

Narrativas feministas en las plataformas de contenido en *streaming*: análisis de caso de los contenidos de Netflix, HBO, Amazon Prime y Disney +

Carolina Abellán Guzmán¹; José Antonio Cortés Quesada²

Recibido el: 06-06-22. / Aceptado: 10-10-22.

Resumen. Este trabajo presenta un análisis sobre la evolución y el desarrollo de las tramas feministas en las narrativas de plataformas de vídeo bajo demanda (VOD). Con la llegada de la televisión a la carta, el contenido de ficción en formato serie ha experimentado una proliferación como nunca dentro del sector audiovisual; el número de personajes protagonistas femeninos ha aumentado en los últimos años, así como las *showrunners* o creadoras de series de televisión. De este modo, mediante un análisis de caso se han estudiado doce series de televisión de las cuatro principales plataformas de contenido en *streaming* para comprobar la presencia de series de ficción con narrativa predominantemente feminista en la actualidad.

Palabras clave: feminismo, *streaming*, plataformas, narrativas y *showrunners*.

[en] Feminist narratives in streaming content platforms: randomized study of Netflix, HBO, Amazon Prime and Disney + content.

Abstract. This paper presents an analysis of the evolution and development of feminist plots in the narratives of video on demand (VOD) platforms. With the advent of on-demand television, fictional content in series format has experienced a proliferation as never before in the audiovisual sector; the number of female protagonists has increased in recent years, as well as the number of showrunners or creators of television series. Thus, through a case analysis, twelve television series from the four main streaming content platforms have been studied to verify the presence of fiction series with a predominantly feminist narrative at present.

Keywords: feminism, streaming, platforms, narratives and showrunners.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Discusión. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Abellán Guzmán, C. y Cortés Quesada, J. A. (2022). Narrativas feministas en las plataformas de contenido en streaming: análisis de caso de los contenidos de Netflix, HBO, Amazon Prime y Disney +, *Historia y comunicación social* 27(2), pp. 349-357

1. Introducción

Las series de ficción para la televisión o para las plataformas de contenido en *streaming* tienen su propio género y sus características, como la serialidad o la fragmentación de la narrativa o la trama para generar expectación e interés del espectador. Por otra parte, las series de televisión han adecuado un lenguaje y estructura cambiante que se asientan en la sociedad y la evolución de esta (García de Castro, 2002). Desde mediados de la década de los 90 del siglo XX y, sobre todo, a partir del año 2000, está demostrado cómo se ha producido un aumento de los personajes femeninos con una perspectiva nueva: se presentan como *warrior woman*, esto es, personajes femeninos con una fuerza superior si se comparaba con décadas pasadas (Davis, 2005). La televisión y sus contenidos, donde se encuentran las series de ficción, no solo se adaptan a la sociedad para captar y adaptarse a su audiencia, sino que también transmiten valores. De esta manera, autores como Sánchez-Labela plantean la necesidad de aumentar dentro de las series de ficción los personajes femeninos con poder y con puestos laborales con reconocimiento social que se alejen de los estereotipos que han envuelto la situación de la mujer

¹ Universidad Complutense de Madrid

Email: caroabel@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4555-6590>

² Escuela Superior de Cine, Animación y Videojuegos (ESCAV)

Email: joseacortes.20@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9292-243>

a lo largo de la historia (Martín, 2011). A partir del año 2005, con la finalización de *Sex and the City* (1998 – 2004) y tras el éxito de series como *Desperate Housewives* (2004 -2012) o *Grey's Anatomy* (2004 – actualidad) surge una proliferación de series protagonizadas por mujeres fuertes, líderes de movimientos sociales y con posiciones laborales relevantes. Aun así, pese al aumento de protagonistas feministas a partir de ese año, la mayoría de las narrativas de estas ficciones siguen cayendo en estereotipos negativos para la mujer (Menéndez, 2014). Las primeras décadas del siglo XXI, sobre todo tras la incursión de Internet dentro de los hogares, hacen que el consumo audiovisual se incremente. La producción de las series de televisión aumenta de manera inimaginable y, debido a este alcance masivo y mundial, las series se convierten en una lanzadera de apoyo a movimientos sociales y a la representación de distintos colectivos o transmisión de ideas. La representación de la mujer con carácter feminista coge fuerza a principios de la primera década de los 2000 siendo varias las series que muestran personajes femeninos que desafían los estereotipos machistas (López Rodríguez, 2015). Y es que, como algunos autores defienden “los medios de comunicación tienen una deuda histórica con las mujeres. Incorporar la perspectiva de género en sus políticas de contenidos sería una buena forma de empezar a saldarla” (Santillana, 2004 : 157).

