

# Representación de género en las series generalistas de televisión españolas emitidas en *prime time* (2017-2018)

## Gender representation in Spanish prime-time TV series (2017-2018)

Elisa De-Caso-Bausela; Beatriz González-de-Garay; María Marcos-Ramos

Cómo citar este artículo:

De-Caso-Bausela, Elisa; González-de-Garay, Beatriz; Marcos-Ramos, María (2020). "Representación de género en las series generalistas de televisión españolas emitidas en *prime time* (2017-2018)". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290208.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.08>

Artículo recibido el 15-11-2019  
Aceptación definitiva: 05-02-2020



**Elisa De-Caso-Bausela**

<https://orcid.org/0000-0001-8340-0525>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Ciencias Sociales  
Depto. de Sociología y Comunicación  
Campus Unamuno (Edificio FES)  
37007 Salamanca, España  
[elisadc@usal.es](mailto:elisadc@usal.es)



**Beatriz González-de-Garay**

<https://orcid.org/0000-0002-0382-0640>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Ciencias Sociales  
Depto. de Sociología y Comunicación  
Campus Unamuno (Edificio FES)  
37007 Salamanca, España  
[bgonzalezgaray@usal.es](mailto:bgonzalezgaray@usal.es)



**María Marcos-Ramos** ✉

<https://orcid.org/0000-0003-3764-7177>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Ciencias Sociales  
Depto. de Sociología y Comunicación  
Campus Unamuno (Edificio FES)  
37007 Salamanca, España  
[mariamarcos@usal.es](mailto:mariamarcos@usal.es)

### Resumen

Se analiza el estado actual de la representación de género en las series de televisión en España de máxima audiencia emitidas por los principales canales generalistas. Para ello, se ha realizado un análisis de contenido de 21 series de televisión producidas en España en el segundo semestre de 2017 y en 2018 analizando 514 personajes ( $n = 514$ ) con el fin de determinar si existe una representación desigual de los personajes masculinos, femeninos y no binarios. Los principales hallazgos indican lo siguiente: hay una infrarrepresentación de las mujeres; las orientaciones sexuales no heterosexuales están subrepresentadas, al igual que las identidades de género fuera de las tradicionales; se sigue asociando a las mujeres con ocupaciones profesionales menos cualificadas y, en particular, con el trabajo doméstico; existe una relación estadísticamente significativa entre los personajes femeninos y unos objetivos de trabajo menos ambiciosos, más personales, además de estar caracterizadas con personalidades asociadas al mundo de las emociones y la maternidad. Sin embargo, no se encontró ningún vínculo estadístico entre el género y el peso narrativo, el género y la hipersexualización, ni el género y la violencia.

### Palabras clave

Televisión; Género; Personajes; Caracteres; Estereotipos; Ficción televisiva; Series; Seriales; *Prime time*; España.

### Abstract

This research analyses the current state of gender representation in Spanish prime time television series broadcast by the main generalist channels. For this purpose, an analysis of the content of 21 television series produced in Spain in the second half of 2017 and 2018, of 514 characters ( $n = 514$ ), has been carried out in order to determine whether

there is an unequal representation of male, female and non-binary characters. The main findings indicate that there is an under-representation of women; non-heterosexual sexual orientations are under-represented, as are non-traditional gender identities; women continue to be associated with less qualified professional occupations and, in particular, with domestic work; there is a statistically significant relationship between female characters and less ambitious, more personal work objectives and personalities associated with the world of emotions and motherhood. However, no statistical link was found between gender and narrative weight, gender and hypersexualization, or gender and violence.

## Keywords

Television; Gender; Characters; Stereotypes; TV fiction; Series; Serials; Prime time; Spain.

## 1. Introducción

El objetivo principal del presente trabajo ha sido continuar con la investigación de **González-de-Garay, Marcos-Ramos** y **Portillo-Delgado** (2019), en la que estudiaron el estado de la representación de género en las series de la televisión española en horario de máxima audiencia emitidas por los principales canales generalistas durante 2016 y el primer semestre de 2017. Con el presente estudio se ha ampliado la muestra realizando un análisis de contenido de 21 series de televisión producidas en España en el segundo semestre de 2017 y todo 2018, con una muestra de 514 personajes (n=514) con el fin de determinar si sigue existiendo una representación desigual de los personajes masculinos, femeninos y no binarios, detectar si se mantienen los estereotipos de género relacionados con los objetivos y la ocupación de los personajes, además de comprobar si los temas de conversación se siguen relacionando con la maternidad y la familia y la personalidad de los personajes femeninos sigue vinculándose a la parte más emotiva y débil dentro de las representaciones de los personajes femeninos y masculinos en las series de televisión contemporáneas españolas en horario de máxima audiencia.

## 2. Revisión bibliográfica

En los últimos años el análisis sobre el retrato de género se ha establecido como una conversación cultural gracias a varias investigaciones que han puesto de manifiesto diferencias significativas entre hombres y mujeres en la ficción (*Geena Davis Institute on Gender in Media*, 2016; 2018; **Smith; Choueiti; Pieper**, 2014; 2017). Con el fin de señalar las características que acompañan a cada concepción de género, metodologías como el análisis de contenido también han permitido a los investigadores acceder a los datos de género que están presentes en los medios de comunicación y representarlos estadísticamente. En este sentido, se ha realizado una exploración de la investigación de análisis de contenido contemporáneo que ha sido parte de dos números especiales de *Sex Roles* (**Rudy; Popova; Linz**, 2010; 2011) –constituida por 18 artículos empíricos relacionados con la forma en que se presenta a la mujer en los medios de comunicación– que muestra cómo las mujeres siguen estando subrepresentadas y se caracterizan por tener roles estereotipados (**Collins**, 2011). La investigación se centra en una representación desequilibrada de los géneros que privilegia lo masculino en relación con las siguientes variables:

- subrepresentación
- sexualización
- subordinación
- roles tradicionales
- imagen corporal.

De la amplia variedad de datos presentados se desprenden algunos temas y algunas lecciones generales. En primer lugar, las mujeres están infrarrepresentadas en una amplia gama de medios de comunicación (**Hether; Murphy**, 2010; **Matud; Rodríguez; Espinosa**, 2011; **Smith et al.**, 2010), a menudo están sexualizadas (**Mager; Helgeson**, 2010) y se representan como no profesionales, amas de casa, esposas o madres y guardianes sexuales (**Kahlenberg; Hein**, 2010; **Mager; Helgeson**, 2010; **Neuendorf et al.**, 2010). Se llega a la conclusión de que es fundamental tener en cuenta la manera en que se presentan las mujeres en la ficción a fin de evitar que aumenten las representaciones negativas o estereotipadas.

Dentro de la investigación realizada en España se han explorado las diferencias de género en la representación de agresores y víctimas de violencia en la televisión española. La violencia es considerada predominantemente masculina (**Fernández-Villanueva et al.**, 2009; **Masanet; Medina-Bravo; Ferrés**, 2018). También se han estudiado los tipos de objetivos, el tipo de personaje y el ámbito laboral de las mujeres en los que se siguen perpetuando los estereotipos de género, las mujeres siguen siendo representadas a través de la familia, el hogar y las relaciones sociales, con objetivos personales relacionados con la maternidad y en trabajos menos prestigiosos que los hombres (**Galán-Fajardo**, 2007; **García-Muñoz; Fedele; Gómez-Díaz**, 2012; **Menéndez**, 2014; **Álvarez-Hernández; González-de-Garay; Frutos-Esteban**, 2015; **Lacalle; Gómez**, 2016). Además, en el trabajo existe una caracterización negativa de las mujeres, considerando la ambición como un contravalor y la belleza física como atributo de poder (**Tous-Rovirosa; Aran-Ramspott**, 2017). En investigaciones realizadas que analizaban las series históricas se concluyó que, aunque el modelo femenino era el de una mujer transgresora, esta seguía apegada al papel tradicional de la mujer, especialmente en el entorno doméstico. Los movimientos feministas aparecen como radicales en relación con los tiempos en que se sitúan (**Coronado-Ruiz; Galán-Fajardo**, 2015; **Chicharro-Merayo**, 2018).

