



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**MUJERES EN TELEVISIÓN: GÉNEROS Y ESTEREOTIPOS FRENTE
Y DETRÁS DE CÁMARAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, cultura y desarrollo sostenible

AUTORA:

Yelena Marilyn Cedeño Segovia

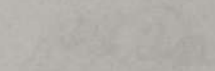
TUTOR:

Lic. Jhonny Mendoza Bravo, Mg

TEMA:

**MUJERES EN TELEVISIÓN: GÉNEROS Y ESTEREOTIPOS FRENTE
Y DETRÁS DE CÁMARAS**

Por medio de la firma y conformidad:



Criselda Vargas Criselda Vargas
C.I. 1.400.175

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, CEDEÑO SEGOVIA YELENA MARILYN, portador de la cédula de ciudadanía No. 1314011550, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: "MUJERES EN TELEVISIÓN: GÉNEROS Y ESTEREOTIPOS FRENTE Y DETRÁS DE CÁMARA", son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Yelena Marilyn Cedeño Segovia
C.I. 1314011550

CERTIFICADO DEL TUTOR

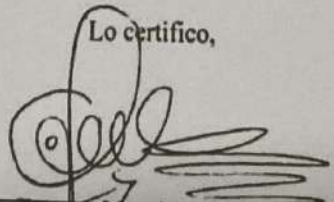
En calidad de docente tutor de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, **certifico:**

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación del alumno **YELENA MARILYN CEDEÑO SEGOVIA**, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2026 (1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es **"MUJERES EN TELEVISIÓN: GÉNEROS Y ESTEREOTIPOS FRENTE Y DETRÁS DE CÁMARAS"**. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, el estudiante en mención se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 15 de junio de 2026

Lo certifico,



Lic. Johnny Mendoza Bravo, Mg.
DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por permitirme vivir este momento tan especial para mí, solo él sabe cuántas veces en oración le pedí llegar hasta aquí.

A mi familia por ser mi motor, su amor incondicional y mi impulso diario para no rendirme. A mi enamorado por recordarme diariamente lo valiosa y capaz que soy, gracias por estar.

A mi tutor, Mg. Jhonny Mendoza, por su guía, paciencia y valiosos aportes académicos durante todo el proceso. A mi Álma Máter y a la Carrera de Comunicación por brindarme todo el contingente necesario para mi aprendizaje.

A mis docentes por cada conocimiento impartido con amor, mi gratitud por siempre. A mis compañeros de clase por las mañanas, tardes y noches de estudio y risas compartidas. A mis amigos de la vida porque sus consejos me acompañaron hasta hoy, gracias por ser parte de mi vida.

DEDICATORIA

A la persona del Espíritu Santo porque gracias a su Divina Misericordia estoy aquí cumpliendo el propósito diseñado para mi vida. A mis padres; José Salvador y Deisy Margarita por ser mi mayor ejemplo de perseverancia y el motor para continuar, a mis hermanos;

Daniela, Adrian, Dayana y Angelo por su amor incondicional y ser las manos que, aunque pasen los años, todavía me sostienen, a mis sobrinos; Mía, Stefano, Adriano y Luciano, porque aun cuando no todo iba bien para mí, cada llegada le dio más sentido a mi vida y la motivación para querer ser la mejor amiga, tía y profesional para ellos. Este logro es de ustedes.

¡Los amo inmensamente, familia7!

Índice

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Desarrollo temático	12
Fundamentos de Género y Medios	¡Error! Marcador no definido.
Mujeres frente a las cámaras: Estereotipos y representación	15
Mujeres detrás de cámaras: Roles, poder e impacto	16
Influencia en la construcción de contenido....	19 ¡Error! Marcador no definido.
Conclusiones	221
Referencias	26

Resumen

Este trabajo analiza la representación de las mujeres en la televisión, explorando la interdependencia entre los estereotipos de género en pantalla y la subrepresentación femenina en los roles creativos y de decisión detrás de las cámaras. El objetivo de este estudio es examinar cómo los mecanismos de dominación simbólica configuran una imagen femenina estereotipada y, simultáneamente, condicionan el posicionamiento de las mujeres en las jerarquías laborales de la industria televisiva. Para ello, se emplea una metodología con enfoque deductivo fundamentada en teorías de género y una revisión bibliográfica sistemática de fuentes académicas indexadas en bases de datos como Scopus, Web of Science, Latindex, Scielo y DOAJ publicadas entre 2020 y 2025, complementada con obras seminales anteriores. Los resultados evidencian un ciclo de retroalimentación: la homogeneidad masculina en los equipos de creación limita las perspectivas narrativas y visuales, lo que perpetúa arquetipos reductivos en pantalla; a su vez, estas representaciones refuerzan sesgos culturales que obstaculizan el acceso y ascenso de las mujeres a puestos de dirección creativa.