1.1. Estado de la cuestión

Las series de televisión han alcanzado un gran nivel de importancia dentro del consumo audiovisual de los espectadores. La proliferación de las plataformas de contenido en *streaming* ha ayudado a este tipo de consumo. Al mismo tiempo, este tipo de formatos audiovisuales se han convertido en auténticos altavoces de demandas sociales, entre ellos, el movimiento feminista y la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres (Blanco, 2015).

Simultáneamente, existe un aumento de series de ficción de temática política que, como se indica en este trabajo, tiene como peculiaridad el aumento del número de protagonistas femeninas que ostentan cargos de poder. Es cierto que este incremento de personajes femeninos fuertes y en puestos de poder es más habitual en ficciones occidentales provenientes de Estados Unidos y del norte de Europa. Por otro lado, la vertiente mediterránea europea invierte menos en producciones protagonizadas por mujeres en esas posiciones (Tous-Rovirosa & Aran Ramspott, 2017).

La llegada de las redes sociales no solamente ha revolucionado la manera de interactuar entre las personas, sino que también ha supuesto un gran impacto en la industria audiovisual. Los consumidores de series de ficción y otro tipo de géneros y formatos audiovisuales comparten sus opiniones en redes sociales donde se crean auténticas comunidades en las que se intercambia información de manera directa e instantánea. Esta información debidamente cuantificada se conoce como *audiencia social*, a la postre, una nueva manera de medir la audiencia de la televisión (González Neira & Quintas Froufe, 2014). De esta manera, el sentir social se transmite a través de las redes sociales y las producciones audiovisuales incorporan ideas generales que los fans expresan a través de ellas, convirtiendo a Internet en una “herramienta de investigación y de objeto de estudio” (Tortajada & Willem, 2019 : 104).

Otra de las claves de los últimos años, gracias sobre todo al aumento de empresas que ofrecen contenido de ficción en *streaming*, es el aumento de producciones audiovisuales basadas en novelas escritas por mujeres (Navío Navarro, 2018), como *The Sinner* (2017, Netflix), *Alias Grace* (2017, Netflix), *The Handmaid's Tale* (2017, HBO) y *Little Fires Everywhere* (2020, Hulu). Y no solamente han aumentado las series de ficción basadas en novelas escritas por mujeres, sino que también lo han hecho las *showrunners* o creadoras y jefas de los contenidos de ficción que, además, narran historias protagonizadas por mujeres; rompiendo así con una tradición masculina histórica en la creación de series y personajes de ficción. De esta manera, la presencia de *showrunners* mujeres incide de manera positiva en la creación de personajes femeninos dentro de una producción audiovisual (Higueras Ruíz, 2019). Al mismo tiempo, es necesario recalcar que existe también un aumento de personajes femeninos pertenecientes al colectivo LGTBI dentro de la ficción televisiva y en plataformas de contenido en *streaming* (Delamorclaz Ruíz, 2018).

El discurso feminista, de esta manera, se ha visto favorecido gracias al aumento de producciones audiovisuales en formato de series de ficción. Al mismo tiempo, este discurso se ha globalizado ante la gran facilidad de consumir este tipo de contenido a través de plataformas de *video on demand* (VOD) (Marín Ramos, 2019). Es importante, por otro lado, profundizar en la opinión de las mujeres espectadoras de este tipo de contenido para saber qué grado de satisfacción existe ante estos productos audiovisuales. Por un lado, las espectadoras tienen una visión positiva sobre el aumento de personajes femeninos y, aunque sienten que se refleja de una manera acertada el universo de las mujeres en la actualidad, consideran que los personajes están menos idealizados basándose en los cánones de belleza y, de esta manera, los personajes de ficción femeninos presentan un atractivo más natural. Por otro lado, critican que los personajes femeninos son las que siguen llevando el peso en el hogar y en el rol de cuidadora y hacen hincapié en la necesidad de romper esos estereotipos (Gavilán, et al., 2019).

