





Arquetipos, Me Too, Time's Up y la representación de mujeres diversas en TV

Archetypes, Me Too, Time's Up and the representation of diverse women on TV

 Dra. Rocío Garrido. Profesora Sustita Interina, Departamento de Psicología Social, Universidad de Sevilla (Spain) (rocioga@us.es) (<https://orcid.org/0000-0002-2238-0222>)

 Dra. Anna Zapsi. Investigadora, Psicóloga, Universidad Aristóteles de Salónica, Tesalónica (Grecia) (zapsi.a@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-0530-5976>)

RESUMEN

Los movimientos feministas Me Too y Time's Up han mostrado el poder de la industria audiovisual y las redes sociales para denunciar el acoso sexual y promover la equidad de género. No obstante, las mujeres en los medios –y, específicamente, en TV– siguen estando infrarrepresentadas y estereotipadas. Por ello, como señala Time's Up, es urgente aumentar la presencia femenina delante y detrás de las cámaras, así como integrar las influencias de los movimientos sociales en las producciones para ampliar los modelos arquetípicos utilizados en el diseño/análisis de personajes. A pesar de los beneficios narrativos de los arquetipos, estos se basan en mitos patriarcales y etnocéntricos que infravaloran la diversidad de las mujeres. En respuesta, este estudio explora la transferencia de los movimientos feministas a la presencia y representación femenina en las series emitidas en la era Peak TV. Desde una aproximación interseccional, se identifican 25 series feministas en Netflix y HBO y se presentan buenas prácticas de construcción de personajes femeninos útiles para la coeducación y el desarrollo de actitudes igualitarias en jóvenes. Estos amplían los arquetipos típicos (es decir, Conocedora, Cuidadora, Luchadora, Conflictiva, Cualquier mujer) y desafían los estereotipos. Se concluye una tendencia feminista en el contenido emitido en plataformas streaming, especialmente en series con alta presencia de mujeres delante/detrás de las cámaras (muchas vinculadas a movimientos feministas) que arroja luz sobre un panorama televisivo más igualitario e inclusivo.

ABSTRACT

The feminist movements Me Too and Time's Up have showcased the power of the audiovisual industry and social networks denouncing sexual harassment and promoting gender equality. Nevertheless, women in the media –and, specifically, on TV– continue to be underrepresented and stereotyped. Then, according to Time's Up, it is urgent to increase the number of women in front of and behind the cameras, as well as to embed social movements' influences on media productions in order to broaden the archetypal models used for characters' design/analysis. Despite the benefits of archetypes in storytelling, they are based on patriarchal and ethnocentric myths that undervalue female diversity. In response, this paper explores the transference of these feminist movements in terms of female presence and representation on TV series broadcast in the Peak TV era. From an intersectional approach, 25 feminist series were identified, and good practices in the portrayal of female characters are presented as useful role models for co-education which can contribute to egalitarian attitudes in youth. These female characters amplify typical archetypes (i.e., Knower, Carer, Striver, Conflictor, Everywomen) by defying stereotypes. This study concludes that there is a feminist trend in streaming platforms' content, especially in series with a high female presence on-screen/off-screen (many of them linked to feminist movements), that sheds light on a more egalitarian and inclusive television landscape.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Feminismo, Me Too, Time's Up, arquetipo, estereotipos, series de televisión.
Feminism, Me Too, Time's Up, archetype, stereotypes, TV serials.

1. Introducción

Durante los últimos años, los movimientos feministas han tenido un gran impulso desde el ámbito audiovisual y las redes sociales, siendo Me Too (#MeToo) y Time's Up (#TimesUp) sus mejores exponentes. #MeToo, destinado a denunciar el acoso sexual y dar apoyo a las víctimas, ha puesto de manifiesto la capacidad de las mujeres de Hollywood y de las redes sociales para abogar por la igualdad de género (Fileborn & Loney-Howes, 2019). Por su parte, #TimesUp ha reclamado un aumento de la presencia femenina delante/detrás de las cámaras y mostrar su diversidad—influido, en parte, por #BlackLivesMatter. Así, se pretende hacer frente a la limitada y sesgada representación de las mujeres en los medios, lo cual contribuye a la estereotipia de género (Lotz, 2006; Ward & Grower, 2020).

La investigación psicosocial ha mostrado sistemáticamente que la televisión puede actuar como un poderoso agente socializador y herramienta de innovación social (Miller, 2010). En este sentido, las tramas y personajes televisivos son esenciales para obtener imágenes femeninas nuevas y diversas que puedan ofrecer modelos de comportamiento al público, particularmente al joven (García-Muñoz & Fedele, 2011; Lotz, 2006). Esto es especialmente significativo en la configuración de las actitudes hacia grupos minoritarios, sobre todo porque algunas personas obtienen información de ellos única y exclusivamente a través de la televisión (Kidd, 2016). Las representaciones mediáticas suelen emplear arquetipos basados en mitos patriarcales que mantienen estereotipos de género y étnicos, infravalorando así las múltiples experiencias femeninas y excluyendo sus orígenes multiculturales (Enns, 1994). Por ello, es necesario analizar cómo la televisión representa a las mujeres y su diversidad, incorporando las influencias de los movimientos sociales (Enns, 1994; Lotz, 2006; Solomon & Kurtz-Costes, 2018).

Para abordar este desafío, nuestro trabajo explora cómo #MeToo y #TimesUp han influido en la presencia y representación femenina en la era streaming de la TV, la cual implica nuevas formas de producción y consumo de contenidos, especialmente para los/as jóvenes (Bucciferro, 2019; Budzinski et al., 2020). Desde un enfoque feminista interseccional, este trabajo identifica series feministas y presenta buenas prácticas de personajes femeninos que amplían los arquetipos típicos y promueven una televisión inclusiva. Primero, #MeToo y #TimesUp son presentados. Segundo, se expone el modelo de los arquetipos, ampliamente utilizado en el diseño y análisis de personajes, relacionándolo con las representaciones televisivas femeninas. Por último, se describe la metodología para, posteriormente, exponer y discutir los resultados.

1.1. El impulso de los movimientos feministas desde la industria audiovisual

#MeToo se popularizó en octubre de 2017, cuando varias actrices acusaron a Harvey Weinstein—aclamado productor de cine—de acoso y abuso sexual, rompiendo así la cultura del silencio arraigada en Hollywood durante décadas. Como forma de denuncia pública, la actriz Alyssa Milano contó su historia en Twitter apropiándose del hashtag #MeToo (Figura 1), que rápidamente se hizo viral.



