perspectiva de género" en *Comunicar*, 31, pp. 673-679.

BEAUVOIR, S. (de), (1998). *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. Madrid. Ed. Siglo Veinte.

BEAUVOIR, S. (de), (1998). *El segundo sexo. La experiencia vivida*. Madrid. Ed. Siglo Veinte.

BELMONTE AROCHA, J. y GUILLAMÓN CARRASCO, S. (2005). "La representación del 'otro-mujer' en las pantallas: contenidos fílmicos en televisión y co-educación" en *Comunicar*, 25.

BELMONTE, J. y GUILLAMÓN, S. (2008). "Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV" en *Comunicar*, 31, pp. 115-120.

BENGOECHEA, M.; DÍAZ-AGUADO, M^a. J.; FALCÓN, L.; LÓPEZ DÍEZ, P. y PÉREZ, A. (2005). *Infancia, Televisión y Género: Argumentos para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión*. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE.

BENGOECHEA, M. y CALERO VAQUERA, M^a L. (2003). *Guía de estilo 2. Sexismo y redacción periodística*. Valladolid. Junta de Castilla y León.

BERELSON, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe. Ed. Free Press.

BERNARDES, F. (2010). "Niños y televisión: La disonancia pragmática en el contexto familiar" en BLANCO, I. y RÖMER, M. (coords.), (2010). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid. CEU San Pablo. Ed. Universitas, S.A. Pp. 183-200.

BLANCO I. y Römer M. coord. (2009). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid. CEU San Pablo. Ed. Universitas, S.A.

BORDIEU, P. (1984). *Questions de sociologie*. París. Éditions de Minuit.

BORDWELL, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona. Ed. Paidós.

BOWLBY, J. (1969). *Attachment and loss, vol.1. Attachment*. New York. Ed. Basic Books.

BOZA OSUNA, L. (2008). "Enseñar a ver la televisión: una asignatura pendiente" en *Comunicar*, 31, pp. 537-540.

BRAIDOTTI, R. (2004). *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Barcelona. Ed. Gedisa.

BRONFENBRENNER, U. (1979). *Ecology of Human Development : Experiments by nature and design*. Cambridge, MA : Harvard University Press.

BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (comp.), (1993). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona. Ed. Paidós.

BUENO, G. (2000). *Televisión: apariencia y verdad*. Barcelona. Ed. Gedisa.

BUSBY, L. (1975). "Sex role Research on the Mass Media" en *Journal of Communication*, 25, pp. 107-131.

CALLEJO GALLEGO, J. (1995). *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid. CIS.

CANO, P. L. (1990). *De Aristóteles a Woody Allen. Poética y retórica para cine y televisión*. Madrid. Ed. Gedisa.

CARVETH, R. y ALEXANDER, A. (1985). "Soap Opera Motivations and the Cultivation Process" en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29 (3), pp. 259-273.

CASSETTI, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona. Ed. Paidós.

CATHCART, R. y GUMPERT, G. (1986). "I am a Camera: The Mediated Self" en *Communication Quarterly*, 34, pp. 89-102.

CERTEAU (De), M. (1974). *La culture au pluriel*. Paris. Ed. Seuil.

CHALVON M., CORSET, P. y SOUCHON, M. (1982). *El niño ante la televisión*. Barcelona. Ed. Juventud, S.A.

CHARLES, M. y OROZCO, G. (1990). *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*. México. Ed. Trillas.

CHICHARRO MERAYO, M^a M. y RUEDA LAFFOND, J.C. (2005). *Imágenes y palabras. Medios de comunicación y públicos contemporáneos*. Madrid. CIS.

CLEMENTE M. y SANTALLA Z. (1991). *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao. Ed. Deusto.

CLEMENTE, M. (1992). *Psicología social. Métodos y Técnicas de Investigación*. Madrid. Ed. Eudema.

CLEMENTE, M. y VIDAL, M. A. (1996). *Violencia y Televisión*. Madrid. Ed. Noesis.

COBO BEDIA, R. (1995). *Fundamentos del patriarcado moderno. J.J. Rousseau*. Madrid. Ed. Cátedra.

COLE, M. (1992). "Culture in development" en M. H. Bornstein & M. E. Lamb (Eds.), *Developmental psychology: An advanced textbook*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

COLLE, R. (1999). "El contenido de los mensajes icónicos" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 21.