También han sido analizadas series regionales buscando saber si reproducen la realidad entre hombres y mujeres. Destaca que el número de personajes femeninos y masculinos y su protagonismo en estas series era equitativo (**Tous-Rovirosa; Meso-Ayerdi; Simelio-Sola**, 2013).

Otro tema tratado relacionado con los estereotipos mostrados en la representación de género es la sobrerrepresentación de la sexualidad en la que la actividad sexual de los personajes femeninos se condiciona por el atractivo y por la edad y en la que la mujer debe satisfacer al hombre (**Lacalle; Castro**, 2017).

Para finalizar con esta revisión, la presente investigación es la continuación del análisis realizado por **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado** (2019). Los principales hallazgos indicaron la existencia de una subrepresentación de mujeres al igual que una representación excesiva de personajes cisgénero y heterosexuales. Continúan los estereotipos asociados a las mujeres en relación con las ocupaciones profesionales, teniendo los trabajos menos cualificados y en particular con el trabajo doméstico en comparación con los hombres, que ostentan puestos de poder y ejecutivos. Por otro lado, los personajes femeninos tienen objetivos pero suelen ser personales, en contraposición a los personajes masculinos que poseen objetivos laborales. El único cambio con respecto a todos los estudios revisados es que no existe una relación estadística entre el género y el tipo de personaje y peso narrativo.

### 3. Método

Con el fin de profundizar en la representación de género de las series contemporáneas de televisión en horario de máxima audiencia en España y determinar si presentan una imagen desigual de los personajes masculinos, femeninos y no binarios, se recurre a una metodología cuantitativa utilizando el análisis de contenido ya que este análisis permite

“abordar científicamente el análisis de los mensajes (cualquiera que sea su naturaleza), comprender su génesis y proceso de formación, y obtener descripciones precisas de su estructura y componentes” (**Igartua-Perosanz**, 2006, p. 180).

Se analizan los personajes como unidad básica centrándose sólo en los que son humanos, dejando de lado a seres no humanos, aunque posean características antropomórficas, animales o personajes de animación. Para que un personaje forme parte del análisis debe aparecer visualmente y tener una frase de diálogo con otros personajes (**Koeman; Peeters; D’Haenes**, 2007). De este modo, fueron unidades de registro tanto el episodio en su conjunto como los personajes que participan en cada uno de los episodios.

#### 3.1. Muestra de series de televisión

La muestra analizada está compuesta por 21 programas (tabla 1) y 514 personajes, obtenida a partir de un análisis de series nacionales de ficción, excluyendo las coproducciones internacionales, emitidas en el segundo semestre de 2017 y durante todo 2018 en los seis canales generalistas nacionales: *TVE1*, *TVE2*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La sexta*. El conjunto de estos canales representa una cuota de pantalla del 66,5% (*Barlovento Comunicación*, 2018). Para la delimitación de las series se realizó un análisis de la red analizando para ello la parrilla televisiva para poder conocer las series nacionales que se habían emitido en *prime time* en el período analizado, resultando que sólo *TVE1*, *Antena 3* y *Telecinco* emitieron ficción serial propia en esta franja horaria. Una vez localizadas las ficciones, se seleccionó el capítulo de mayor audiencia de cada temporada según datos de *Kantar Media* (2018).

#### 3.2. Libro de códigos y formulario de codificación

Los principales conceptos analizados en la presente investigación son:

- la diversidad de género y la orientación sexual de los personajes;
- su relevancia como parte de la historia narrada, y los tipos de roles y funciones que representan;
- el entorno en el que tienen lugar sus interacciones y relaciones sociales;
- sus principales características de personalidad.

Para el análisis de la muestra seleccionada se escogió un formulario de codificación y un libro de códigos de 9 variables y 66 subvariables creado por **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado** (2019). Cada personaje se codificó primero en base a datos generales de género y orientación sexual. Para cuantificar el nivel narrativo de cada personaje se determinó el tipo de personaje (principal, secundario y *background* en función del tiempo y de la importancia que tenían en la trama) basándose en la tipología de **Mastro y Greenberg** (2000). También se cuantificó si el personaje tenía objetivos definidos que alcanzar en el episodio y si estos eran personales o de trabajo. Para analizar sus rasgos de personalidad se utilizó el estudio de **Igartua-Perosanz et al.** (1998) con el que se intenta verificar, en una escala de tres puntos, la relevancia de una serie de rasgos en cada personaje; si estaba hipersexualizado, basado en la aparición de al menos tres de los conceptos encontrados por el *Geena Davis Institute on Gender in Media* (**Smith; Choueiti; Pieper**, 2014).

Asimismo, se codificó la interacción del personaje con otros para saber si se relacionaba principalmente con hombres, con mujeres, o con personajes no binarios; y, utilizando criterios adaptados de la prueba Bechdel-Wallace (**Bechdel** 1986; **González-de-Garay; Marcos-Ramos; Portillo-Delgado** 2019; **Sutherland; Feltey**, 2016), si el personaje hablaba con otros personajes de la misma identidad de género. Además de esta clasificación, se comprobó si los personajes femeninos hablaban con otras mujeres de temas que no fueran hombres, y si los personajes masculinos hablaban con otros hombres de temas relacionados con una mujer, para establecer la importancia que estos temas tenían en sus conversaciones.

Tabla 1. Descripción de la muestra (episodio, año, series, audiencia y número de personajes)

ID	Año	Serie	Episodio	Audiencia	Personajes
1	2017	<i>El incidente</i> (Antena 3, 2017)	S01E01 "En el ojo del huracán"	2.102.000 (14,9%)	25
2	2017	<i>Tiempos de guerra</i> (Antena 3, 2017)	S01E02 "Todos son héroes"	2.739.000 (18,6%)	24
3	2017	<i>La que se acerca</i> (Telecinco, 2007-actualidad)	S10E01 "Un show room, un gobierno en funciones y un mariquita negador"	3.618.000 (24,2%)	35
4	2017	<i>Estoy vivo</i> (TVE, 2017-2018)	S01E01 "La oportunidad"	2.477.000 (17,3%)	20
5	2017	<i>Ella es tu padre</i> (Telecinco, 2017-2018)	S01E01 "Just like a woman"	2.404.000 (16,6%)	23
6	2018	<i>Fariña</i> (Antena 3, 2018)	S01E01 "1981"	3.399.000 (21,5%)	31
7	2018	<i>Estoy vivo</i> (TVE, 2017-2018)	S02E04 "La llave"	2.107.000 (13,4%)	22
8	2018	<i>Vivir sin permiso</i> (Telecinco, 2018-actualidad)	S01E13 "Tus amigos no te olvidan"	2.868.000 (20,2%)	25
9	2018	<i>Allí abajo</i> (Antena 3, 2015-actualidad)	S04E01 "Bautizo imposible"	3.190.000 (18,5%)	29
10	2018	<i>La catedral del mar</i> (Antena 3, 2018)	S01E01 "Fugitivos"	3.859.000 (22,8%)	20
11	2018	<i>Cuéntame cómo pasó</i> (TVE, 2001-actualidad)	S19E02 "Silencio y plomo"	3.031.000 (18,38%)	30
12	2018	<i>La otra mirada</i> (TVE, 2018-actualidad)	S01E03 "Retratos en tonos pastel"	1.750.000 (10,7%)	21
13	2018	<i>Presunto culpable</i> (Antena 3, 2018)	S01E01 "Vértigo"	2.245.000 (16,0%)	21
14	2018	<i>Traición</i> (TVE, 2017-2018)	S01E01 "Una familia feliz"	2.281.000 (14,1%)	22
15	2018	<i>La verdad</i> (Telecinco, 2018)	S01E01 "La jaula abierta..."	2.856.000 (17,2%)	26
16	2018	<i>Cuerpo de élite</i> (Antena 3, 2018)	S01E01 "El sobrino del Rey"	4.193.000 (24,6%)	23
17	2018	<i>El accidente</i> (Telecinco, 2017-2018)	S01E01 "Adiós, amor"	3.243.000 (20,3%)	31
18	2018	<i>Apaches</i> (Antena 3, 2018)	S01E01 "La mala suerte"	2.259.000 (13,1%)	27
19	2018	<i>Sabuesos</i> (TVE, 2018)	S01E01 "Bond, Max Bond"	1.461.000 (11,2%)	20
20	2018	<i>Fugitiva</i> (TVE, 2018)	S01E01 "La salida"	1.748.000 (10,3%)	17
21	2018	<i>El continental</i> (TVE, 2018)	S01E01 "O pagas o cobras"	1.523.000 (10,4%)	22