Palabras claves: Estereotipo de género; Industria televisiva; Perspectiva de género; Producción audiovisual.

Abstract

This paper analyzes the representation of women on television, exploring the interdependence between on-screen gender stereotypes and female underrepresentation in creative and decision-making roles behind the camera. The objective of this study is to examine how mechanisms of symbolic domination shape a stereotypical female image and, simultaneously, condition women's positioning within the labor hierarchies of the television industry. To this end, a deductive methodological approach is employed, grounded in gender theory and a systematic literature review of academic sources indexed in databases such as Scopus, Web of Science, Latindex, Scielo, and DOAJ, published between 2020 and 2025, complemented by earlier seminal works. The results reveal a feedback loop: male homogeneity in creative teams limits narrative and visual perspectives, perpetuating reductive archetypes on screen; in turn, these representations reinforce cultural biases that hinder women's access to and advancement in creative leadership positions.

Keywords: Gender stereotypes; Television industry; Gender perspective; Audiovisual production.

Introducción

Al encender la televisión, es habitual observar en la pantalla la presencia de mujeres realizando actividades que demandan un mínimo nivel de competencia audiovisual; pueden mostrarse en una serie, cumpliendo el rol de actrices, también haciendo reportajes informativos o conduciendo entrevistas en un set de televisión. Pero esa visibilidad a menudo no responde al fondo de la realidad de la industria televisiva, es solo la punta del iceberg de una narrativa mucho más compleja. Fuera de las luces y las cámaras, la narrativa televisiva está estructurada por una fuerza laboral, que rara vez notamos, y que está integrada por mujeres guionistas, directoras y productoras que deciden qué se cuenta y cómo se cuenta; sin embargo y a pesar de que cumplen con un rol principal, pocas veces se cuestiona el valor que las mujeres agregan en la calidad de la producción audiovisual y en la correcta toma de decisiones creativas en esos procesos de producción.

Esta problemática no representa casos aislados, sino que responde más bien a una red de estereotipos que opera en doble vía, y que moldea la imagen de la mujer frente al lente de la cámara; a ello se suma el uso inadecuado y anti ético del poder, por parte de quienes son los ejecutivos de estos medios de comunicación, quienes pueden llegar incluso a condicionar las dinámicas de los procesos de producción a su conveniencia. Para analizar esta problemática, es conveniente abordar la premisa propuesta por Gaye Tuchman (1978) sobre la aniquilación simbólica, ya que este concepto permite entender cómo los medios no solo pueden omitir o trivializar a un grupo en sus contenidos (frente a cámaras), sino también en sus estructuras de producción (detrás de ellas).

En este sentido, si consideramos a la televisión como un agente sociocultural que transmite valores y fija imaginarios (Gerbner & Gross, 1976), la falta de paridad en los espacios de dirección y guion tiene repercusiones en la calidad del contenido que se genera. Tal como subrayan Smith et al. (2024), la homogeneidad detrás de cámaras restringe la variedad de historias y perspectivas; en consecuencia, la exclusión femenina de estos roles creativos no solo empobrece la narrativa audiovisual, sino que sistematiza el refuerzo de estereotipos en pantalla (Lauzen, 2023).

A partir de este diagnóstico, el presente trabajo se propone analizar teóricamente desde un enfoque deductivo cómo los estereotipos de género influyen la industria televisiva desde la representación visual (frente a cámaras) y en la estructura de poder (detrás de cámaras). Es así que, la pregunta que orienta este análisis es: ¿De qué manera se reflejan los estereotipos de género en la representación de las mujeres frente a las cámaras y en los roles que desempeñan detrás de ellas en la televisión?

A partir de esta interrogante se plantea el objetivo de analizar desde un paradigma teórico analítico la incidencia de los mecanismos de dominación simbólica en la configuración de la imagen pública femenina y su influencia en el posicionamiento en las jerarquías laborales de la industria de la producción audiovisual y televisiva. Finalmente, el estudio se respalda por una revisión bibliográfica entre el periodo 2020-2025 con obras seminales fuera de ese rango de tiempo incluidas por su aporte a la argumentación, en índices como Scopus y Web of Science, Latindex, Scielo y DOAJ.

