



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS

INTERACTIVOS

**La construcción de la feminidad a través del arquetipo del animus en el Personaje
de Daenerys Targaryen en GOT**

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Medios

Interactivos

AUTOR

Ruiz Marcos, Karla Andrea (0000-0003-3065-6417)

ASESOR

León Geyer, Andrés Michael (0000-0002-5636-4570)

Lima, 15 de julio 2021

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación va dedicado a mi familia por su constante apoyo y palabras de aliento. A Ingrid por su paciencia y escucha; y a Makha y Sukha por ser las miradas de motivación en momentos difíciles.

RESUMEN

Actualmente existe un amplio proceso de discusión sobre la representación de estereotipos en las producciones audiovisuales, es decir en series y películas. Esta investigación forma parte de esta temática, es decir, el estudio se enfoca en la deconstrucción de los estereotipos en las series de televisión. Para lograr este objetivo se utiliza el arquetipo Jungiano animus, este arquetipo se percibe en un personaje femenino de la serie *Game of Thrones*. Para establecer los estereotipos que se van a estudiar, se escogió únicamente a los que contrasten directamente con las cualidades del animus del personaje. Se utilizan las siguientes cualidades del animus: pensamiento racional, fortaleza y decisión. A través de entrevistas semiestructuradas se estudia la percepción de las cualidades del animus y cómo estas pueden generar un proceso de deconstrucción de los estereotipos femeninos. Al final se concluye que las cualidades percibidas en el personaje estudiado se contraponen de forma directa a los estereotipos femeninos: sensibilidad, debilidad e inseguridad. La herramienta desarrollada a partir del arquetipo animus permite reconocer, delimitar y estudiar los estereotipos femeninos en los personajes femeninos y las futuras construcciones de personajes femeninos.

Palabras clave: Estereotipos, estereotipos femeninos, arquetipo, anima-animus, series televisivas, producciones audiovisuales, espectadores, percepciones.

Perception of stereotyped femininity through the animus archetype

ABSTRACT

Currently there is a wide discussion process on the representation of stereotypes in audiovisual productions, that is, in series and movies. This research is part of this theme, in this sense, the study focuses on the deconstruction of stereotypes in television series. To achieve this goal the Jungian archetype animus is used. For the development of this research, a female character from the Game of Thrones series has been used. To establish the stereotypes to be studied, only those that directly contrasted with the character's animus qualities were chosen. In this sense, the following qualities of the animus are used: rational thought, fortitude and decision. Through semi-structured interviews, the perception of the qualities of the animus and how these can generate a process of deconstruction of female stereotypes is studied. In the conclusions, it is observed that the qualities perceived in the studied character are directly opposed to the female stereotypes: sensitivity, weakness and insecurity. In addition, it is clearly stated that the tool developed from the animus archetype allows the recognition, delimitation and study of female stereotypes in female characters and future constructions of female characters.

Keywords: Stereotypes, female stereotypes, archetype, anima-animus, television series, audiovisual productions, spectators, perceptions.

Índice

RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
1. Introducción.....	7
2. Estado de la cuestión y marco teórico.....	9
3. Metodología.....	12
4. Consideraciones éticas.....	14
5. Resultados.....	14
6. Discusión y conclusiones.....	20
7. Referencias.....	25

Índice de Figuras

Figura 1	17
Figura 2	20

1. Introducción

La televisión es el principal medio de comunicación y transmisión de información junto con el internet (Moreno Díaz & Martínez Castro, 2015). La televisión se ha desarrollado principalmente como un medio de comunicación, sin embargo, también forma parte del entretenimiento debido a la necesidad de generar dinero (Moreno Díaz & Martínez Castro, 2015). Los programas televisivos son elementos que producen influencia en la sociedad debido a la cantidad de emociones que pueden generar en un espectador (Sumimoto et al., 2021).

Los programas dentro de la televisión se han creado con el objetivo de entretener, por tanto, existe una variedad de contenido enfocado en diferentes tipos de público (Romero-Rodríguez et al., 2015). Romero-Rodríguez et al. (2015) menciona que la necesidad de competir en el mercado ha generado que la televisión presente programas telebasura en los cuales se deja de lado los valores, calidad e incluso autenticidad de la información. La televisión ha sabido cómo encontrar las necesidades y deseos latentes del ser humano con la finalidad de obtener beneficios económicos (B. Torres et al., 2020). Por tanto, existen programas en los que prevalece de forma exagerada los estereotipos contra la mujer que ya ha sido denunciado décadas atrás (Bandrés, 2019). Sánchez et al. (2020) afirma que la mayoría de estereotipos que se encuentran dentro de las series son los femeninos. Además, los estereotipos no solo forman parte del contenido audiovisual sino que este contenido refuerza su transmisión e interiorización (L. L. Torres, 2018). Actualmente, los estereotipos están presentes en cualquier hogar a través de las producciones audiovisuales, específicamente las series y películas (Sumimoto et al., 2021). El ser humano es un ser emocional y los estereotipos se construyen a partir de las emociones, por tanto, tienen una gran capacidad de crecimiento social cuando se ven sustentados por la televisión (B. Torres et al., 2020).

El estudio de los estereotipos en las series de televisión y contenidos audiovisuales se ha vuelto uno de los temas que más atención ha despertado para los investigadores sociales (Gutiérrez & Gavilán, 2016). A modo de ejemplo: Novoa Jaso (2018) utiliza la serie *Modern Family* para conocer la feminidad doméstica proyectada en las producciones audiovisuales. Sánchez-Labela Martín (2012) estudia la construcción de los personajes femeninos en las series animadas infantiles emitidas en España en comparación con las emitidas en México. Galán (2007) aborda el tema de los estereotipos a través de la construcción de género y ficción televisiva en España. García (2014) estudia la influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción

del liderazgo femenino. Por otro lado, Menéndez Menéndez & Zurián Hernández (2014) aborda la existencia de binarismo de género a partir de un estudio de la televisión contemporánea estadounidense.

Los estereotipos femeninos constituyen una cadena intangible que limita el desarrollo social de una mujer a partir de regulaciones e impedimentos que se consideran socialmente aceptados (Álvarez Espinoza, 2016). El Equipo latinoamericano de Justicia y Género & ONU-MUJERES (2017) menciona que los estereotipos femeninos constituyen una fase de la violencia contra la mujer.

El problema estudiado en esta investigación radica en la construcción y percepción de los personajes femeninos en las series de televisión. Este problema se analizará a partir de arquetipo animus para generar un proceso de deconstrucción. En este estudio se considera el proceso de deconstrucción como la capacidad de tratar o abordar un elemento de forma que se comprenda sus elementos y se los transforme (Ayala, 2013).