### 3.3. Fiabilidad del modelo de análisis

Para conseguir que el análisis de contenido fuera fiable y que los resultados se pudieran extrapolar, se codificó una parte de la muestra por dos personas para obtener la fiabilidad intercodificadores. Este proceso se realizó con el 15% de la muestra de estudio, siguiendo las recomendaciones de Igartua-Perosanz al respecto para incluir:

"una muestra compuesta por el 10-20% de las unidades de análisis a analizar de forma independiente, basadas en el mismo material, por dos o más codificadores" (Igartua-Perosanz, 2006, p. 218).

Dos series, *Fariña* (Antena 3, 2018) y *Apaches* (Antena 3, 2018), extraídas aleatoriamente de la muestra (Neuendorf, 2002) para conseguir el 15% de las unidades de análisis (los personajes) recomendadas por Neuendorf (2002), fueron analizadas por dos codificadores.

Esta fiabilidad de intercodificadores se calculó usando el alfa de Krippendorff y el porcentaje de acuerdo observado. Para el alfa de Krippendorff, 46 de las variables arrojaron resultados de fiabilidad intercodificadores superiores a 0,80 (DE = 0,09) por lo que los datos fueron moderadamente positivos. Sin embargo, 5 variables mostraron datos de concordancia con valores en torno al valor crítico de 0,60; éstos se relacionan con los rasgos de personalidad de inteligente (0,66), agradecido (0,61), conflictivo (0,66), intolerante (0,64) y maternal/paternal (0,68).

Otras 28 variables fueron consideradas bajo el porcentaje de acuerdo observado. Estas revelaron una fiabilidad intercodificadores de 0,90 (DE = 0,10), un dato aceptable para continuar con este estudio (tabla 2). Estas dos medidas de acuerdo se combinaron debido a la controversia que involucra a los coeficientes alfa, pi y kappa cuando las distribuciones de datos están sesgadas (Lovejoy *et al.*, 2016; Zhao *et al.*, 2018).

Por último, la consideración de las variables “no aplicable” y “no identificado” correspondientes a los valores 88 y 99 no fueron tenidas en cuenta a la hora de analizar los resultados. Sin embargo, sí se incluyeron estos datos en la comprobación de la fiabilidad.

Tabla 2. Datos de fiabilidad

n	Variable	Fiabilidad	n	Variable	Fiabilidad
1	Tipo	ak 0,75	26	Comportamiento violento: intimidación	ak 0,90
2	Género	ak 0,95	27	Comportamiento violento: comentarios hostiles	ak 1,00
3	Orientación sexual	ak 0,82	28	Víctima de comportamiento violento: ataques físicos mayores	PAo 1,00
4	Grupo de edad	ak 0,76	29	Víctima de comportamiento violento: ataques físicos menores	ak 0,90
5	Nivel de estudios	ak 0,71	30	Víctima de comportamiento violento: daños a la propiedad	PAo 1,00
6	Nivel socioeconómico	ak 0,92	31	Víctima de comportamiento violento: intimidación	ak 0,87
7	Ocupación	ak 0,75	32	Víctima de comportamiento violento: comentarios hostiles	ak 0,84
8	Estado civil	ak 0,76	33	Rasgo de personalidad: amistoso	ak 0,80
9	Cambio de estado civil a lo largo del programa	ak 0,91	34	Rasgo de personalidad: abierto (extrovertido)	ak 0,75
10	El personaje tiene objetivos definidos	ak 0,84	35	Rasgo de personalidad: bueno (de buen corazón)	ak 0,85
11	El personaje tiene objetivos relacionados con lo personal	ak 0,84	36	Rasgo de personalidad: desleal o traicionero	ak 0,75
12	El personaje tiene objetivos relacionados con lo laboral	ak 0,79	37	Rasgo de personalidad: injusto	ak 0,81
13	El personaje persigue sus objetivos de manera activa	ak 0,72	38	Rasgo de personalidad: agresivo	ak 0,91
14	El personaje persigue sus objetivos de manera pasiva	ak 0,72	39	Rasgo de personalidad: inteligente	ak 0,66
15	El personaje persigue sus objetivos a través del sexo	ak 0,77	40	Rasgo de personalidad: trabajador	ak 0,81
16	El personaje persigue sus objetivos a través de la violencia	ak 0,74	41	Rasgo de personalidad: agradecido	ak 0,61
17	El personaje persigue sus objetivos a través de la ética	ak 0,85	42	Rasgo de personalidad: conflictivo	ak 0,66
18	Hipersexualizado	ak 0,84	43	Rasgo de personalidad: racista	PAo 1,00
19	Interacción con otros personajes	ak 1,00	44	Rasgo de personalidad: intolerante	ak 0,64
20	Habla con otros personajes de su mismo género	ak 0,85	45	Rasgo de personalidad: seductor	ak 0,89
21	Si el personaje se identifica como mujer, habla con otras mujeres de algo que no sea un hombre	ak 0,74	46	Rasgo de personalidad: irresponsable	ak 0,83
22	Si el personaje se identifica como hombre, habla con otros hombres de una mujer	ak 0,94	47	Rasgo de personalidad: maternal/paternal	ak 0,68
23	Comportamiento violento: ataques físicos mayores	PAo 1,00	48	Rasgo de personalidad: débil	ak 0,83
24	Comportamiento violento: ataques físicos menores	ak 1,00	49	Rasgo de personalidad: perverso	ak 0,85
25	Comportamiento violento: daños a la propiedad	ak 0,73	50	Rasgo de personalidad: valiente	ak 0,83

#### 4. Hipótesis

H1: Hay una infrarrepresentación de los personajes femeninos respecto a los masculinos en comparación con los índices de población. De igual forma, existe una subrepresentación de las orientaciones sexuales distintas a heterosexual.

H2: Los personajes femeninos, en comparación con los masculinos, desempeñan ocupaciones con un estatus profesional inferior, muestran una mayor presencia de objetivos personales y presentan tipos de conversaciones en los que predominará la esfera personal.

H3: Los personajes femeninos, en comparación con los masculinos, se muestran más hipersexualizados. Mientras que los personajes masculinos desarrollan una actitud más violenta que los femeninos, que son considerados como víctimas.

H4: La personalidad de los personajes femeninos está más relacionada con el ámbito emotivo y de cuidados que la de los hombres.

Como se ha comentado antes, los estudios que se han realizado hasta la fecha obtenían como resultado que los personajes femeninos desempeñaban papeles más secundarios o de fondo, pero en el reciente estudio de **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado** (2019) los resultados fueron distintos. Esa hipótesis fue rechazada, obteniendo como resultado que las diferencias entre los sexos y el tipo de personaje al que representaban no eran significativas. Por lo tanto, se establece una pregunta de investigación, a raíz de estos resultados:

P1: ¿Influye el género de los personajes de una ficción en el tipo de papel que desempeñan?

