

LA INCLUSIÓN DE LA MUJER Y LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS

WOMEN'S INCLUSION AND GENDER EQUALITY IN ANIMATED SERIES

FLORINA GUADALUPE ARREDONDO TRAPERO*
MARINA LIZBETH VILLARREAL RODRÍGUEZ**
ARANTZA ECHANIZ BARRONDO***

RESUMEN

El objetivo del presente artículo es analizar el sesgo en la representación de la mujer a partir de diversos programas televisivos dirigidos a niños en México y cuestionar cómo esto contribuye a la construcción de un sistema de significados en el que a la mujer se le concibe con un rol secundario, de poca relevancia e inteligencia, y poco equitativo respecto de los roles masculinos. Mediante entrevistas, se analiza un conjunto de series de dibujos animados a partir de tres criterios que evalúan la inclusión de personajes femeninos y los roles que se asignan a ellos: a) la desproporción de géneros, b) los estereotipos de la mujer, y c) la debilitación del poder femenino. Se concluye que a través de estas series hay una influencia en la construcción de significados acerca de los roles de la mujer que impiden o limitan la formación de una sociedad más incluyente y justa.

Palabras clave: Equidad, inclusión, influencia de la televisión, género.

* Doctorado en Economía y Dirección Empresarial. Departamento de Filosofía y Ética, Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Monterrey, Nuevo León, México. Correo electrónico: farredon@itesm.mx

** Licenciado en Animación y Arte Digital Escuela de Arquitectura Arte y Diseño, Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Monterrey, Nuevo León, México. Correo electrónico: mariniux_64@hotmail.com

*** Doctorado en Economía y Dirección Empresarial Departamento de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Deusto, Bilbao, España. Correo electrónico: aechaniz@deusto.es

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze bias in the representation of women on different children television programs in México and also to question how they contribute to the construction of meanings in which women are conceived in a secondary role, as of little relevance and intelligence, and lacking equality relative to men. Through interviews, a set of animated series are analyzed based on three criteria to evaluate the inclusion of female characters and the roles assigned to them: a) the disproportion of gender, b) stereotypes about women, and c) the weakening of female power. The conclusion is there is an influence on the construction of meanings about the roles of women that prevent or limit the development of a fairer and a more inclusive society.

Keywords: Equality, inclusion, television influence, gender.

Recibido: 19.09.16. Aceptado: 09.11.16.

INTRODUCCIÓN

EL OBJETIVO DEL PRESENTE artículo es analizar el sesgo en la representación de la mujer a partir de diversos programas televisivos dirigidos a niños en México y cuestionar cómo contribuye a la construcción de un sistema de significados en el que a la mujer se le concibe con un rol secundario, de poca relevancia e inteligencia, y poco equitativo respecto de los masculinos. Se analiza un conjunto de series de dibujos animados a partir de tres criterios que evalúan la inclusión de personajes femeninos y los roles que se asignan a ellos, como lo son la desproporción de géneros, los estereotipos sobre la mujer, y la debilitación del poder femenino. Se concluye que a través de estas series hay una influencia en la construcción de significados acerca de los roles de la mujer que impiden o limitan una sociedad más incluyente y justa.

La televisión es considerada como una institución cultural productora de sentidos y significados (Orozco, 1991). Para Elzo (2000), los medios son actualmente la principal vía de transmisión de valores, pero también pueden distorsionarlos (Schramm, Lyle & Parker, 1961). Por ejemplo, en temas de discriminación por género (Huerta, 2006); la exclusión de la mujer (Hernández, 2007); los mitos sobre la supremacía masculina que debe mantenerse (Álvarez, 2003); y el machismo que hace énfasis o exageración de las características masculinas y la creencia en la superioridad del hombre (Giraldo, 1972).