Con todos estos avances dentro del mundo audiovisual, hay autoras, como Jana Cattien (2019), que indican que el feminismo se ha convertido en un nuevo género de ficción dentro de las series de televisión y,

por tanto, resulta fácil de catalogar series o productos audiovisuales dentro del género o narrativas feministas (Cattien, 2019). Aunque siempre han existido series para el público femenino y con enseñanzas feministas como son los casos de *The Golden Girls* (1985 – 1992), *Sex and the City* (1999 – 2004) o *Gilmore's Girl* (2000- 2007), las narrativas feministas proliferan en las plataformas de contenido en *streaming* y cada año hay nuevos estrenos con este tipo de características (Vélez, 2019) o, como defiende Cattien, género televisivo. La plataforma de contenido en *streaming* Netflix se ha posicionado como una de las principales empresas en desafiar estos roles y ubicar a las mujeres, como personaje de ficción, en un lugar privilegiado dentro de su numeroso catálogo de series (Bonavitta & Hernández, 2019). Poco a poco, esta nueva narrativa televisiva en formato de serie se empieza a expandir por el resto de las plataformas de VOD, como es el caso de HBO, Disney + o Amazon Prime. En concreto, se aprecian incluso distintos enfoques feministas dentro de este nuevo género de ficción: el feminismo liberal, el feminismo radical y el feminismo racial, aunque todos ellos usados en una narrativa pedagógica que muestra distintas realidades de diversos personajes femeninos (Donstrup Portilla, 2022).

Por otro lado, es necesario recalcar que no es lo mismo un aumento de la narrativa de personajes principales femeninos en series de ficción que tramas que empoderen a esos personajes. Que exista un aumento de mujeres protagonistas en los principales contenidos de ficción de la televisión o de las plataformas de contenido en *streaming* no significa que estas series tengan un mensaje o una narrativa feminista. Este tipo de contenido no deja de estar producido para un público masivo, por lo que introduce estos personajes o situaciones por el sentir y el recorrido social actual; el hecho de que una serie presente personajes femeninos no significa que la trama profundice en la lucha de la mujer, aunque así lo presente su premisa (Gómez Ponce, 2021).

Las series de televisión son importantes a nivel social, debido a su consumo masivo y mundial. Son, por otro lado, un elemento pedagógico donde el espectador aprende otras realidades mediante el sentir de un determinado personaje (Fedele, 2014); en contenidos producidos en España, por ejemplo, el aumento de personajes femeninos no está ligado a tramas feministas, al contrario. La mayoría de los personajes femeninos en series de ficción en España siguen repitiendo roles de cuidadoras, limpiadoras o cargos poco reconocidos socialmente, así como personajes cosificados por su físico (Forteza-Martínez & Conde, 2020). Ocurre lo contrario en las producciones españolas con los personajes masculinos, que siguen siendo representados, en su mayoría, como personas exitosas y que disfrutan de cargos de poder (Ramos & González de Garay, 2021).

Al mismo tiempo, es necesario tener en cuenta que este tipo de contenido, sobre todo el que se encuentra dentro de las plataformas de contenido en *streaming*, es consumido en su gran mayoría por el público más joven, sobre todo el perteneciente a la Generación Z (1994-2010) (Cortés Quesada, et al., 2022). Al mismo tiempo, esta generación tiene un consumo *transmedia*, teniendo en cuenta también a las redes sociales, en el que se perpetúan los contenidos donde abundan los clichés de género, valores negativos a nivel social o exclusión de colectivos a través de estereotipos (Carrera, et al., 2020).

De esta manera, es necesario analizar qué tipo de contenido se oferta en las plataformas de contenido en *streaming*, cuyo alcance es global, para examinar si los contenidos con pedagogía feminista y donde haya un empoderamiento de las mujeres siguen siendo predominantes en este tipo de plataformas de VOD.

2. Metodología

El trabajo que aquí se presenta plantea un análisis, realizado desde España, de varias series de televisión de las principales plataformas de contenido en *streaming* que existen. El principal objetivo que se persigue con esta investigación es analizar los estrenos de contenido de ficción a través de las plataformas de VOD y estudiar si poseen una perspectiva feminista. De esa manera, el método elegido para conseguir este fin es el análisis de caso, una herramienta cualitativa que permite cuantificar categorías y significados temáticos (Díaz Herrera, 2017).