Este fue usado 12 millones de veces en las primeras 24 horas y compartido en 85 países durante el primer mes de la campaña (CBS, 2017). De esta forma, muchas mujeres comenzaron a compartir sus experiencias y a crear comunidades online de confianza, exponiendo la magnitud de la violencia

sexual y condenando el patriarcado (Khomani, 2017). El movimiento tuvo un gran impacto en la industria audiovisual, con acusaciones de conductas sexuales indebidas por parte de figuras públicas en otras áreas (ej., música, educación, ciencia, política). Siguiendo a Chandra y Erlingsdóttir (2020: 1), «el movimiento ha proliferado en las redes sociales, yendo más allá de Twitter y llegando a las salas de estar y a los tribunales. Se ha extendido de forma desigual por todo el mundo (...) y ha interactuado con movimientos, luchas y resistencias feministas ya existentes».

Los orígenes de #MeToo se remontan a 2006, cuando Tarana Burke, una activista afroamericana que trabajaba con jóvenes de minorías étnicas, lanzó una campaña con este nombre al no poder responder a la confesión de abuso sexual de una chica. Aunque comenzó como un movimiento de base comunitaria, al incluir comunidades virtuales, #MeToo ha superado las clases socioeconómicas, reforzando la idea de que las redes sociales son poderosas herramientas para difundir el feminismo y que el activismo online promueve eficazmente la concienciación (Berridge & Portwood-Stacer, 2015).

A pesar de sus logros, #MeToo también fue criticado. Principalmente, por no lograr una incidencia política a largo plazo y, sobre todo, por centrarse en mujeres socialmente privilegiadas –invisibilizando o infrarrepresentando a mujeres racializadas y LGBTIQ+ (Fileborn & Loney-Howes, 2019). Como respuesta, celebridades de Hollywood (Rhimes, Longoria, Stone y Witherspoon) fundaron #TimesUp en enero de 2018, con el fin de hacer frente a la dominación masculina, rompiendo el techo de cristal y logrando una mayor igualdad de género y diversidad dentro y fuera de la industria audiovisual (The New York Times, 2018). Desde entonces, ha promovido iniciativas como el #4percentchallenge, anunciado en la 75ª edición de los Globos de Oro por personalidades de Hollywood, el cual pretendía aumentar la participación de las mujeres en los equipos de rodaje. Su nombre se debe al análisis de las películas más taquilleras durante 2007-2017 desarrollado por la Escuela de Comunicación y Periodismo Annenberg de la USC (Smith et al., 2019) que reveló un ridículo porcentaje de mujeres directoras en el cine. Además, #TimesUp, claramente influenciado por el Black Lives Matter y los movimientos por los derechos sexuales, ha sido elogiado por apostar por que las mujeres racializadas y LGBTIQ+ sean escuchadas de forma igualitaria (Desta, 2018).

Asimismo, ambos movimientos han sido cuestionados por instigar una batalla de géneros y provocar rechazo o indiferencia en los hombres, quienes mantienen altos niveles de sexismo hostil y aceptación de mitos vinculados a la violación (Kunst et al., 2019). Por ello, es fundamental trabajar en alianza con los hombres, promoviendo su pensamiento crítico y desarrollando estrategias para eliminar el sexismo y la desigualdad de género (PettyJohn et al., 2019). Este trabajo sostiene que las producciones televisivas de ficción pueden ser herramientas eficaces, ya que promueven la coeducación y contribuyen a la construcción de una sociedad igualitaria (Belmonte-Arocha & Gillamón-Carrasco, 2008).

1.2. La representación femenina en la ficción televisiva: Entre arquetipos y estereotipos

#MeToo ha coincidido con el aumento del uso de dispositivos móviles que permiten acceder a las redes sociales y consumir contenidos audiovisuales cuando se desee. Esto ha conducido a la era streaming de la televisión, extremadamente popular entre las generaciones más jóvenes (Budzinski et al., 2020). Así, la masificación de las plataformas de streaming ha conllevado una amplia gama de contenidos (Peak TV) en respuesta a las demandas sociales actuales, como la inclusión de la perspectiva de género, tal y como se observa en las categorías «Mujeres que dominan la pantalla» de Netflix y «Series protagonizadas por mujeres» de HBO (Bucciferro, 2019). Sin embargo, es imprescindible preguntarse si estos contenidos avanzan en la presencia y representación femenina en la televisión, superando su histórica infrarrepresentación y representación sesgada (Lotz, 2006; Smith et al., 2019; Ward & Grower, 2020; Zapsi & Garrido, 2021).

A pesar del significativo aumento de mujeres en pantalla (30-40%) observado en 916 programas emitidos durante 2017-2019, su presencia detrás de las cámaras sigue siendo desigual (menos del 20-30%) y la representación femenina está caracterizada por estereotipos de género (Hunt & Ramón, 2020). Por ejemplo, existe una tendencia a vincular a las mujeres con roles de cuidado o victimización, así como con lo emocional y lo sensual (Belmonte-Arocha & Gillamón-Carrasco, 2008; Lotz, 2006). Además, las mujeres tienden a ser blancas, heterosexuales y de mediana edad (Smith et al., 2019). Cuando los medios

de comunicación atribuyen erróneamente ciertos rasgos a grupos sociales —como las mujeres, las minorías étnicas o sexuales— se refuerza el sexismo, el racismo o el heterosexismo, dando lugar a injusticias sociales (Signorielli, 2009).

Aunque la investigación en comunicación ha desarrollado diversas teorías para el diseño/análisis de personajes, la mayoría de ellas se basan en arquetipos, definidos como «personajes de la historia — prototipos de figuras culturalmente importantes— que se aprenden y reconocen implícitamente, y cuyo significado histórico y personal evoca reacciones emocionales» (Faber & Mayer, 2009: 310). Estos provienen de los arquetipos clásicos de Jung (1968), actualmente empleados y actualizados por la psicología y las ciencias de la comunicación. Los arquetipos ofrecen modelos de conducta y manifiestan cómo reacciona el público ante personajes de historias clásicas que representan símbolos universales, basados en la antigua mitología griega y presentes en historias populares de diferentes culturas (Enns, 1994; Jung, 1968).

Este estudio se enmarca en la teoría Neo-arquetípica (Faber & Mayer, 2009) que actualiza las premisas junguianas incluyendo los conocimientos de la psicología contemporánea. Propone que los arquetipos poseen cinco características clave: 1) son personajes en historias, 2) representados psicológicamente como modelos mentales, 3) frecuentemente, nos provocan respuestas emocionales intensas, 4) mayoritariamente, son universales y fácilmente reconocibles, y 5) algunos operan a nivel automático o inconsciente. Además, esta teoría reunió los arquetipos en cinco categorías, ampliamente utilizadas en los medios (Faber & Mayer, 2009): 1) Conocedor/a: Sabio/a, Creador/a y Mago/a; 2) Cuidador/a: Cuidador/a, Inocente y Amante; 3) Luchador/a: Héroe/Heroína y Gobernante; 4) Conflictivo/a: Forajido/a y Sombra; 5) Persona común: Cualquier persona, Explorador/a y Bufón/a.