Si bien los estudios sobre estereotipos en los medios han mostrado un mayor número de personajes protagónicos femeninos, éstos, en su mayoría, representan roles tradicionales. Se glorifica la fortaleza y poder de los

hombres y se feminiza la belleza y la gracia. La representación de los estereotipos se da de forma antagónica. Ellos son los profesionales; ellas, las asistentes; ellos son los héroes y ellas apoyan. El libre flujo de estos significados en los medios ha fortalecido una visión masculinizada que es necesaria analizar y cuestionar.

DESARROLLO

Basado en Klein (2007), el género se constituye a partir de un conjunto de significados y símbolos construidos entre las relaciones sociales y las relaciones de poder, que se reafirman también mediante los medios. Nascimento *et al.* (2012) expresan que tales medios no toman en cuenta la diversidad cultural y, por lo tanto, las construcciones subjetivas suceden bajo las riendas del mercado y el consumo. La originalidad de convertirse en sujeto da paso a una construcción estandarizada, es una forma de subjetividad dada a priori. Se trata de una subjetividad prefabricada que se presenta al individuo como forma de consumo, que se modifica a la velocidad del mercado, la moda y otros elementos que impulsan la cultura y la economía. En la construcción de subjetividades estandarizadas también se transmiten estereotipos de género (Fabris, 2003), asimilados sin discernimiento, y apropiándose de la voluntad del espectador (Blanco, 2005). Múltiples estudios están interesados en ello, por ejemplo Fischer (2001) ha investigado la manera en que se construye el discurso sobre la mujer en la televisión brasileña y se cuestiona acerca de la mujer y los modos de constituir su significado en esta cultura.

Pedroso (2005) reafirma la influencia que actualmente tiene la televisión en la sociedad, por ello es necesaria una televisión de calidad (Farré, 2005), que vaya acorde a lo que la audiencia merece (Covarrubias y Uribe, 2000), donde la diversidad sea uno de los criterios de la calidad (Blumler, 1992; Vázquez, 2009); y para lo que se requiere de políticas que den lineamientos a la televisión (Carenzio, 2005). Farré (2005) explica que hay una lógica en el uso de la televisión (lo que se elige ver) y una lógica del juicio (que reflexiona sobre aquello que ve). Se puede suponer que esta capacidad de reflexionar críticamente sobre aquello que ve, difícilmente se genera. Hay una posición acrítica sobre la programación que se consume, y que resulta necesaria para cuestionar el rol de la mujer como figura secundaria e irrelevante.

Para Camacho (2005), en alusión a la televisión pública, la clave está en

considerar al público como ciudadanos y no como usuarios o consumidores. Y esto afecta a la triple función que dicha televisión pública debe tener: *informar*, garantizar los derechos de libertad de expresión, difusión, informar y ser informado; *formar*, en valores cívicos como evitar contenidos que eduquen en lo contrario; y *entretener*, hacer una apuesta por un entretenimiento de calidad más allá de uno para audiencias fáciles.

Abric (1994) explica que tales representaciones de la realidad tienen diversas funciones, como el conocimiento que explica la realidad; *identitaria*, que permite al sujeto identificarse con un grupo social con normas y valores compartidos; *orientadora*, que estructura comportamientos; y *justificatoria*, el sujeto justifica/legitima un comportamiento ante el grupo social: lo que veo en los medios es como la realidad debe ser. De esta manera la discriminación o la falta de inclusión de la mujer entre los personajes importantes se considera algo natural y/o legítimo (De Laurentis, 1987).

En resumen, el punto central de este artículo es cuestionar la identidad femenina, y la masculina, su representación en los medios en cuanto a la relación de poder entre ambos géneros, en el que históricamente se muestra la supremacía masculina y la subordinación femenina. Así, la construcción de la identidad femenina hace que la discriminación hacia la mujer se vea como algo natural, y sea reafirmado por las instituciones como por los medios de comunicación.