Para comprender los estereotipos femeninos en este estudio se ha utilizado como herramienta el arquetipo anima-animus propuesto por Jung (1967). Los arquetipos propuestos por Jung son un conjunto de pautas o patrones de comportamiento típico que habitan en el inconsciente de las personas, son universales (Atarama-Rojas et al., 2017). Jung establece que el arquetipo anima-animus es un solo arquetipo. No obstante, se hará hincapié en una parte del arquetipo, específicamente el animus (E. Jung, 1967). El animus Jungiano es el arquetipo que establece la existencia de cualidades masculinas como complemento a la personalidad de una mujer (Ramírez Gómez, 2014).

El estudio se centra en analizar la percepción del arquetipo animus en un personaje femenino de la serie *Game of Thrones*. Para cumplir con este objetivo se establecerá la percepción que los espectadores tienen sobre las cualidades femeninas en la televisión. Por otra parte, se contrastará estas cualidades con los estereotipos que se oponen de forma directa a ellas.

La importancia de este estudio radica en el impacto que la serie estudiada tiene tanto en la sociedad como en la construcción de personajes femeninos dentro de las producciones audiovisuales, a partir de un personaje femenino no estereotipado. Se estableció una herramienta que sirve para identificar, estudiar y deconstruir los estereotipos observados en las series de televisión y con esto

influir de forma positiva dentro de la sociedad. Lo mencionado se direcciona hacia la búsqueda de un cambio de perspectiva de las producciones audiovisuales para que se enfoquen en generar procesos de influencia positiva en la sociedad. La inclusión de personajes femeninos con cualidades más acercadas a la dinámica real puede formar parte del proceso de búsqueda de igualdad de género.

La investigación constituye un aporte a la disciplina debido a que estudia los efectos específicos que produce uno de los principales medios audiovisuales a través de las series. Se convierte en un aporte significativo ya que se la investigación se sustenta en las teorías sobre el arquetipo de Jung que para el proceso investigativo forman parte de un abordaje metodológico que funciona adecuadamente para el proceso de deconstrucción de estereotipos dentro de las series de televisión.

2. Estado de la cuestión y marco teórico.

La televisión es un medio de comunicación que ha tenido una amplia influencia en el desarrollo de la sociedad. Según González Pazos (2019) la televisión es un medio de fácil acceso, gratuito y se ha convertido gradualmente en un espejo de la realidad. La televisión influye y modela el pensamiento y la forma de actuar del espectador (San Sebastian 2015). Los programas audiovisuales se han orientado hacia el entretenimiento, comunicación e información, sin embargo, dentro del contenido que transmiten se puede evidenciar modelos de conducta, transmisión de estereotipos, inducción de valores e incluso ideales (Romero-Rodríguez et al., 2015).

Los medios audiovisuales constituyen uno de los principales mecanismos a través de transmisión y construcción de estereotipos (Roche Díez, 2015). Los estereotipos excluyen a la mujer en la televisión hacia dos aspectos: las relaciones sentimentales y el hogar (Fernández et al., 2018). Los estereotipos de género tienen una presencia sólida en la televisión e internet (Aguaded et al., 2011). Uno de los principales que genera la televisión es la interiorización de los estereotipos que generan en los jóvenes a través de la presentación de situaciones cotidianas estereotipadas (Moreno et al., 2017). Sin embargo, existe un proceso de concienciación social que se ha abierto camino hacia la televisión generando la inclusión de programas que cuestionan los estereotipos (Sánchez et al., 2020), entre ellos *Game of Thrones*, *Orange is the new black*, *Las chicas del cable*, *The good wife*, *Good girls*, *Glow*, entre otras.

La complejidad del concepto de estereotipo vuelve necesaria la utilización de la teoría del arquetipo para su correcta comprensión. Por lo tanto, se establece como punto de partida para el estudio: las concepciones teóricas sobre estereotipos y arquetipo anima-animus.

Los estereotipos suponen resúmenes de la complejidad social (Medina, 2021). Por lo tanto, estereotipo es una percepción exagerada o demasiado simple de las características o cualidades de un ser humano (Álvarez Espinoza 2016). Las cualidades o características escogidas representan la opinión o valoración que tiene una persona o grupo de personas sobre otro (Monedero, 2020). Los estereotipos son creencias generalizadas y socialmente compartidas acerca de los atributos de las personas que conforman un determinado grupo social (García, 2014).

Los estereotipos tanto femeninos como masculinos han sido creados a partir de la diferenciación de los seres humanos a partir de su género, es decir, se vinculan directamente al sexo biológico (Roche Díez, 2015). Los estereotipos se construyen a partir de la forma de crianza, generalmente los padres de familia le asignan atributos creados por expectativas prefiguradas a los recién nacidos (INMUJERES 2007). Además, los estereotipos femeninos tienden a utilizar representaciones infravaloradas de las mujeres que crean un espacio simbólico que impide la generación de inclusión social (Medina, 2021).

Para entender los estereotipos dentro de las series, como hemos mencionado, se utilizará arquetipos Jungianos. Los arquetipos fundamentales para la psicología analítica son: la máscara, el anima/animus, la sombra y el yo (Barrera, 2008).

Carl Gustav Jung denominó a los contenidos del inconsciente colectivo como arquetipos (Carl Gustav Jung, 1970). Los arquetipos que propone Carl Jung son formas de pensamiento heredadas, son predisposiciones (Barrera, 2008). Para Jung los arquetipos constituyen patrones universales que se encuentran presentes en el inconsciente colectivo de los seres humanos (C. G. Jung, 2014). Esta percepción de los arquetipos ha sido utilizada para el análisis de la familia conformada por miembros LGBT+ por Dabbagh (2017) y Díaz & Collaguazo (2019).

Para esta investigación únicamente se utilizará el arquetipo animus. De acuerdo con Carl Gustav Jung (1970) existen dos arquetipos que están siempre presentes dentro del hombre o la mujer estos dos son representaciones del género opuesto al que la persona tiene: Anima y Animus (Norelis, 2020). Anima corresponde al aspecto femenino interno del hombre y animus corresponde al

aspecto masculino interno de la mujer (Carl Gustav Jung, 1970). Además, ambos términos latinos significan alma. El anima se encarga de influir sobre las ideas, actitudes y emociones de un hombre. Norelis (2020) en su investigación sobre los arquetipos en la obra *El Quijote*, determina que el animus funciona como una mente inconsciente con dos tipos de expresiones, negativas o positivas.

Carl Jung establece los arquetipos, sin embargo, Emma Jung se centra en el arquetipo anima-animus en su libro *Animus and anima (1967)*. La forma de equilibrar el subconsciente femenino es a través de la introducción de un elemento masculino (Norelis, 2020). Este elemento se refiere al animus. En este sentido, el animus hace referencia a los aspectos inconscientes masculinos que una mujer externaliza y se desarrolla a partir de las experiencias que vive con los hombres dentro de su círculo familiar y social (Norelis, 2020).