En las películas y series, los arquetipos cuentan, rápida y exitosamente, una historia completa donde la audiencia puede identificar a los/as personajes principales y comprender el argumento básico; pero los arquetipos también pueden promover estereotipos sobre ciertos grupos (Kidd, 2016). Según Enns (1994), su principal problema es que «se basan en mitos patriarcales que infravaloran la experiencia de las mujeres y refuerzan las visiones tradicionales de la masculinidad y la feminidad» (p. 128).

Además, los arquetipos se basan únicamente en la historia de las personas blancas, excluyendo otros mitos y perspectivas multiculturales (Kidd, 2016). Por ello, el reto es «identificar modelos arquetípicos contemporáneos que desafíen los estereotipos» (Enns, 1994: 131) para ofrecer nuevos modelos de comportamiento al público joven y contribuir a su coeducación. En respuesta a este desafío, nuestro estudio emplea un enfoque feminista interseccional (Crenshaw, 1991) que permite analizar simultáneamente cómo categorías interdependientes (ej., género, etnia, edad, orientación sexual) definen la experiencia de las mujeres dentro de su contexto sociopolítico e histórico.

1.3. Objetivos

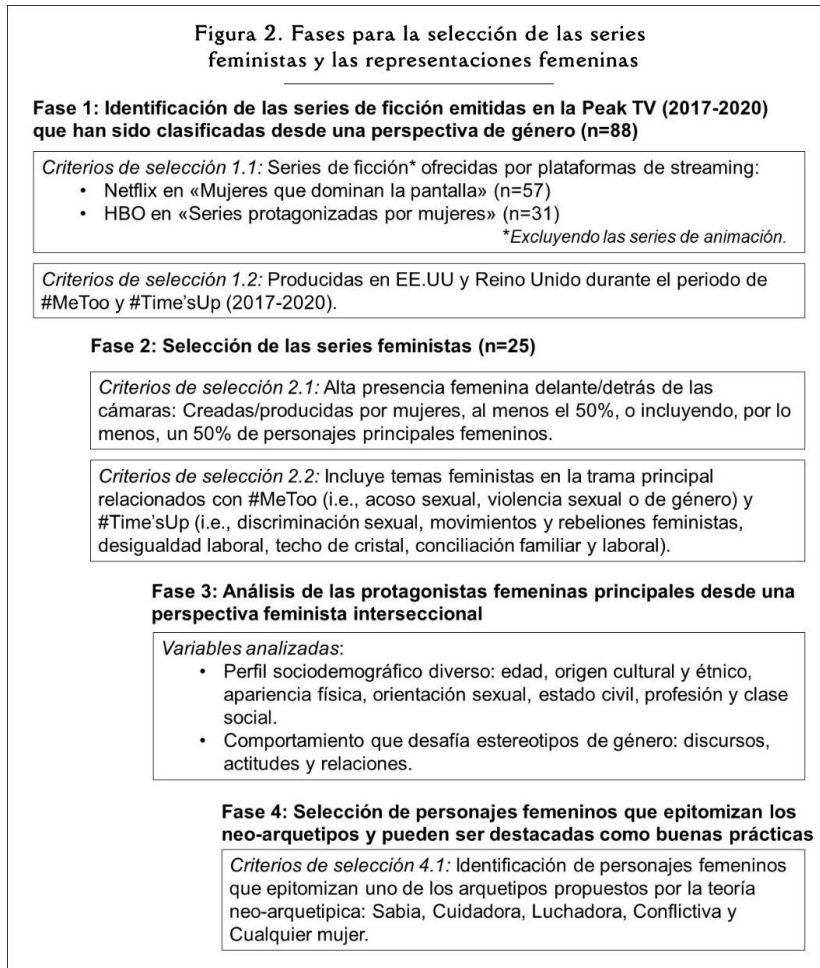
Este estudio tiene como objetivos: 1) identificar las series feministas emitidas en la Peak TV durante 2017-2020 (cuando se popularizaron #MeToo y #TimesUp) y 2) describir buenas prácticas de representación femenina, ampliando los arquetipos y desafiando los estereotipos relacionados con el género y la diversidad. Específicamente, explora: a) la presencia de mujeres delante/detrás de las cámaras en estas series y su relación con los movimientos feministas y b) la representación de los neo-arquetipos desde una perspectiva feminista interseccional.

2. Material y métodos

Según Lotz (2001), hay tres tácticas principales para examinar la inclusión de contenidos feministas en las series de televisión: la representación de personajes femeninos, las estrategias narrativas relacionadas con cuestiones feministas y el feminismo como tema en sí mismo. Combinando estas tácticas con las recomendaciones de #TimesUp para aumentar la presencia femenina delante/detrás de las cámaras, este estudio emplea cuatro fases de investigación, descritas en la Figura 2.

En primer lugar, se identificaron las series con perspectiva de género emitidas en Netflix y HBO durante 2017-2020.

En segundo lugar, se seleccionaron aquellas que eran feministas según sus argumentos y presencia femenina. En tercer lugar, se analizó el perfil sociodemográfico y el comportamiento de las protagonistas de estas series desde un enfoque feminista interseccional. Finalmente, las investigadoras seleccionaron de forma consensuada aquellos personajes que epitomizaban los neo-arquetipos y podían destacarse como buenas prácticas de representación femenina. Por tanto, este estudio combina análisis cuantitativos para describir la presencia femenina delante/detrás de las cámaras con análisis cualitativos de contenido.



3. Resultados

Siguiendo los criterios de selección, se identificaron 25 series feministas. En la Tabla 1 (disponible en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14109701>) se describen sus principales elementos (ej., título, fecha de emisión, plataforma streaming, género, premios), así como la presencia femenina delante/detrás de las cámaras y su relación con #MeToo y #TimesUp, en cuanto a sus temáticas y la inclusión de actrices, directoras, etc. feministas.

Los resultados muestran una relación positiva entre una alta presencia femenina delante/detrás de las cámaras (muchas vinculadas explícitamente a #MeToo y #Time'sUp) y la inclusión de contenidos feministas.

A continuación, profundizamos en estos datos mientras describimos las buenas prácticas de representación femenina siguiendo la teoría neo-arquetípica (Faber & Mayer, 2009). Ver resumen en la Figura 3.