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/39colle/ANALIM4/aci4.htm>

COLOMBO, F. (1983). *Rabia y televisión*. México D.F. Ed. G. Gili S.A.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (CNTV) de Chile (2002). *Estudio sobre la calidad de la Programación infantil de televisión abierta y por cable*.

DE FRANCE DE TERSANT, J.L. (1978). "Psicoanálisis y teoría(s) del aprendizaje" en *Colección Pedagógica Universitaria*. México. Centro de estudios educativos de la Universidad Veracruzana, 5, Xalapa.

DE LOS RÍOS, M. J. y MARTÍNEZ, J. (1997). "La mujer en los medios de comunicación" en *Comunicar*, 9, pp. 97-104.

DEL MORAL PÉREZ, M^a E. y VILLALUSTRE MARTÍNEZ, L. (2010). "La violencia en los dibujos animados: percepción de la misma por los escolares" en BLANCO, I. y RÖMER, M. (coords.), (2010). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid. CEU San Pablo. Ed. Universitas, S.A. Pp. 79-92.

DENSMORE, D. (1970). *Speech Is a Form of Thought*. Pittsburgh. PA: KNOW, Inc.

DÍAZ SOLOAGA, P.; GARCÍA, C.; RUIZ, J. A.; DE MIGUEL, R.; MUÑIZ, C. y MONFERRER, J. (2006). "La violencia en los informativos. Investigación sobre los informativos de noche y su recepción y efectos en la infancia" en VARA, A.; VIRGILI, J.R.; GIMÉNEZ, E. y DÍAZ, M. (eds.), (2006). *La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M*. Pamplona. Eunsa. Pp. 537-548.

DIGÓN REGUEIRO, P. (2008). "Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar" en *Comunicar*, 31, pp. 65-76.

DIRECCIÓN GENERAL DE LA MUJER (2003). *Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad*. Consejería de Trabajo. Comunidad de Madrid.

DUEK, C. (2010). "Infancia, desarrollo y conocimiento: los niños y niñas y su socialización" en *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, vol.8, n^o2, pp. 799-808.

ECO, U. (1989). *La estructura ausente*. Barcelona. Lumen.

EDWARDS, P. (1986). "De la educación para la TV a la Recepción Activa" en FUENZALIDA, V., *Educación para la Comunicación Televisiva*. Santiago. CENECA-UNESCO, pp. 78-82.

ERAUSQUIN, M. A.; MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M. (1981). *Los teleniños*. Barcelona. Ed. Laia.

ESCARPIT, R. (1971). *Sociología de la literatura*. Barcelona. Ed. Oikos-tan S.A.

ESPINAR, E. (2007): "Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles" en *Comunicar*, 29, pp. 129-134.

FARWELL, M. (1973). "Women and Language" en LEPPALUOTO, J. R. *Women on the Move*. Pittsburgh, PA: KNOW, Inc.

FERNÁNDEZ ARRIBAS, J. y NOBLEJAS, M. (2007). *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Madrid. Centro Reina Sofía.

FERRÉS, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona. Ed. Paidós.

FERRÉS, J. (1996). *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona. Ed. Paidós.

FISKE, J. (1987). *Television culture*. London. Ed. Methuen.

FISKE, J. (1989). *Understanding the popular culture*. London. Ed. Routledge.

FLEUR (de), M.L. y BALL-ROKEACH, S. J. (1982). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed. Paidós Ibérica.

FUENZALIDA, V. (2008). "Cambios en la relación de los niños con la televisión" en *Comunicar*, 30, pp. 49-54.

GABELAS BARROSO, J.A. (2005). *El universo ubicuo. Nuevos escenarios, nueva relación, otra comunicación* en Seminario Pantallas Sanas. Zaragoza. Gobierno de Aragón.

GALÁN FAJARDO, E. (2007). *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres. Ed. Universidad de Extremadura.

GALÁN FAJARDO, E. (2007). *Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales*. Universidad Carlos III de Madrid.

GARCÍA GALERA, M^a. C. (2000). *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona. Ed. Gedisa.

GARCÍA, N. y MARTÍNEZ, L. (2009). "La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios" en *Comunicar*, 32, pp. 209-214.