METODOLOGÍA

A través de esta investigación cualitativa se analizan los estereotipos en relación al género que se transmiten en las series de televisión para niños, y se profundiza en ella mediante entrevistas sobre el tema. La investigación realizada siguió un proceso inductivo (Hernández, Fernández y Baptista, 2013); se exploraron las distintas perspectivas en cuanto a los estereotipos de género, para poder concentrar los principales elementos que ellas transmiten. Participaron en las entrevistas 7 expertos investigadores en medios de comunicación y en género, a quienes se les convocó para hacer una crítica de las series más populares de dibujos animados para niños y niñas.

Al analizar las series de dibujos animados en la televisión, los participantes identificaron lo siguiente: en estas series casi no hay personajes femeninos, a veces sólo hay una mujer, tal vez hasta dos (como es el caso de los *Power Rangers*), a veces ninguna (como es el modelo que se sigue de los Castores Cascarrabias o *The Angry Beavers*, donde aparece una mujer es-

porádicamente). Incluso, continuaron, cuando hay una mujer en el grupo siempre es a la que se tiene que salvar (como es lo que se muestra en *Superman*), o si en cambio es fuerte y toma una parte activa en la acción termina casándose con uno de los protagonistas (como es el prototipo de *Dragon Ball*) o, de algún modo, vuelve a comportarse de manera tradicionalmente femenina. Finalmente, concluyeron que esto normalmente se traduce en ser menos útil o fuerte que los otros personajes masculinos de su grupo (como es la situación de *X-Men*). A los personajes femeninos casi siempre se les relega a roles secundarios o de apoyo (como es el caso de *Rocket Power*), o a meros objetos para el afecto de los personajes masculinos (como es el caso de *Spiderman*).

Antes de comenzar propiamente el análisis de patrones de género, conviene definir los términos que se usarán a lo largo de este artículo. El primero se conoce como *trope*, que es precisamente el nombre que se le da a estos patrones recurrentes en una historia que son fácilmente reconocibles en un personaje, y que le aporta información a la audiencia. Un ejemplo de un *trope* sería el de *Tomboy and Girly Girl*, en el que se establece que, si hay dos jóvenes mujeres en una misma serie, es muy probable que una sea muy femenina en su forma de actuar y de vestir y la otra sea lo opuesto (TvTropes, 2012). Es decir, el comportamiento de esta última y sus gustos serán típicamente masculinos, aunque también pueda darse el caso de que simplemente no luzca una apariencia o forma de vestir tan femenina como la otra, como sucede en la película *Juego de gemelas*, con sus dos protagonistas Annie (*tomboy*) y Hallie (*girly girl*). Los *tropes* son útiles a la hora de hacer análisis de obras audiovisuales, porque sirven para señalar, denotar o resaltar detalles que se repiten a lo largo y ancho de los diferentes medios (literatura, cine, televisión, videojuegos) y a través del tiempo. El problema ocurre cuando se utilizan tanto que se vuelven predecibles, construyen identidades, se convierten en clichés o bien se utilizan para perpetuar estereotipos ofensivos (TvTropes, 2012).

Una vez aclarado qué es un *trope*, se presenta un análisis de cada uno de ellos con 3 criterios básicos:

1. La desproporción de géneros (The smurfette principle)

The Smurfette Principle se evidencia como un programa de televisión que intenta apelar a ambos géneros, crea un grupo de personajes compuesto enteramente de varones, salvo una sola mujer, la cual, además, es represen-



tada y definida en base a estereotipos (Pollitt, 2013). La Pitufina (o *smurfette*) es la única mujer pitufo que existe en toda la aldea pitufo, este es uno de los ejemplos más claros. Lo importante a resaltar son las implicaciones que esta desproporción de género comunica a los espectadores. En palabras de Pollitt (2013), los jóvenes son quienes dominan, las jóvenes son una variación de la norma; los jóvenes son esenciales, las jóvenes son parte de la periferia; los jóvenes son individuos, las jóvenes son estereotipos. Los jóvenes definen al grupo, su historia y su código de valores. Las jóvenes existen solamente en relación a los jóvenes.