Figura 3. Características de los Neo-arquetipos y ejemplos de series feministas que los incluyen

Grupos	Neo-arquetipos [Características]	Ejemplos de series feministas que incluyen personajes femeninos que epitomizan los Neo-arquetipos (Fuente de las imágenes: IMDb, https://www.imdb.com/)
Conocedora	<i>Sabia</i> [Experta, asesora, académica, filosófica, inteligente]	
	<i>Creadora</i> [Innovadora, artística, ingeniosa, soñadora, mundo interno]	
	<i>Maga</i> [Visionaria, alquimista, física, profesora, científica]	
Cuidadora	<i>Cuidadora</i> [Protectora, sacrificada, parental, solidaria, confiada]	
	<i>Inocente</i> [Pura, leal, ingenua, simple, serena]	
	<i>Amante</i> [Romántica, sensual, seductora, apasionada, erótica]	
Luchadora	<i>Heroína</i> [Valiente, luchadora, salvadora, cruzada]	
	<i>Gobernante</i> [Influente, dominante, líder, jefa, jueza]	
Conflictiva	<i>Forajida</i> [Rebelde, sobreviviente, inadaptada, anti-normas, destructiva]	
	<i>Sombra</i> [Violenta, atormentada, primitiva, rechazada, emocional]	
Cualquier mujer	<i>Mujer común</i> [Persona común de clase trabajadora. La vecina]	
	<i>Exploradora</i> [Independiente, aventurera, descubridora, solitaria, indomable]	
	<i>Bufona</i> [Irónica, alegre, divertida, juguetona, irresponsable, cómica]	

3.1. Las Conocedoras

En este estudio se encontraron pocas Conocedoras, las cuales, cuando aparecen, suelen vincularse a estereotipos de género o ser castigadas de alguna forma, como en el mito griego de Casandra (Franks, 2019). En primer lugar, Beth Harmon (Taylor-Joy) de «The Queen's Gambit» (2020) representa el arquetipo de Sabia. Ella es una chica huérfana y prodigio del ajedrez que rompe el techo de cristal durante la Guerra Fría y «desmonta el sexismo peleando desde un tablero de 64 casillas» (Menon, 2020). Sin embargo, esta serie mantiene estereotipos vinculados a las mujeres inteligentes que se basan en la soledad, problemas sexo-afectivos y problemas mentales como la adicción (Szymanowicz & Furnham, 2011). En segundo lugar, «Mrs. America» (2020) muestra a muchas mujeres excepcionalmente brillantes (ej., Schlafly, Steinem, Chisholm) que trataron de ratificar la Enmienda de Igualdad de Derechos en

la década de 1970. A pesar de sus diferentes trasfondos, todas ellas deben probar continuamente su inteligencia.

En el caso de las Creadoras, se identificaron dos ejemplos relacionados con #MeToo, en la línea de Scheherazade de «Las mil y una noches» que desarrolló su creatividad para salvarse de la violencia masculina (Franks, 2019). Por un lado, «Dear White People» (2017-2021) presenta a Sam White (Browning), una estudiante de comunicación y destacada activista que denuncia el racismo y la injusticia social en el campus de Winchester, hasta que un querido profesor negro es acusado de acosar sexualmente a una estudiante blanca. Esta serie ofrece dos narrativas dentro de #MeToo: la culpabilización de la víctima y la responsabilización del sospechoso habitual, enfocándose en la influencia del componente racial y complicando así el posicionamiento. Por otro lado, «She's Gotta Have It» (2017-2019) se centra en cómo Nola Darling (Wise) genera arte como estrategia para afrontar su trauma derivado de una agresión sexual. El arte se presenta aquí como un poderoso instrumento para el activismo cuando Nola empapela Brooklyn con lemas dignos de #MeToo. No obstante, ambas series caen en el popular tropo mediático de la «mujer negra enfadada», reforzando el estereotipo de Zafiro (West, 1995).

Finalmente, las Magas han desarrollado sus poderes tradicionalmente para defenderse de los abusos masculinos, como la mítica Circe, predecesora de todas aquellas mujeres sabias y herbolarias que fueron ahorcadas durante siglos por considerarlas brujas. Los medios suelen emplear el mito de las brujas desde una perspectiva oscura y maligna, pero también simbolizando una provocación y liberación patriarcal (Henesy, 2020). En esta dirección, la renovada Sabrina (Shipka), de la serie de Netflix «The Chilling Adventures of Sabrina» (2018-2020), aporta unas corrientes más feministas que nunca, desmontando la estructura patriarcal convencional, luchando contra la masculinidad tóxica y superando el binarismo (Henesy, 2020).

3.2. Las Cuidadoras

Esta categoría está estrechamente asociada a populares representaciones femeninas que, aun siendo obsoletas, siguen actualmente vigentes (Enns, 1994), tales como las Cuidadoras (desde Deméter a la Virgen María), las Inocentes (princesas que necesitan ser rescatadas en los cuentos infantiles) o las Amantes (desde Afrodita o Medea a las «Lolitas» y «femmes fatales»). En compensación, este artículo presenta algunas buenas prácticas para superar estos retratos.

En cuanto a las Cuidadoras, Red (Mulgrew, «Orange is the New Black», «OITNB», 2013-2019) es la jefa de cocina de una prisión –proveyendo comida, una tarea profundamente maternal– y la líder de unas internas que la llaman «mamá». A pesar de su fría pose rusa, Red es una Cuidadora cariñosa y leal. Esta serie aborda múltiples problemas relacionados con el hecho de ser mujer –dentro y fuera de la cárcel– como el sexismo, el abuso sexual, la maternidad, el techo de cristal, etc., y su intersección con otros muchos elementos (e.g., etnia, clase social, edad, identidad de género, orientación sexual, salud mental). «OITNB» rompió la imagen estereotipada de las mujeres presas y dio visibilidad a múltiples modelos de feminidad desde una perspectiva intercultural (Enck & Morrissey, 2015). Del mismo modo, Blanca (Rodríguez, «POSE», 2018), tomando como escenario el drag ball neoyorquino, representa a una mujer transexual, afrolatina, excluida, extrabajadora sexual y seropositiva como madre cariñosa, protectora y comprensiva. Con esfuerzo y amor, construye un hogar inclusivo para jóvenes LGBT en situación de calle. Al igual que Red, Blanca antepone las necesidades de sus hijos/as a las suyas, perpetuando la imagen de madre sacrificada. Sin embargo, ambas representaciones son innovadoras en cuanto a sus perfiles sociodemográficos, los cuales nunca han sido asignados a cuidadoras, sino a personas problemáticas. No por casualidad, «OITNB» (con un reparto íntegramente femenino) y «POSE» (con el récord del mayor número de actores/actrices transgénero en papeles recurrentes en una serie) se convirtieron en grandes ejemplos para #TimesUp, instaurando un panorama televisivo inclusivo. Ambas series han sido muy aclamadas por la representación de la comunidad trans, cuya imagen ha sido dañada por los medios desde sus inicios (Solomon & Kurtz-Costes, 2018).