## 5. Resultados

### Hipótesis 1

En las 21 series que conforman la muestra se identificaron un total de 514 personajes, de los cuales el 59,1% (n=304) eran hombres, el 40,7% (n=209) eran mujeres (figura 1) y sólo un 0,2% (n=1) fue identificado por estar fuera de la concepción binomial hombre/mujer. Esta distribución implica que la codificación visual y narrativa de los personajes de las series de televisión españolas en horario de máxima audiencia sigue estando regida por los estándares tradicionales en materia de identidad de género y que no suelen tener en cuenta las identidades fuera de la norma. La cantidad de personajes femeninos presentes en la ficción española está muy por debajo del 50,97% de la población española a la que representan en la vida real (INE, 2019), lo que supone una diferencia del 10,2%. Es cierto que sigue existiendo una infrarrepresentación, pero si se compara con los datos del estudio de **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado** (2019), en el que se analiza el período anterior (año 2016 y primer semestre del año 2017), se puede comprobar que la diferencia ha disminuido casi un 5%, por lo que se estarían dando los primeros pasos para realizar una representación fiel de los personajes femeninos en comparación con los datos de la vida real.

Según los resultados, el 75,9% (n=390) de los personajes fueron identificados como heterosexuales mientras que el 21,2% (n=180) de los personajes no fueron identificados con ningún tipo de orientación sexual.

Sólo el 2,5% (n=13) fueron identificados como homosexuales y el 0,4% (n=2) fueron identificados como otro tipo de orientación sexual según lo que manifestaron o expresaron explícitamente en sus palabras y/o acciones (figura 2). De esta forma se comprueba que las orientaciones sexuales no heterosexuales están subrepresentadas comparando los resultados con los datos que representan a la población española que se identifica como no heterosexual (11%) (*Barómetro Control*, 2017).

### Hipótesis 2

Se encontraron diferencias estadísticamente significativas al relacionar la variable género con la ocupación,  $\chi^2$  (17, n=722) = 109.535,  $p < 0,000$ . Como puede observarse en la tabla 3, la categoría ocupacional que requiere una mayor formación profesional (empresario director de cuadro superior) fue ocupada por más hombres que mujeres: 8,9% de hombres frente a 6,1% de mujeres. En la siguiente categoría que requiere una mayor formación profesional (técnico de cuadro medio), se encontró una gran diferencia con los resultados de otras investigaciones (**Galán-Fajardo**, 2007; **Menéndez**, 2014; **Álvarez-Hernández**; **González-de-Garay**; **Frutos-Esteban**, 2015; **Lacalle**; **Gómez**, 2016): existe una mayor ocupación por parte de las mujeres (21,7%) que de los hombres (17,1%). En contraposición, siguiendo con los estereotipos establecidos, se comprueba que las mujeres (5%) ocupan más puestos de oficina que los hombres (0,7%), más puestos de trabajos no cualificados (12,2% de las mujeres frente al 3,6% de los hombres), así como los trabajos domésticos no remunerados, en los que son las únicas que los desempeñan (7,2% de mujeres frente al 0% de hombres).

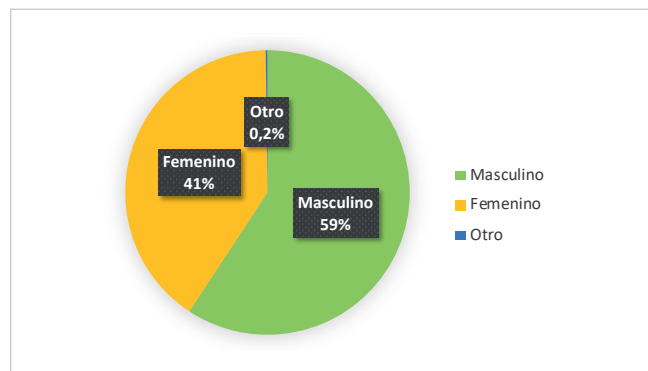


Figura 1. Frecuencia de género

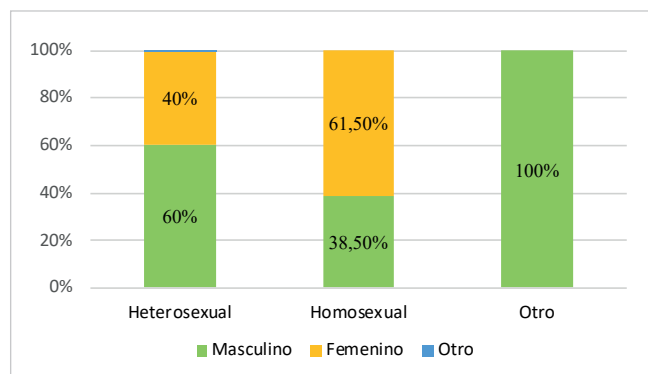


Figura 2. Relación entre el género del personaje y su orientación sexual

De igual forma, hay más personajes estudiantes femeninos (12,8%) que masculinos (6%), y aunque los personajes femeninos estudian más que los masculinos, desempeñan trabajos menos cualificados. Cabe destacar que estos datos son fidedignos a la realidad española de los años 2017 y 2018. El porcentaje de hombres que tienen una educación superior en España es menor que el de mujeres (38,4% frente al 50,1%) (INE, 2019), aunque sean los hombres los que ocupan más puestos que requieren una mayor formación profesional (4% de hombres frente al 1,9% de mujeres) y las mujeres las que ocupen puestos de oficina (6,2% de mujeres frente al 4,2%) y puestos menos cualificados como son los relacionados con el cuidado del hogar (6,3% de mujeres frente al 0,7% de hombres) (INE, 2019).

Tabla 3. Relación entre el género del personaje y su ocupación

Ocupación	Género			
	Total %	Masculino	Femenino	Otro
Empresario, director	7,8	8,9	6,1	0
Empresario, técnico	18,8	17,1	21,7	0
Empleado de oficina	2,4	0,7-	5+	0
Pequeño comerciante	3,5	4,6	1,7	0
Trabajado cualificado	5,6	5,7	5,6	0
Trabajador no cualificado	6,9	3,6-	12,2+	0
Actividades sector primario	2,2	3,6+	0	0
Religioso	0,9	1,4	0	0
Policía y/o militar	15,4	19,2+	9,4-	0
Deportista, artista o profesional del entretenimiento	2,6	2,5	2,8	0
Jubilado	3,5	2,5	5	0
Parado o desempleado	5,8	5,3	6,1	100+
Estudiante	8,7	6,0-	12,8+	0
Trabajo doméstico no remunerado	2,8	0	7,2+	0
No tiene una ocupación estable	0,2	0,4	0	0
Actividades delictivas	11,5	17,8+	1,7-	0
Otra profesión no contemplada	1,5	0,7	2,8	0

Nota:

- Valor estadísticamente inferior al porcentaje total (análisis estándar de residuos corregidos);

+ Valor estadísticamente superior al porcentaje total (análisis estándar de residuos corregidos);

( $\chi^2$  [32, n=462] = 114,234,  $p < 0,000$ )

Respecto a la presencia de objetivos personales por encima de los objetivos laborales de las mujeres, en comparación con los hombres los personajes femeninos se asociaron a una mayor presencia de objetivos personales, como se muestra en la figura 3 (el 79,20% de las mujeres). Los personajes masculinos mostraron menos interés que las mujeres por los objetivos personales (60% de los hombres tenían este tipo de objetivo). A la vista de los resultados, se puede concluir que existe una diferencia estadísticamente significativa que indica una mayor presencia de mujeres que persiguen objetivos personales que de hombres ( $\chi^2$  (2, n=306) = 12,697,  $p < 0,002$ ). En consecuencia, como se indica en la figura 3, los hombres se centraron más en los objetivos relacionados con el trabajo. El 61,1% de los hombres tenían este tipo de objetivos frente al 43,3% de las mujeres. Los resultados muestran de nuevo la existencia de una diferencia estadísticamente significativa que indica una mayor presencia de hombres que persiguen objetivos laborales que de mujeres ( $\chi^2$  (2, n=306) = 10,401,  $p < 0,006$ ). Por lo tanto, se siguen relacionando los objetivos personales con las mujeres y los laborales con los hombres, perpetuando el arquetipo de la mujer ligada a su hogar y a su familia (González-de-Garay; Marcos-Ramos; Portillo-Delgado, 2019).

