

“Construcción del personaje femenino en la narración infantil. Estudio cualitativo y cuantitativo de las series animadas emitidas en la televisión de España versus televisión de México, una imagen transatlántica”

Inmaculada Sánchez-Labela Martín

Universidad de Sevilla

sanchezlabela.martin@gmail.com

Resumen: *La programación infantil continúa siendo reflejo de los desequilibrios existentes entre el sexo masculino y el femenino evidenciando el androcentrismo aún vigente. Los contenidos televisivos proporcionan experiencias y un conjunto de valores que el individuo asume, organiza e interpreta siendo ésta la información que dibuja su vida cotidiana.*

Tomando como base el binomio niño-animación, la pretensión de este estudio versa en analizar el modo de representación de la imagen femenina en series emitidas tanto en la televisión española como mexicana con el fin de comprobar el compromiso que los distintos países tienen por reflejar una imagen evolutiva de la mujer.

Palabras clave: *programación, infancia, mujeres, animación, televisión.*

Abstract: *Children's programming continues to be a reflection of the imbalance between male and female showing androcentrism still valid. Television contents and experiences provide a set of values that the individual takes, organizes and interprets this information being drawn everyday life.*

Based on the binomial child-animation, the aim of this study focuses on analyzing the mode of representation of the female imagen in both series broadcast on Spanish television and Mexican in order to verify the commitment that different countries have to reflect evolutionary picture of the woman.

Keywords: *programming, children, women, animation, television.*

1. Introducción

Siendo considerados los medios de comunicación, en la IV Conferencia de Mujeres (1995) celebrada en Beijing, como uno de los doce puntos fundamentales para conseguir la igualdad de género, se ha de tener presente el gran poder de representación que éstos alberga.

En nuestra sociedad se establecen reformas educativas con el fin de impulsar la igualdad de oportunidades entre niños y niñas. Estableciendo la consecución de la igualdad como el hito primero que permita el desarrollo y el progreso social, aún hoy nuestros infantes continúan consumiendo a través del medio televisivo una acentuada desigualdad entre ambos sexos, un desequilibrio que abdica en la potenciación de imágenes prototípicas que impregnan el ideario infantil configurando sólidos esquemas mediáticos altamente enraizados.

Entendida como un agente social de primer orden, la televisión es aún madriguera de destacables patrones basados en las diferencias sexuales. Continúa siendo llamativa una acentuada disparidad en lo referido a la representación tanto de acciones como de características propias de los personajes masculinos y femeninos.

Las posibles variaciones existentes no entienden de géneros televisivos, pero tomando como base la tríada educación-medios-infancia es de obligado cumplimiento fijar la mirada en el género de la animación considerado como “el género primero que pone en contacto al niño con la televisión” (Sánchez-Labela Martín, 2010: 5), y es que la televisión se atestigua como el máximo exponente socializador, especialmente durante la infancia y la adolescencia; se constituye como un medio que proporciona experiencias y un conjunto de valores referenciales por medio del cual el individuo asume, organiza e interpreta los contenidos siendo ésta la información que dibuja su vida cotidiana.

Son numerosos los estudios que certifican que el cine para representar la realidad utiliza de manera desmesurada, y a veces inconsciente, los estereotipos. Con ellos en general, y con los estereotipos de género en particular, se constituyen determinadas expectativas sobre los personajes. Como así señalan Núñez y Loscertales: “los estereotipos pueden servir de justificación de acciones colectivas de unos grupos sobre otros. Y es aquí donde podemos conectar con el prejuicio en la medida en que esa justificación permita negarle derechos y oportunidades a un grupo concreto” (Núñez y Loscertales, 2008: 759).

El mismo esquema narrativo expuesto en el séptimo arte es extrapolable a la segunda pantalla aplicándose en ésta, más si cabe, una severa y estricta mirada crítica ya que es más accesible al uso de los impúberes bien porque la encuentran sin salir de casa, bien porque no presenta restricción alguna en cuanto al modo de uso y consumo.

Es por ello, por la libre interactividad que los más pequeños puedan llevar a cabo con este medio hegemónico y por las innumerables interpretaciones construidas a raíz de sus contenidos, la obsesión por desarrollar un perfil televisivo que transmita valores óptimos con el fin de evitar la potenciación y asimilación de estereotipos tradicionales.