2.1. Método, instrumento de la investigación y muestra

Se han elegido 12 series de televisión distribuidas a través de las principales plataformas de contenido en *streaming* (tres series de cada una): Netflix, Amazon Prime, HBO y Disney +. La selección se ha llevado a cabo mediante una muestra aleatoria, para evitar elecciones subjetivas y, de este modo, errores en los resultados finales (López Noguero, 2002). Se ha optado por estudiar los estrenos del mes anterior al inicio de esta investigación, abril de 2022, y se han elegido tres contenidos de cada una de las principales plataformas.

Tabla 1. Contenido de ficción analizado distribuido en plataformas VOD

Series de ficción elegidas para el estudio de esta investigación			
Serie	Capítulo	Plataforma	Showrunner
Muñeca Rusa	T201	Netflix	Natasha Lyonne Leslye Headland Amy Poehler
Ni una palabra	T104	Netflix	Harlan Coben
Heartstopper	T106	Netflix	Alice Oteman
The Wilds	T205	Amazon Prime	Sarah Streicher
Desaparecidos	T201	Amazon Prime	Javier Ugarte Jorge Guerricaechevarría Patxi Amezcua
La maravillosa Sra. Maisel	T404	Amazon Prime	Amy Sherman
The Flight Attendant	T205	HBO	Kaley Cuoco
Killing Eve	T402	HBO	Laura Neal (T4)
State of the Union	T206	HBO	Nick Hurnbey
Anatomía de Grey	T1804	Disney +	Shonda Rhimes
Ridley Road	T102	Disney +	Sarah Solemani
Caballero Luna	T105	Disney +	Jeremy Slater

Fuente: elaboración propia.

Para llevar a cabo el análisis se han tenido en cuenta una serie de variables independientes y dependientes que se han usado para analizar cada uno de los capítulos mostrados en la Tabla 1.

Entre las variables independientes para tener en cuenta se encuentran:

- La cantidad de contenidos de ficción estrenados en plataformas VOD.
- El aumento de series de televisión estrenadas en plataformas de contenido en *streaming*.
- Por otro lado, las variables dependientes que se plantean son:
- El sexo de los personajes protagonistas.
- La orientación sexual de los principales personajes.
- Los puestos o cargos de poder / laborales de los personajes.
- Si la trama cuenta con una narrativa pedagógica feminista principal o secundaria.
- La forma de integrarla en la trama (si hubiese esta narrativa).
- El género, masculino o femenino, de los *showrunners* de las series analizadas.

A continuación, tras la investigación y obtención de resultados, se lleva a cabo un análisis descriptivo con la utilización de porcentajes para mostrar qué tipo de personajes y narrativas predominan en los estrenos de las series de las plataformas de contenido en *streaming*.

3. Resultados

Teniendo en cuenta las variables explicadas en el punto anterior, los resultados obtenidos tras el análisis de contenido aleatorio llevado a cabo se pueden agrupar en cuatro categorías diferentes: sexo de los personajes y orientación sexual, cargos de poder de los personajes, narrativa feminista y coherencia con la trama y, por último, género de los creadores de los contenidos analizados.

3.1. Sexo y género de los personajes analizados

De las 12 series analizadas, la principal variable que se tiene en cuenta es saber si los personajes principales y secundarios son hombres o mujeres y, en particular, se centra la atención en los roles protagonistas. De igual modo, también se tiene en cuenta si alguno de los personajes es transgénero y, de ser así, se indica durante el análisis.

Tabla 2. Personajes analizados según su sexo

Protagonistas y secundarios según su sexo o género		
	Hombres	Mujeres
Protagonistas	33,3 %	75 %
Coprotagonistas	41,6 %	58,4 %
Secundarios	58,3 %	41,7 %

Fuente: elaboración a partir de datos propios

También se analiza la orientación sexual o identidad de género, siguiendo las mismas variables: protagonistas, coprotagonistas y personajes secundarios.

Tabla 3. Personajes analizados según su orientación sexual e identidad de género

Protagonistas y secundarios según su orientación sexual e identidad de género			
	Gay / lesbiana	Heterosexual	Transexual
Protagonistas	25 % ³	75 %	-
Coprotagonistas	16,6 %	83,4 %	-
Secundarios	16,6 %	75,1 %	8,3 %

Fuente: elaboración a partir de datos propios

Una vez obtenidos los datos sobre el sexo y orientación sexual de los personajes según su protagonismo, se analiza qué lugar ocupa cada personaje en una escala de poder o cargo laboral dentro de la trama para, de esta manera, analizar si los personajes femeninos se encuentran representados en igualdad de condiciones que los hombres.