Hay que destacar que, aunque las mujeres siguen persiguiendo mayoritariamente objetivos personales, los realizan de forma activa (80,8% de las mujeres) y no tanto de forma pasiva (18,3% de las mujeres) por lo que se atisba una evolución de un rol pasivo a uno más activo. No existe una diferencia estadísticamente significativa entre personajes masculinos y femeninos en la consecución de esos objetivos.

Por último, para poder analizar el tipo de conversaciones que tienen los personajes, primero se estudia el tipo de interacción. Los datos obtenidos muestran

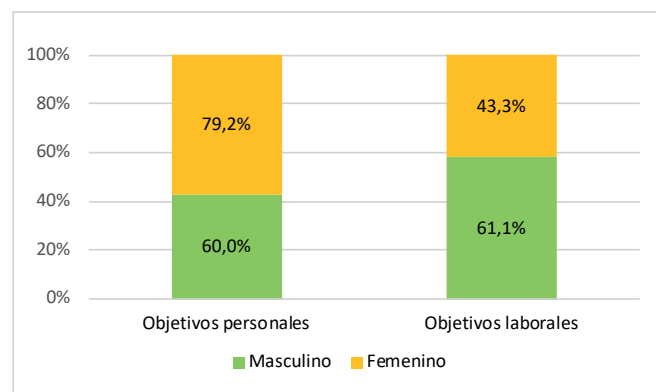


Figura 3. Relación entre el género de los personajes y los objetivos personales y laborales

que la mayoría de los personajes (tanto femeninos como masculinos) interactúa más con personajes masculinos (65,9% hombres y 56,9% mujeres) que con personajes femeninos (32,5% hombres y 41,6% mujeres).

Sabiendo que hay más interacciones entre personajes femeninos y masculinos, interesa estudiar el tipo de conversaciones que tienen los personajes femeninos cuando hablan con otros personajes femeninos. En primer lugar, la mayoría de los personajes que se identifican como mujeres hablan con otras mujeres de un tema no relacionado con los hombres (79% de las mujeres). Por lo que los hombres no son el único tema de conversación de las mujeres. Por otro lado, en relación con los temas de conversación que se atribuyen como característicos de las mujeres, encontramos que sólo hay un tema que es estadísticamente significativo, el amor ( $\chi^2 [2, n=514] = 13,498, p<0,001$ ). Un 30,6% de las mujeres hablan sobre amor frente al 18,4% de los hombres.

Con estos datos no es posible saber si los temas personales son los principales en las conversaciones entre mujeres, ya que sólo hay un tema característico de los personajes femeninos, el amor. Por eso se analizaron también los temas de conversación que se atribuyen a los hombres. En este caso hay dos temas estadísticamente significativos:

- sexo ( $\chi^2 [2, n=514] = 7,360, p<0,025$ ), un 12,2% de los hombres hablan sobre sexo frente al 11,5% de las mujeres;
- dinero ( $\chi^2 [2, n=514] = 11,559, p<0,003$ ), un 39,5% de los hombres hablan sobre dinero frente al 25,4% de las mujeres.

A la vista de estos datos (figura 4) se puede decir que el tema de conversación que más se atribuye a la mujer es el amor (personal), mientras que el tema que más se atribuye al hombre es el dinero (laboral). Sin embargo, cabe destacar que temas como el trabajo (asociado normalmente a los hombres) o la familia (asociado normalmente a las mujeres) se dan igual en personajes masculinos que femeninos.

### Hipótesis 3

Teniendo en cuenta que hay una escasa presencia general de hipersexualización en la muestra codificada (sólo el 4,5% frente al 95,5%), no se encontraron diferencias estadísticamente significativas cuando se relacionó el género con la hipersexualización ( $\chi^2 [2, n=513] = 4,062, p<0,131$ ) como se puede comprobar en la tabla 4. Aunque sigue habiendo un mayor porcentaje de personajes femeninos hipersexualizados, 6,7%, frente al 3% de personajes masculinos, esta diferencia no se considera estadísticamente significativa, por lo tanto, los personajes femeninos no se muestran más hipersexualizados en comparación con los personajes masculinos.

En relación con el desarrollo por parte de los personajes masculinos de una actitud más violenta que los femeninos, que son considerados como víctimas, se comprueba que las diferencias entre personajes masculinos y femeninos a nivel univariante no son estadísticamente significativas en el índice de conductas violentas [ $t (513) = 0,149, p = 0,882$ ] ni en el índice de conductas de victimización [ $t (513) = 0,907, p = 0,365$ ] como puede observarse en la tabla 5. Si se comparan ambos grupos en las dos variables, los personajes masculinos y los femeninos obtienen una puntuación similar en el índice de comportamiento violento y en el índice de victimización, lo que denota que se ha producido un cambio en la masculinización en el ciclo de la violencia (agresión y victimización). Aunque son distintos tipos de violencia o agresión los que realizan hombres y mujeres, el número de ataques es similar para ambos.

Si se comparan ambos grupos en las dos variables, los personajes masculinos y los femeninos obtienen una puntuación similar en el índice de comportamiento violento y en el índice de victimización, lo que denota que se ha producido un cambio en la masculinización en el ciclo de la violencia (agresión y victimización). Aunque son distintos tipos de violencia o agresión los que realizan hombres y mujeres, el número de ataques es similar para ambos.

### Hipótesis 4

Hay cuatro personalidades estadísticamente significativas que son características de los personajes masculinos:

- desleal ( $\chi^2 [4, n=478] = 14,628, p<0,006$ )
- agresivo ( $\chi^2 [4, n=498] = 14,990, p<0,005$ )
- conflictivo ( $\chi^2 [4, n=488] = 20,792, p<0,000$ )
- irresponsable ( $\chi^2 [4, n=483] = 13,218, p<0,010$ )

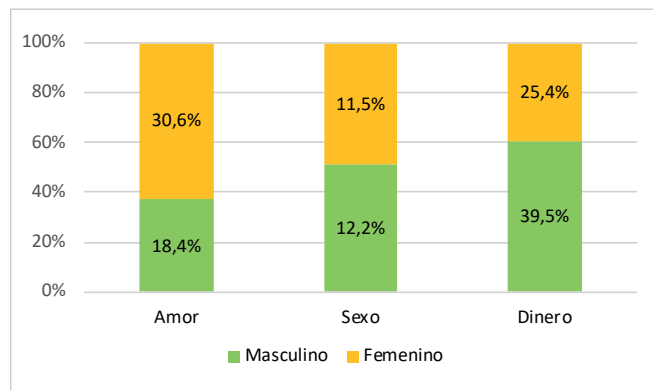


Figura 4. Relación entre el género y el tema de conversación

estadísticamente significativas cuando se relacionó el género con la hipersexualización

Tabla 4. Relación entre género e hipersexualización

Personaje hipersexualizado	Género			
	Total %	Masculino	Femenino	Otra
No	95,5	97	93,3	0
Sí	4,5	3	6,7	0
n total	513	303	209	1

( $\chi^2 [2, n = 513] = 4,062, p<0,131$ )

Tabla 5. Diferencias entre personajes masculinos y femeninos en el comportamiento violento y la victimización

Variable	Género				
	Masculino	Femenino	F	GI	p
Violencia (rango 0-5)	t = 0,149 (0,14)	0,01 (0,13)	0,003	511	0,882
Víctima (rango 0-5)	t = 0,907 (0,07)	0,01 (0,06)	1,951	511	0,365



En el caso de los personajes femeninos se encuentran:

- buen corazón: ( $\chi^2 [4, n=476] = 21,156, p<0,000$ ) se asocia a los personajes femeninos, siendo un atributo que define perfectamente la personalidad del personaje (45,1% frente al 25,8% de los hombres);
- inteligente: ( $\chi^2 [4, n=476] = 11,514, p<0,021$ ) siendo los personajes femeninos más inteligentes (33,1% frente al 21,3% de los hombres) y, por último,
- maternal/paternal: ( $\chi^2 [4, n=479] = 38,116, p<0,000$ ), considerando a los personajes femeninos más maternales que paternales los hombres (26,5% frente al 9,3% de los hombres).