2. Objetivos

Tomando todo ello como base, la pretensión de este estudio versa sobre el análisis de las funciones de los personajes femeninos, así como su porcentaje de representación en la narración audiovisual infantil tanto de las cadenas públicas como privadas de la televisión española y mexicana.

Para comenzar a dar sentido a todo este entramado ha de definirse en primer lugar el objeto material que ponga en pie tal cúmulo de ideas. El núcleo del estudio se hallará imbricado en el ámbito de la comunicación audiovisual de donde se extraerá una serie de conclusiones que verifiquen o refuten la hipótesis: corroborar el androcentrismo aún vigente y la estereotipia de los personajes femeninos; pero más concretamente y como objeto formal del mismo, se centrará la atención en el género de la animación, en la emisión de series televisivas a las que los más pequeños dedican parte de su tiempo libre. Productos éstos que, aunque figuren dentro de esta categoría, enaltecen los esquemas patriarcales y arrastran como lacra social la sumisión femenina.

Por tanto, el estudio planteado tiene como máxima finalidad incidir sobre la presencia de las mujeres animadas, contenidos impregnados de connotaciones nocivas que implican una lectura a fondo y un juicio crítico por parte del público infantil de tal manera que no aprendan y aprehendan los comportamientos y actitudes representados.

Por todo ello, se hará un repaso por los títulos animados emitidos actualmente en las televisiones españolas y mexicanas, dos puntos geográficos que aunque separados en distancia quedan aunados, además de por una misma lengua, por una misma imagen estereotipada de lo femenino.

3. Marco teórico

La visión estereotipada de los sexos ofrecida a través de los medios ha sido puesta de manifiesto desde numerosos estudios donde se enfatiza la necesidad de una mayor implicación, tanto por parte de los medios como de sus profesionales, en ofrecer una imagen social de género más equitativa y plural con el objetivo de efectuar un cambio de mentalidad acorde con una nueva cultura de igualdad; llegando incluso a identificarse con ellos, se trata de modelos que no forman parte inevitable de la naturaleza humana sino del repertorio que podemos aprender y aprehender.

Son numerosos los estudios que abordan el tema de los medios como agentes socializadores, entendiendo a estos últimos como un proceso de adquisición por parte del individuo, de un conocimiento sobre las normas y valores clásicos para la convivencia dentro del grupo de pertenencia (García Galera, 2000: 74). Por su parte, y concretando en lo referido a la socialización de género, sobre todo en el ámbito anglosajón desde los años 70, se han venido realizando continuas investigaciones desde el marco de las teorías feministas; trabajos que bajo la metodología del análisis de contenido han expuesto conclusiones acerca de la infrarrepresentación de la mujer en ese espacio simbólico, así como de su representación estereotipada (Gallego, 2002: 226). Como estudios precedentes al que ahora se redacta, se ha de señalar la investigación llevada a cabo en 1998 por la Universidad de Kassel, Alemania, en la que se trata la representación de género en la televisión infantil. En ella se llevaron a

análisis 438 horas de emisión sobre nueve canales de televisión elegidos al azar. Entre sus inferencias más destacadas se expone la escasa presencia del sexo femenino en las tramas animadas siendo por ende, los personajes masculinos quienes se dibujan como héroes copando la centralidad del guión. Dicha situación traducida a datos porcentuales recoge que del total del contenido analizado, en el área de ficción casi el 70% estaba compuesto por figuras centrales masculinas. El papel principal era compartido con una figura femenina en un 26% de la muestra, mientras que solo el 10,4% eran niñas o mujeres quienes adquirirían papeles centrales. Por otro lado, se dedujo que los rasgos estereotipados de la personalidad de las figuras femeninas sometidas al canon de la belleza impuesto eran necesarios para la narración; sin ellos, los personajes masculinos no podrían manifestar todas las características que se asocian a la masculinidad: protección y salvación de los personajes femeninos. Concluye el estudio afirmando que, en su caso, en los canales alemanes más importantes es donde menos cambios se han producido en las representaciones de género, no siendo representativos los cambios detectados.