A partir de lo mencionado, los elementos del animus que se han considerado para esta investigación son: pensamiento racional, fortaleza y la cualidad de decisión. Estas cualidades del animus se encuentran en contraposición directa de los siguientes estereotipos: estereotipo de mujer sensible, estereotipo de mujer débil, estereotipo de mujer insegura.

El pensamiento racional surge a partir de la combinación de diferentes capacidades del ser humano como la imaginación, experiencia, emociones, razonamiento y creencias. (Peñarroja et al., 2017). Este concepto lo complementa Díez (2017) que menciona que el pensamiento racional consiste en un razonamiento de una representación mental del mundo.

Carl Jung menciona que en el intelecto la fortaleza depende de la capacidad de mantenerse firmes, no ser influenciados ni inestables (Puerta & Jung, 1969). Considera que los sentimientos se oponen a la fortaleza intelectual. Por otra parte, Emma Jung (1967) menciona que la fortaleza proviene directamente de las relaciones y experiencias que tiene el ser humano con el sexo opuesto a lo largo de su vida.

La cualidad de decisión es un proceso que depende de la autoconfianza, es decir, depende de la percepción que tiene sobre sí misma (Luna Bernal & Laca Arocena, 2014). Esta cualidad contribuye directamente al manejo y control de emociones.

3. Metodología

Debido a que la construcción de estereotipos es una construcción cultural se utiliza el paradigma interpretativo fenomenológico (Hernández-Sampieri et al., 2013). El paradigma interpretativo fenomenológico permite conocer el proceso de construcción de la realidad a partir de su interpretación (Hernández Sampieri et al., 2014). Esta postura se ha complementado a través de la teoría propuesta por (Martínez, 2013) y (Miranda Beltrán & Ortiz Bernal, 2020) quienes explican que existen cuestiones que no se pueden abordar desde un enfoque cuantitativo, por lo tanto, el paradigma interpretativo fenomenológico se enfoca en comprender los fenómenos sociales y naturales a partir de las intenciones, experiencias y opiniones de los participantes envueltos en el fenómeno.

Para el estudio de este fenómeno cultural se ha decidido utilizar un análisis cualitativo. El enfoque cualitativo está direccionado hacia la descripción y análisis sin medición numérica (Hernández-Sampieri et al., 2013). El principal objetivo del proceso cualitativo es establecer relaciones sobre los datos obtenidos para llegar a inferencias (Cadena Iñiguez et al., 2017). Además, según Miranda Beltrán & Ortiz Bernal (2020) el enfoque cualitativo es eficiente para su aplicación en las ciencias y contextos sociales. En estos contextos deben considerarse los significados subjetivos y la comprensión del contexto donde ocurre el fenómeno (Ramos, 2015). La investigación se centra en las percepciones de los espectadores, por tanto, este enfoque es adecuado para realizar un análisis más preciso de los datos obtenidos.

Como se mencionó existen diversas producciones audiovisuales cuestionan los estereotipos dentro de la sociedad. Para esta investigación se ha elegido a la serie *Game of Thrones*. Según los datos de las páginas *IMDB* y *Sensacine* es una de las primeras series que le otorga condiciones de igualdad e incluso de superioridad a la mujer sobre el hombre. Por otra parte, se eligió debido a la gran acogida que generó, a las críticas, calificaciones y galardones que obtuvo.

En la investigación no se utilizará al conjunto de personajes femeninos para su análisis, sino que se ha determinado que el personaje que más se adecúa a este estudio es Daenerys Targaryen debido al desarrollo, construcción, historia y extensión del papel del personaje. A partir del análisis de los resultados obtenidos se pretende determinar si los elementos del arquetipo animus puede servir como herramienta para analizar cómo la construcción del personaje Daenerys Targaryen deconstruye los estereotipos. Para la elección del personaje se tomaron en cuenta tres categorías

principales: estereotipos del personaje, cualidades del personaje, desarrollo e historia del personaje.

En primer lugar, se analizó los estereotipos que presenta el personaje a simple vista y en los primeros capítulos. Esto se realizó con la finalidad de conocer si el personaje se presenta como un personaje común, es decir, estereotipado. En segundo lugar, se identificaron las características y cualidades del personaje, se consideró las cualidades y valores que pueden servir como elementos que se contraponen a los estereotipos de la mujer en la televisión. Finalmente, fue necesario escoger un personaje principal que cuente con un desarrollo notable e historia larga para tener una mayor cantidad de elementos sobre los cuales trabajar en el estudio.

Este estudio busca identificar el efecto de deconstrucción mencionado mediante la percepción del personaje en espectadores de la serie.

Para el proceso de recolección de datos se ha determinado que la principal técnica de producción de datos es la entrevista semiestructurada, ya que es una técnica flexible, es decir, permite amplio espectro de aplicación e incluso permite obtener información no observable como significados, puntos de vista, etc. (L. Díaz et al., 2013), que son elementos imprescindibles dentro del presente estudio.

Para el proceso de elaboración de la guía de entrevista se procedió a partir de las indicaciones que exponen Troncoso-Pantoja & Amaya-Placencia (2017). En este caso, el instrumento pasó por un proceso de validación a través de expertos en el cual se evidenció que las categorías y preguntas son adecuadas para ser utilizadas en la entrevista.

Para el proceso de validación se consideró las siguientes categorías: suficiencia, claridad, coherencia, relevancia. Luego del proceso de validación se obtuvo una retroalimentación que permitió mejorar la calidad del instrumento. Finalmente, el instrumento fue validado y se obtuvo que el instrumento es altamente suficiente, muestra claridad en sus categorías y preguntas, mantiene una adecuada coherencia y es relevante. Se determinó que las categorías escogidas están correctamente relacionadas a los conceptos e investigaciones abordadas en anteriormente.

Para el desarrollo de la guía de entrevista se utilizó las siguientes categorías principales:

- Categoría masculino y femenino

- Estereotipos en la televisión y estereotipos femeninos
- Pensamiento racional como elemento del animus que se contrapone al estereotipo de mujer sensible
- Fortaleza como elemento del animus que afronta al estereotipo de mujer débil
- Cualidad de decidida como elemento del animus que desafía al estereotipo de mujer insegura

Estas categorías se determinaron para que cada estereotipo femenino pueda ser contrastado a partir de las cualidades del animus de Daenerys Targaryen.

La muestra utilizada para este estudio fue de cinco hombres y nueve mujeres que han visto la serie. La muestra está conformada por personas en un rango de edad entre 18 y 30 años. Según Gil Martín (2015) las personas que se encuentran en este rango de edad son los que más consumen producciones enfocadas en acción, fantasía y drama. Uno de los criterios para la elección de la muestra fue abarcar un amplio espectro cultural, por lo que se eligió a participantes de diferentes países latinoamericanos Argentina, Colombia, México y Perú. Los participantes son de distintas nacionalidades y se pudo acceder a ellos a través de un Fanpage oficial de *Game of Thrones* en Facebook.