Teniendo en cuenta estos resultados:

- se puede ver cómo se continúa relacionando los personajes masculinos con la violencia y con rasgos negativos, pues son desleales, agresivos, conflictivos e irresponsables;
- a los personajes femeninos se les sigue retratando como de buen corazón y maternales, siendo también más inteligentes que los hombres. Aunque la inteligencia se asocia a las mujeres, éstas siguen representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociándolas al mundo de las emociones y la maternidad (figura 5).

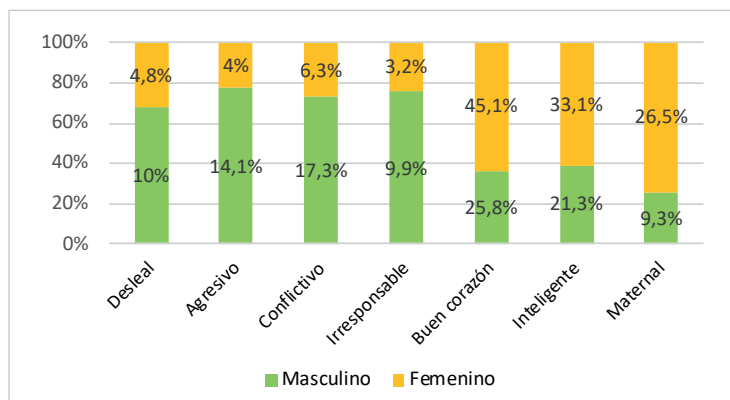


Figura 5. Relación entre el género del personaje y su personalidad

### Pregunta de investigación 1. ¿Influye el género de los personajes de una ficción en el tipo de papel que desempeñan?

Como puede observarse en la tabla 6, los datos extraídos sobre el tipo de personaje muestran que no existen diferencias estadísticamente significativas entre el tipo de personaje y su género [ $\chi^2 (4, n=514) = 2,332, p<0,675$ ]. Por lo tanto, se puede decir que el género de los personajes no influye en el papel que desempeñan, superando los personajes femeninos a los masculinos en los papeles protagonistas.

Tabla 6. Relación entre el género del personaje y el tipo de personaje

Tipo de personaje	Género			
	Total % de	Masculino	Femenino	Otra
Principal	17,1	16,1	18,7	0
Secundario	43,2	44,7	40,7	100
Background	39,7	39,1	40,7	0
n total	514	185	120	1

( $\chi^2 [4, n=514] = 2,332, p<0,675$ )

## 6. Conclusiones

Aunque la forma de consumir contenido audiovisual está cambiando, la ficción televisiva sigue siendo uno de los productos favoritos de consumo para audiencias diversas. Analizando la representación de género en las series de televisión se obtienen datos que nos permiten evaluar hasta qué punto estos contenidos audiovisuales son fidedignos en cuanto a representación de la realidad.

La ficción televisiva emitida en los canales generalistas y en horario de máxima audiencia en España en ocasiones sigue retratando el género de forma estereotipada (representando a la mujer como ama de su casa y madre de familia con objetivos personales y temas de conversación que se relacionan con el ámbito emocional), como puede observarse en los resultados obtenidos al probar tres de las cuatro hipótesis que se han expuesto anteriormente. A pesar de esto, se puede apreciar un cambio en los estereotipos de género en cuanto al peso narrativo de la mujer, que se ha equiparado al de los hombres, como ya constataron **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado (2019)**. Además, la hipersexualización deja de ser únicamente femenina (existe poca hipersexualización y no depende del género) y no se observa una masculinización de la violencia (los índices de violencia y de víctima son equitativos en ambos géneros).

Existe una infrarrepresentación de las mujeres en la ficción contemporánea de la televisión española. Los personajes femeninos tienen menos papeles en la ficción que el porcentaje de mujeres reales que residen en España, pero se puede atisbar un cambio, por un lado, en el número de personajes femeninos, que ha aumentado un 5% respecto a los datos obtenidos de la muestra de 2016-2017 por **González-de-Garay, Marcos-Ramos y Portillo-Delgado (2019)** y, por otra parte, en la narrativa de estas ficciones actuales con la participación de las mujeres como personajes principales.

Respecto a los datos obtenidos sobre la orientación sexual de la muestra, se observa que aumenta el número de personajes identificados como no heterosexuales en

La ficción televisiva en *prime time* en España sigue manteniendo una versión estereotipada de las mujeres, con escasa representación, con trabajos y actividades domésticas menos cualificados y objetivos personales

comparación con la muestra analizada en 2016-2017, además, en esta muestra hay más mujeres homosexuales mostrando más diversidad sexual en los personajes femeninos.

Aunque se retrata a las mujeres como protagonistas, éstas siguen mostrando algunos estereotipos de género, como el tipo de objetivos que persiguen (personales), la personalidad (de buen corazón y maternal) o el tipo de conversaciones en las que prevalece como tema de conversación el amor (esfera personal).

Respecto a las ocupaciones se puede observar que, aunque los personajes femeninos son los que más estudian, siguen teniendo los empleos menos cualificados. De igual forma, siguen siendo representadas como los únicos personajes que pueden ocupar el puesto de trabajos domésticos no remunerados. Esto es algo que, como se ha comprobado con los datos del *INE* (2019) se sigue dando en la sociedad española actual.

Finalmente, en cuanto a la imagen corporal, aunque se sigue dando importancia al atractivo y al cuerpo en la representación mediática de la mujer, no existe una diferencia marcada con el que se da a los hombres.

A la vista de todos los resultados obtenidos, se puede decir que la ficción televisiva en *prime time* en España sigue manteniendo una versión estereotipada de las mujeres en sus series, con escasa representación, con trabajos y actividades domésticas menos cualificados y objetivos personales. Por otra parte, los hombres siguen estando sobrerrepresentados, con más roles de liderazgo, principalmente heterosexuales, con empleos más cualificados y en ocupaciones relacionadas con la policía, el ejército y las actividades delictivas, con objetivos relacionados con el trabajo. Sin embargo, se puede observar cómo cada vez más se está intentando acabar con esos estereotipos de género, dándole a la mujer el mismo peso narrativo que a los hombres y acabando con su hipersexualización.

Los roles de género se forman en la primera infancia y continúan influyendo en el comportamiento durante la adolescencia y la edad adulta (**Gómez-González; Cabrera-Gómez**, 2013). Como se ha visto, los personajes femeninos comienzan a estereotiparse en la adolescencia, influyendo desde muy jóvenes en la sociedad. Por ese motivo, los medios deberían reducir los estereotipos y promover aspiraciones y comportamientos reales. Se debe contribuir a cambiar las actitudes y creencias sobre la representación femenina, presentando modelos de personajes femeninos fidedignos a la realidad para conseguir promover un cambio en la sociedad.