GARCÍA GARCÍA, F. y otros (2006). *Narrativa audiovisual*. Madrid. Ed. Laberinto Comunicación.

GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid. Ed. Cátedra.

GARCÍA-NÚÑEZ DE CÁCERES, E.P. (2005). “Niños, televisión y violencia: una propuesta de educación para la recepción” en *Comunicar*, 25.

GARCÍA REYES, I. (2004). *La mujer sujeto y objeto de la publicidad en televisión*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Inédita.

GARCÍA SILVERMAN, S. y RAMOS LIRA, L. (1998). *Medios de comunicación y violencia*. México. Colección popular. Instituto mexicano de psiquiatría. Fondo de cultura económica.

GARRIDO LORA, M. (2001). *La representación de la violencia en los spots publicitarios. Emitidos por Canal Sur Televisión 1999-2000*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. Inédita.

GERBNER, G. y GROSS, L. (1976). “Living with Television: The Violence profile” en *Journal of Communication*, 26, pp. 173-199.

GERBNER, G.; GROSS, L. y SIGMORELLI, N. (1986). “Living with Television. The dynamics of the Cultivation Process” en BRYANT, J. y ZILLMAN, D. (comps.), *Perspectives on Media Effects*. Barcelona. Ed. Paidós Ibérica. Pp. 17-41.

GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1993). “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación” en BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (comps), *Los efectos de los medios de comunicación*, pp. 35. Barcelona. Ed. Paidós Ibérica.

GILA J. y GUIL A. (1999). “La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos” en *Comunicar*, 12, pp. 89-93.

GIMÉNEZ ARMENTIA, P. y BERGANZA CONDE, M^a R. (2009). *Géneros y Medios de Comunicación. Un análisis desde la Objetividad y la Teoría del Framing*. Madrid. Ed. Fragua.

GOMBRICH, E. H. (1969). “Illusion and Art” en *Illusion in Nature and Art*, pp. 193-243.

GÓMEZ AGUILAR, A. (coord.) y SILVA ORTEGA, M. (direct.), (2008). *Mujeres, política y medios de comunicación: homenaje a Clara Campoamor*. Sevilla. Fundación Audiovisual de Andalucía.

GONZÁLEZ ALMAGRO, I. (1994). *Socialización del adolescente* en AGUIRRE, A. (ed). *Psicología de la adolescencia*. Barcelona. Ed. Paidós.

GONZÁLEZ GARCÍA, M. I. (2008). “Habitando los espacios naturales en cuerpos sexuados: género y responsabilidad medioambiental” en ARBOR, pp. 115-126.

GONZÁLEZ GALIANA, R. y NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, T. (2000). *¿Cómo se ven las mujeres en televisión?* Sevilla. Pandilla Libro Editores & Libreros Sevilla.

GONZÁLEZ REQUENA, J. (1992). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid. Ed. Cátedra S.A.

GÖTZ, M. (IZI). Investigación llevada a cabo por la Universidad de Kassel (Alemania) en cooperación con la Bavarian Broadcasting Corporation's Internacionales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) y la Voluntary Self-censorship of the Televisión Industry (FSF). Disponible en Internet (18/12/2011):

http://www.bronline.de/jugend/izi/english/research/e_goetz1.htm

GREENBERG, B.S. (1974). "Gratifications of television viewing and their correlates for British children" en BLUMER, J. G. y KATZ, E. (comps.), *The uses of mass communications. Current perspectives on gratification research*. Beverly Hills, CA: Sage. Pp. 71-92.

GUARINOS, V. (2009). "Fenómenos televisivos *teenagers*: prototipias adolescentes en series vistas en España" en *Comunicar*, 33, pp. 203-211.

GUIL BOZAL, A. (1998). "El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre la mujer" en *Comunicar*, 11, pp. 95-100.

GUINSBERG, E. (1985). *Control de los medios, control del hombre: medios masivos de difusión y formación psicosocial*. México. Ed. Nuevomar S.A.

HALL, S. (1973). *Codificación y decodificación*. Ed. In Centre for Contemporary Cultural Studies.

HALLORAN, J. (1974). *Los efectos de la televisión*. Madrid. Editora Nacional.