3.2. Cargo de poder de los personajes

Durante la investigación de las variables, como se puede apreciar en la Tabla 4, se divide a los personajes en hombres y mujeres para mostrar las diferencias, si las hubiera, respecto a su situación de poder en la trama. Los resultados son los siguientes:

Tabla 4. Cargo de poder

Cargo de poder de los personajes según su sexo		
	Hombres en cargo de poder	Mujeres en cargo de poder
Protagonistas	16,6 %	58,3 %
Coprotagonistas	16,6 %	16,6 %
Secundarios	33,3 %	25 %

Fuente: elaboración a partir de datos propios

Esta variable resulta interesante de analizar para comprobar si se siguen repitiendo estereotipos en cuanto a los roles de los personajes femeninos como se referencia en el apartado de Estado de la cuestión.

3.3. Narrativa feminista y coherencia con la trama

Teniendo en cuenta esta variable, lo que se pretende con este análisis es comprobar si existe, dentro de la narrativa analizada, una trama feminista alrededor de los personajes que pudiera concienciar a los espectadores sobre uno o varios temas relacionados con el movimiento feminista. También, se investiga si esta pedagogía que acompaña a la trama, si la hubiese, está bien integrada a través de una correcta coherencia narrativa. Es decir, se indaga si, dentro de la trama de la serie analizada, la historia o narrativa feminista casa con el

³ Del 25 % de los protagonistas LGB (lesbianas, gays y bisexuales) analizados, el 8 % son hombres homosexuales y el 17 % restante son mujeres lesbianas.

storytelling de la serie o si, por el contrario, su presencia no está justificada, más allá del hecho de la relevancia social y mediática del movimiento feminista de los últimos años. De esta manera, del total de los capítulos analizados, en un 91,66 % de los mismos se ha encontrado una trama feminista; al mismo tiempo, dicha trama, en un 86 % de los capítulos visionados, ha sido introducida de manera coherente, de manera no forzada, con el resto de la historia.

3.4. Clasificación de los showrunners según su sexo

Finalmente, la última variable a tener en cuenta es el sexo de los *showrunners* o creadores de las series de televisión de plataformas de contenido en *streaming* analizadas. De este modo, se analizan los 12 capítulos y se comprueba que un 37,5 % de los *showrunners* de las series visionadas son hombres, frente al 62,5 % de las mujeres que poseen este cargo. Con los datos obtenidos a través de las variables estudiadas, se puede analizar la información de manera completa sobre las narrativas feministas en las plataformas de contenido en *streaming*.

4. Discusión

Del mismo modo que se pueden agrupar los resultados según las variables, a la hora de explicar los datos obtenidos, se puede hablar de tres apartados diferentes: porcentaje de personajes de ficción femeninos y el cargo de poder que presentan, narrativa feminista en las tramas analizadas y, finalmente, clasificación de los *showrunners* según su sexo.

4.1. Porcentaje de personajes femeninos y cargo de poder

Como se señala en la Tabla 2, el 75 % de los personajes con un rol protagonista de los estrenos del mes de abril de 2022 de las cuatro plataformas de contenido en *streaming* principales (Netflix, Amazon Prime, HBO y Amazon Prime) es mujer. Al mismo tiempo, un 33,3 % de los protagonistas es hombre. Del 75 % de protagonistas femeninas, un 58,3 % de las mismas tiene un cargo de poder dentro de la trama: desde doctoras, detectives, directoras o líderes de movimientos sociales. Como se puede comprobar a través de los porcentajes ofrecidos en esta investigación, hay más representación de los personajes femeninos protagonistas con poder, alejándose de los estereotipos de roles de cuidadores o amas de casa. Al mismo tiempo, se produce un retroceso de la presencia de personajes masculinos protagonistas.