Explorando el arquetipo de Inocente en televisión, la violación y la agresión sexual se despliegan con frecuencia en los argumentos con personajes femeninos, pero rara vez son la trama central y casi nunca se abordan con la complejidad requerida (Benson-Allott, 2020). Sin embargo, desde #MeToo, se

han producido series que narran historias de violación o incluyen personajes protagonistas que sufrieron agresiones sexuales, como «Unbelievable» (2019), «I May Destroy You» (2020), «13 reasons why» (2017-2019), «Big Little Lies» (2017-2019), «The Handmaids Tale» (2017-) y «OITNB» (2013-2019). Todas ellas ofrecen el punto de vista de las víctimas, rompiendo con la pasividad asociada tradicionalmente al arquetipo de Inocente. En esta dirección, destaca Arabella (Coel) de «I May Destroy You» (2020), una mujer negra que, tras haber sufrido una violación, reivindica el movimiento #MeToo alcanzando una gran popularidad en las redes. Además, escribe un libro, se une a un grupo de apoyo y sensibiliza a sus conocidas sobre la cultura de la violación. De este modo, representa un modelo a seguir en el impulso del activismo online desde las comunidades. Esta serie británica no es solo una narración sobre la violación en el siglo XXI, sino también sobre el empoderamiento en la lucha contra las opresiones interseccionales que sufren las mujeres negras. Esta serie «ha respondido a la necesidad de una televisión más ambiciosa artísticamente que abarque la vida de las personas negras y las críticas de las feministas negras sobre la cultura de la violación en televisión» (Benson-Allott, 2020: 100).

En cuanto al arquetipo de la Amante, hemos encontrado representaciones alejadas de los estándares típicos (mujer joven, despampanante y sumisa vs. seductora «femme fatale»). En concreto, destaca el perfil de mujeres de mediana edad que viven su sexualidad libremente y sin culpa. La doctora Milburn (Anderson), madre del protagonista de «Sex Education» (2019), es una terapeuta sexual que disfruta de su sexualidad con naturalidad, ofreciendo un papel positivo para la representación de las mujeres divorciadas de mediana edad. Asimismo, «Why Women Kill» (2019) relanza la batalla de los sexos a través de tres mujeres diversas (Beth, Simone y Taylor) en diferentes generaciones. Simone (Liu) es una asiática-americana de mediana edad que, tras descubrir la homosexualidad de su tercer marido, inicia un romance con un hombre más joven en 1984. Taylor (Howell-Baptiste), una mujer afroamericana independiente, propone un matrimonio abierto en 2019, desafiando las normas sociales al iniciar una relación a tres bandas. En la misma línea, otro personaje que practica el poliamor es Nola Darling («She's Gotta Have It», 2017-2019), otra atractiva afroamericana. Estas imágenes sostienen el estereotipo de Jezebel, creado para justificar la violación de las mujeres negras durante la esclavitud, el cual se perpetúa en la actualidad con contenidos televisivos que muestran a mujeres afro coquetas e hipersexuales (West, 1995).

3.3. Las Luchadoras

El arquetipo de Héroe ha sido históricamente representado por valientes guerreros y superhéroes. Por lo tanto, las escasas posibilidades de ver a una mujer representando este arquetipo han reducido las imágenes sociales de héroes y mujeres. Desde la década de 1990, la aparición de heroínas en los medios, como «Xena» (1995-2001) o «Buffy the Vampire Slayer» (1997-2003), proporciona poderosos modelos femeninos, aunque sexualizados (Bercuci, 2016). En la era #MeToo surgieron superheroínas que no solo luchan contra villanos, sino también contra el patriarcado (Bercuci, 2016). Por ejemplo, «Jessica Jones» (2015-2019) describe a las víctimas de violencia de género como mujeres fuertes y resilientes, lejos de aquellas representaciones comúnmente estigmatizadas. Jessica (Ritter) es una antigua superheroína víctima de abusos que, a pesar de sufrir estrés postraumático, comienza a rescatar a otras víctimas desde la sororidad. No por casualidad, su segunda temporada, estrenada el 8 de marzo, fue escrita y dirigida exclusivamente por mujeres. Igualmente, dos series de HBO deben ser nombradas: «Supergirl» (2015) y «Batwoman» (2020). La primera, protagonizada por Benoist (figura crucial de #MeToo desde que reveló públicamente ser superviviente de violencia doméstica), nos muestra a una superheroína empoderada, altruista y compasiva. La segunda ha sido alabada en cuanto a su diversidad, aunque criticada por la cultura tóxica de los/as fans. Batwoman (Rose), prima de Batman, es una lesbiana feminista declarada con frases como «No voy a dejar que un hombre se lleve el mérito del trabajo de una mujer». Además, Batwoman fue retratada por Rose (lesbiana de género fluido) en la primera temporada y por Leslie (mujer afroamericana bisexual) en la segunda, lo que supone un salto cualitativo en este género.

Además de las superheroínas, identificamos interesantes ejemplos de Mujer común que, tras circunstancias desafortunadas, evolucionan hasta convertirse en revolucionarias, como June/Offred (Moss) de «The Handmaids Tale» (2017-), basado en la novela homónima de Atwood de 1985. Esta

serie comparte similitudes con Filomena –el mito clásico de «Las metamorfosis» de Ovidio sobre mujeres desobedientes y sororidad– siendo «una representación de una sociedad distópica caracterizada por la ausencia de derechos y libertades [y] manifestando la importancia narrativa en la creación de mitos modernos» (Martínez-García, 2020: 43). Incita al diálogo sobre temas tan importantes como la esclavitud sexual, el aborto y el totalitarismo basado en la desigualdad de género, todo ello narrado desde una voz femenina. Protagonizada por Moss –su productora y reconocida feminista–, esta serie ofrece un modelo de resiliencia y empoderamiento. June inicia la eterna lucha contra el patriarcado convirtiendo su cuerpo en territorio de revolución y empoderando a otras mujeres movidas por la solidaridad y la justicia social. Además de su valor artístico, «The Handmaids Tale» (2017) ha traspasado la pantalla y se ha convertido en un icono de resistencia feminista en el siglo XXI. Por ejemplo, una de sus frases más representativas, #nolitetebastardescarborundorum, saltó de la televisión al activismo online (Bayne, 2018).

En cuanto al arquetipo de Gobernante, no encontramos muchos ejemplos de mujeres ejerciendo el poder y, cuando aparecen, su actuación se considera masculinizada, rebajando atributos feminizados como la delicadeza y la sensibilidad que se perciben como debilidades –y opuestos al liderazgo– (Özkan & Hardt, 2020). Sin embargo, Annalise Keating (Davis, «How to Get Away with Murder», «HTGAWM», 2014-2020) ofrece un magnífico retrato. Reconocida en contextos altamente patriarcales como los juzgados y la universidad, Keating incorpora una identidad interseccional como mujer negra, queer y de mediana edad. Durante sus seis temporadas, se embarca en complejas relaciones interraciales que le permiten estar en posiciones de gran poder y liderazgo (ej., con sus estudiantes y empleados) o ser ella misma, emocional y vulnerable (ej., con su familia). Dejando atrás la figura de líder manipuladora y autoritaria, Keating es cariñosa, con sus defectos y sus miedos –provenientes, principalmente, de un abuso sexual intrafamiliar cuando era niña–. Siguiendo a este personaje, el público puede identificar las múltiples opresiones a las que debe enfrentarse una mujer afro de mediana edad que vive abiertamente su sexualidad: sexismo, racismo, heterosexismo, etc. Estas opresiones también son denunciadas por Davis y Rhimes (showrunner de «HTGAWM»), las cuales son figuras claves en la representación mediática de la diversidad y en la respuesta pública de las mujeres negras (Sobande, 2019), dentro y fuera de #TimesUp.