HEATH, S. (1979). "The Turn of the Subject" en *Cine-Tracts*, 7 y 8, pp.43-61.

HEIDE, Margaret. J. (1995). *Television culture and women's lives: thirtysomething and the Contradictions of Gender*. Philadelphia. University of Pennsylvania Press.

HIMMELWEIT, H. T.; OPPENHEIM, A.T. & VINCE, P. (1958): *Television and the Child: An Empirical Study of the Effects of Television on the Young*. Oxford University Press, Londres y Nueva York.

HODGE, B. y TRIPP, D. (1986). *Los niños y la televisión*. Barcelona. Ed. Planeta.

HOOFT, M. y THUNISSEN, E. (1980). *Kinderen en massamedia: Een exploratief onderzoek naar de functies van het boek vergeleken met die van andere massamedia voor kinderen*. Amsterdam, the Netherlands, University of Amsterdam.

HORTON, D. y WOHL, R.R. (1956). "Mass Communication and parasocial interaction: Observations on intimacy at a distance" en *Psychiatry*, 19, pp. 215-229.

HUERTAS, A. (2002). *La audiencia investigadora*. Barcelona. Ed. Paidós.

IGARTUA, J.J. y HUMANES, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid. Ed. Síntesis.

IGARTUA, J.J. y MUÑIZ, C. (2008). "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica" en *Revista Electrónica Educare*, 1, pp. 137-147.

IMBERT, G. (1992). *Los escenarios de la violencia*. Barcelona. Icaria Editorial, S.A.

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 (2004). *La identidad de género en la imagen televisiva*. Madrid.

INVESTIGACIÓN FEMINISTA (2000). *Asparka*. Universitat Jaime I. Nº 11.

INSTITUTO ASTURIANO DE LA MUJER (2006). *Con ojos de mujer. Arquetipos de género clásicos y su evolución*. Oviedo. Ed. Publicaciones Ámbito.

JACKS, N. (2008). "Estudios sobre la recepción televisiva y la identidad cultural" en *Comunicar*, 30, pp. 61-65.

JOHNSTON, C. (1974). "Women's Cinema as Counter-Cinema" en *Raoul Walsh*, p. 27. Ed. Phil Hardy. Edimburgo. Edimburgo Film Festival.

JORGE ALONSO, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona. Ed. Icaria.

KATZ, E. (1959). "Mass Communication research and the study of popular culture" en *Studies in Public Communication*, 2, pp. 1-6.

KATZ, E.; BLUMLER, J. G. y GUREVITCH, M. (1974). "Utilization of mass communication by the individual" en BLUMLER, J. G. y KATZ, E. (eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills. Ed. Sage. Pp. 19-32.

KATZ, E. y LAZARFELD, P. F. (1979). *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Hispano Europea.

KEIKO ASAMEN, J. y BERRY, G. (1998). *Research paradigms, television, and social behavior*. Thousand Oaks, California. Ed. SAGE Publications, Inc.

KLAPPER, J. T. (1974). *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid. Ed. Aguilar.

KREMAR, M. y GODBOLD L. (2005). "Uses and Gratifications of Media Violence: Personality Correlatos of Viewing and Liking Violent Genres" in *Media Psychology*, 7, pp. 397-419.

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona. Ed. Paidós Comunicación.

LASSWELL, H.D. (1948). "The Structure and Functions of Communication in Society", en BRYSON, L. (ed.), *The Communication of Ideas*. New York. Ed. Harper & Row.

LAURETIS, T. (de), (1992). *Alicia ya no: feminismo, Semiótica, Cine*. Madrid. Ed. Cátedra.

LAVIÑA, C. (2002). *Aprender a detectar y superar el sexismo en los medios de comunicación*. Madrid. Federación de Mujeres Progresistas.

LAZARFELD, P. F. y GAUDET, H. (1962). *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires. Ed. Paidós.

LAZO, C. M. (2008). "El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos" en *Comunicar*, 31, pp. 35-40.

LEMISH, D. (1985). "Soap Opera viewing in college: A naturalistic Inquiry", in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29 (3), pp. 275-293.

LICHTER, R.; LICHTER, L. S. y ROTHMAN, S. (1986). "From Lucy to Lacey: TV's Dream Girls" en *Public Opinion* 9, pp. 16-19.