Otro de los criterios para la elección de la muestra fue la disponibilidad y la decisión de las personas para participar en el estudio. La aplicación del instrumento de recolección de datos es indispensable para este estudio, por tanto, es importante que los espectadores estén dispuestos a responder la entrevista.

4. Consideraciones éticas

Las entrevistas fueron realizadas a partir de lineamientos éticos. Es decir, se eligió a personas que estén dentro del Fanpage de acuerdo con su decisión para participar. Los participantes fueron informados acerca de la investigación y dieron su consentimiento para formar parte del estudio. Además, se trabajó bajo normas de respeto, privacidad y confidencialidad.

5. Resultados

Para el análisis de datos se empleó el programa Atlas.ti con la finalidad de que el procedimiento sea riguroso y se limite la intervención de la opinión o creencias del investigador.

El análisis de resultados se divide a partir de las categorías mencionadas para el desarrollo del instrumento de recolección de datos. En el análisis de los datos de las entrevistas se busca conocer si la percepción de las cualidades del arquetipo del animus en Daenerys puede servir como herramienta para deconstruir estereotipos.

Categoría masculino-femenino

En esta categoría resulta importante destacar que los entrevistados de género masculino se limitan a responder las preguntas de forma corta, sin argumentar el porqué de su opinión, no obstante, las entrevistadas se extendieron en sus respuestas con argumentos que justifican su posición.

Las entrevistadas opinan que existe machismo y exclusión hacia los personajes femeninos. Además, manifiestan que están acostumbradas ver personajes masculinos seguros y decididos, mientras que estas características son muy poco evidenciadas en personajes femeninos. Las entrevistadas mencionan que es común ver producciones audiovisuales donde la mujer se siente exitosa cuando su relación sentimental es estable.

Los participantes de género masculino opinaron de forma corta que los personajes femeninos son más susceptibles a ser controlados por sus emociones.

Por otra parte, es necesario agregar que los personajes masculinos también se encuentran bajo la influencia de estereotipos. En los resultados se observó que el estereotipo masculino más extendido es el de la masculinidad fuerte, es decir, un hombre siempre debe ser fuerte y con un físico desarrollado.

Una de las entrevistadas mencionó que se puede evidenciar la influencia de la televisión claramente en los niños. En la infancia los niños presentan comportamientos, actitudes, palabras y pensamientos que adquieren del contexto y en este caso, de los programas televisivos.

Categoría estereotipos

En las preguntas de esta categoría los participantes utilizaron ejemplos sobre estereotipos para ratificar su punto de vista. Los ejemplos utilizados por los participantes solamente se centran en estereotipos de género y estereotipos ligados al color de piel de una persona. La mujer como ama de casa y el hombre como trabajador, fue el ejemplo que se repitió en cuatro respuestas de diferentes entrevistados.

En esta misma categoría, los participantes afirman que existe una mediana y alta influencia en la creación y transmisión de estereotipos por parte de las series de televisión. Es necesario mencionar que una participante expresó que la televisión no puede cambiar su forma de pensar debido a la edad y conocimientos que tiene. No obstante, mencionó que existe una alta influencia por parte de la televisión sobre todos los espectadores.

Con respecto a la forma de identificar estereotipos dentro de una serie de televisión, los participantes coinciden en que a partir del comportamiento de un personaje se puede identificar si existen estereotipos. Las preguntas de esta categoría no se hacía ninguna mención a los estereotipos femeninos, sin embargo, cuatro participantes mencionaron de forma directa que se puede evidenciar los estereotipos en personajes femeninos a partir de su comportamiento, conversaciones, desarrollo del personaje y relación con un personaje masculino.

Categoría estereotipos femeninos

Las respuestas de los participantes permiten confirmar las teorías abordadas en el marco teórico con respecto al estereotipo de debilidad como el estereotipo más extendido sobre la mujer tanto en la sociedad como en las series de televisión.

Todos los entrevistados afirman que en los primeros capítulos de la serie se muestra al personaje Daenerys Targaryen como un personaje estereotipado debido a que se encuentra bajo el control de personajes masculinos, en primer lugar, su hermano y después su esposo. Además, opinan que los personajes masculinos no tienen un crecimiento durante la serie, sino que se presentan como líderes, reyes o guerreros, mientras que los personajes femeninos se desarrollan luego de la muerte o desaparición de su contraparte masculina.

Los participantes ratifican que las cualidades que presenta el personaje Daenerys se contraponen de forma directa a los estereotipos. Todos los entrevistados hacen hincapié en la faceta de líder de Daenerys como una de las cualidades que más se enfrenta a los estereotipos femeninos.

Las características y cualidades de Daenerys se pueden atribuir a un personaje masculinos y, además, se pueden evidenciar en personajes de la misma serie como Cersei y Jon Snow.

Por otra parte, a partir del análisis de las respuestas de los entrevistados se encontró que el estereotipo de debilidad femenina es el más mencionado y utilizado como ejemplo para explicar

argumentos. En segundo lugar, se encuentra el estereotipo de mujer como subordinada a una pareja masculina. Además, los entrevistados opinan que estos estereotipos se pueden ver tanto en la vida real como en una producción audiovisual.

Además, los participantes opinan que los estereotipos influyen de manera negativa la visión que tiene la sociedad sobre las mujeres. Opinan que los estereotipos se encuentran interiorizados, por tanto, nunca se aprecia la calidad y extensión de las características y cualidades de la mujer.

Ahora bien, las siguientes categorías exponen los estereotipos femeninos que se observan en la televisión. Por otra parte, exponen las cualidades del animus que se perciben en Daenerys Targaryen (Figura 1). Es muy importante destacar que los entrevistados perciben las cualidades del arquetipo animus de Daenerys como características que se le atribuyen al género masculino tanto en las series de televisión como en la sociedad.