Del mismo modo, y dentro de nuestras fronteras, resulta interesante destacar algunos proyectos predecesores. Por su parte, la Doctora Eva Espinar en su artículo “Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles”, parte de los datos extraídos del trabajo dirigido por la profesora Victoria Tur, “Calidad y características de la programación y la publicidad infantil”, para analizar la transmisión de las características estereotipadas de hombres y mujeres a través de la programación infantil tanto animada, de imagen real como programas contenedores emitidos en 2004 siendo los canales analizados TVE1, TVE2, Antena 3, Tele5 y Canal 9, propio de la televisión valenciana. Entre sus resultados se calcula que solo el 10% del total analizado corresponde a la aparición de mujeres como protagonistas, mientras que la programación con únicamente hombres protagonistas asciende a un 34,3%, siendo un 56% de los programas los que se presentan con una combinación de protagonistas de ambos sexos. Ahora bien, enriqueciendo los datos expuestos, la autora tacha de “positivo las diferencias igualmente significativas en la programación producida en diferentes décadas” (Espinar, 2007: 131). Y es que en la década de los 90 se produce un punto de inflexión. En los años anteriores a esta fecha existe un claro predominio de la programación con exclusividad masculina en lo que a los personajes protagonistas se refiere, “el 79% de la programación anterior a 1970, el 87% de la correspondiente a la década de los 70 y el 82% de la producción en los 80”, la situación cambia a partir de los 90 de forma que en los últimos años puede apreciarse un notable incremento de la presencia de personajes mixtos o únicamente mujeres” (2007: 132). A todo ello, añade la notable presencia de los personajes femeninos sujetos a una mayor infantilización que sus contrarios. Se cierra el estudio redactando que aun así, los personajes femeninos siguen sujetos a una serie de características propias de su género, a las mujeres se les continúa asignando dotes relacionadas con lo mágico o sobrenatural, lejos de caracterizárseles por su inteligencia y destrezas fundamentales como así se describen las funciones de los personajes varones.

No menos importante es mencionar el trabajo de investigación en materia de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de Eva Antón Fernández, “La socialización de género a través de la programación infantil de televisión”. En él también se plasma un análisis de alguno de los títulos animados presentes en las parrillas televisivas de canales como TVE1, Antena 3, Tele 5, El Club Megatrix, Club

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

Una vez más, se puede comprobar que persiste la estereotipia femenina en la narración animada, un producto consumido en su mayoría por sujetos carentes de un sentido crítico que les permita poner en tela de juicio aquello que consumen creándose, por ende, nuevas generaciones que crecen enredadas en una representación androcéntrica aún perenne en los contenidos audiovisuales. Resulta paradójico que los medios de comunicación actualmente se conciban como entes propios del progreso y el desarrollo cuando aún los contenidos y personajes que los constituyen continúan anclados en esquemas patriarcales. El problema radica en que “el estereotipo es siempre reflejo de la ideología dominante. Es un principio organizador de la realidad pero desde una perspectiva conservadora. Tiende a perpetuar, a petrificar” (Ferrés, 1996: 156). Así, y corroborando las palabras de Jorge: “las representaciones que ofrecen los medios de mujeres y hombres se basan, en gran medida, en la inercia de la cultura tradicional, ajustándose tardíamente a los cambios sociales que vienen produciéndose en las últimas décadas” (Jorge, 2004: 58).

Pero la imagen de la mujer sigue presa en el parlamento de De Lauretis:

La representación de la mujer como imagen (espectáculo, objeto para ser contemplado, visión de belleza – y la concurrente representación del cuerpo femenino como *locus* de la sexualidad, sede del placer visual, o señuelo para la mirada), está tan expandida en nuestra cultura, antes y más allá de la institución del cine, que constituye necesariamente un punto de partida para cualquier intento de comprender la diferencia sexual y sus efectos ideológicos en la construcción de los sujetos sociales, su presencia en todas las formas de la subjetividad. Aún más, en nuestra “civilización de imagen”, como la llamó Barthes, el cine funciona en realidad como una máquina de *creación de imágenes*, que al producir imágenes (de mujer o no) tiende también a reproducir a la mujer como imagen (1992: 64).