Desarrollo temático

Fundamentos de Género y Medios

En el núcleo de los estudios sobre representación femenina se encuentra la distinción entre sexo y género, es así que el sexo hace referencia a las características biológicas y fisiológicas que distinguen a hombres de mujeres, mientras que el género se entiende como una categoría de análisis social y cultural. Como señalaban West y Zimmerman (1987), el género no es algo que se tiene, sino algo que se hace, un "hacer género" que se manifiesta en la interacción social y que es juzgado por otros según normas y expectativas aceptadas en la sociedad. Profundizando en cómo entendemos el sujeto, Judith Butler (2007) sugiere en su obra *El género en disputa* que el género es algo que se actúa, viendo esto no como una identidad ya dada, sino como el resultado de un "reiterar actos con cierto estilo" impuesto por una estructura de control, un proceso donde la televisión actúa como un medio que moldea el género (Castañeda, 2021), haciendo más que solo mostrar cómo son las cosas, impone una regla de dos opciones al mostrar una y otra vez formas de actuar.

Los prejuicios son ideas que usamos para entender el mundo más rápido, que Walter Lippmann (1922) llamó "figuras en nuestras mentes", funcionan como herramientas para simplificar el pensar, así facilitar que la gente proceda la información (Ríos y Gadea, 2022), el problema es que encasillan a las personas, como señala Gallagher (2021), terminan creando estereotipos como ver a la mujer solo como un objeto, como alguien que debe cuidar a todos sin quejarse, o como una "mujer que puede con todo", estos moldes obligan a las personas a comportarse de una sola manera para ser aceptadas socialmente.

Este fenómeno es lo que la socióloga Gaye Tuchman (1978) conceptualizó como "aniquilación simbólica". Dicha aniquilación se produce de tres maneras: por omisión (haciendo invisibles a las mujeres en ciertos roles o espacios), por trivialización (presentando sus preocupaciones como secundarias o frívolas) y por condena (castigando simbólicamente a aquellas mujeres que transgreden las normas de género tradicionales). Investigaciones recientes demuestran la vigencia de este concepto. Un estudio que realiza una revisión de la televisión de ficción en España, por ejemplo, determinó que, si bien existen más mujeres representadas que en el pasado, siguen apareciendo en exceso en roles ligados a la familia y al amor, y sus decisiones usualmente dependen de los personajes masculinos (Cuenca y Martínez, 2020; Muñoz y Fedele, 2021). Estar expuesto continuamente a estas visiones tan reducidas afecta sobre todo a los más jóvenes, porque puede moldear cómo se ven a sí mismos, qué esperan lograr laboralmente y cómo entienden las reglas de la sociedad, promoviendo que esas imágenes son un reflejo exacto de lo que es real (Padilla-Castillo et al., 2023). Así, el estereotipo deja de ser una simple herramienta narrativa para convertirse en un poderoso mecanismo ideológico que naturaliza la desigualdad de género. .

Si el apartado anterior definió los conceptos clave, este se centra en las perspectivas teóricas que permiten analizarlos críticamente, desvelando las relaciones de poder que los sustentan. Las perspectivas feminista han evolucionado desde una etapa inicial, centrada en la denuncia de las "imágenes de la mujer", hacia un análisis más estructural que conecta el contenido simbólico con los contextos de producción y recepción. La crítica que surgió en los setentas y ochentas fue clave para hacer visibles los estereotipos sexistas que nos rodean, pero fue al añadir marcos teóricos más complejos para realmente entender cómo funcionan. En este

contexto, la teoría de la 'mirada masculina' (Mulvey, 1975) establece que el cine clásico está hecho para dar placer visual a un espectador masculino heterosexual, donde las mujeres en pantalla son vistas como un espectáculo, como objetos pasivos hechos para ser mirados. Esto nos revela que la cámara fragmenta y erotiza sus cuerpos, mientras que los personajes masculinos son quienes llevan la mirada y son el motor de la historia. Aunque esta teoría se pensó para el cine, se ha aplicado mucho a la televisión, lo que ayuda a entender por qué los ángulos de cámara, los encuadres y la iluminación a menudo siguen vinculando la objetivación sexual de las mujeres, sin importar cuán fuertes parezcan sus personajes (Zaluczkowska, 2022).