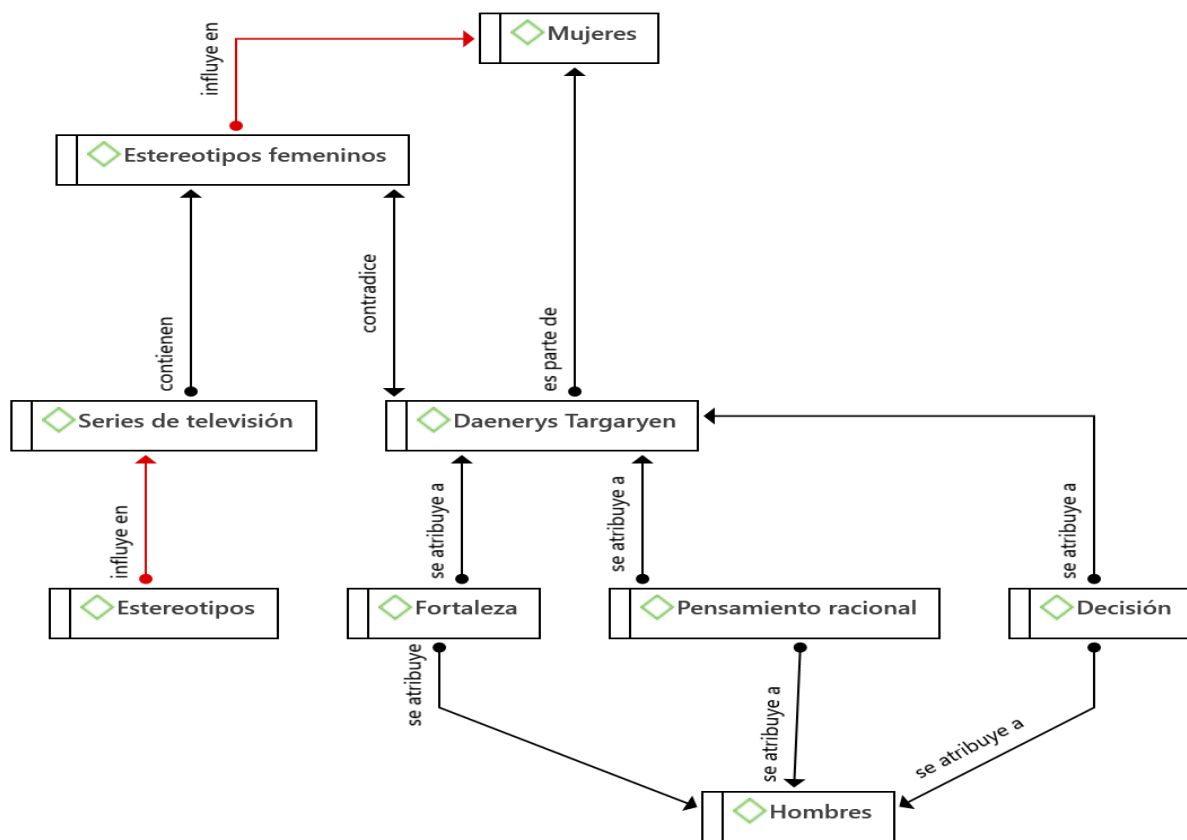


Figura 1

Pensamiento racional como elemento del animus que se contrapone al estereotipo de mujer sensible

Los entrevistados consideran a la mujer como un personaje sensible, susceptible y manipulable. Además, la percepción de los entrevistados coincide en que la mujer es un personaje sumiso que en la mayoría de casos depende de un personaje masculino. Además, los participantes mencionan que el personaje femenino en algunos casos es incapaz de controlar sus emociones debido a que se presentan como personajes más sensibles.

Con respecto a las preguntas enfocadas en el pensamiento racional, los participantes expresan que esta es la principal cualidad que se puede evidenciar en Daenerys. Opinan que este personaje ha desarrollado habilidades de planificación, estrategia y liderazgo. Además, argumentan que Daenerys es un personaje que demuestra que el género y la fortaleza física no son requisitos indispensables para participar activamente en una batalla o conquista de un reino.

Fortaleza como elemento del animus que afronta al estereotipo de mujer débil

La debilidad de los personajes en las series de televisión se atribuye directamente a los personajes femeninos. Los entrevistados explicaron que los personajes femeninos son bellos físicamente, mientras que los personajes masculinos son fuertes.

Los entrevistados mencionan que existen casos concretos en los cuales se puede observar personajes femeninos fuertes. Opinan que en la mayoría de casos el personaje femenino solamente cumple el papel de un complemento amoroso para el masculino. Mencionan que cuando se ve un personaje femenino fuerte en una serie, esta cualidad se exagera o altera hasta el punto que se convierte en un defecto.

Sin embargo, consideran que, a pesar que la característica física más destacada de Daenerys es la belleza, ella no necesita de un personaje masculino para mostrar fortaleza debido a su capacidad para actuar con determinación y estrategia. Solamente un participante mencionó a los dragones como una muestra de fortaleza, lo que permite confirmar que Daenerys es considerada como un personaje fuerte a partir de sus cualidades. Uno de los entrevistados mencionó que Daenerys se enfoca más en conseguir consejeros y no busca protectores, es decir, este personaje es consciente de su fortaleza y poder.

Dos de los entrevistados mencionan que los estereotipos físicos también son muy comunes para los hombres. Dicen que los personajes principales son representados por actores fornidos. Mencionan que la cualidad de fortaleza física está presente independientemente de la historia en la que se desenvuelva el personaje.

Cualidad de decidida como elemento del animus que desafía al estereotipo de mujer insegura

Con respecto a las preguntas sobre las cualidades de un personaje en la televisión, ocho de nueve personajes coinciden en que las cualidades de personaje seguro y decidido siempre son atribuidas al género masculino. Una de las entrevistadas respondió que no es importante el género de un personaje para que se le atribuyan características o cualidades, no obstante, en la categoría anterior respondió que por lo general el personaje femenino es débil. A partir de las respuestas de la entrevistada se puede entender que está enfocada en mantener una posición contraria a los estereotipos femeninos, pero aun así los mantiene y expone.

Otra de las respuestas que ofreció una entrevistada fue que las cualidades positivas se otorgan al personaje principal, pero generalmente la mujer no ocupa este papel. Además, la entrevistada menciona que la característica que más se presenta en un personaje femenino es la belleza.

Los entrevistados explican que Daenerys es un personaje que mantiene sus objetivos e ideales. No se dejó influenciar ni limitar por los demás personajes e incluso la influencia de una pareja masculina no desvió ni alteró sus ideales. Los participantes coinciden en que el desarrollo del personaje se orienta hacia la obtención de la corona. Al igual que en las preguntas anteriores, los entrevistados hicieron referencia a su papel de líder y la capacidad que tiene para resolver cualquier problema.

Finalmente, el análisis de resultados permite identificar que las cualidades que perciben los espectadores en Daenerys, es decir, su arquetipo animus se contraponen de forma directa a los estereotipos femeninos analizados (Figura 2).