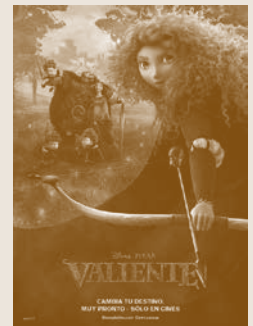
2. Los estereotipos sobre la mujer (The chick)

The chick se utiliza para referirse a una joven, no es una palabra ofensiva ni peyorativa. Se presenta en el modelo *five-man band*, y hace referencia a un grupo de personajes (aunque no necesariamente cinco), cuyos miembros llevan asociados una serie de arquetipos que se complementan entre sí. Dentro del *five-man band* se encuentra por lo general un héroe, su segundo al mando, un joven listo, otro grande y fuerte y, por supuesto, la joven, *the chick*, que no tiene que ser siempre una mujer. Aunque el *five-man band* se conforma principalmente de cuatro hombres y una mujer, los papeles se pueden asignar libremente a cualquiera de los personajes, pero, si sólo hay una joven en el programa, es casi seguro que a ella se le asignará este papel, antes que cualquiera de los otros roles del grupo. El arquetipo asignado a *the chick* es la parte femenina, espiritual y el corazón del equipo (TvTropes, 2012). Le brinda balance a la dinámica de grupo y generalmente se encarga de mantenerlo unido y a salvo, intermediando en los conflictos y evitando que los demás integrantes caigan por el camino del mal. Un ejemplo de *the chick* sería el personaje número 3 de la serie animada *Los Chicos del Barrio* (*Kids Next Door*), quienes forman parte de un equipo de cinco integrantes. De las únicas dos jóvenes, la número 3 es la sensible, adorable y femenina del grupo, pero la menos inteligente también. Y la otra, número 5, es lo opuesto, es ruda y posee una inteligencia promedio respecto del grupo. También está la serie de *Gravity Falls*, donde se ubican dos personajes principales que son hermanos. El hombre es el personaje inteligente, que dirige y da las órdenes, y la mujer es muy femenina, poco inteligente y actúa de forma desequilibrada.

3. La debilitación del poder femenino (Chickification)

Chickification se refiere a la acción o proceso de tomar un personaje femenino que solía ser fuerte, independiente, o estar involucrado en la acción a la par de los otros miembros masculinos de su grupo y, sin motivo aparente ni justificación alguna dentro del universo de la historia, se convierte en un personaje débil e indefenso (TvTropes, 2012). Este estereotipo se presenta en series donde sólo existe un personaje principal femenino y, a falta de alguien más que haga el rol de damisela en peligro, se le asigna el papel de llenar este hueco. Sin embargo, la *chickification* no aplica a personajes que, aunque fuertes, conservan sus cualidades femeninas. Un ejemplo sería el o la androide número 18, de la serie *Dragon Ball Z*. Número 18, un androide con forma humana, empieza siendo una villana, de las pocas luchadoras fuertes de la serie, pero una vez que es derrotada y se casa con Krilin, cae en el olvido, relegada al papel de esposa y madre. Deja de ser una luchadora activa; incluso en situaciones donde lo intenta, es fácilmente derrotada a lo largo de la serie. También ese modelo se repite en la película *Mulan*, donde la heroína regresa a su pueblo natal después de haber triunfado en un mundo de hombres haciéndose pasar por uno, para seguir el rol tradicional de una joven, y donde finalmente encuentra el amor.