3.4. Las Conflictivas

La comedia negra de Netflix «The End of the F***ing World» (2017-2019) se convirtió en la voz del #MeToo desde los arquetipos de Forajida y Sombra. Su primera temporada presenta las aventuras de una pareja adolescente atormentada por una infancia traumática que mata, en defensa propia, a un violador en serie. Sin embargo, su segunda temporada introduce una nueva narrativa: una antigua amante (víctima, de hecho) de este violador decide buscar venganza y presenta un argumento que profundiza en las experiencias e interpretaciones de los tres protagonistas. Al igual que «I May Destroy You» (2020), esta serie promueve la reflexión crítica para reevaluar algunas «experiencias sexuales» como abusos. Del mismo modo, «Big Little Lies» (2017-2019) maneja excelentemente temas complejos como la violencia doméstica o la violación, así como el trauma y la culpa que suponen para las víctimas, mientras relata una historia sobre amistad femenina. Esta serie, basada en la novela homónima de Moriarty de 2014, presenta a cinco madres americanas (Witherspoon, Kidman, Woodley, Kravitz y Dern) implicadas en el asesinato del violador/maltratador de algunas de ellas. Además, en la segunda temporada, aparece la madre (Streep) del asesinato que culpa a las víctimas duramente. Este argumento recuerda el mito de Medusa, una hermosa doncella que, tras ser violada por Poseidón, fue castigada y transformada en un monstruo. Esta serie pasará a la historia como una de las mayores contribuciones de #TimesUp debido a su presencia femenina delante/detrás de las cámaras.

Igualmente, una serie feminista acertada desde el punto de vista de #TimesUp es «Good Girls» (2018), la cual muestra a tres amigas de los suburbios de Michigan que sufren desigualdades laborales y se involucran en actos delictivos para conseguir dinero y mantener a sus familias. Además de su inclusión de la diversidad étnica y sexual, «Good Girls» busca reescribir esta historia incorporando la ira femenina de una manera que no está dirigida a los hombres, sino a empoderar a las mujeres» (Carling, 2018).

Por último, estos arquetipos también afloran cuando las mujeres luchan contra la cultura/religión patriarcal, tal y como muestra «Unorthodox» (2020). Esta serie cuenta la historia de Esty (Haas), una

joven que escapa de una comunidad religiosa judía ultraortodoxa de Nueva York para comenzar una nueva vida en Berlín, dejando atrás las normas de género impuestas.

3.5. Cualquier mujer

Incluso en el arquetipo de Cualquier mujer –incluyendo Exploradoras y Bufonas– encontramos personajes femeninos que permiten al público salir del encasillado perfil de ama de casa blanca perpetuado en «Desperate Housewives» (2004-2012) y del de solteras privilegiadas como en «Girls» (2012-2017) o «Sex and The City» (1998-2004). Aunque estas producciones fueron un hito notable por su mirada feminista, su representación y presencia femenina (Ford, 2016), también limitaron la representación de las feministas. Actualmente, existen retratos más complejos que permiten al público identificarse de forma multidiversa. Así, se detecta una tendencia vinculada al abordaje de la maternidad y la conciliación de la vida laboral y familiar. Por ejemplo, la sitcom de Netflix «Workin' Moms» (2017) narra las vidas interconectadas de mujeres que acaban de ser madres y no quieren renunciar a su estatus profesional. Estas mujeres diversas (entre ellas una pareja lésbica interracial y una asiática-americana que sostiene económicamente a su marido) desmontan la idea idílica de la maternidad, haciendo hincapié en las inseguridades y los obstáculos que encuentran las madres trabajadoras. Otra realidad menos privilegiada se presenta en «One Day at a Time» (2017) a través de una familia monoparental cubanoamericana. Penélope (Machado), una veterana con estrés postraumático y madre recién separada, lucha por criar a sus hijos adolescentes con la ayuda de su madre, Lydia (Moreno). Esta serie desafía con humor los estereotipos asociados a las familias latinas, tratando temas como la salud mental, la orientación sexual y el feminismo a través de tres generaciones.

El arquetipo de Mujer común también aparece en «Grace & Frankie» (2015-), afirmando que las mujeres de más de 65 años mejoran con la edad. Esta comedia narra una amistad entre dos mujeres (Fonda y Tomlin, veteranas defensoras de causas feministas) cuyos maridos las abandonaron para casarse entre sí. «Grace & Frankie» se centra en la importancia de redefinir la identidad –respecto al género, edad, orientación sexual, etc.– para ser feliz, independientemente de la edad. Al describir a protagonistas mayores con normalidad, esta serie abre camino en la televisión de máxima audiencia, donde las mujeres mayores están infrarrepresentadas (Vernon et al., 1991), e introduce temas poco explorados como la sexualidad en la vejez.

Finalmente, destaca «Unbreakable Kimmy Schmidt» (2015-2020) que combina los arquetipos de Bufona y Exploradora para brindar una visión feminista irónica. Tras pasar 15 años secuestrada en un búnker, Kimmy (Kemper) vuelve a salir al mundo donde debe enfrentarse a múltiples cambios (tecnológicos, sociales y políticos) e intentar superar su trauma. Según Carlsten (2020), Kimmy rompe el ideal de la mujer pasiva y victimizada, cuestionando la idea de mujer enfadada empoderada. Además, su cuarta temporada se centra en temas feministas como el acoso laboral y el sexismo, demostrando el potencial de las comedias para promover un pensamiento crítico y desafiar las estructuras de poder.

4. Discusión y conclusión

Este estudio encuentra una tendencia feminista en las series emitidas en la Peak TV, en términos de presencia (delante/detrás de las cámaras) y representación femenina. Analizando las series producidas desde 2017, cuando #MeToo y #TimesUp se popularizaron, encontramos numerosos argumentos asociados a temas feministas y equipos formados por, al menos, un 50% de mujeres –la mayoría asociadas a estos movimientos feministas–.