En cuanto a los coprotagonistas de las series analizadas, un 58,4 % es mujer frente a un 41,6 % de hombres. En este grupo, el porcentaje de personajes que posee un cargo de poder en la trama entre hombres y mujeres es el mismo; solo un 16,6 % de los coprotagonistas ostenta un cargo de poder. Mientras que, entre los secundarios, el porcentaje de mujeres es inferior (41,7 %) que el de hombres (58,3 %). De todos los grupos analizados –protagonistas, coprotagonistas y secundarios– este último es que menos porcentaje de representación femenina presenta. Por otro lado, los hombres, dentro del grupo de personajes secundarios, son los que tienen más cargo de poder en la trama (33,3 %) frente al de las mujeres (25 %).

4.1.1. Clasificación de los personajes según su orientación sexual e identidad de género

Dentro de este apartado, se tiene en cuenta la variable relacionada con la orientación sexual e identidad de género de los personajes y se usa la misma división (protagonista, coprotagonista y secundario) para comprobar qué representación de estos colectivos existe.

Así, el 75 % de los protagonistas, hombres y mujeres, de las series estrenadas en el mes de abril de 2022 en las plataformas VOD anteriormente mencionadas es heterosexuales. El 25 % de los protagonistas es homosexual. Dentro de este porcentaje es necesario recalcar un dato: solamente el 8 % son hombres gais, mientras que el 17 % son mujeres lesbianas. Al igual que ocurre con el aumento de las mujeres protagonistas en las series de ficción, hay un aumento de mujeres lesbianas frente a hombres gais dentro de los roles de ficción protagonistas. En cuanto a la representación de personajes transexuales, no existe ningún personaje con esta identidad dentro de los protagonistas analizados.

Respecto a los coprotagonistas, un 83,4 % de los mismos es heterosexual frente a un 16,6 % homosexual. En este caso, sí hay más hombres homosexuales (12 %) que de mujeres lesbianas (4,6 %). Finalmente, un 75,1 % de los personajes secundarios es heterosexual frente al 16,6 % que es homosexual. En este grupo existe una representación del colectivo transexual, ya que un 8,3 % de los personajes secundarios analizados es transexual. De todos los personajes analizados, solamente había dos personajes no binarios en todas las series, lo que representa un 1,7 % de los personajes analizados.

4.2. Narrativa feminista en la trama

En el apartado de Estado de la cuestión se menciona a autoras como Jana Cattie que afirma que el feminismo se ha convertido en todo un nuevo género de ficción (Cattien, 2019). Con los resultados obtenidos se puede afirmar que el 91,6 % de los capítulos analizados desarrolla una trama feminista dentro de sus guiones. De esta manera, solamente un 8,4 % de los capítulos elegidos de manera aleatoria para esta investigación no desarrolla ninguna trama feminista. Se puede afirmar, de esta manera, que el 91,6 % de las series analizadas y estrenadas en el mes de abril de 2022 en Netflix, Amazon Prime, HBO y Disney + posee tramas feministas representadas por sus personajes. De estas tramas, el 86 % de los guiones muestra coherencia narrativa a la hora de presentar estas historias feministas; a través de comentarios, situaciones y vivencia de los personajes nacen historias con perspectiva feminista donde, a través de una clara pedagogía, se muestran al espectador situaciones machistas que los personajes combaten, consecuencias de actos en contra de la mujer (como abusos o violaciones) o reivindicaciones feministas a través, sobre todo, de las protagonistas.

4.3. Clasificación de los *showrunners* según su sexo

Como se ha evidenciado hasta aquí, existe un aumento de los personajes femeninos con roles protagonistas dentro de las tramas de las series de ficción. Este dato puede responder al aumento de las mujeres en cargos de poder dentro de la industria audiovisual. De las series que se han analizado para esta investigación, el 62,5 % de los *showrunners* son mujeres, frente al 37,5 % de los creadores hombres. De este modo, se puede afirmar que existe un aumento del número de mujeres en este rol a la hora de encontrar productos de ficción dentro de las plataformas de contenido en *streaming*.