“Cada vez más se está intentando acabar con los estereotipos de género, dándole a la mujer el mismo peso narrativo que a los hombres y acabando con su hipersexualización”

## 7. Referencias

**Álvarez-Hernández, Carmen; González-de-Garay, Beatriz; Frutos-Esteban, Francisco** (2015). “Representación de género. Las películas españolas contemporáneas de adolescentes (2009-2014)”. *Revista latina de comunicación social*, v. 70, n. 8, pp. 934-960.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1079>

*Barlovento Comunicación* (2018). *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva (diciembre 2018)*. Barlovento Comunicación.

<https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2019/01/barlovento-audiencias-diciembre2018.pdf>

*Barómetro Control* (2017). *Los jóvenes y el sexo*. Barómetro Control 2017.

<http://salutsexual.sidastudi.org/es/registro/a53b7fb361bdd729016243d331110254>

**Bechdel, Alison** (1986). *Dykes to watch out for*. Michigan: Firebrand Books. ISBN: 978 0 932379177

**Chicharro-Merayo, Mar** (2018). “Spanish history and female characters. Representations of women in Spanish historical fiction”. *Convergencia. Revista de ciencias sociales*, v. 25, n. 77, pp. 77-98.

<https://convergencia.uaemex.mx/article/view/9303/8405>

**Collins, Rebecca L.** (2011). “Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go?”. *Sex roles*, v. 64, n. 3-4, pp. 290-298.

<https://doi.org/10.1007/s11199-010-9929-5>

**Coronado-Ruiz, Carlota; Galán-Fajardo, Elena** (2015). “Mujer y ámbito laboral en la ficción española sobre la Transición”. *Cuadernos de relaciones laborales*, v. 35, n. 1, pp. 209-226.

<https://doi.org/10.5209/CRLA.54990>

**Fernández-Villanueva, Concepción; Revilla-Castro, Juan-Carlos; Domínguez-Bilbao, Roberto; Gimeno-Jiménez, Leonor; Almagro, Andrés** (2009). “Gender differences in the representation of violence on Spanish television: should women be more violent?”. *Sex roles*, v. 61, pp. 85-100.

<https://doi.org/10.1007/s11199-009-9613-9>

- Galán-Fajardo, Elena** (2007). "Construcción de género y ficción televisiva en España". *Comunicar*, v. 15, n. 28, pp. 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- García-Muñoz, Nuria; Fedele, Madalena; Gómez-Díaz, Xiana** (2012). "The occupational roles of television fiction characters in Spain: Distinguishing traits in gender representation". *Comunicación y sociedad*, v. 25, n. 1, pp. 349-366. <http://dadun.unav.edu/handle/10171/27371>
- Geena Davis Institute on Gender in Media (2016). *The reel truth: Women aren't seen or heard. An automated analysis of gender representation in popular films*. <https://seejane.org/wp-content/uploads/gdiq-reel-truth-women-arent-seen-or-heard-automated-analysis.pdf>
- Geena Davis Institute on Gender in Media (2018). *Portray her: Representations of women STEM characters in media*. <https://seejane.org/wp-content/uploads/portray-her-full-report.pdf>
- Gómez-González, María-Patricia; Cabrera-Gómez, Claudia-Carolina** (2013). "Actitudes hacia los roles sexuales y de género en niños, niñas y adolescentes (NNA)". *Plumilla educativa*, v. 12, n. 2, pp. 339-360. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4757437>
- González-de-Garay, Beatriz; Marcos-Ramos, María; Portillo-Delgado, Carla** (2019). "Gender representation in Spanish prime-time TV series". *Feminist media studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1593875>
- Hether, Heather J.; Murphy, Sheila T.** (2010). "Sex roles in health storylines on prime-time television: A content analysis". *Sex roles*, v. 62, n. 11-12, pp. 810-821. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9654-0>
- Igartua-Perosanz, Juan-José** (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch. ISBN: 978 84 97902717
- Igartua-Perosanz, Juan-José; Del-Río, Pablo; Álvarez, Amelia; García, Luis-Carlos; García, Francisco-Javier; Garrachón, Luis; Pérez, David; Polo, Jesús; Yáñez, Esther** (1998). "Indicadores culturales y construcción de estereotipos en filmes de ficción". *Comunicación y cultura*, v. 5, n. 6, pp. 43-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2901298>
- INE (2019). *Cifras de población. Población residente en España*. [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981)
- Kahlenberg, Susan G.; Hein, Michelle M.** (2010). "Progression on Nickelodeon? Gender-role stereotypes in toy commercials". *Sex roles*, v. 62, n. 11-12, pp. 830-847. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9653-1>
- Kantar Media (2018). *Anuario audiencias de TV 2018*. <https://www.kantarmedia.com/es/blog-y-recursos/data-lab/anuario-de-audiencia-tv-2018>
- Koeman, Joyce M.; Peeters, Allerd; D'Haenes, Leen** (2007). "Diversity monitor 2005. Diversity as a quality aspect of television in The Netherlands". *Communications*, v. 32, n. 1, pp. 97-121. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2007.005>
- Lacalle, Charo; Castro, Deborah** (2017). "Representations of female sexuality in Spanish television fiction". *Convergencia. Revista de ciencias sociales*, v. 24, n. 75, pp. 45-64. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/4656/3141>
- Lacalle, Charo; Gómez, Beatriz** (2016). "The representation of women in the family in Spanish television fiction". *Communication & society*, v. 24, n. 47, pp. 59-67. <https://doi.org/10.15581/003.29.3.1-14>
- Lovejoy, Jenette; Watson, Brendan R.; Lacy, Stephen; Riffe, Daniel** (2016). "Three decades of reliability in communication content analyses: Reporting of reliability statistics and coefficient levels in three top journals". *Journalism & mass communication quarterly*, v. 93, n. 4, pp. 1135-1159. <https://doi.org/10.1177/1077699016644558>
- Mager, John; Helgeson, James G.** (2010). "Fifty years of advertising images: Some changing perspectives on role portrayals along with enduring consistencies". *Sex roles*, v. 64, n. 3-4, pp. 238-252. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9782-6>
- Masanet, Maria-José; Medina-Bravo, Pilar; Ferrés, Joan** (2018). "Myths of romantic love and gender-based violence in the fan forum of the Spanish teen series *Los protegidos*". *Young*, v. 26, n. 4 suppl, pp. 96S-112S. <https://doi.org/10.1177/1103308817748432>