Dos décadas después de las primeras series feministas (Lotz, 2006) «Xena» (1995-2001), «Buffy the Vampire Slayer» (1997-2003), «Ally McBeal» (1997-2002) y «Sex and the City» (1998-2004), las series analizadas introducen personajes femeninos más complejos y diversos que sus predecesoras. Mujeres que desafían los estereotipos de género, permitiéndonos ampliar los arquetipos típicos (ej., Conocedor/a, Cuidador/a, Luchador/a, Conflictivo/a, Cualquier persona) desde un enfoque interseccional. A través de estas series, la Peak TV introduce formas más receptivas e inclusivas de activismo desde el espíritu de #MeToo y #TimesUp (Fileborn & Loney-Howes, 2019). Por nombrar algunas, «I May Destroy You» (2020) traza los límites en torno a qué cuenta como agresión sexual y qué es ser víctima-superviviente

de ello. «Big Little Lies» (2017-2019) o «The Handmaid's Tale» (2017) amplían el foco etiquetando sus experiencias opresivas como abuso sexual. Además, «She's Gotta Have It» (2017-2019) o «Why Women Kill» (2019) reconsideran las representaciones del placer y el deseo sexual femenino. Por último, «OITNB» (2013-2019), «Working Moms» (2017), «POSE» (2018) y «Mrs. America» (2020) desafían las normas y relaciones de género, reflexionando sobre el funcionamiento del poder y la opresión.

Estas series también explicitan cómo el género entra en intersección con otros elementos identitarios, como la etnia, diversidad sexual, edad, religión o ideología. Los personajes presentados ponen de manifiesto la heterogeneidad de las mujeres, dando un paso importante para la representación femenina en la televisión que frecuentemente estereotipa a los grupos minoritarios, como a las mujeres negras (West, 1995). Esto subraya la necesidad de fortalecer la convergencia entre el feminismo y otros movimientos sociales como #BlackLivesMatter. Por tanto, estos resultados suponen un empuje notable para la superación de los valores patriarcales y etnocéntricos predominantes que han perdurado durante siglos (Enns, 1994; Franks, 2019).

Siguiendo a Lotz (2001), las series analizadas pueden clasificarse como feministas porque: (a) exploran diversas relaciones que empoderan a las mujeres, perfilándolas como un grupo heterogéneo; (b) representan numerosas estrategias feministas en respuesta a situaciones de opresión, incluso desde perspectivas multiculturales; (c) ofrecen un concepto amplio y abierto de género y sexualidad, rompiendo con el falso binarismo; y (d) muestran las luchas femeninas y feministas, poniendo en valor su capacidad de superación. En este sentido, exhiben historias que reflejan la complejidad de las opresiones a las que se enfrentan las mujeres, en relación con sus identidades interseccionales, lo que convierte a Peak TV en un catalizador para cuestionar la definición y los objetivos del feminismo en esta era hiperconectada.

Asimismo, estas series han estimulado el debate público sobre temas como los abusos sexuales o las desigualdades de género en el trabajo, confluyendo y alentando a los movimientos sociales, tanto en las calles como online (#MeToo, #TimesUp). En esta dirección, consideramos que las series/personajes presentados en este estudio pueden ser muy útiles para la coeducación, especialmente de jóvenes (Belmonte-Arocha & Gillamón-Carrasco, 2008; García-Muñoz & Fedele, 2011). Más allá de su inexorable influencia en la audiencia, proponemos el uso de estas series feministas en la educación formal. Estas pueden ofrecer historias desde las cuales reflexionar críticamente sobre la inequidad de género, el abuso sexual o el empoderamiento femenino en los institutos y universidades. Además, pueden ser herramientas especialmente interesantes para trabajar cuestiones de género con los chicos, que pueden reaccionar negativamente ante estrategias más directas (PettyJohn et al., 2019).

Por último, señalamos algunas limitaciones en este estudio. En primer lugar, solo se analizaron series emitidas en Netflix y HBO durante 2017-2020 y producidas en EEUU y Reino Unido. Por tanto, no se incluyeron series emitidas en otros canales o países que han sido notablemente reconocidas como feministas, por ejemplo, «Good Girls Revolt» (2015-2016), «The morning show» (2019), «Vis a Vis» (2015-2019), «Las chicas del cable» (2017-2020). En segundo lugar, la selección de series y personajes fue intencionada. En consecuencia, deben reforzarse los análisis sistemáticos en profundidad, destacando la necesidad de adaptar instrumentos de evaluación que incluyan una perspectiva feminista en las ciencias de la comunicación (Zapsi & Garrido, 2021). Futuras investigaciones deberían explorar el impacto de estos contenidos feministas en los valores y comportamientos de la audiencia. Podría ser especialmente interesante en países como España, donde los feminismos han tenido poco impacto en los medios y donde estos movimientos presentan muchas discrepancias, por ejemplo, en cuanto a la inclusión/exclusión de las mujeres transgénero. En esta dirección, podría ser interesante explorar el impacto de series como «Veneno» (2020).

En conclusión, a pesar de que los medios convencionales siguen siendo gestionados por hombres y se apoyan en estereotipos que excluyen a las mujeres y a las minorías sociales (Filebon & Loney-Howes, 2019), este trabajo señala una evolución favorable en la Peak TV, convirtiéndose en un nuevo espacio que apuesta por la inclusión de las mujeres. Un espacio que podría fortalecer y visibilizar los movimientos feministas. Citando el discurso de Oprah Winfrey en la entrega de los Globos de Oro 2018 refiriéndose a #MeToo y #TimesUp, «un nuevo día está en el horizonte» para un panorama televisivo más igualitario e inclusivo.

Apoyos

Este estudio se enmarca en el proyecto «Liberarte II», financiado por la Facultad de Psicología de la Universidad de Sevilla (2019-2020).