Un ejemplo contrario a los anteriores, que se presenta en el cine, es la película *Valiente* (*Brave*), en donde la joven no quiere seguir el modelo tradicional impuesto por sus padres, es decir, casarse y formar una familia¹. Ella supera a sus posibles pretendientes mostrando sus habilidades en el arco, con lo cual rompe los paradigmas sociales establecidos. Su destreza en el arco la lleva a ser una guerrera que defiende su reino. Finalmente, ella decide rechazar cualquier compromiso matrimonial por ser diferente. Pero, aun en este ejemplo se puede cuestionar la idea de que para tener éxito en la vida debe elegirse un camino u otro, ya que no hay la posibilidad de articular ambos. Una situación similar sucede en la película animada *Frozen*, en donde la protagonista es una mujer que tiene poder, pero no sabe cómo usarlo. El uso de su poder ha causado daño a los demás y a su entorno, por



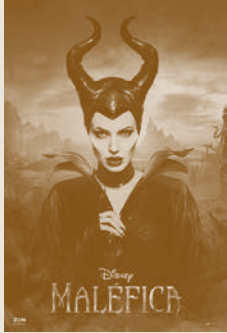
¹ Para Castejón (2012) la película *Brave* supone una “catarsis” y un “salto cualitativo”, pero no debería quedarse en una película única. “Es igualmente deseable y necesario que estas rupturas del orden (hegemónico) de representación patriarcal no vengán de forma tan notable del trabajo de mujeres profesionales cuyo acceso a la profesión cinematográfica sigue siendo minoritario”.

lo que debe huir para vivir de manera aislada del mundo. Esta situación pudiera enviar el mensaje al televidente de lo dificultoso que es para una mujer manejar posiciones de poder. Un punto interesante es el cambio tradicional de que el verdadero amor está en la pareja, para pasar a situarlo en una relación entre hermanas². Finalmente, en la película actuada *Maléfica*, que es una nueva versión de la película animada *Bella Durmiente* (aunque desde otro punto de vista), es interesante analizar cómo la mujer pierde una parte importante de su poder al encontrar a su ser amado, quien le corta las alas. Ante la traición, se convierte en una mujer despiadada que finalmente termina siendo la protectora de la princesa Aurora, a quien inicialmente había maldecido. Al final de la historia, ambas, Maléfica y Aurora, parecen vivir una vida idílica, en un apacible reino del bosque. Un punto interesante es la ausencia de hombres heroicos en la historia, Maléfica viene siendo villana y después heroína en esta versión. Una interpretación que puede surgir a la luz del tema es que la mujer que posee el poder debe dejar de pensar en el amor de una pareja, para no ser vulnerable.

A excepción de los casos anteriores, el héroe varón se considera lo normal en la mayoría de las historias, a pesar de que un poco más de la mitad de la población está constituida por mujeres. Ser mujer equivale a ser débil, sin poder e insignificante, un constructo hecho sobre la base de estereotipos, que no puede desviarse de este papel porque se le obliga a regresar prontamente a un rol apropiado o tradicional. Los personajes femeninos difícilmente subsisten fuera de sus conexiones como amantes o familiares de otros personajes masculinos de su serie. Sin un cuestionamiento acerca de esta falta de representación de la mujer, los referentes antes mencionados se seguirán perpetuando en los medios y difícilmente se logrará una representación digna y equilibrada entre hombres y mujeres en el mundo del entretenimiento.

La insignificancia de la mujer llega hasta el nivel de su desaparición, cuestión que refleja la serie *Hora de Aventuras* (*Adventure Time*), donde los seres humanos han desaparecido después del Apocalipsis y sólo logra sobrevivir un varón llamado Finn, acompañado de su perro parlante llamado Jake, con quien suele dialogar. Ellos son los dos únicos héroes de la serie. Se trata de un nuevo mundo de creaturas fantásticas, donde hay un unicornio

² Gimeno (2011) acaba su post dedicado a la evolución de las princesas Disney, después de analizar a las protagonistas de *Frozen*, con la siguiente conclusión: “¿Encontrar el amor o vivir sola para siempre las dos únicas opciones de la mujer del siglo XXI? ¿Disney necesita ponerse las pilas!”



hembra que habla japonés, a quien nadie entiende, excepto el perro, que supuestamente es su novio. También hay 3 personajes femeninos relevantes en la serie, aunque no son humanos. Una mujer vampiro llamada Marceline (que aparenta ser mala), otra llamada Dulce Princesa (despreciativa, con actitudes de diva, e interesada en hacer experimentos) y una última que está llena de grumos, llamada Princesa Grumosa (que es ruda en su trato y suele quejarse por todo, además de comer desmedidamente).