LIPPMAN, W. (1922). *La opinión pública*. Madrid. Ed. Langre.

LÓPEZ DE LA ROCHE, M. (2008). "¿Aprenden las audiencias infantiles con los medios?" en *Comunicar*, 30, pp. 55-59.

LÓPEZ DÍEZ, P. [directora de la investigación] (2002). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la mujer: RTVE.

LÓPEZ DÍEZ, P. (2004). *Manual de información en género*. Madrid. Instituto Oficial de radio y televisión. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la mujer.

LÓPEZ DÍEZ, P. (2005). *Representación de género en los informativos de radio y televisión. Segundo informe*. Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la mujer: RTVE.

LORENZ, K. Z. (1937). "The companion in the bird's world" en *Auk* 54, pp. 245-273.

LOSCERTALES, F. y NÚÑEZ, T. (coord.), R. CONTRERAS, F.; GUARINOS, V.; VERA, T.; GUERRERO, S.; GONZÁLEZ, R. (2007). *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*. Madrid. Ed. Sirandaeditorial VISIONET.

LOTMAN, J. M. (1975). "The Discrete Text and the Iconic Text: Remarks on the Structure Narrative" en *New Literary History* 6, nº 2, pp. 333-338.

LULL, J. (1995). *Media, Communications, Culture. A Global Approach*. Cambridge: Polito Press.

LYLE, J. y HOFFMAN, H. (1972). "Children's Use of Television and other Media", en RUBINSTEIN, E.; COMSTOCK, G., y MURRAY, J. (eds) *Television in Day-to-Day Life: Patterns of Use*. Washington D.C: Government Printing Office.

MAESO RUBIO, F. (2008). "La TV y la educación en valores" en *Comunicar*, 31, pp. 417-421.

MARCET CABRAL, C. (1981). *La percepción del rol sexual de niños y niñas medida según variables de edad, inteligencia, sexo y status socioeconómico*. Resumen de tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.

MARTYNA, W. (1978). "What Does 'He' Mean? Use of the Generic Masculine", en *Journal of Communication*, 28, pp. 131-138.

MAINER, J. C. (1988). *Historia, literatura, sociedad*. Madrid. Ed. Espasa-Calpe.

MATTELART, A. (1973). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Buenos Aires. Siglo XXI.

MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México. G. Pili.

MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE HERMIDA, O. (1996). *Informe juventud en España*. Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO, H. (2010). *La trascendencia de la comunicación. Una visión pedagógica de los medios*. Madrid. Ed. Fragua.

McQUAIL, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires. Ed. Amorrortu Editores.

McQUAIL, D.; BLUMLER, J. & BROWN, R. (1972). "The television audience: a revised perspective" en MCQUAIL, D. (ed): *Sociology of Mass Communication*. London. Ed. Longman. Pp. 135-165.

MELGAREJO MORENO, I. y RODRÍGUEZ ROSELL, M.M. (2010): "La calidad como consecuencia de una buena segmentación de edades en la televisión temática infantil: 'Playhouse Disney' y los contenidos preescolares". Ponencia expuesta en Comunicación y Desarrollo en la Era Digital. Congreso Internacional AE-IC. Málaga 2010.

MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M^a. I. (2008). *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*. Palma de Mallorca. Ed. Universitat de les Illes Balears.

METZ, C. (2001). *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona. Ed. Paidós.

MEYROWITZ, J. (1985). *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*. New York. Oxford University Press.

MILLER, T. Y LOCKETT, A. (2002). *Television studies*. London. British Film Institute.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2004). *Manual de información en género*. Madrid. Secretaría general de políticas de igualdad. Instituto Oficial de radio y televisión, RTVE.

MONEY, J. C. y ANNECILLO, C. (1987). "Crucial period effect in psychendocrinology: Two syndromes, abuse dwarfism and female (CVAH) hermaphroditism" en BORNSTEIN, M. H. (ed.), *Sensitive periods in development: Interdisciplinary perspectives*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

MONTERO RIVERO, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona. Ed. Gedisa.

MORAGAS (de), M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili S.A.

MORAL PÉREZ, E. (2000). "Los nuevos modelos de mujer y de hombre a través de la publicidad" en *Comunicar*, 14, pp. 208-217.