Los receptores pues, absorben directamente las imágenes siendo cada una de ellas inmediatamente interpretable y significativa. Y ha sido la crítica feminista de la representación la que ha demostrado fehacientemente cómo toda imagen perteneciente a nuestra cultura está situada dentro y se puede entender desde el contexto abarcador de las ideologías patriarcales cuyos valores impregnan toda la construcción social y, por ello, a todos los sujetos sociales, tanto mujeres como hombres. (De Lauretis, 1992: 66). De este modo, y extrapolando tales esquemas al

medio televisivo, de la televisión se aprenden conductas, actitudes, emociones y más concretamente pautas de interacción social, un lenguaje determinado, estereotipos, roles... La televisión contribuye a legitimar modelos de mundo, a construir la significación de una realidad de manera pre-racional produciéndose esta atribución de significación, en gran parte, desde comunicaciones inadvertidas, es decir, pre-lógicas, anteriores al pensamiento razonador mediante la intensificación estereotípica y la apelación a las emociones (Ferrés, 1996: 57). Es por ello, por lo que la Teoría del Aprendizaje por Observación se vislumbra esencial en la construcción cognitiva del infante.

La televisión es considerada como el pilar básico en el desarrollo intelectual, conductual y emocional de la población infantil (Bautista y Degrado, 2008). Como así definieran Charles y Orozco, “el niño ha de considerarse como un aprendiz constante de televisión de la que extraerá información, conceptos, actitudes, conductas, valores y significados” (Charles y Orozco, 1990).

Para comprender la especial relevancia que sobre este tema ejercen los modelos que se proporcionan a la infancia, resulta necesario recordar que el ser humano es totalmente susceptible a la adaptación del entorno en sus primeros años. Tal y como el aprendizaje de la lengua refleja muy bien estos cambios, algo similar ocurre con los modelos y expectativas sociales básicos entre los que figuran el sexismo o la igualdad que una vez aprendidos son difíciles de modificar actuando como una segunda piel (Bengoechea, Díaz-Aguado, Falcón, López-Díez y Pérez, 2005: 7).

El poder de representación del medio audiovisual en cuanto a la construcción de la feminidad y la masculinidad ocupa un lugar privilegiado en la socialización especialmente durante la infancia y la juventud, periodos fundamentales para el entendimiento de la realidad social. Los contenidos televisivos interesan tanto porque es a partir de las palabras e imágenes empleadas, a través de las historias contadas y las emociones asociadas desde donde se pretende transmitir una intencionalidad creándose así, un significado que define los caracteres de las figuras masculinas y femeninas.

La influencia que ejercen los programas de televisión en la adquisición de pautas culturales y conocimiento del entorno, así como en la formación de la propia identidad en las edades infantiles, es analizada en la tesis de Margarita Schmidt quien desde el campo de la psicología cognoscitiva explica la construcción de esquemas mentales, los “Schematas”, mediante los cuales el ser humano interpreta la realidad y orienta su conducta en relación con el medio. Incluso se atreve a señalar que en la horquilla de edad de entre los siete y doce años existe una mayor penetración influenciadora de los contenidos, formas y cualidades de los programas de televisión produciendo un “efecto continuado, cuantitativo y cualitativo en las emociones, conocimientos y significados simbólicos, así como en la capacidad de interacción con la realidad” (Schmidt, 1992: 36).

4. Metodología

Para presentar resultados a la hipótesis planteada, se llevará a cabo una metodología cuantitativa y cualitativa a la vez, basada en el análisis de contenido a partir del cual se

intentarán extraer los perfiles de los personajes femeninos, así como su nivel de representación en las series seleccionadas.

Para ello, se tomará como muestra el número de cinco series animadas tanto de la parrilla de programación española como mexicana, un conjunto de diez títulos que serán elegidos de manera aleatoria y de entre los cuales se seleccionarán dos de producción propia de cada nacionalidad con el fin de comprobar la disposición de sus creadores en lo que a la representación de género se refiere.