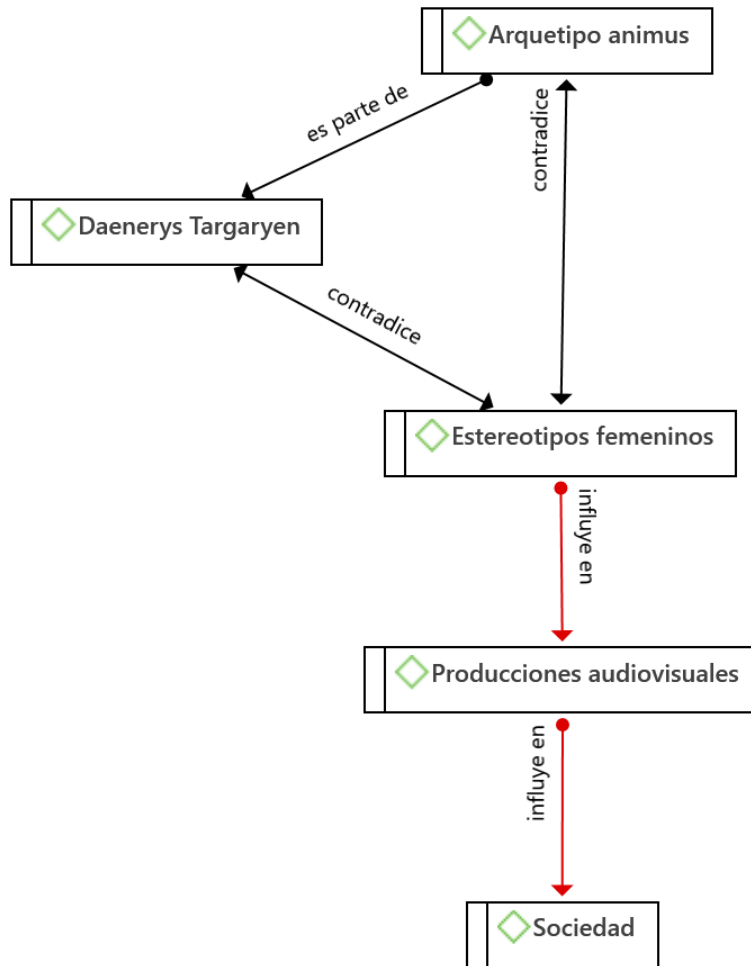


Figura 2

Como se observa en la figura 2, los espectadores opinan que los estereotipos femeninos influyen en la construcción de los personajes dentro de una serie. No obstante, opinan que las series y producciones audiovisuales en general influyen en la sociedad. Dicen que las series se encargan de transmitir y continuar con los estereotipos femeninos.

6. Discusión y conclusiones

A partir del estudio realizado sobre la percepción del arquetipo animus como herramienta para la deconstrucción de estereotipos se plantean las siguientes conclusiones:

Los estereotipos son creencias generalizadas y socialmente compartidas acerca de los atributos de las personas que conforman un determinado grupo social (García, 2014). Para explicar el concepto de estereotipo, los entrevistados recurrieron a ejemplos. Los ejemplos más utilizados corresponden

a estereotipos de género y de raza. No obstante, todos los entrevistados coinciden en que el estereotipo es una idea producida por la influencia de la sociedad en el pensamiento.

Los estereotipos influyen de manera negativa en la visión que tiene la sociedad sobre la mujer. Según San Sebastian (2015), Fernández et al. (2018), Lanuza Avello (2021), la televisión influye en el pensamiento, comportamiento y actuación de los espectadores. Se evidenció que los entrevistados opinan que existe exclusión hacia los personajes femeninos. Existe un consenso sobre las cualidades que una mujer puede alcanzar y las que un hombre tiene. No obstante, este consenso está bajo la visión del estereotipo. Para los entrevistados es natural que existan diferencias notables en las cualidades de una mujer y un hombre, no obstante, para las entrevistadas existen diferentes razones ligadas a los estereotipos por las cuales un personaje femenino es diferente a un masculino.

Los resultados obtenidos evidencian que la forma más extendida de transmitir estereotipos es la televisión. La televisión demuestra tener una clara influencia en el inconsciente personal y colectivo, lo que convierte a la televisión en transmisor con capacidad para implantar estereotipos (Téllez, 2018). Los estereotipos femeninos influyen en la construcción de personajes dentro de una serie y las series influyen en la visión de la sociedad sobre la mujer.

Los medios audiovisuales constituyen uno de los mecanismos a través de los cuales se generan y transmiten estereotipos (Lanuza Avello, 2021). Se evidenció que existe una alta influencia por parte de la televisión para la creación de estereotipos y para su transmisión. Generalmente los estereotipos femeninos son los más fáciles de identificar a partir del rol o comportamiento de la mujer en la televisión. Los permiten evidenciar que los personajes femeninos dominan las áreas familiares y emocionales. Según Roche Diez (2015) los personajes femeninos están excluidos hacia las relaciones sentimentales y el cuidado del hogar. En los resultados se observa con frecuencia el estereotipo mujer como ama de casa para ejemplificar los argumentos. Además, en las producciones audiovisuales se exagera las características relacionadas con los estereotipos en la mujer y se reduce las cualidades positivas de los personajes femeninos. Los estereotipos se encuentran tan arraigados en la sociedad que cuando son estudiados en un contexto social las variables: *orientados a la familia, familiares, cuidadoras*, entre otras; muestran un dominio total por parte del sexo femenino (Castillo & Montes, 2014). En esta investigación el estereotipo más

recurrente fue el estereotipo de mujer debil, el cual se relaciona directamente al papel de la mujer en el hogar y no como una líder o reina.

Como se mencionó en los resultados, en la infancia es más fácil observar comportamientos influenciados por los programas televisivos. Durante la primera infancia la influencia del contexto es la que permite a los niños desarrollar una identidad de género (Oberst, 2016). Dentro de esta influencia se puede incluir la generada por los medios de comunicación, en especial la televisión e internet que cada vez aumentan en los hogares. Por otra parte, se puede notar la existencia de un inconsciente colectivo cuando los participantes coinciden en que la mujer es quien se encuentra más estereotipada. De acuerdo con Jung (1969) el inconsciente colectivo es todo lo que una persona ha sido consciente y mantiene en su interior.

El estereotipo más extendido es el estereotipo de debilidad femenina. Este estereotipo se puede evidenciar tanto en la televisión como en la sociedad. Lo mencionado permite confirmar que los estereotipos están interiorizados y constituyen una característica inherente de las personas (Velandia Morales & Rodríguez-Bailón, 2011). Daenerys Targaryen es un personaje estereotipado, no obstante, presenta cualidades que sobresalen ante los estereotipos e incluso se contraponen a ellos. Su faceta de líder es el momento en el cual se puede observar de mejor manera cómo sus cualidades se sobreponen los estereotipos que posee. Las cualidades más notables en el personaje estudiado son: su habilidad de planificación, su capacidad para generar estrategias y su liderazgo. Además, demuestra que la fortaleza física y el género no son indispensables para un rey.

Los participantes pudieron percibir el arquetipo animus en el personaje Daenerys Targaryen e identificar las cualidades principales que presenta. De la misma manera contrastaron estas cualidades con estereotipos femeninos específicos que están acostumbrados a ver dentro de una serie.