MORAL PÉREZ (del), E. (1999). "La publicidad indirecta de los dibujos animados y consumo infantil de juguetes" en *Comunicar*, 13, pp. 220-224.

MORDUCHOWICZ, R. (2001). *A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares*. Buenos Aires. Ed. Paidós SAICF.

MORDUCHOWICZ, R. (2001). "Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible" en *Revista Iberoamericana de Educación*, 26, pp. 97-117.

MORLEY, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires. Ed. Amorrortu Editores.

MORSE, J.M. (1994). "Designing funded qualitative research" en DENZIN, N.K. e LINCOLN, Y.S. (eds.), *Handbook of qualitative research*, pp. 220-235. Thousands Oaks, CA: Sage.

MULVEY, I. (1988). *Placer visual y cine narrativo*. Valencia. Fundación Instituto Shakespeare, Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo.

MUMBY, D. (comp.), (1997). *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*. Buenos Aires. Ed. Amorrortu Editores.

MURRAY, J. (1973). "Male Perspective in Language" en *Women: A Journal of Liberation*, 3, pp. 46-50.

NEWCOMB, H. (1976). *Television: the critical view*. New York. Ed. Oxford University Press.

NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona. Ed. Paidós.

NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, T. y LOSCERTALES ABRIL, F. (2009). *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Sevilla. Consejería para la igualdad y el bienestar social.

NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, T. y LOSCERTALES ABRIL, F. (2008). "El cine de animación visto en casa: dibujos animados y TV" en *Comunicar*, 31, pp. 757-763.

NÚÑEZ PUENTE, S. (2005). "Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo" en *Comunicar*, 25.

NÚÑEZ PUENTE, S. y SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, M. (2005). "Presencia de la mujer en los medios de comunicación audiovisuales en Internet" en *Scire Representación y Organización del conocimiento*, pp. 177-186.

OBSERVATORIO CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA Y DE GÉNERO (2006). *II Congreso sobre violencia doméstica y de género*. Madrid. Consejo General del Poder Judicial.

ODIN, R. (2000). "La question du public. Approche sémio-pragmatique" en ESQUENAZI, J. P. y ODIN R. (coords.). *Cinéma et réception. Reseaus*, vol. 18 nº 99. Paris. Hermes Science Publication 2000.

OROZCO, G. y CHARLES, M. (1996). "El proceso de recepción y la educación para los medios" en APARICI, R. *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid. La Torre.

PASOLINI, P.P. (1977). *Empirismo eretico*. Milán. Garzanti.

PEARSON, J. C.; TURNER, L. H.; TODD-MANCILLAS, W. (1993). *Comunicación y género*. Barcelona. Ed. Paidós.

PÉREZ GARCÍAS, F. y URBINA RAMÍREZ, S. (2005). "Violencia en los dibujos animados de ayer y de hoy" en *Comunicar*, 25, pp. 293.

PÉREZ SALICIO, E. (2002). "La revista femenina: falso emblema de la mujer liberada" en *Revista Latina de Comunicación social*, 49. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina49abril/4911salicio.htm>

PETERSEN-PERLMAN, D. (1989). "Sitcom Husbands: Are They All They Can Be?" Texto presentado en la conferencia anual de la Central States Communication Association. Kansas City, Mo.

PHILO, G. (1990). *Seeing & believing. The influence of television*. London. Ed. Routledge.

PIAGET. J. (1951). *Play, Dreams and Imitation in Childhood*. London. Ed. Heinemann.

PIAGET. J. (1982). *Los años postergados: la primera infancia*. Barcelona. Ed. Paidós.

PITMAN, M.A. y MAXWELL, J.A. (1992). "Applications of qualitative and Ethnographic Research" en LECOMPTE, M.D., MILLROY, W. L. y PREISSE, J. (eds.), *The Handbook of Qualitative Research in Education*. San Diego, CA: Academic Press, Inc. Pp. 727-770.

PLAZA, J. F. y DELGADO, C. (2007). *Género y comunicación*. Madrid. Ed. Funamentos. Colección ciencia.

POSADA ÁLVAREZ, A. (2001). "Apuntes sobre la violencia en los programas de televisión" en *Comunicar*, 17, pp. 170-175.