Para proceder al análisis, se elaborará una ficha para cada uno de los títulos a partir de la cual se dibujará el perfil femenino que impera en las series animadas televisivas y que enriquece el capital cognitivo de los menores que las consumen. En ella se expondrán los siguientes ítems llevados a análisis en cada uno de los títulos:

- ✓ Duración del capítulo: el hecho de especificar la duración total del capítulo se expone con el objetivo de evidenciar la representación que tanto del género femenino como masculino se da en los pocos minutos que puede durar un capítulo animado, qué tipo de “realidad” se representa.
- ✓ Serie educativa o de entretenimiento. Tal y como Sánchez-Labela Martín y Guarinos especificaron en su artículo “El compromiso de la televisión pública española por una e-programación de calidad: El portal ‘Clan’ como una web *edu*-interactiva”, entiéndase como serie educativa

Aquella en la que sus protagonistas mediante juegos, metáforas o por medio de una comunicación directa y explícita con los espectadores los hace partícipes del desarrollo de una trama en la que se exponen contenidos relacionados tanto con el enriquecimiento personal, cultural como cognitivo del niño; se busca que éste adquiera nuevos conocimientos y potencie los que ya posee, sintiéndose a veces imbricados en el mismo contexto que su personaje animado favorito, lo cual despierta la atención e interés del menor (Sánchez-Labela Martín y Guarinos, 2011: 8).

Por su parte, y en lo referido a las series de entretenimiento, las mismas autoras añadieron que éstas se conciben como “productos que en detrimento de ser informativos poseen la característica de atracción en el niño, espacios ociosos que permiten el descubrimiento de experiencias a veces mediante juegos, y generalmente a través de historias potenciando en éstos diversión y por ende, el deseo por ver el programa”.

- ✓ Como tercer punto de análisis, se hará un recuento del número de series que emplee bien a figuras femeninas o masculinas como personajes que copen el papel central de la serie.
- ✓ En cuarto lugar, se procederá a contabilizar el total de personajes principales analizados diferenciando en número los sujetos femeninos de los masculinos.
- ✓ Del mismo modo, se hará una descripción de aquellos personajes, de ambos sexos, que aparezcan sujetos a un determinado rol.
- ✓ Por último, se plasmarán porcentajes de aquellas series que representen igualdad en el desarrollo de las acciones entre personajes. Dicha variable es

extraída del estudio anteriormente presentado (Sánchez-Labela Martín y Guarinos, 2011).

El motivo de elección de tales parámetros es de carácter subjetivo pues se considera que todos ellos se constituyen como pilares fundamentales para el análisis de las estereotipias de los personajes representados en la narrativa infantil animada. El hecho de que éstos se presenten de un modo u otro repercute en la asimilación de contenidos por parte del público infantil que los consumen. Son ellos quienes entienden a sus personajes favoritos como modelos a seguir, personajes referentes imbricados en lo que Sánchez-Labela Martín considera como “un medio creador y portador de un ambiente cultural y simbólico del que cada vez dependen más personas para la formación de sus conceptos sobre la sociedad y el mundo real (2010: 6).

Por todo ello, y para comprobar el modo en el que se presentan actualmente a las mujeres a través de la animación, es por lo que se redactan las presentes líneas y se someten a análisis los títulos seleccionados.

El *corpus* estudiado consta de diez títulos animados, elegidos al azar, emitidos tanto en la televisión española como mexicana. Para la representación de la programación española serán sometidos a estudio títulos como “American Dad” (Neox, 2011), “Los Simpson” (Antena 3, 2011), “Shin-chan” (Neox, 2011), además de “Asha” (Clan, 2011) y “Las Tres Mellizas” (Clan, 2011), de producción catalana. En el caso de la programación mexicana se ha de señalar: “Los Padrinos Mágicos” (Canal 5), “Phineas y Ferb” (Canal 7), “Pokemon” (Canal 5), así como “El Chavo animado” (Canal 2) y “Descontrol” (Canal 7), estos últimos de producción propia.

Para poder llevar a cabo el análisis de cada uno de los títulos se procedió al visionado de tres capítulos por cada una de las series señaladas. El motivo de analizar dicho número concreto se fijó con el fin de conocer el objetivo de la serie así como las funciones de los personajes principales que la componen. Es de obligado cumplimiento señalar la no inclusión de aquellas figuras, que aunque a veces se manifiesten como personajes con relevancia en alguna trama, se presenten como animales o mascotas. Con dicho visionado se pretende alcanzar el análisis perseguido tanto de sus personajes como de las acciones llevadas a cabo.

4.1. Resultados obtenidos

Para establecer comparaciones entre la animación emitida en España y en México, a continuación se evidenciarán las deducciones traducidas a datos porcentuales.

Una vez analizado el total de los títulos se procederá a exponer los resultados hallados. Plásmese por un lado, la programación española y por otro, la programación mexicana para posteriormente poder establecerse comparaciones entre ambas.