Las teorías abordadas y resultados obtenidos permiten concluir que la percepción de las cualidades del arquetipo animus en el personaje Daenerys Targaryen sirven como herramienta para el proceso de deconstrucción de estereotipos femeninos. En este sentido, las cualidades delimitadas y estudiadas se contraponen de forma directa a los estereotipos femeninos. En el estudio se utilizó como base las cualidades: pensamiento racional, fortaleza, decisión. Las cualidades mencionadas se contraponen a los estereotipos: mujer sensible o dominada por las emociones, mujer débil y mujer insegura. Esto permite concluir que el arquetipo animus que se percibe en Daenerys puede

constituir una de las bases a partir de las que se pueden construir personajes femeninos. Con esto se busca que los personajes femeninos sean los pilares que inicien la deconstrucción de estereotipos femeninos. Por otra parte, las series de televisión también puede utilizarse como herramientas a través de las cuales se puede difundir programas que representen de manera más real las cualidades, capacidades y realidad de la mujer en la sociedad. Además, las participantes de la entrevista se sintieron identificadas y representadas por las características del personaje. Consideran que el personaje pretende enfocarse en representar a la mujer de forma más real y orientada a demostrar que las cualidades de la mujer son mayores que sus estereotipos.

Una de las principales limitaciones encontradas está relacionada con los conceptos psicológicos abordados. El arquetipo anima-animus es uno de los principales arquetipos considerados por la psicología analítica y, por tanto, su abordaje requiere un estudio profundo desde la psicología. El concepto psicológico abordado es complejo y su extensión es amplia. Sin embargo, esto no constituye un impedimento para la aplicación de esta herramienta ya que los entrevistados entendieron claramente las cualidades relacionadas al arquetipo anima-animus.

Otra de las limitaciones es que no se puede generalizar las características del arquetipo animus de Daenerys Targaryen para todo el conjunto de personajes de *Game of Thrones* debido a que Carl Jung menciona que este es un elemento propio de cada ser humano. Si bien este arquetipo constituye un patrón universal que se encuentra en el inconsciente colectivo, no se puede asegurar que la colectividad tiene las mismas cualidades. Por otra parte, este arquetipo debe ser estudiado de forma individual en cada personaje o persona. Por tanto, para aplicar esta herramienta en otro personaje o serie es necesario realizar un proceso de análisis de los personajes de forma individual.

Como se mencionó anteriormente, las participantes femeninas intentaron mantener una postura en la cual omitían los estereotipos femeninos en sus repuestas. A partir del análisis de datos se encontró que debido a esto incurrían en contradicciones en sus respuestas. Todas las participantes intentaron responder desde una postura enfocada en la igualdad de género. Por lo tanto, esto constituye otra de las limitaciones encontradas.

A partir del estudio realizado se recomienda como línea de investigación, estudiar la existencia de estereotipos dentro de las comunidades de fans de *Game of Thrones*. Por otra parte, se puede investigar la percepción del arquetipo anima-animus dentro de los personajes masculinos de *Game*

of Thrones. A partir del estudio realizado, también se puede utilizar la herramienta ya mencionada para analizar el proceso de construcción de personajes femeninos dentro de las series de televisión.

Las teorías propuestas por Jung fueron fundamentales para este estudio, por tanto, se recomienda tomar los postulados de este autor para investigaciones relacionadas al arquetipo y estereotipos observados en la televisión. Si se aborda específicamente el arquetipo anima-animus se puede tomar como referente teórico a Emma Jung quien es la autora que más ha profundizado en el tema. Por otra parte, se puede aplicar esta herramienta de forma previa a la construcción de un personaje para establecer un conjunto de cualidades no estereotipadas. Al aplicarlo de forma posterior, se puede evidenciar cuáles son los estereotipos y cuáles son las cualidades que los enfrentan.

A partir del estudio realizado se puede confirmar la utilidad del arquetipo anima-animus para el estudio de los estereotipos dentro de las series. Además, esta herramienta puede ser utilizada para el proceso de construcción de personajes femeninos no estereotipados dentro de las series. Por otra parte, la televisión y las series de televisión que incluyan personajes libres de estereotipos pueden ser utilizadas para transmitir contenidos que impacten en el colectivo personal y colectivo con la finalidad de generar un proceso de inclusión e igualdad para evitar que los estereotipos se extiendan. En este sentido el estudio es adecuado para comprender la lógica de los estereotipos femeninos en televisión y de forma práctica permite que se aplique una herramienta que genera un proceso de deconstrucción de estos.

7. Referencias

- Aguaded, J. I., Hernando-gómez, Á., & Tello-díaz, J. (2011). *El análisis de estereotipos femeninos en una ludoteca virtual "Rostros de Mujer". 1*, 99–112.
<http://institucional.us.es/revistas/elia/6/art.7.pdf>
- Álvarez Espinoza, N. (2016). La moral, los roles, los estereotipos femeninos y la violencia simbólica. *Revista Humanidades*, 6(1), 1–32. <https://doi.org/10.15517/h.v6i1.24964>
- Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L., & Agapito-Mesta, C. (2017). Los arquetipos como herramientas para la construcción de historias: análisis del mundo diegético de “intensamente.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 36.
<https://doi.org/10.12795/ambitos.2017.i36.03>
- Ayala, O. (2013). La deconstrucción como movimiento de transformación. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 24(47).
- Bandrés, E. (2019). *Pervivencia en la serie de televisión “La que se acerca” de los estereotipos contra las mujeres denunciados por Simone de Beauvoir*. 75–95.
- Barrera, S. (2008). Carl Gustav Jung. Biografía y desarrollo de la psicología analítica [Universidad de San Carlos de Guatemala]. In *Pastoral Psychology*.
<https://doi.org/10.1007/BF01683145>
- Castillo, R., & Montes, B. (2014). Análisis de los estereotipos de género actuales Introducción. *Universidad de Jaén*, 30, 1044–1060.
- Dabbagh, V. (2017). Las familias en las series de televisión desde la década de los 60 hasta principios del siglo XXI. *Revista de Ciencias Sociales*, 75, 196–218.
<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/num75completo.pdf#page=196>
- Díaz, J., & Collaguazo, C. (2019). Análisis de discurso sobre la construcción de estereotipos de género en la televisión nacional. Estudio de caso: “Tres Familia.” *Tesis*, 1–100.
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5081/1/UPS-CYT00109.pdf>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación En Educación Médica*, 2(17), 162–167.
<https://doi.org/10.1109/IAEAC.2017.8054186>
- Díez, A. (2017). Más sobre la interpretación (y III). Razonamiento y racionalidad. *Revista de La Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 37(132), 333–348.
<https://doi.org/10.4321/s0211-57352017000200002>
- Equipo latinoamericano de Justicia y Género, & ONU-MUJERES. (2017). Todavía existe legislación que discrimina a las mujeres. *ONU Mujeres*, 1–3.
<https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2017/11/legislacion-que-discrimina-a-mujeres>