Sin embargo, para comprender cabalmente la problemática planteada en este ensayo, es necesario complementar el análisis del texto mediático con un examen de sus condiciones de producción, un enfoque central en las perspectivas feministas. La académica Liesbet van Zoonen (1994) ya advertía que el significado de un producto mediático no reside únicamente en el texto, sino que se negocia en el punto de encuentro entre el texto, su contexto de producción y su recepción por parte de la audiencia. El proceso de producción, que incluye quién toma las decisiones, quién escribe los guiones y quién dirige, se convierte en un campo de poder donde se establecen las representaciones que finalmente llegan al público, evidenciando una vinculación entre la autoría femenina y una mayor diversidad en los roles protagónicos (Palomares-Sánchez et al., 2025). Es así como, cuando la industria televisiva está dominada por hombres en posiciones de poder, resulta sistémico que genere contenido que muestre una visión androcéntrica del mundo, haciendo que la experiencia masculina se vea como la norma y la femenina como "la otra" (Byerly, 2021; Gómez, 2022).

Mujeres frente a las cámaras: estereotipos y representación

Una aproximación necesaria, es como podemos extender las longitudes de la TV hacia los cines donde esta problemática también se manifiesta en formas concretas, un caso que se puede exponer es cuando se fragmenta la imagen, donde la cámara se enfoca en zonas específicas del cuerpo de una mujer, como los labios, piernas o la curva de su espalda, despegándolos del todo y transformándolos en objetos de deseo visual. Asimismo, la forma en que se mueve la cámara dice mucho, como se puede ejemplificar las tomas que hacen un recorrido sobre el cuerpo de una mujer y la presentan como un paisaje que cualquiera puede inspeccionar, un objeto inactivo creado solo para dar gusto al que mira (Zaluczkowska, 2022).

Esta manera de filmar reduce a las mujeres a su aspecto físico, fortaleciendo la noción de que su valor real reside en verse bien. Por otro lado, la aparición de un "punto de vista femenino" en series para televisión creadas por mujeres como la comedia británica *Fleabag* de Phoebe Waller-Bridge o también la comedia *I May Destroy You* de Michaela Coel, presentan una diferencia, donde usan la cámara para adentrarse en la vivencia personal de las actrices de lo que las mujeres representan desde la construcción del personaje, el disfrute mutuo y los matices sentimentales, en lugar de enfocarse en tratarlas como productos estereotipados. En lo que respecta a las historias, los estereotipos se ven en personajes que restringen la dimensión y el poder de decisión de las mujeres; uno muy visto es el de la identidad ligada a otros, donde el ser de la mujer se define por sus vínculos de esposa, mamá, pareja o hija, y su avance en la trama depende de los hombres. Sus aspiraciones suelen centrarse en el romance y el hogar, y si buscan logros laborales, frecuentemente se muestran como trabas para su superación personal (García-Muñoz y Fedele, 2021).

Otro ejemplo es la producción *Manic Pixie Dream Girl*, sus realizadores, al momento de crear la obra audiovisual cometieron el error, deliberado o no, de sostener el mismo estereotipo, la situación fue repetitiva, pues en la producción la protagonista de acción es fuerte físicamente, pero vacía por dentro, en esencia, esto se ubica en un modelo masculino con cuerpo de mujer, que no consigue explorar lo que es ser mujer realmente. Otros recursos comunes en las tramas, aunque pasen más inadvertidos, que se basan en una mujer peculiar y muy animada que, sin tener su estabilidad emocional, solo sirve para ayudar a un personaje principal masculino triste a recuperar sus ganas de vivir.

También existe la mujer exitosa en su trabajo, que casi siempre aparece como solitaria, sin escrúpulos o muy nerviosa, como un castigo figurado por haber priorizado su trabajo sobre lo que se espera de las mujeres tradicionalmente. La forma en que se muestra la maternidad está igualmente plagada de lugares comunes, oscilando entre la mamá perfecta y abnegada y la mamá que no está o es "mala", dejando poco sitio para enseñar lo real y complicado que es ser madre. Estos modelos no son simples atajos de la historia; son instrumentos ideológicos que influyen en cómo se espera que actúen las mujeres (Padilla-Castillo et al., 2023).

Mujeres detrás de cámaras: roles, poder e impacto

A partir de aquí, este ensayo dirige ahora su foco de análisis hacia la estructura de poder y creación de la industria televisiva, los patrones de representación examinados en el capítulo anterior no son el resultado de una conspiración consciente, sino la consecuencia lógica y predecible de un sistema de producción que históricamente ha marginado las perspectivas femeninas. La televisión no refleja la sociedad tal cual, sino más bien una selección de las

experiencias, prioridades y prejuicios de quienes están en el poder creativo, para cambiar lo que vemos, es crucial que cambiemos a quienes están detrás del espejo. Se adentra en el ecosistema de producción para desmenuzar quiénes son los que realmente mandan tras las cámaras.