Siendo la muestra de cinco títulos presentes en la parrilla española y mexicana el cien por ciento del contenido, se deduce que:

Fig. 1. Tabla de análisis de la representación femenina en la televisión española.
Fuente: elaboración propia.

Representación de personajes femeninos animados. Series de televisión en España

-Duración media por capítulos: 18' aprox.

-Total series analizadas: 5

-Series educativas: 0

-Series de entretenimiento: 5 (100%)

-Series cuyos personajes femeninos copan el papel central: 2 (40%)

-Series cuyos personajes masculinos copan el papel central: 3 (60%)

-Número total de personajes principales analizados: 23

-Total personajes principales femeninos analizados: 14 (60,9%)

-Total personajes principales masculinos analizados: 9 (39,1%)

-Roles destacados personajes femeninos:

-American Dad: Francine Smith es ama de casa, sumisa, es el personaje más equilibrado y racional. Halvey Smith, una adolescente obsesionada con enamorarse y alcanzar el canon de belleza establecido por la sociedad.

-Los Simpsons: Marge Simpsons es ama de casa, complaciente, organizadora, racional, paciente, superpone el amor hacia su familia ante cualquier cosa, administra la economía del hogar. Lisa Simpsons por su parte, es responsable, lista, ordenada, meticulosa.

-Shin-Chan: Misae Noara, ama de casa, obsesionada con las compras, administra la economía del hogar. Himawary Noara aunque es un bebé ya muestra su simpatía por las joyas.

-Asha: Asha personaje femenino no sujeto a rol alguno.

-Las Tres Mellizas: Niñas aventureras. Ana es romántica, a Elena le gusta comer pasteles y Teresa se caracteriza por ser inteligente. La bruja aburrida: mujer mayor entrometida.

-Roles destacados personajes masculinos:

-American Dad: Stan Smith, héroe protagonista con capacidad de atracción femenina haciendo uso de su trabajo en la CIA, usa/desprecia a las mujeres para conseguir sus objetivos.

-Los Simpsons: Homer Simpson es padre de familia que trabaja fuera del hogar, despistado, torpe, irresponsable. Bart Simpson, niño vándalo, irresponsable.

-Shin-chan: Hiroshi Noara, padre de familia con ocupación laboral, comportamiento irresponsable, mujeriego. Shin-chan, niño desobediente, desvergonzado, a pesar de su corta edad fuerte atracción hacia las mujeres.

-Series con igualdad en el desarrollo de las acciones entre personajes: 1 (20%)

Fig. 2. Tabla de análisis de la representación femenina en la televisión mexicana.
Fuente: elaboración propia.

Representación de personajes femeninos animados. Series de televisión en México

-Duración media por capítulos: 15' aprox.

-Total series analizadas: 5

-Series educativas: 0

-Series de entretenimiento: 5 (100%)

-Series cuyos personajes femeninos copan el papel central: 0

-Series cuyos personajes masculinos copan el papel central: 5 (100%)

-Número total de personajes principales analizados: 13

-Total personajes principales femeninos analizados: 4 (30,8%)

-Total personajes principales masculinos analizados: 9 (69,2%)

-Roles destacados personajes femeninos:

-Los padrinos mágicos: A penas se aprecia estereotipia en los personajes. A veces la madre de Timmy aparece como un sujeto situado en el ámbito doméstico pero por lo general madre y padre se mueven en una misma línea de acción. Ambos trabajan fuera del hogar familiar, el padre del protagonista se enamoró de su esposa en la universidad donde ella estudiaba y en la que él era conserje.

-Phineas y Ferb: Linda, es ama de casa y siempre se la ubica en el espacio interior o saliendo a hacer la compra. Candace, niña adolescente pendiente de la moda "no soy nadie sin carmín". Se le caracteriza por querer dejar en evidencia a sus hermanos ante sus inventos.

-Pokemon: Tanto May, coordinadora pokemon, como Jessie, integrante femenina del equipo Rocket, no se encuentran sujetas a ningún estereotipo.

-El chavo animado: Es destacable la ausencia de personajes principales femeninos anclados en estereotipos. Dentro de los personajes secundarios, Doña Flora se presenta como ama de casa siempre ataviada con delantal y rulos.