RAUSELL KÖSTER, C. (2006). "Narración y descripción: la naturaleza y función del plano y sintagma en el discurso audiovisual" en *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 11, nº 20, pp. 11-24.

RIO PERERA, (del) P. y ÁLVAREZ RODRÍGUEZ, A. (2004). *PIGMALIÓN: Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. CNICE del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

RIOS (de los), M^a, J. y MARTÍNEZ, J. (1997). "La mujer en los medios de comunicación" en *Comunicar*, 9, pp. 97-104.

RINCÓN, O. (2006). *Narrativas mediáticas: o cómo se encuentra la sociedad del entretenimiento*. Barcelona. Ed. Gedisa.

ROCHER, G. (1985). *Introducción a la sociología general*. Barcelona. Ed. Herder.

RODRÍGUEZ GÓMEZ, G., GIL FLORES, J. y GARCÍA JIMÉNEZ, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga. Ediciones Aljibe.

RODRÍGUEZ PASTORIZA, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona. Gedisa.

RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, A. (2012). *Los niños menores de tres años y la televisión. Perspectivas de investigación y debate (1999-2010)*. Bogotá. Ministerio de Cultura-Dirección de comunicaciones.

ROID, M. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. Madrid. Ed. Laberinto Comunicación.

ROMERO LOMBARDO, D. (2011). "Identidad de género en personajes de ficción juvenil e infantil. Hacia una ruptura de estereotipos" en *Acciones e investigaciones sociales*, 29, pp. 175-202.

ROSENGREN, K. y WINDAL, S. (1972). "Mass Media Consumptions as a Functional Alternative" en MCQUAIL D. (ed) *Sociology of Mass Communication*. Londres. Penguin. Pp. 166-194.

RUBIN, A. (1979). "Television use by children and adolescents" en *Human Communication Research*, 25.

RUBIO MÉNDEZ, M. (2011). *Videojuegos como laboratorio para la construcción de la identidad de género*. Universidad de Salamanca. Trabajo fin de Máster. Inédito.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao. Ed. Universidad de Deusto.

RUSSELL, B. (1938). *Power: A new social analysis*. Londres. Allen & Unwin.

SACRISTÁN ROMERO, F. (2006). "La proyección mediática de la televisión en la edad infantil" en *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 11, pp. 66-93.

SÁNCHEZ ARANDA, J.J.; FERNÁNDEZ GÓMEZ, E.; GIL GASCÓN, F. y SEGADO BOJ, F. (2012). *Las mujeres en la ficción televisiva española de prime time*. Logroño. Universidad Internacional de la Rioja.

SÁNCHEZ NAVARRO, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Barcelona. Ed. UOC.

SÁNCHEZ TRIGUEROS, A. (1996). *Sociología de la literatura*. Madrid. Ed. Síntesis.

SAPERAS, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed. Ariel Comunicación.

SCHMIDT, M. "Dibujos animados y educación: Un análisis ecológico" en BENAVIDES DELGADO, J. (coord.) (1992); *Televisión y programas infantiles, Infancia y Sociedad*. Dirección General de Protección Jurídica del Menor, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid. Pp. 31-44.

SCHRAMM W.; LYLE J. y PARKER E. (1961): *Television in the Lives of our children*. Board of the Trustees of the Leland Stanford Junior University Press, Stanford California.

SENABRE, R. (1987). *Literatura y público*. Madrid. Ed. Paraninfo.

SIERRA, R. (1988). *Técnicas de Investigación Social: Teoría y Ejercicios*. Madrid. Ed. Paraninfo.

SIERRA CABALLERO, F. (1999). *Elementos de teoría de la información*. Sevilla. Ed. MAD.

SILVA, V. (2003). "Multiculturalismo, mujer y medios de comunicación" en *Revista Razón y Palabra*, 31.

SILVERSTONE, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Ed. Amorrortu.

SUÁREZ, J.C. (2006). *La mujer construida. Comunicación e identidad femenina*. Sevilla. Eduforma.

THREBORN, G. (1977). *The ideology of power and the power of ideology*. London. Ed. Verso.

TIELVE GARCÍA, Natalia (2005). *Mujer y fetichismo de la imagen*. Ed. Red Heterogénesis.