La disparidad de género en los roles de poder de la industria televisiva es una brecha estructural persistente que los datos confirman año tras año. Las estadísticas más recientes pintan un cuadro inequívoco: mientras las mujeres constituyen aproximadamente la mitad de la población y de la audiencia, su presencia en los puestos que moldean el contenido es drásticamente menor. Los informes del Centro para el Estudio de Mujeres en la Televisión y el Cine indican que, en la pantalla chica de Estados Unidos, las féminas desempeñan menos de la tercera parte de los puestos de mando, escritura y realización principal, y su participación cae a porcentajes mínimos en campos técnicos como la fotografía o la creación de bandas sonoras (Lauzen, 2024). Este desequilibrio no se debe simplemente al azar o a escasas ganas de progresar; por el contrario, es la consecuencia de una red de impedimentos que se relacionan entre sí y funcionan en lo estructural, lo social y lo mental.

Una de las barreras que más pesa es la llamada "reproducción homosocial" en los procesos de selección, en el mundo de la televisión, gran parte de las contrataciones se hacen a través de redes informales y de confianza, donde tanto productores como ejecutivos tienden a elegir a personas que vienen de su mismo círculo social y demográfico (Byerly, 2021). Este "club de hombres" no surge de una intención maliciosa, pero su efecto es dejar fuera de la ecuación a quienes no pertenecen al grupo dominante.

Un realizador varón, por poner un caso, tenderá más a elegir a otro hombre para encabezar un proyecto grande, lo cual mantiene una cadena donde las mujeres, sobre todo las de color, no consiguen acumular la experiencia necesaria en filmes con gran presupuesto para que se les considere "de fiar" en puestos directivos. Esta inclinación se apoya en una idea de que es mejor no arriesgarse: seleccionar a una mujer como directora o guionista para un proyecto ambicioso se mira a menudo como aventurarse, en contraste con la "elección segura" de un colega con los mismos méritos.

En lo cultural, también se topan con el problema de la "barrera de la maternidad". Las féminas que están en edad de tener hijos, o que ya los tienen, son vistas a menudo por sus jefes como menos dedicadas, menos adaptables o incapaces de manejar los horarios de rodaje largos y variables. Esta suposición, muchas veces sin ser plenamente consciente, las aparta de chances de ascender o de trabajos importantes, forzando a muchas a manejar una segunda jornada oculta de tareas del hogar y cuidado que las hace menos fuertes en un ambiente laboral tan exigente.

Aparte, existe una distinción crucial entre guiar y apadrinar. Si bien un guía puede dar consejos, un padrino va más allá, usando su poder para impulsar el ascenso de la persona que protege. En un sector donde pocas mujeres llegan a la cumbre, la escasez de madrinas que puedan impulsar a las nuevas profesionales genera un atasco que frena el progreso femenino (Smith et al., 2024). Finalmente, el ambiente de trabajo, criticado por movimientos como #MeToo por soportar el maltrato y los comentarios hirientes y sutiles, genera un clima incómodo que puede hacer muy difícil que las mujeres se sientan a gusto en sus ligares de trabajo, llevándolas a abandonar el medio por completo y aportando a una "sangría de talentos" continua que el sistema no debería pasar por alto.

Influencia en la construcción de contenido

La inclusión de mujeres en roles de poder detrás de las cámaras va más allá de la métrica, de la equidad laboral para convertirse en un factor determinante de la calidad y la naturaleza del contenido televisivo. Cada decisión creativa —desde qué historia recibe luz verde hasta cómo se encuadra un rostro— está mediada por la perspectiva del decisor. Por tanto, la homogeneidad de género en los equipos creativos conduce inevitablemente a una homogeneidad de perspectivas en pantalla, mientras que la diversidad es un motor directo de la innovación y la resonancia cultural.

La injerencia comienza justo cuando se arranca un proyecto. Las mujeres que ocupan puestos de mando suelen poseer un "saber contextual", es decir, una captación basada en sus vivencias que les permite ver el valor general en relatos que sus compañeros varones podrían etiquetar como "muy específicos". Tienen la habilidad de notar la hondura y la necesidad en cuentos sobre los lazos entre mujeres, la maternidad, las metas profesionales o la vida sexual vistos desde el prisma femenino, ampliando así el espectro de historias que se consideran rentables. De hecho, varias investigaciones han demostrado que existe un sólido "argumento comercial a favor de la diversidad", indicando que los contenidos que de verdad reflejan a audiencias variadas tienden a generar mayor enganche y mejor rendimiento de la inversión; esto echa por tierra la creencia de que ser inclusivo es un favor que perjudica el bolsillo según Geena Davis Institute on Gender in Media (2023).