Referencias

- Bayne, C. (2018). #Nolitebastardescarborundorum: Self-publishing, hashtag activism, and feminist resistance, communication. *Communication, Culture and Critique*, 11(1), 201-205. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx016>
- Belmonte-Arocha, J., & Guillamón-Carrasco, S. (2008). Co-educating the gaze against gender stereotypes in TV. [Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV]. *Comunicar*, 31, 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>
- Benson-Allott, C. (2020). How i may destroy you reinvents rape television. *Film Quarterly*, 74(2), 100-105. <https://doi.org/10.1525/fq.2020.74.2.100>
- Bercuci, L. (2016). Pop feminism: Televised superheroines from the 1990s to the 2010s. *Gender Studies*, 15(1), 252-269. <https://doi.org/10.1515/genst-2017-0017>
- Berridge, S., & Portwood-Stacer, L. (2015). Introduction: Feminism, hashtags and violence against women and girls. *Feminist Media Studies*, 15(2), 341-341. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008743>
- Bucciferro, C. (2019). Women and Netflix: Disrupting traditional boundaries between television and film. *Feminist Media Studies*, 19(7), 1053-1056. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1667076>
- Budzinski, O., Gänßle, S., & Lindstädt, N. (2020). *The battle of YouTube, TV and Netflix-an empirical analysis of competition in audio-visual media markets*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3569553>
- Carling, S. (2018). *If you're mad as hell at the patriarchy, this new show is the release you need*. Bustle. <http://bit.ly/3rH7Xwg>
- Carlsten, J. (2020). Feeling unbreakable. In G. Monteverde, & V. McCollum (Eds.), *Resist!: Protest media and popular culture in the Brexit-Trump era* (pp. 87-101). Rowman & Littlefield Publishers.
- CBS (Ed.) (2017). More than 12M 'Me Too' Facebook posts, comments, reactions in 24 hours. <http://cbsn.ws/3kh7ZaR>
- Chandra, G., & Erlingsdóttir, I. (2020). *The routledge handbook of the politics of the #metoo movement*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367809263>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1241. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Desta, Y. (2018). *Time's Up: How a Hollywood initiative is tackling sexual predators*. Vanity Fair. <http://bit.ly/2WVP4YTZ>
- Enck, S.M., & Morrissey, M.E. (2015). If Orange Is the New Black, I must be color blind: Comic framings of post-racism in the prison-industrial complex. *Critical Studies in Media Communication*, 32(5), 303-317. <https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1086489>
- Enns, C. (1994). Archetypes and gender: Goddesses, warriors, and psychological health. *Journal of Counseling & Development*, 73(2), 127-133. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1994.tb01724.x>
- Faber, M.A., & Mayer, J.D. (2009). Resonance to archetypes in media: There's some accounting for taste. *Journal of Research in Personality*, 43(3), 307-322. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.11.003>
- Fileborn, B., & Loney-Howes, R. (2019). *#MeToo and the politics of social change*. Palgrave MacMillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15213-0>
- Franks, M.A. (2019). A thousand and one stories: Myth and the #MeToo movement. In B. Fileborn, & R. Loney-Howes (Eds.), *#MeToo and the politics of social change* (pp. 85-95). Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15213-0_6
- García-Muñoz, N., & Fedele, M. (2011). The teen series and the young target: Gender stereotypes in television fiction targeted to teenagers. *Observatorio*, 5(1), 215-226. <http://bit.ly/37WnPmy>
- Henesy, M. (2020). Leaving my girlhood behind: Woke witches and feminist liminality in *Chilling Adventures of Sabrina*. *Feminist Media Studies*, (pp. 1-15). <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1791929>
- Hunt, D., & Ramón, A.C. (2019). *Hollywood diversity report 2020*. Television. UCLA. <https://bit.ly/3kqBHKr>
- Jung, C. (1968). *The archetypes and the collective unconscious*. Princeton University Press.
- Khomani, N. (2017). *#MeToo: how a hashtag became a rallying cry against sexual harassment*. The Guardian. <http://bit.ly/3aNrcOq>
- Kidd, M.A. (2016). Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 236, 25-28. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.12.007>
- Kunst, J., Bailey, A., Prendergast, C., & Gundersen, A. (2019). Sexism, rape myths and feminist identification explain gender differences in attitudes toward the #metoo social media campaign in two countries. *Media Psychology*, 22(5), 818-843. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1532300>
- Lotz, A. (2001). Postfeminist television criticism: Rehabilitating critical terms and identifying postfeminist attributes. *Feminist Media Studies*, 1(1), 105-121. <https://doi.org/10.1080/14680770120042891>
- Lotz, A.D. (2006). *Redesigning women: Television after the network era*. University of Illinois Press. <https://bit.ly/3bhZZTQ>
- Martínez-García, A. (2020). *The Handmaid's Tale* (2017) or Hulu's major investment in great storytelling. In V. Hernández-Santaolalla, & M. Barrientos-Bueno (Eds.), *Handbook of research on transmedia storytelling, audience engagement, and business strategies* (pp. 43-55). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3119-8.ch004>
- Menon, S. (2020). *Netflix's 'The Queen's Gambit' checkmates gender tropes*. Fil. <http://bit.ly/3hwQ6U8>
- Miller, T. (2010). *Television studies: The basics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203854198>
- Özkan, D., & Hardt, D. (2020). The strong female lead: Postfeminist representation of women and femininity in Netflix shows. In D. Sezen, F. Çiçeko lu, A. Tunç, & E. Thwaites-Diken (Eds.), *Female agencies and subjectivities in film and television* (pp. 165-187). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56100-0_10

- PettyJohn, M., Muzzey, F., Maas, M., & McCauley, H. (2019). #HowIWillChange: Engaging men and boys in the #MeToo movement. *Psychology of Men & Masculinities*, 20(4), 612-622. <https://doi.org/10.1037/men0000186>
- Signorielli, N. (2000). Minorities representation in prime time. *Communication Research Reports*, 26(4), 323-336. <https://doi.org/10.1080/08824090903293619>
- Smith, S.L., Choueiti, M., Pieper, K., Case, A., & Choi, A. (2007). *Inequality in 1,100 popular films: Examining portrayals of gender, race/ethnicity, LGBT & disability from 2007 to 2017*. USC Annenberg. Annenberg Foundation. <https://bit.ly/3aLa249>
- Sobande, F. (2019). How to get away with authenticity: Viola Davis and the intersections of Blackness, naturalness, femininity and relatability. *Celebrity Studies*, 10(3), 396-410. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1630154>
- Solomon, H., & Kurtz-Costes, B. (2018). Media's influence on perceptions of trans women. *Sexuality Research and Social Policy*, 15(1), 34-47. <https://doi.org/10.1007/s13178-017-0280-2>
- Szymanowicz, A., & Furnham, A. (2011). Do intelligent women stay single? Cultural stereotypes concerning the intellectual abilities of men and women. *Journal of Gender Studies*, 20(1), 43-54. <https://doi.org/10.1080/09589236.2011.542019>
- The New York Times (Ed.) (2018). *Open letter from Time's Up*. The New York Times. <http://nyti.ms/3o8tbAE>
- Vernon, J., Williams-Jr, J., Phillips, T., & Wilson, J. (1991). Media stereotyping: A comparison of the way elderly women and men are portrayed on prime-time television. *Journal of Women & Aging*, 2(4), 55-68. https://doi.org/10.1300/j074v02n04_05
- Ward, L., & Grower, P. (2020). Media and the development of gender role stereotypes. *Annual Review of Developmental Psychology*, 2(1), 177-199. <https://doi.org/10.1146/annurev-devpsych-051120-010630>
- West, C.M. (1995). Mammy, Sapphire, and Jezebel: Historical images of Black women and their implications for psychotherapy. *Psychotherapy: Theory*, 32(3), 458-466. <https://doi.org/10.1037/0033-3204.32.3.458>
- Zapsi, A., & Garrido, R. (2021). Análisis psicosocial del empoderamiento feminista en el ámbito audiovisual: Propuesta de un instrumento para evaluar la equidad de género. In J. Puig (Ed.), *Nuevos análisis y propuestas educativas sobre género y diversidad sexual*. Dykinson.