-Roles destacados personajes masculinos:

-Los padrinos mágicos: Timmy encarna el estereotipo de varón aventurero e intrépido. Cosmos, componente masculino de los padrinos mágicos, se muestra sin estereotipia alguna.

-Phineas y Ferb: niños ingeniosos con capacidad de inventar.

-Pokemon: Tanto Ash como Brock y James se presentan como personajes que se mueven en la misma línea de acción que los personajes femeninos que los acompañan.

-El chavo animado: El chavo junto a Kiko no se presentan sujetos a estereotipo masculino alguno.

-Series con igualdad en el desarrollo de las acciones entre personajes: 2 (40%)

Observación: se ha de señalar que la serie animada *Descontrol* no se incluye en el análisis de personajes principales ya que ésta se basa en una serie de *sketches* fundamentados en personajes del panorama social sin seguir una linealidad ni en la trama ni en sus personajes.

5. Inferencias

-Teniendo en cuenta tanto la animación emitida en España como en México, en una media de unos 16,5 minutos, se puede concluir que los más pequeños se exponen a una narración infantil construida con personajes estereotipados, así como relatos en los que prima la supremacía varonil tanto por su elevado porcentaje de representación como por las actividades llevadas a cabo y las características que presentan.

-En el caso de la existencia de series educativas, dentro del *corpus* seleccionado, se ha de señalar la nula presencia de tales contenidos según la definición de serie educativa anteriormente descrita, quedando el cien por ciento de ellas calificadas como series de puro entretenimiento.

-Por otro lado, en la animación analizada de la televisión española solo el 40% son series cuyos personajes centrales son femeninos, así es el caso de “Las Tres Mellizas” y “Asha”; mientras tanto, el público mexicano no consume ni un solo título cuyo papel central sea protagonizado exclusivamente por una chica. Se ha de especificar que en el caso de “Phineas y Ferb” la presencia de Candace es relevante pero queda relegada a co-protagonista ante la popularidad de sus hermanos Phineas y Ferb.

-En cuanto al número total de personajes principales, de las cinco series observadas en el caso español, se hace un recuento de veintitrés personajes correspondiendo un 60,9% a personajes principales femeninos y el 39,1% restante a personajes del sexo opuesto. Este hecho se constata no porque exista un elevado número de series con mayor presencia de mujeres, sino porque dentro de un mismo título el número de personajes femeninos supera uno y todos con el mismo nivel de relevancia. Es decir, de las cinco series estudiadas son “Las Tres Mellizas” y “Asha”, las cuales representan un total de tres personajes femeninos principales por título, las que hacen que se incremente el porcentaje de personajes femeninos principales.

En la televisión mexicana, del recuento de personajes principales efectuados, se ha de señalar la no inclusión de la serie “Descontrol” puesto que ésta no presenta a unos personajes principales que desarrollen una trama argumental concreta, sino que se trata de una serie de *sketches* parodiando la realidad actual con personajes caricaturizados propios del panorama social. Ahora bien, del total de trece personajes principales del resto de las series, un 30,8% representa al sexo femenino frente a un elevado 69,9% de personajes masculinos principales.

-Por su parte, cabe reseñar que tanto en la televisión española como mexicana existe un escaso veinte y cuarenta por cien, respectivamente, de series las cuales evidencian el desempeño equitativo de acciones llevadas a cabo por los personajes de ambos sexos. Se ha de mencionar así títulos como “Asha”, “Los Padrinos Mágicos” y “Pokémon”.

-El género de animación *per se* muestra una deformada y caricaturizada realidad social. En la mayoría de los casos el personaje femenino se construye inmerso en los roles arcaicos considerados como “propios” de su género siendo la programación analizada en España, que no programación de producción española, aquella en la que se pone de manifiesto en mayor grado los roles hasta ahora asignados a cada uno de los sexos.

-Resulta interesante, a la par que atrevido, redactar el compromiso adoptado, por parte de las nuevas creaciones animadas en España, por erradicar la estereotipia de personajes y narrar relatos en igualdad de género frente a una nula presencia de producción mexicana que presente tal característica. Así se demuestra con los títulos como “Las Tres Mellizas” y “Asha”, ambos alejados de una construcción narrativa estereotipada de sus personajes.