Una vez instaladas en la sala de guionistas, la presencia femenina afecta de lleno cómo se construyen los personajes, ayudando a combatir la repetición de

moldes. Ellas aportan un tono auténtico para escribir diálogos que se sientan reales, para crear desarrollos argumentales que reflejen las verdaderas complicaciones de ser mujer, y para dotar a sus figuras de una vida interna compleja y con criterio propio. Esto permite dejar atrás los patrones de la novia que solo apoya o la mujer fuerte sin sentimientos, dando paso a personajes con más capas y humanos, como los vistos en series dirigidas por mujeres tipo *I May Destroy You* o *The Handmaid's Tale*. La forma de trabajar en la sala también cambia: si hay bastantes mujeres, pueden cuestionar ideas machistas, enriquecer las historias con sus ópticas y aliviar la carga que siente la única mujer presente de tener que representar a todo su sexo.

Esta capacidad de influir se extiende al aspecto visual. Tanto la directora como la directora de fotografía pueden desafiar activamente el "ojo masculino", optando por un enfoque que privilegie cómo vive el momento el personaje en lugar de cosificarlo. Esto puede traducirse en una cámara que se centre en la expresión facial de una mujer durante una escena íntima, en vez de en partes de su cuerpo, o en una ambientación que explore el entorno desde su punto de vista, forjando así una unión empática más profunda con quien mira (Zaluczkowska, 2022). Las creadoras a menudo subvierten las convenciones, fusionando comedia y drama, o reenfocando los thrillers en el impacto psicológico en lugar de solo en la acción. Por lo tanto, la equidad de género detrás de las cámaras no es un objetivo final en sí mismo, sino el medio más eficaz para catalizar una televisión más inteligente, innovadora y, en definitiva, más humana.

Conclusiones

A lo largo de los capítulos precedentes, este ensayo ha viajado desde los fundamentos teóricos del género hasta el análisis empírico de la pantalla televisiva y, finalmente, al corazón de las estructuras de producción, cada sección ha contribuido a un complicado rompecabezas. Ahora, en este capítulo de convergencia, es el momento de juntar esas piezas para mostrar la imagen completa. Aquí no se trata solo de resumir, sino de sintetizar; o sea, de mostrar cómo las diferentes líneas argumentativas se conectan y se apoyan unas a otras, manteniendo la tesis central del trabajo.

El análisis realizado en este ensayo ha demostrado que la representación de la mujer en televisión no puede entenderse como un fenómeno aislado o un simple reflejo de la realidad social, por el contrario, es el resultado directo de un ciclo de interdependencia entre las prácticas de producción que operan detrás de las cámaras y el contenido simbólico que se manifiesta frente a ellas. No se trata de dos problemáticas distintas —una laboral y otra de contenido—, sino de las dos caras de una misma moneda, trabadas en un sistema de retroalimentación que, históricamente, ha perpetuado la desigualdad de género.

El ciclo puede describirse de la siguiente manera: comienza en las estructuras de poder de la industria, caracterizadas por una marcada subrepresentación femenina en roles creativos y de decisión (Lauzen, 2024). Como se detalló, esta exclusión se debe a barreras estructurales como las redes de contratación homosociales, los sesgos inconscientes y las culturas laborales excluyentes (Byerly, 2021). Cuando existen grupos de creadores que son muy parecidos, el contenido que sacan adelante suele ser bastante uniforme. Cuando un equipo de realizadores es en su mayoría hombres,

sus vivencias hacen que las narrativas que crean reflejen esa visión, dejando la perspectiva de las mujeres en un segundo plano como algo "ajeno". Esto provoca que veamos en pantalla representaciones típicas: la mujer mostrada como algo que se desea, como la madre abnegada o como la mujer trabajadora que sufre por ser ambiciosa, todo esto visto a través de una óptica masculina que domina cómo se muestran las cosas visualmente (García-Muñoz y Fedele, 2021; Zaluckowska, 2022). Así, las representaciones en la pantalla son el resultado de un proceso de producción que elimina simbólicamente las perspectivas femeninas desde el principio.