- Mastro, Dana; Greenberg, Bradley** (2000). "The portrayal of racial minorities on prime time television". *Journal of broadcasting and electronic media*, v. 44, n. 4, pp. 690-703.  
[https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404\\_10](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404_10)
- Matud, M. Pilar; Rodríguez, Carmen; Espinosa, Inmaculada** (2011). "Gender in Spanish daily newspapers". *Sex roles*, v. 64, n. 3-4, pp. 253-264.  
<https://doi.org/10.1007/s11199-010-9874-3>
- Menéndez-Menéndez, María-Isabel** (2014). "Ponga una mujer en su vida: ficción de producción propia en TVE (2005-2006)". *Área abierta*, v. 14, n. 3, pp. 61-80.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_ARAB.2014.v14.n3.45722](https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.45722)
- Neuendorf, Kimberly A.** (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage. ISBN: 978 1 412979474
- Neuendorf, Kimberly A.; Gore, Thomas D.; Dalessandro, Amy; Janstova, Patricie; Snyder-Suhy, Sharon** (2010). "Shaken and stirred: A content analysis of women's portrayals in James Bond films". *Sex roles*, v. 62, n. 11-12, pp. 747-761.  
<https://doi.org/10.1007/s11199-009-9644-2>
- Rudy, Rena M.; Popova, Lucy; Linz, Daniel G.** (2010). "Content analysis [special issue]". *Sex roles*, v. 62, n. 11-12, pp. 705-847.  
<https://link.springer.com/journal/11199/62/11>
- Rudy, Rena M.; Popova, Lucy; Linz, Daniel G.** (2011). "Content analysis II [special issue]". *Sex roles*, v. 64, n. 3-4, pp. 151-298.  
<https://doi.org/10.1007/s11199-011-9937-0>
- Smith, Stacy L.; Choueiti, Marc; Pieper, Katherine M.** (2014). *Gender bias without borders: An investigation of female characters in popular films across 11 countries*. Geena Davis Institute on Gender in Media.  
<https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-full-report.pdf>
- Smith, Stacy L.; Choueiti, Marc; Pieper, Katherine M.** (2017). *Inequality in 900 popular films: Examining portrayals of gender, race/ethnicity, LGBT, and disability from 2007-2016*. Annenberg Foundation; USC Annenberg. School for Communication and Journalism.  
[https://annenberg.usc.edu/sites/default/files/Dr\\_Stacy\\_L\\_Smith-Inequality\\_in\\_900\\_Popular\\_Films.pdf](https://annenberg.usc.edu/sites/default/files/Dr_Stacy_L_Smith-Inequality_in_900_Popular_Films.pdf)
- Smith, Stacy L.; Pieper, Katherine M.; Granados, Amy; Choueiti, Marc** (2010). "Assessing gender-related portrayals in top-grossing G-rated films". *Sex roles*, v. 62, n. 11-12, pp. 774-786.  
<https://doi.org/10.1007/s11199-009-9736-z>
- Sutherland, Jean-Anne; Feltey, Kathryn M.** (2016). "Here's looking at her: an intersectional analysis of women, power and feminism in film". *Journal of gender studies*, v. 26, n. 6, pp. 618-631.  
<https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1152956>
- Tous-Rovirosa, Anna; Aran-Ramspott, Sue** (2017). "Mujeres en las series políticas contemporáneas. ¿Una geografía común de su presencia en la esfera pública?". *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, pp. 684-694.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.12>
- Tous-Rovirosa, Anna; Meso-Ayerdi, Koldo; Simelio-Sola, Nuria** (2013). "The representation of women's roles in television series in Spain. Analysis of the Basque and Catalan cases". *Comunicación y sociedad*, v. 26, n. 3, pp. 67-97.  
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35512/1/20130627135517.pdf>
- Zhao, Xinshu; Feng, Guangchao-Charles; Liu, Jun S.; Deng, Ke** (2018). "We agreed to measure agreement - Redefining reliability de-justifies Krippendorff's alpha". *China media research*, v. 14, n. 2, pp. 1-15.  
[https://repository.hkbu.edu.hk/hkbu\\_staff\\_publication/6803](https://repository.hkbu.edu.hk/hkbu_staff_publication/6803)

### Anexo: Libro de códigos y formulario de codificación

Para el análisis de la muestra seleccionada se escogió un formulario de codificación y un libro de códigos de veinte páginas en el que se recogieron datos sobre las categorías ofrecidas como posibles respuestas para la plantilla. Creado por **González-de-Garay, Marcos** y **Portillo** (2019) a partir de determinadas variables tomadas de **Álvarez-Hernández et al.** (2015), **Marcos-Ramos** (2014) y **Neuendorf et al.** (2002), a las que se añadieron modificaciones y variables específicas del estudio.

Cada personaje se codificó primero en base a datos generales:

- género (masculino, femenino, otros como personas trans, no binarias e intersexuales);
- orientación sexual (heterosexualidad, homosexualidad, bisexualidad, otros como asexualidad, pansexualidad, demi-sexualidad e inidentificable).

Para cuantificar cuestiones relacionadas con el nivel narrativo de cada personaje se utilizó otro grupo de variables. Se determinó el tipo de personaje codificado basándose en la tipología de **Mastro** y **Greenberg** (2000) con definiciones

readaptadas según la importancia del personaje y su papel en la trama principal y subtramas del capítulo, siendo:

- Protagonista el personaje que generalmente hace avanzar la trama o sobre el que recae la mayor parte del peso argumental. Aparece en la mayor parte del capítulo. Se entiende que dependiendo del caso puede haber más de un protagonista en cada capítulo.
- Secundario: personaje menos desarrollado que el protagonista y que suele contribuir a completar ya sea la trama principal o las esferas y círculos cercanos al protagonista. Sigue teniendo cierta relevancia sobre el argumento y puede llegar a tener su propia subtrama o un pequeño arco de transformación. No aparece tanto como el personaje protagonista o *background*.
- *Background*: personaje que no está desarrollado y es periférico a la acción principal del capítulo (**Mastro; Greenberg, 2000**). No tiene relevancia sobre el argumento principal y aparece en cinco escenas o menos pero dice, como mínimo, una frase de diálogo a otro personaje; si el personaje tenía objetivos definidos que alcanzar en el episodio y si éstos estaban relacionados con su entorno personal o relacionados con su trabajo.

También sus rasgos de personalidad, basados en el estudio de **Igartua-Perosanz et al. (1998)** con el que se intenta verificar, en una escala de tres puntos, la relevancia de una serie de rasgos en cada carácter (Bueno, Desleal o Traicionero, Agresivo, Inteligente, Intolerante, al que se añadieron Carismático, Irresponsable, Materno/Paterno, Valiente, Débil, Fraternal y Malvado); y si el personaje fue hipersexualizado, basado en la aparición de al menos tres de los conceptos encontrados por el *Geena Davis Institute on Gender in Media (2014)*:

- ropa sexualmente sugestiva;
- desnudez (parcial o total) si es gratuita;
- delgadez en las hembras / musculatura en los machos;
- atractivo; al que añadimos:
- la fragmentación de alguna parte erótica del cuerpo con el tipo de plano.

Asimismo, se codifica la interacción del personaje con otros personajes para saber si esa interacción se relacionaba principalmente con

- hombres;
- mujeres;
- personajes no binarios;
- personaje que no podía ser claramente identificado.

Y con base en criterios adaptados de la prueba Bechdel-Wallace (**Bechdel, 1986**), si el personaje hablaba con otros personajes de la misma identidad de género. Además, los codificadores tenían que encontrar en los personajes que hablaban con otras personas del mismo género si los personajes femeninos hablaban con otras mujeres acerca de algo que no fueran hombres, y si los personajes masculinos hablaban con otros hombres acerca de una mujer, para establecer la importancia que estos temas tenían en sus conversaciones.

## Colección EPI Scholar

Libros científicos de Información, Documentación y Comunicación



**TURISMO  
RURAL ONLINE**  
PÁGINAS WEB Y REDES SOCIALES

**GERSON BELTRÁN**

El profesional de la  
información

EDITORIAL UOC

### Turismo rural online. Páginas web y redes sociales de Gersón Beltrán

Los turistas están conectados en todo momento y se mueven en un entorno social, local y móvil: buscan información en internet antes de ir a su destino y realizan las reservas por anticipado, utilizan el móvil durante su experiencia turística para comunicarse y, tanto durante como tras el viaje, comparten sus opiniones en medios sociales.

Las empresas y destinos turísticos deben adaptarse a esta realidad, en la que lo físico es inseparable de lo online, conformando un entorno híbrido. Paralelamente, los espacios rurales sufren numerosos problemas de desarrollo y despoblación, y el turismo rural constituye una actividad que puede ayudar a revertir esta situación. Las nuevas tecnologías se configuran como herramientas que unen a los turistas conectados con estos espacios.

Este libro ofrece una visión general de la situación del turismo rural online, así como las claves para que las empresas y destinos turísticos logren conectar con los turistas y éstos disfruten de las experiencias únicas que les ofrece el turismo rural.

**Beltrán, Gersón (2019).** *Turismo rural online. Páginas web y redes sociales*. Barcelona: El profesional de la información, Editorial UOC, colección EPI Scholar n. 11, 170 pp. ISBN: 978 84 9180 388 1

Información

<http://www.elprofesionalde lainformacion.com/librosEPIScholar.html>