-Las fronteras de la narración audiovisual animada están desdibujadas, un mismo producto divaga por diferentes puntos geográficos imperando la ley del mercado. Independientemente de su contenido, se oferta un determinado producto el cual es demandado por las televisiones sin cuestionarse en muchos casos los elementos que lo componen. Frente a la enorme masa de producción animada estadounidense, es destacable el caso del *anime* procedente del gigante asiático, productos que por su bajo coste rellenan las parrillas televisivas imponiendo la visión de una determinada realidad. Se produce, por tanto, una continuidad en la asunción de contenidos impregnando a todos los públicos del “mismo concepto de representación social”; tan solo basta con traducirlo a las distintas lenguas.

-Por todo ello, y aunque a veces se vislumbra un haz de evolución, en términos generales se puede hablar de una imagen femenina transoceánica estereotipada, una mujer animada que arrastra consigo un concepto de feminidad caduco. Aún en la mayoría de los casos se sigue dibujando y concibiendo la figura femenina como un ente propio del espacio interior. Una imagen de la mujer deforme, y a veces grotesca, pudiéndose relacionar esta representación de lo femenino con el esperpento valleinclanescos: una visión deformada de la realidad para realmente llegar a conocerla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTÓN, Eva (2001): “La socialización de género a través de la programación infantil de televisión”. Noviembre de 2001. Disponible en Internet (16.12.2011): <http://www.fyl.uva.es/~wceg/articulos/TelevisionPatriarcal.pdf>

BAUTISTA, Juan y DEGRADO, M^a Dolores. (2008). “Recepción de telenovelas y perspectiva de género”, en *Comunicar* 31. Pp. 673-679

BENGOECHEA Mercedes., DÍAZ-AGUADO M^a José., FALCÓN Laia, LÓPEZ DÍEZ, Pilar y PÉREZ, Ángeles. (2005): *Infancia, Televisión y Género: argumento para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE.

CHARLES, Mercedes y OROZCO, Guillermo. (1990): *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*. México, Trillas.

DE LAURETIS, Teresa (1992): *Alicia ya no. Feminismo, Semiótica, Cine*. Madrid, Cátedra.

ESPINAR, Eva (2007): “Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles”, en *Comunicar*, vol. XV, n^o 29. Pp. 129-134.

- FERRÉS, Joan (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós.
- GALLEGO, Joana; ALTÉ, Elvira; MELÚS, M^a Eugenia.; SORIANO, Jaume y CANTÓN, M^a José. (2002): “La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general”, en *Anàlisi*, n^o 28. Pp. 225-242.
- GARCÍA GALERA, M^a Carmen. (2000): *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona, Gedisa.
- GÖTZ, Maya (IZI). Investigación llevada a cabo por la Universidad de Kassel (Alemania) en cooperación con la Bavarian Broadcasting Corporation's Internacionales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) y la Voluntari Self-censorship of the Televisión Industry (FSF). Disponible en Internet (18/12/2011):
http://www.bronline.de/jugend/izi/english/research/e_goetz1.htm
- JORGE, Ana (2004): *Mujeres de los medios, mujeres en los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona, Icaria.
- NÚÑEZ, Trinidad y LOSCERTALES, Felicidad (2008): “El cine de animación visto en casa: dibujos animados y TV”, en *Comunicar*, vol. XVI, n^o 31. Pp. 757-763.
- SÁNCHEZ-LABELLA MARTÍN, Inmaculada (2010): *Estereotipias femeninas en las series de animación actuales*. Tesina. Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura. Universidad de Sevilla. (Inédita).
- SÁNCHEZ-LABELLA MARTÍN, Inmaculada y GUARINOS, Virginia (2011): “El compromiso de la televisión pública española por una e-programación infantil de calidad: el portal ‘Clan’ como una web edu-interactiva”, en *Icono 14*, n^o 8. Pp. 599-610.
- SCHMIDT, Margarita; “Dibujos animados y educación: Un análisis ecológico”, en BENAVIDES DELGADO, Juan (coord.) (1992): *Televisión y programas infantiles, Infancia y Sociedad*. Dirección General de Protección Jurídica del Menor, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid.
- TUR, Victoria: “Calidad y Características de la programación y la publicidad infantil”. Proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia español y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, convocatoria 2004-2007. (Referencia: SEJ2004-01830/CPOL).