Aquí es donde el ciclo se completa y se perpetúa. La televisión, al ser consumida en masa, no solo entretiene, sino que también educa. Según la teoría del cultivo, estar expuesto de manera constante a estos retratos estereotipados moldea cómo el público percibe los roles de género en la sociedad (Gerbner y Gross, 1976).

Estas fotografías hacen ver como algo común que los varones son los mandos naturales, los que actúan y los que tienen la voz de mando, mientras las féminas son relegadas a un segundo plano. Estos patrones sociales, alentados por la tele, vuelven a esa misma industria, manteniendo los prejuicios ocultos de los directivos al contratar, lo que hace que la idea de que una mujer maneje un filme de acción parezca "arriesgada".

Además, influyen en cómo la gente y los críticos juzgan a quienes hacen contenido, sumado a fortalecer las trabas organizacionales que reducen el acceso de las mujeres a puestos de influencia. Al final, la producción saca material que justifica y normaliza su propia forma de operar que excluye. Para romper este círculo de dependencia mutua, se necesita actuar desde su inicio: la estructura de poder tras

bambalinas. Tratar de mejorar lo que se ve en pantalla sin modificar a quien lo crea es como curar solo los síntomas sin atender el verdadero problema.

Comprender esta conexión entre sistemas nos revela que la lucha por la igualdad de género en la televisión tiene alcances mucho mayores que solo la industria, tocando la organización social, cultural y económica. Y sí, el trayecto hacia un cambio genuino y duradero está lleno de dificultades complicadas que exigirán un esfuerzo conjunto y una atención constante.

Estas fotografías hacen ver como algo común que los varones son los mandos naturales, los que actúan y los que tienen la voz de mando, mientras las féminas son relegadas a un segundo plano. Estos patrones sociales, alentados por la tele, vuelven a esa misma industria, manteniendo los prejuicios ocultos de los directivos al contratar, lo que hace que la idea de que una mujer maneje un filme de acción parezca "arriesgada".

Además, influyen en cómo la gente y los críticos juzgan a quienes hacen contenido, sumado a fortalecer las trabas organizacionales que reducen el acceso de las mujeres a puestos de influencia. Al final, la producción saca material que justifica y normaliza su propia forma de operar que excluye. Para romper este círculo de dependencia mutua, se necesita actuar desde su inicio: la estructura de poder tras bambalinas. Tratar de mejorar lo que se ve en pantalla sin modificar a quien lo crea es como curar solo los síntomas sin atender el verdadero problema.

Comprender esta conexión entre sistemas nos revela que la lucha por la igualdad de género en la televisión tiene alcances mucho mayores que solo la industria, tocando la organización social, cultural y económica. Y sí, el trayecto

hacia un cambio genuino y duradero está lleno de dificultades complicadas que exigirán un esfuerzo conjunto y una atención constante.

Las consecuencias sociales son profundas. Una televisión que muestra poco y estereotipa a la mitad de la gente reafirma la desigualdad en la vida real. Limita las esperanzas de muchas muchachas al no mostrarles ejemplos variados. También afecta la salud mental al promover ideales de belleza imposibles de lograr. Además, empobrece el diálogo público al ignorar los puntos de vista y las preocupaciones de las mujeres en lo que sale en los medios.

Por otro lado, una televisión más justa puede ser un instrumento potente para cambiar la sociedad, cuestionando ideas preconcebidas, promoviendo la empatía y ensanchando nuestro entendimiento de lo que significa ser humano. Para el sector, estas consecuencias son igual de importantes. En el momento actual de medios, globalizado y disperso, la honestidad y la variedad en las historias son esenciales para seguir siendo competitivos. Las audiencias, sobre todo las más jóvenes, buscan relatos que conecten con sus vidas y desafíen métodos antiguos. Los productores que se aferren a visiones del mundo pasadas de moda podrían volverse irrelevantes a nivel cultural, perdiendo ante canales y creadores que ya adoptaron la variedad como motor de novedad y negocio (Geena Davis Institute on Gender in Media, 2023).

Aun, cuando se entiende mejor esta clase de asuntos, todavía existen obstáculos considerables para alcanzar una justicia verdadera. Uno de estos es el riesgo del llamado "maquillaje" o simbolismo, que consiste en implementar modificaciones evidentes pero vanas (como nombrar a una jefa para un encargo crucial) para aparentar avance, mientras que el poder establecido y el ambiente de trabajo no se modifican en absoluto. Lo importante es que la transformación sea de

fondo y no meramente superficial. Otro gran problema es la resistencia al cambio en el sector. Modificar costumbres de contratación y ambientes laborales arraigados por años demanda directrices sólidas y un liderazgo decidido, algo complicado de sostener frente a las urgencias financieras del momento. Por último, la multiplicidad de identidades es un factor decisivo.