TINBERGEN, N. (1973). *The animal in its world: Explorations of an ethnologist, 1932-1972* (Vols. 1 and 2). Cambridge, MA: Harvard University Press.

TORRES BARZABAL, L. M. y JIMÉNEZ HERNÁNDEZ, A. S. (2005). "Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión" en *Comunicar*, 25.

TRESSERRAS, M. [direct.] (2003). *Violencia y medios de comunicación: recursos y discursos*. Barcelona. Ed. Trípodos. Facultat Ciències de la Comunicació Blanquerna-Universitat Ramon Llull.

TUR, V. (2003). "La medida de la calidad de los contenidos audiovisuales en televisión destinados al *target* infantil (4-12). Un estudio retrospectivo". Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación. *Grupo Comunicar*, pp. 325-338.

TUR, V. (2004): "Calidad y Características de la programación y la publicidad infantil". Proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia español y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, convocatoria 2004-2007. (Referencia: SEJ2004-01830/CPOL).

VALENTINE, C.W. (1930). "The Psychology of Imitation with Special Reference to Early Childhood" en *British Journal of Psychology*, 21, pp. 105-132.

VALVERDE FERNÁNDEZ, C. (2008). "Tratamiento de las mujeres en los medios" en *Cuadernos de Comunicación*, 2, pp. 37-49.

VALLÉS, M.S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid. Ed. Síntesis Sociología.

VASTA, R., HAITH, M.M. y MILLER, S. A. (1996). *Psicología infantil*. Barcelona. Ed. Ariel Psicología.

VÁZQUEZ BARRIO, T. y MALALANA, A. (2010). "La televisión y los niños. Una aproximación a los modelos de investigación" en BLANCO, I. y RÖMER, M. (coords.), (2010). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid. CEU San Pablo. Ed. Universitas, S.A. Pp. 157-182.

VERCHILI MARTÍ, E. (2011). *La influencia de la publicidad de la industria de la belleza en la constitución de la identidad de género de niñas y adolescentes españolas en la sociedad de la imagen y las representaciones*. Universidad San Jaume I. Trabajo de investigación. Inédito.

VISERAS, I. (2010). "Televisión y niños. Pautas de conducta dentro del contexto familiar" en BLANCO, I. y RÖMER, M. (coords.), (2010). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid. CEU San Pablo. Ed. Universitas, S.A. Pp. 229-244.

WEBER, M. (1976). *The Protestant and ethic and the spirit of capitalism*. Londres. Allen & Unwin.

WILCOX, K. (1982). "Ethnography as a methodology and its application to the study of schooling: a review" en SPINDLER, G. (ed.). *Doing the ethnography of schooling: Educational anthropology in action*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston. Pp. 456-488.

WILLIAMS, J. E. y BEST, D. L. (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Thirty Nation Study*. Beverly Hills, Calif. Ed. Sage Publications.

WOLF, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona. Ed. Paidós.

WOLTON, D. (1992). *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Barcelona. Ed. Gedisa.

WOODWARD, K. (1997). "Motherhood: identities, meanings and myths" en WOODWARD, K (comp). *Identity and Difference*. Londres y Thousand Oaks. Sage.

WRONG, D. H. (1979). *Power: Its forms, bases and uses*. Oxford, RU. Blackwell.

ZIRES, M. (1983). "El discurso de la televisión y los juegos infantiles" en *Comunicación y Cultura*, 10. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.

Capítulo 11:

Videografía

American Dad. © 2005, Twentieth Century Fox Film Corporation. Todos los derechos reservados. No recomendada para menores de 18 años.

Bob Esponja. © 1999, Nickelodeon. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Doraemon. © 1979, TMS Entertainment. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Inazuma Eleven. © 2008, Oriental Light and Magic. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Padre de Familia. © 1999-2000, Twentieth Century Fox Film Corporation. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Los padrinos mágicos. © 2001, Frederator Studios. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Phineas y Ferb. © 2008, Walt Disney Television Animation. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Shin-chan. © 1992, SHIN-EL ANIMATION Co., Ltd. Todos los derechos reservados. No recomendada para menores de 13 años.

Los Simpson. © 2000, Twentieth Century Fox Film Corporation. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.

Las Suprnenas Z. © 2006, Toei Animation. Todos los derechos reservados. Autorizada para todos los públicos.