- Fernández, A., Lazkano, I., & Eguskiza, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. In *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación* (Issue 57, pp. 61–69).
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 15(28), 229–236. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15802831.pdf>
- García, V. (2014). Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social Television. *Ciencia Política*, 9, 47–66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157141>
- Gil Martín, M. (2015). *Comportamiento del consumidor de cine en salas: Factores motivacionales y tipología del consumidor*. 512. <http://eprints.ucm.es/46080/1/T39110.pdf>
- González Pazos, J. (2019). *Medios de Comunicación. ¿Al servicio de quién?* (1a ed). CLACSO. www.abretuspuertas.com
- Gutiérrez, M. de L. L., & Gavilán, M. T. N. (2016). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *Revista ComHumanitas*, 6(1), 22–39.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2013). Metodología de la Investigación Sexta Edición. In *McGraw Hill*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. Mcgrawhill. In *Journal of Petrology* (Vol. 369, Issue 1).
- INMUJERES. (2007). *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México*. 16. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Jung, C. G. (2014). The archetypes and the collective unconscious. *The Archetypes and the Collective Unconscious*, 9, 1–546. <https://doi.org/10.4324/9781315725642>
- Jung, Carl Gustav. (1970). Los arquetipos y lo inconsciente colectivo. In *Carl Gustav Jung, Obra Completa: Volumen 9/1*.
- Jung, E. (1967). *Animus und Anima*. EDITORA PENSAMIENTO-CULTRIX LTDA. https://docs.google.com/document/d/1x_G3jSHhu66eJP6-6jKsk4gr4OGza2b9cZM2fOYynC8/edit
- Lanuza Avello, A. (2021). Retratos femeninos y la creación de estereotipos en la serie Sex & The City. *Opcion*, 31, 2021. <https://www.scopus.com/record>
- Luna Bernal, A. C. A., & Laca Arocena, F. A. V. (2014). Patrones de toma de decisiones y autoconfianza en adolescentes bachilleres. *Revista de Psicología*, 32(1), 39–65. <https://doi.org/10.18800/psico.201401.002>
- Martínez, V. (2013). Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. *Manual Multimedia Para El Desarrollo de Trabajos de Investigación. Una Visión Desde La Epistemología Dialéctico Crítica*, 18–27. http://datateca.unad.edu.co/contenidos/90018/TEORIA_DEL_CONOCIMIENTO/_TEXTO

- Medina, V. (2021). Inequidad de género, estereotipos y exclusión de la voz femenina en la publicidad radiofónica en México. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género En El Colegio de México*, 20(1), 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.24201/reg.v7i1.701>
- Menéndez Menéndez, I., & Zurián Hernández, F. A. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva americana hoy. *Anagramas, Universidad de Medellín*, 13(25), 55–72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053612>
- Miranda Beltrán, S., & Ortiz Bernal, J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Monedero, C. (2020). UNA PROPUESTA PARA EL ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN LOS VIDEOCLIPS DEREGGAETÓN Caso práctico de los cuatro vídeos más vistos en 2018 es YouTube. *Visualreview*, 7(1). <https://journals.eagora.org/revVISUAL/article/view/2280/1490>
- Moreno Díaz, R., & Martínez Castro, M. (2015). Estereotipos de género presentes en el cine y la literatura. Análisis de los personajes masculinos y femeninos de la saga Crepúsculo. *Dossiers Feministes*, 0(20), 189–195.
- Moreno, K., Soto, R., González, M., & Valenzuela, E. (2017). Rompiendo con los Estereotipos: Una experiencia educativa con enfoque de género en una escuela básica. *Revista de Estudios y Experiencias En Educación*, 16(32), 165–174. <https://doi.org/10.21703/rexe.20173216517411>
- Norelis, I. (2020). *EL TRIUNFO DEL HÉROE SOBRE EL DRAGÓN: UN ANÁLISIS DE DON QUIJOTE A TRAVÉS DE LA PSICOLOGÍA ANALÍTICA DE CARL G. JUNG* [UNIVERSITY OF OKLAHOMA]. https://shareok.org/bitstream/handle/11244/324325/2020_Cox_Inmer_Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Novoa Jaso, M. F. (2018). La feminidad en la sitcom doméstica: el caso de Modern Family. *Revista Dígitos*, 4, 67–93.
- Oberst, U. (2016). Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 14, 81–90. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15846325008.pdf>
- Peñarroja, V., Serrano, M. A., Gracia, E., Alacreu-Crespo, A., González, P., & Martínez-Tur, V. (2017). Rational-experiential thinking style and rational intergroup cooperation: the moderating role of intergroup conflict / Estilos de pensamiento racional-experiential y la cooperación intergrupacional racional: el rol modulador del conflicto intergrupacional. *Revista de Psicología Social*, 32(1), 23–51. <https://doi.org/10.1080/02134748.2016.1248028>
- Puerta, F. de la, & Jung, C. G. (1969). Los complejos y el inconsciente. *Revista Española de La Opinión Pública*, 16, 313. <https://doi.org/10.2307/40199161>
- Ramírez Gómez, F. (2014). La dinámica de lo femenino y lo masculino en la psicología analítica

- junguiana. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales (En Linea)*, 5(1), 154–170.
<https://doi.org/10.21501/22161201.1186>
- Roche Díez, E. (2015). *Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes*. 71.
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence=1>
- Romero-Rodríguez, L. M., De Casas Moreno, P., & Torres Toukoumidis, Á. (2015). Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE. *Alteridad*, 10(1), 31–43.
<https://doi.org/10.17163/alt.v10n1.2015.03>
- San Sebastian, I. (2015). *La importancia de una televisión educativa* [Universidad de la Rioja].
https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2859/Igone_SanSebastian_Ikutza.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez-Labela Martín, I. (2012). “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.” *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(10), 572–584.
- Sánchez, M., Hernández, M., & Fernández, M. (2020). El lenguaje no verbal como elemento constructor de estereotipos femeninos en la comedia de situación Modern Family. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11, 277–293.
- Sumimoto, Y., Yanagita, M., Miyamatsu, N., Okuda, N., Nishi, N., Nakamura, Y., Nakamura, K., Miyagawa, N., Miyachi, M., Kadota, A., Ohkubo, T., Okamura, T., Ueshima, H., Okayama, A., & Miura, K. (2021). Association between socioeconomic status and prolonged television viewing time in a general Japanese population: NIPPON DATA2010. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 26(1), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s12199-021-00978-6>
- Téllez, I. (2018). *Desarrollo del arquetipo ánimus en mujeres a través de la psicología analítica de Jung* (Vol. 2, Issue 1).
- Torres, B., Jiménez, L., Barrazueta, P., & Ordóñez, K. (2020). Los estereotipos y la representación de género en la publicidad ecuatoriana. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E26, 335–347.
<https://bbibliograficas.ucc.edu.co/docview/2385373051?accountid=44394>
- Torres, L. L. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios*.
- Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de La Facultad de Medicina*, 65(2), 329–332. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Velandia Morales, A., & Rodríguez-Bailón, R. (2011). Estereotipos femeninos y preferencia de consumo. *Universitas Psychologica*, 10(1), 47–60.

<https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy10-1.efpc>

1. Willington, A. (2011). ¿Madres? alrededor del trono. *Journal Etica y Cine Revista Académica Cuatrimestral.*, <https://journal.eticaycine.org/Madres-alrededor-del-trono>.

ANEXOS: <https://bit.ly/3hkoLWz>