No basta con incorporar a "la figura femenina"; es necesario apreciar la variedad de vivencias dentro de ese colectivo. Resulta fundamental forjar posibilidades y garantizar presencia genuina a mujeres de distintas etnias, de la comunidad LGTBIQ+, con alguna discapacidad y de diferentes estratos económicos, quienes sufren impedimentos extra. Superar estas dificultades exige ir más allá de la charla e implementar medidas tangibles, creando lineamientos de acogida cuantificables, esquemas de mentoría y una dedicación inquebrantable desde las cúpulas del sector.

Finalmente, este estudio confirma que la representación televisiva de las mujeres se sostiene en un ciclo de dominación simbólica. Desde los enfoques feministas de género y la teoría de la dominación simbólica de Bourdieu. Transformar la pantalla implica primero transformar la estructura de poder detrás de cámaras.

Referencias

- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós. <https://doi.org/10.1037/0000168-000>
- Byerly, C. M. (2021). A Political-Economic View of Women and Media. En C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 53-62). Routledge
<https://doi.org/10.1037/ppm0000185>
- Castañeda, M. (2021). Mediated performances of gender and sexuality in the digital age. *Sociology Compass*, 15(9), e12918 <https://doi.org/10.1111/soc4.12918>
- Cuenca, N., & Martínez, N. (2020). Reescribiendo la feminidad en las series españolas: : las nuevas heroínas en La otra mirada. *Revista Panamericana De Comunicación*, 2(2), 69-77 <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2337%20>
- García-Muñoz, N., & Fedele, M. (2021). Representación de la mujer en la ficción televisiva española en prime time: Estereotipos de género en una muestra de 2018. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 111-133.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1520>
- Geena Davis Institute on Gender in Media. (2023). The Double-Edged Sword of Representation: The State of Gender in Global Film. Geena Davis Institute on Gender in Media.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199.
- Gómez, C. (2022). Radiografía de una industria altamente masculinizada. En C. Gómez (Ed.), *Brecha de género en el audiovisual español: análisis de la situación de la mujer en la industria de la ficción cinematográfica y*

- televisiva, el documental, la animación y las narrativas transmedia (pp. 19-40). Tirant lo Blanch. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=981806>
- Lauzen, M. M. (2024). *Boxed In 2023-24: Women on Screen and Behind the Scenes in U.S. Television*. Center for the Study of Women in Television and Film, San Diego State University.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6–18. <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>
- Molina, O. (2024). Disonancia entre la transformación tecnológica y ética periodística: Una reflexión crítica del impacto de la inteligencia artificial en los medios de comunicación. *AdComunica*, (28), 91–114. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.8002>
- Palomares-Sánchez, P., Sánchez-Olmos, C. ., & Hidalgo-Marí, T. . (2025). Autoría y representación femenina en la ficción televisiva española del VOD (2016-2024): mujeres creadoras y protagonistas. *Revista De Comunicación*, 24(2), 341–361. <https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-4022>
- Padilla-Castillo, G., Re-valiente, A., & Vega-Alarcón, T. (2023). Influencia de los estereotipos femeninos en la ficción sobre la percepción de los adolescentes. *Análisis de Élite y La Casa de Papel. Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 31(75), 47-58. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-04>
- Ríos, P., & Gadea, W. (2022). Estereotipos y roles de género en la producción publicitaria televisiva. Un análisis de la situación en América Latina. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(41), 1-21. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a1>

- Smith, S. L., Choueiti, M., Pieper, K., & Clark, H. (2024). *Inclusion in the Director's Chair: A Look at Gender & Race/Ethnicity of Directors Across 1,700+ Films*. USC Annenberg Inclusion Initiative.
- Tuchman, G. (1978). The symbolic annihilation of women by the mass media. En G. Tuchman, A. K. Daniels, & J. Benét (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media* (pp. 3–38). Oxford University Press.
- van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Sage Publications.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, 1(2), 125–151. <https://doi.org/10.1177/0891243287001002002>
- Zaluczkowska, A. (2022). Is the 'female gaze' a useful concept? A discussion with female cinematographers. *Journal of Screenwriting*, 13(2), 177-195. https://doi.org/10.1386/josc_00079_1