Como se ha mencionado anteriormente, no es el hecho de que no existan series, programas o películas sobre mujeres o con personajes femeninos, porque sí los hay, como la película *Los Juegos del Hambre* (*Hunger Games*), las series de televisión *2 Broke Girl* (*Dos Chicas sin Blanca*), y dibujos animados como *Ni-Hao Kai Lan*. El problema reside en la disparidad de la proporción y el tipo de roles asignados a las mujeres que proyectan una visión sesgada de ellas. Se puede afirmar que no hay una cantidad equilibrada, ya que la mayoría se inclina a favor de producciones con elencos casi en su mayoría masculinos y con protagonistas masculinos. Los roles asignados a las mujeres son de acompañantes, en ocasiones poco inteligentes y frágiles y, en el peor de los casos, no aparecen.

Lo anterior responde a una cuestión de mercado, pues se cree que un elenco mayormente masculino se asocia con la idea de que el programa es de género neutro y, por ende, se espera que sea mejor recibido por la audiencia. Uno donde aparezcan más mujeres encasillaría a la obra como una serie sólo para mujeres. Adicionalmente, habría que cuestionar los roles que se le atribuyen a las mujeres protagonistas, en otras palabras, no por aumentar el número de programas con personajes femeninos, se superarán los problemas de inclusión y equidad de género en la sociedad. La mujer también puede vincularse con roles masculinizados en donde represente papeles discriminadores para las propias mujeres.

De todo lo anterior, se pueden agrupar los principales problemas que surgen de este tipo de racionalizaciones en tres clasificaciones: problemas de *representación* (que tienen que ver con los estereotipos de género), problemas de *aceptación* (que tiene que ver con aceptar que puede haber mujeres heroínas) y problemas con las *expectativas sociales* (que se refiere a los valores que genera y transmite: competencia/valor masculino y bondad/femenino).

Ante todas las limitaciones y problemas que se han tratado hasta ahora, parece difícil pensar en unos dibujos animados, series o películas que realmente hayan logrado enfrentar con éxito la inclusión de la mujer, pero sí los hay. Un caso de éxito es la serie animada *My Little Pony: Friendship is Magic*,





dirigida por Lauren Faust, una reconocida animadora nominada al premio Emmy, quien ha participado en otras series como *Las Chicas Súperpoderosas* (*Power girls*) y *Mansión Foster para Amigos Imaginarios* como escritora, productora y directora (Faust, 2012). La serie *My Little Pony: Friendship is Magic* se distingue por ser un show que pretende rescatar el género de los dibujos animados para niñas, presentando un elenco diverso de personajes femeninos y bien desarrollados, con intereses que no se reducen a cómo atraer a los varones y la moda. Es un show divertido, inteligente, con un estilo visual atractivo, gran énfasis en la caracterización de sus personajes y lo más importante: un show que tanto niños y niñas al igual que sus padres pueden disfrutar. Además, este show transmite mensajes acerca de la amistad y los conflictos que se generan en torno a ella. No sólo es popular entre el mercado meta al que está dirigido, sino que el show empezó a generar un enorme seguimiento por parte de varones adolescentes y adultos que disfrutaban de las aventuras de estos personajes. Lo anterior es un ejemplo de cómo es posible, con inteligencia y creatividad, disolver la línea divisoria entre el contenido para hombres y mujeres (Vauhini y Zimmerman, 2011). De acuerdo con lo anterior, se establece que sí es posible superar los referentes convencionales de género, lograr una caracterización femenina bien lograda y demostrar que la audiencia es capaz de valorar programas que rompen con los lineamientos inflexibles en los que las casas productoras se han encasillado.