5. Conclusiones

Las series de televisión para plataformas VOD han aumentado en los últimos años y se han convertido en reclamo para los espectadores alrededor del mundo. Al mismo tiempo, existe una tendencia al alza en cuanto al aumento de los personajes femeninos y las creadoras y directoras mujeres que representan nuevas perspectivas femeninas a la sociedad (Gavilán, et, al., 2019). De este modo, a través de un análisis de caso aleatorio se ha querido comprobar si esta tendencia continúa vigente actualmente, en 2022, analizando los estrenos de las principales plataformas de contenido en *streaming*. Tras la obtención de los resultados presentados en esta investigación y su posterior discusión, se puede concluir:

- C.1. Existe un mayor número de personajes protagonistas y coprotagonistas femeninos que masculinos en las series de televisión en la actualidad. Solamente hay un mayor porcentaje de personajes masculinos dentro de los personajes secundarios. Así, la tendencia al alza de personajes femeninos presentada por autores como Gavilán en 2019 sigue vigente tres años después, con un 75 % de mujeres en roles protagonistas en las series de ficción. Este porcentaje también aumenta dentro de los roles coprotagonistas, siendo más las mujeres que los hombres en este rol.
- C.2. Al mismo tiempo, hay un aumento del número de mujeres homosexuales representadas, frente a los hombres gays, dentro de los personajes protagonistas en las series de ficción analizadas. No ocurre lo mismo con los personajes trans que, solamente se encuentran en los roles secundarios y en un porcentaje menor, no llega al 9 %. Del mismo modo, siguen siendo los personajes heterosexuales, hombres y mujeres, los más representados (superando el 75 % entre los protagonistas, coprotagonistas y secundarios).
- C.3. Existe un aumento de los cargos de poder ostentados por mujeres dentro de las series de ficción. Atrás quedan los estereotipos donde las mujeres poseían roles de cuidadora o ama de casa ya que, en el momento de esta investigación, un 58,3 % de las protagonistas posee cargos de poder dentro de la trama. Superan a los hombres protagonistas, ya que solamente un 16,6 % de los hombres con roles protagonista tiene cargo de poder dentro de las narrativas de ficción analizadas.
- C.4. Hay un aumento de mujeres en cargos directos en la creación de productos dentro del mundo audiovisual. Un 62,5 % de los *showrunners* de las series analizadas son mujeres, frente a menos de un 34 % de hombres en este mismo cargo. Al mismo tiempo, un 16,6 % de los *showrunners* hombres analizados para esta investigación crean productos de ficción con mujeres protagonistas, frente al 83,4 % que crean protagonistas masculinos. De igual modo, un 90 % de las creadoras mujeres, de las series que se han analizado para esta investigación, desarrollan tramas con protagonistas femeninas en sus series de televisión. Solamente un 10 % de las *showrunners* analizadas crean tramas protagonizadas por hombres. Como curiosidad, los protagonistas masculinos creados por *showrunners* mujeres, de los contenidos analizados para esta investigación, son hombres homosexuales.