Finalmente, es prioritario en este proceso de cuestionamiento atender a las tres dimensiones relacionadas con el uso televisivo: la social, la personal y la cultural. En la dimensión *social*, cuestionar si la programación que consumen niños y niñas en relación al género resulta ser un espacio comprometido con las reglas de convivencia. En la dimensión *personal*, se debe cuidar que no se transmitan formas de pensar excluyentes, como pudiera ser la concepción de la mujer como el sexo débil o irrelevante. En relación a la dimensión *cultural*, la televisión puede difundir problemáticas vinculables con la realidad social acorde a la edad del público, donde, además de exponer el problema, se amplíen horizontes y se proyecten posibilidades de una sociedad más justa y equitativa.

CONCLUSIÓN

Abordar el tema de la equidad e inclusión de la mujer, no únicamente en la industria del entretenimiento sino también en los diversos medios de

comunicación, es prioritario. Cuantos más mujeres y hombres estén sensibilizados en el tema de la falta de equidad e inclusión de la mujer se dejará de dar cabida a clichés y estereotipos negativos de la mujer en los medios de comunicación. También habrá más historias contadas desde el punto de vista de la mujer, al igual que se incrementará con el tiempo el número de protagonistas femeninos en las series y películas para todas las edades, que representen a la mujer con una mayor dignidad. Es necesario que la sociedad cuestione los estereotipos del hombre y la mujer, los problemas de inclusión y falta de equidad de género, ya que, de no ser así, difícilmente podrán ser superados, imposibilitando una sociedad más incluyente. Se concluye que el medio televisivo de manera natural se convierte en un medio de entretenimiento pero también de transmisión de valores y significados. Aunque falta realizar más estudios sobre la función de la televisión como transmisora de valores y significados, es indudable que a través de ella se ha transmitido históricamente la discriminación por género, así como la falta de equidad entre varones y mujeres. Se requiere por parte del consumidor televidente un sentido crítico acerca de lo que se consume, y demandar programas más incluyentes y equitativos en relación al género. El reto y desafío es aprovechar positivamente el rol de la televisión en la construcción de un sistema de significados y valores, que favorezca la innovación social, hacia una sociedad más justa e incluyente.

REFERENCIAS

- Abric, J. C. (1994). *Pratiques sociales et representations*. París: Presses Universitaires de France.
- Álvarez, M. M. (2003). “Violencia de género y adolescencia, una propuesta de intervención educativa”. *Otras Miradas*, 3(2), 96-110. [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18330204>, 26.11.2013]
- Blanco, L. (2005). “Estándares de calidad en televisión y su valoración”. *Comunicar*, XV(25), 309-310. [<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar25.pdf>, 26.11.2013]
- Blumler, J. (1992). *Televisión e interés público*. Barcelona: Paidós.
- Camacho, R. (2005). “Televisión de calidad: distinción y audiencia”. *Comunicar*, Vol. XV, Nº 25, 29-32. [<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar25.pdf>, 26.06.2014]
- Carenzio, A. (2005). “Televisión de calidad: Acciones y buenas prácticas en el panorama televisivo italiano”. *Comunicar*, XV(25), 337. [<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar25.pdf>, 26.11.2013]
- Castejón, M. (2012). “De la princesa domesticada a la heroína indomable”, 4 de

- septiembre. [<http://www.pikaramagazine.com/2012/09/de-la-princesa-domesticada-a-la-heroina-indomableestrenamos-seccion-sobre-cine-y-television-analizando-brave-y-la-evolucion-de-las-protagonistas-de-disney/>, 26.06.2014]
- Covarrubias, K. Y. y Uribe, A. B. (2000). “Epigmeo Ibarra: Telenovelas y públicos en México”. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, VI(11), 113-134. [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601106>, 26.11.2013]
- De Laurentis, T. (1987). *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*. Bloomington: Indiana University Press.
- Elzo, J. (2000). “El adolescente en la sociedad actual: una visión sociológica”. Materiales para la intervención de Javier Elzo en la Jornada del 26 de octubre de 2000 organizada por la Sección de Pediatría Extrahospitalaria de Gipuzkoa España. [<http://www.docstoc.com/docs/22796598/El-adolescente-en-la-sociedad-actual-una-visi%C3%B3n-sociol%C3%B3gica>, 26.11.2013]
- Fabris, A. (2003). “Cindy Sherman ou de alguns estereótipos cinematográficos e televisivos”. *Revista Estudos Feministas*, 11(1), 61-70. [<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2003000100004>, 26.11.2013]
- Farré, M. (2005). “Hacia un índice de la calidad televisiva: La experiencia de Argentina”. *Comunicar*, XV(25), 338. [<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar25.pdf>, 26.11.2013]
- Faust, L. (2012). “Entrevista a Lauren Faust sobre su próxima serie”. [<http://www.equestrianet.org/2012/02/entrevista-lauren-faust-sobre-su.html>, 26.11.2013].
- Fischer, R. M. (2001). “Mídia e educação da mulher: uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV”. *Revista Estudos Feministas*, 9(2), 586-599. [<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2001000200015>, 26.11.2013]
- Gimeno, S. (2011). “La evolución de la mujer en Disney y Pixar”, 8 de febrero. [<http://www.sensacine.com/especiales/cine/especial-18500217/>, 23.06.2014].
- Giraldo, O. (1972). “El machismo como fenómeno psicocultural”. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 4(3), 295-309. [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80540302>, 26.11.2013]
- Hernández, M. (2007). Reseña de “Maltrato, un permiso milenario. La violencia contra la mujer” de Ana Kipen y Mónica Caterberg. *Revista Mexicana de Sociología*, 69(4), 779-783. [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32112602007>, 26.11.2013].
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, M. P. (2013). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- Huerta, J. E. (2006). “Políticas públicas en la industria televisiva mexicana: Un análisis desde la perspectiva de género”. *Global Media Journal*, 3(5). [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730504>, 26.11.2013].
- Klein, C. (2007). “Mulher e família no Programa Bolsa-Escola: maternida-

- des veiculadas e instituídas pelos anúncios televisivos”. *Cad. Pagu* [online], 29, 339-364. [<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-83332007000200014>, 26.11.2013].
- Nascimento, C. M.; Prochno, C. C. S. C.; Silva, L. C. A. da (2012). “O corpo da mulher contemporânea”. *Fractal, Rev. Psicol.* [online], 24(2), 385-404. [<http://dx.doi.org/10.1590/S1984-02922012000200012>, 26.11.2013].
- Orozco, G. (1991). “Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, 2, 53-64. México: Universidad Iberoamericana.
- Pedroso, T. (2005). “La televisión y la política: Francia y España”. *Comunicar*, XV(25), 274-275. [<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar25.pdf>, 26.11.2013].
- Pollitt, K. (2013, abril 7). “Hers; The Smurfette Principle”. *The New York Times*. [<http://www.nytimes.com/1991/04/07/magazine/hers-the-smurfette-principle.html>, 26.11.2013].
- Schramm, W., Lyle, J. Parker, E. (1961). *Television in the life of our children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- TvTropes (2012). “Tomboy and Girly Girl”. [<http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/TomboyAndGirlyGirl>, 26.11.2013].
- Vauhini, V. y Zimmerman, A. (2011). “Hey, Bro, That’s My Little Pony! Guys’ Interest Mounts in Girly TV Show”. *The Wall Street Journal*, 5 noviembre. [<http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203707504577012141105109140.html>, 26.11.2013].
- Vázquez, T. (2009). “Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 844-861. [<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-866-844-861>, 26.11.2013].