Para finalizar, es necesario constatar que este trabajo posee limitaciones ya que, al tratarse de un análisis de caso aleatorio no se han analizado las tramas de todos los capítulos y temporadas que poseen las series de televisión para plataformas de contenido en *streaming*. Al mismo tiempo, la gran cantidad de estrenos semanales que cada plataforma VOD ofrece hace necesario continuar con este tipo de líneas de investigación con un carácter cuantitativo si bien no se debe olvidar el análisis cualitativo que ofrezca el punto de vista del espectador hacia estas narrativas. Es fundamental analizar la audiencia y, posiblemente a través de un análisis netnográfico (Kozinets, et al., 2014), medir las impresiones en redes sociales sobre las tramas de las series y, así, poseer una información mucho más completa sobre las narrativas feministas de las series de ficción en las plataformas de contenido en *streaming*.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Blanco, N., 2015. *Evolución y revolución de género en las series de ficción contemporáneas. La última salida: la comedia*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Bonavitta, P. & Hernández, J. d. G., 2019. 'La casa de papel', 'Rita' y 'Merli': entre nuevas narrativas y viejos patriarcados. *Investigaciones Feministas*.
- Carrera, P., Blanco-Ruiz, M. & Sainz de Baranda Andújar, C., 2020. Consumo mediático entre adolescentes. Nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), pp. 563-574.
- Cattien, J., 2019. When 'feminism' becomes a genre: Alias Grace and 'feminist' television. *Feminist Theory*, 20(3), pp. 321-339. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.72285>
- Cortés Quesada, J. A., Barceló Ugarte, T. & Fuentes Cortina, G., 2022. Estudio del consumo audiovisual de la Generación Z. *Revista Fonseca*. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc.28216>
- Davis, P., 2005. The Warrior Women of Television: A Feminist Cultural Analysis of the New Female Body in Popular Media. *Journal of Popular Culture, Oxford*, 38(3), pp. 556-557.
- Delamorclaz Ruiz, C., 2018. LGBTI y feminismo en animación televisiva: una reinterpretación de Steven Universe y Sailor Moon. *Con A de animación*, DOI: <https://doi.org/10.4995/caa.2018.9655>.
- Díaz Herrera, C., 2017. Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*, DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>, pp. 119-142.
- Donstrup Portilla, M. T., 2022. El Feminismo en las Series de Ficción de Amazon Prime. *Multidisciplinary journal of Gender Studies*, 11(1), pp. 24-48.
- Fedele, M., 2014. *Los personajes jóvenes en la ficción televisiva: identidades, modelos y representaciones juveniles en la era digital*. Barcelona, Alianza 4 Universidades. Universitat Pompeu Fabra.
- Forteza-Martínez, A. & Conde, M. A., 2020. La educación y las mujeres en las series educativas: La otra mirada como estudio de caso. *Investigaciones Feministas*, DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/infe.71968>, pp. 463-472.
- García de Castro, M., 2002. *La ficción televisiva popular: una evolución de las series televisivas en España*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Gavilán, D., Martínez-Navarro, G. & Ayestarán, R., 2019. Las mujeres en las series de ficción: el punto de vista de las mujeres. *Investigaciones feministas*, DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/infe.66499>, pp. 367-384.
- González Neira, A. & Quintas Froufe, N., 2014. Audiencia tradicional frente a audiencia social: un análisis comparativo en el prime-time televisivo. *Revista mediterránea de comunicación*, 5(1), pp. 105-121.
- Gómez Ponce, A., 2021. ¿Feminismo y gestos vacíos? Series de TV y desbordes de la condición femenina. En: *Semiosis y feminismos. Teorías feministas y del discurso*. s.l.:deSignis, pp. 139-147.
- Higueras Ruiz, M. J., 2019. El feminismo en las series de ficción : perspectivas sobre el rol de la mujer en The Sinner y Alias Grace. *Revista Admira*, DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/AdMIRA.2019.07.04>, pp. 85-106.
- Kozinets, R. V., Dolbec, P.-Y. & Earley, A., 2014. Netnographic Analysis: understanding culture through social media data. En: *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. s.l.:s.n., pp. 262-275.
- López Noguero, L., 2002. El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, Issue 2, pp. 167-180.
- López Rodríguez, F. J., 2015. Post-feminismo(s), Quality Television y Breaking Bad. *Zer*, 20(38), pp. 143-159.
- Marín Ramos, E., 2019. Abrazar nuestra conflictividad: la lección del feminismo mainstream. *Paradigma*.
- Martín, I. S.-L., 2011. Estereotipias femeninas en las series de animación actuales. *Admira*, Volumen 3, pp. 104-130.
- Menéndez, M. I., 2014. Ponga una mujer en su vida: análisis desde la perspectiva de género de las ficciones de TVE "Mujeres" y "Con dos tacones" (2005-2006). *Área Abierta*, 14(3), pp. 61-82.
- Navío Navarro, M., 2018. El feminismo en las series de ficción : perspectivas sobre el rol de la mujer en The Sinner y Alias Grace. *Feminismo, investigación y comunicación*, pp. 13-36.
- Ramos, M. & González de Garay, B., 2021. Gender Representation in Subscription Video-On-Demand Spanish TV Series. *International Journal of Communication*, Volumen 15, pp. 581-604.
- Santillana, R., 2004. La perspectiva de género en la televisión: una urgencia impostergable. *Fáisca*, Issue 11, pp. 135-160.

- Tortajada, I. & Willem, C., 2019. Creación de significado online: recoger las voces de los y las fans de series televisivas. *EMPIRIA. Revista de metodología de Ciencias Sociales*, Issue 42, pp. 99-112.
- Tous-Rovirosa, A. & Aran Ramspott, S., 2017. Mujeres en las series políticas contemporáneas. ¿Una geografía común de su presencia en la esfera pública?. *El profesional de la información*, 26(4), pp. 684-694.
- Vélez, A., 2019. *Mujeres en las series. Fuertes, rebeldes, fantásticas, ganadoras: ellas son la clave.*. Barcelona: Redbook Ediciones.